



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -



كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

تخصص وسائل الاعلام والمجتمع

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال الموسومة ب:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال السياسي

-الفيسبوك نموذجا-

دراسة ميدانية على عينة من الشباب مستخدمي الفيسبوك بولاية مستغانم

تحت إشراف الأستاذ:

د. بوعمامة العربي



من إعداد الطالبات:

بوزيدي جميلة

رريب الله سامية سنية

لجنة المناقشة

مشرفا ومقررا	جامعة مستغانم	د. العربي بوعمامة
رئيسا	جامعة مستغانم	د. بعلي محمد سعيد
مناقشا	جامعة مستغانم	د. مرواني محمد

تاريخ المناقشة: 2018/06/18

السنة الجامعية : 2017 - 2018

الإهداء

نحمد الله عز وجل على منه وعونه لإتمام هذا البحث.

إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له آماله، إلى من كان يدفعني قدما نحو الأمام
لنيل المبتغى، إلى الإنسان الذي سهر على تعليمي، إلى الذي ساندني في حياتي، إلى
مدرستي الأولى في الحياة، أبي الغالي على قلبي أطال الله في عمره.

إلى التي وهبتي فلذة كبدها كل العطاء والحنان، إلى التي صبرت على كل شيء، التي
رعتني حق الرعاية وكانت سندي في الشدائد، وكانت دعواتها لي بالتوفيق تتبطني خطوة
بخطوة، إلى نبع الحنان أمي أعز ما أملك على القلب والعين حفظها الله.

إلى والدي أهدي هذا العمل.

إلى إخوتي وأخواتي حفظهم الله.

إلى كل العائلة بكبيرها وصغيرها أهدي هذا العمل المتواضع.

إلى صديقاتي فضيلة ونورة أهدي هذا العمل.

إلى كل أساتذة علوم الإعلام والاتصال نهدي هذا العمل.

بوزيدي جميلة

رريب الله سامية سنية

الشكر

الحمد لله على إحسانه والشكر له على توفيقه لنا في إنجاز هذا العمل.

نتقدم بجزيل الشكر إلى الوالدين العزيزين الذين أعانونا وشجعونا على الاستمرار في مسير العلم والنجاح وإكمال الدراسة الجامعية.

نشكر من شرفنا بالإشراف على مذكرة بحثنا الأستاذ الدكتور العربي بوعمامة.

نشكر كل من الأساتذة الذين ساعدونا في إنجاز هذا العمل: الدكتور مرواني محمد، فقير رشيد، عيسى عبيد نورية، الذين لم يبخلوا علينا بتقديم المعلومات التي ساعدتنا كثيرا في إنجاز بحثنا.

نشكر كل أساتذة علوم الإعلام والاتصال.

ولا ننسى شكر الصديقات على وقوفهن معنا في كل صغيرة وكبيرة حتى وصلنا هذه اللحظة.

بوزيدي جميلة

رريب الله سامية سنية

خطـة البـحث

البسـمـلة

إهداء

شكر

ملخصات الدراسة

مقدمة

1. الإطار المنهجي

1. الإشكالية وتساؤلات الدراسة.

2. فرضيات الدراسة.

3. أهمية الدراسة.

4. أسباب اختيار الموضوع.

5. أهداف الدراسة.

6. تحديد المفاهيم.

7. المنهج المتبع.

8. أدوات جمع البيانات.

9. مجتمع البحث وعينة الدراسة.

10. الدراسات السابقة.

11. النظرية الخلفية.

12. صعوبات الدراسة.

II. الإطار النظري

الفصل الأول: الاتصال السياسي.

المبحث الأول: مدخل إلى الاتصال.

المبحث الثاني: مفهوم الاتصال السياسي.

المبحث الثالث: وظائف الاتصال السياسي.

المبحث الرابع: دور الاتصال السياسي في الحياة السياسية.

المبحث الخامس: الاتصال السياسي وبناء الوعي السياسي.

المبحث السادس: نماذج الاتصال السياسي.

المبحث السابع: الاتصال السياسي في الجزائر.

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية.

المبحث الأول: نشأة الأحزاب السياسية.

المبحث الثاني: مفهوم الأحزاب السياسية.

المبحث الثالث: تصنيفات الأحزاب السياسية.

المبحث الرابع: وظائف الأحزاب السياسية.

المبحث الخامس: الأحزاب السياسية والسلطة.

المبحث السادس: نموذج من الأحزاب " حزب جبهة التحرير الوطني".

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في الحياة السياسية.

المبحث الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الرابع: نموذج من مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك".

المبحث الخامس: آلية نقل الأخبار في الفيس بوك.

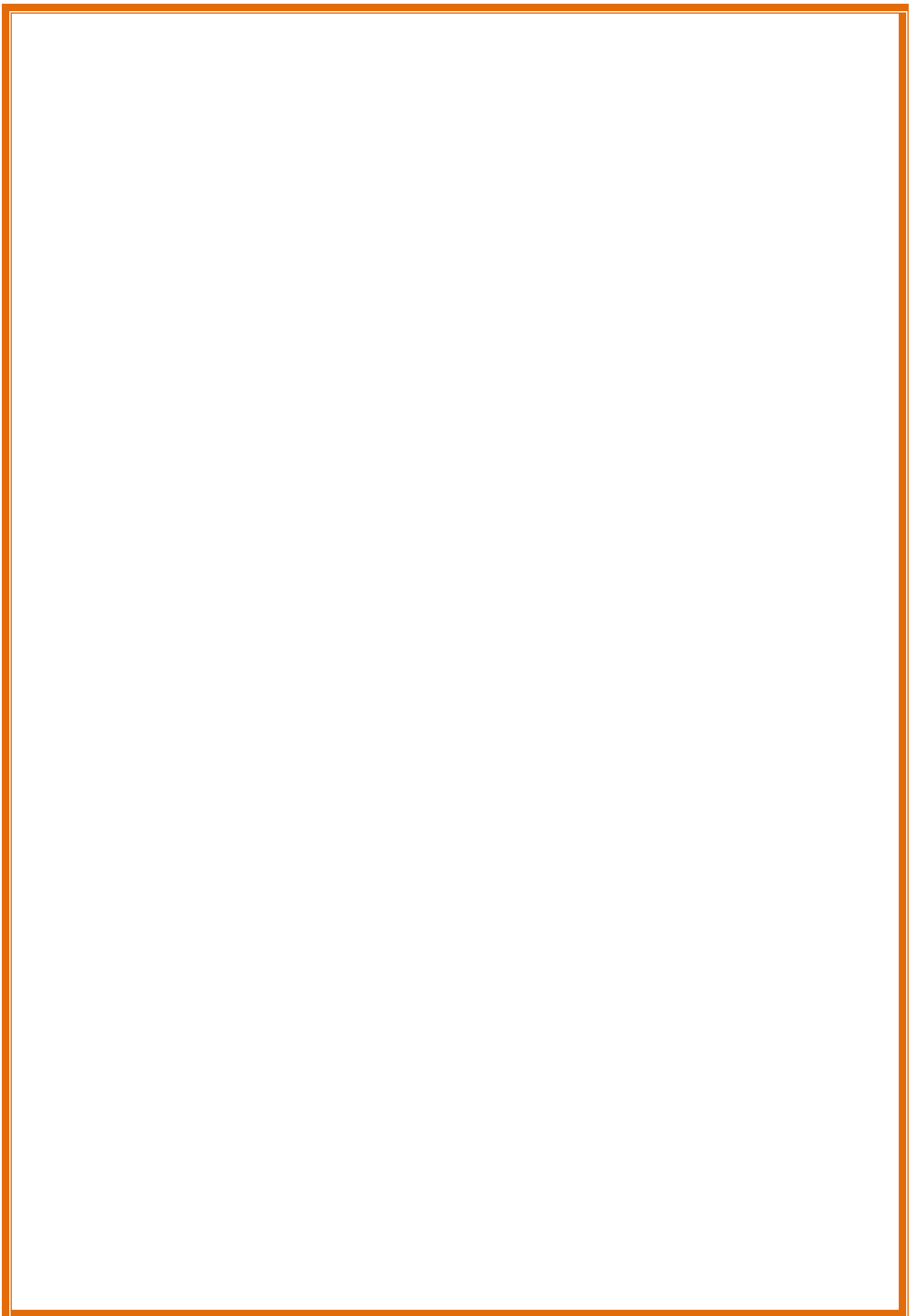
المبحث السادس: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية.

III. الإطّار التطبيقي

1. تمهيد

2. تحليل الاستبيان

3. استخلاص النتائج العامة للاستبيان



ملخص الدراسة

تمحورت دراستنا حول الاتصال السياسي وأهميته في المجتمعات الديمقراطية فالاتصال السياسي يعتبر حلقة الوصل بين الحاكم والمحكومين، ومدى تجسيد هذا الاتصال من قبل الأحزاب السياسية لأنها تعتبر جزء مهم من هرم السلطة، فهي تحتاج إلى هذا الاتصال لأنها تحتاج إلى الدعم الشعبي، ولذلك نجد أن الأحزاب السياسية انتهجت مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك لتحقيق أغراضها وكسب التأييد الشعبي، وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي متبعين في ذلك أداة الاستبيان للخروج في الأخير بنتائج كانت أهمها كالتالي: أن الفيس بوك ليس له أثر سياسي على المواطن لأنه لم يستطع أن يكون له موقف سياسي اتجاه القضايا السياسية، وأيضا من النتائج أن الشباب المستغامي ليس له حب الاطلاع والمشاركة على صفحات الأحزاب السياسية.

تضمنت هذه الدراسة إطار منهجيا وثلاث فصول نظرية تناول أولها الاتصال السياسي والثاني الأحزاب السياسية، وثالثها مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في الحياة السياسية، وتناولت الدراسة في إطارها التطبيقي تحليل الاستبيان واستخلاص النتائج العامة منه.

تمثل ثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن أهم مراحل تطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية، ومن أهم نتائج هذه الثورة المعلوماتية التغييرات الكبرى التي حدثت على مستوى الصناعة الإعلامية وأنماط استهلاك المعلومات وإنتاجها ونشرها والتشارك في مضامينها وذلك من خلال تعدد وسائل الإعلام الجديد وأدواته التي تزداد تنوعا ونموا مع مرور الوقت ومن هذه الوسائل شبكات التواصل الاجتماعي، التي تعتبر الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم كونها أصبحت تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع خاصة الشباب باعتبارهم أكثر تأثيرا في أي مجتمع، لما يمثلونه من طاقة وقابلية للتغيير والتطوير، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي أدت إلى ثورة حقيقية مست جميع المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وذلك راجع إلى مرحلة التحول الكبرى التي اختزلتها هذه الأخيرة من خلال عامل الزمن والسرعة، وأصبحت البديل في النظام الاتصالي بدرجة لافتة للنظر وهو ما يؤكد حدوث تحول جذري في أدوات الخطاب والتعبير. وهنا يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي أحدثت طفرة نوعية في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات، بل حتى في نتائج وتأثير هذا الاتصال إذ أصبحت أحد أهم عوامل التغيير الاجتماعي محليا وعالميا، وذلك لما تتيحه هذه الوسائل من إمكانية التواصل والسرعة وإيصال المعلومة وقد كانت أحداث الربيع العربي خير دليل على قوة تأثير هذه الوسائل. وبالتالي تحولت مواقع التواصل الاجتماعي من

كونها مواقع لبناء العلاقات وتكوين الصداقات إلى مواقع يستغلها مرتاديه ونشاطها للتداول السياسي لأنه يكون أكثر انفتاحا في التعبير وحرية الرأي، وهنا تشكل الاتصال السياسي عبر هذه الواقع والذي كان أكثر ديمقراطية وعليه أثبت مفهوم وتاريخ الديمقراطية الحديثة أن النقاء كل من السياسة بوسائل الاتصال أدى إلى ظهور الاتصال السياسي، فالعلاقة بين الاتصال والعملية السياسية هي علاقة متداخلة . وفي هذا السياق يضم الاتصال السياسي مجموعة متكاملة من المظاهر، من خلال الخطاب الذي يؤثر على الرأي العام بهدف توجيه الأفراد والتحكم في سلوكياتهم وتوجيهاتهم في العملية السياسية وذلك لدفعهم للمشاركة في مجرياتها من خلال الانتخابات التي تمكن الأفراد من اختيار المنتخبين.

وكون الاتصال السياسي محدد بأهداف مقصودة وغايات مرسومة، فالسياسي يتحدث إلى الجمهور من خلال وسائل الاتصال لغرض إيصال رسالة محدودة المقاصد إلى الجمهور والأفراد الذين يشاركون في العملية السياسية أو الحملة الانتخابية، وهؤلاء يقومون بالتعبير عن آرائهم والإدلاء بأصواتهم حسب المضامين الانتخابية ونحن في دراستنا هذه معنيون بدراسة نظرة المواطن في تجسيد الاتصال السياسي للأحزاب السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيس بوك ذلك لأنه أصبح يعتبر مجالا واسعا وخصبا للمترشحين. بالإضافة إلى العدد الهائل من المتصفحين لهذا الموقع، فقد أصبح يحتل المرتبة الأولى في الجزائر مقارنة

بالمواقع الأخرى، لذلك اغتتمت الأحزاب السياسية الفرصة في نشر برامجها والترويج لحمالاتها الانتخابية.

وقد قسمنا دراستنا التي كانت بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال السياسي إلى ثلاث إطارات، كانت بدايتها بالإطار المنهجي حيث قمنا بصياغة الإشكالية وتساؤلاتها مروراً بالفرضيات المتعلقة بها، مبرزين بعدها أسباب الدراسة وأهدافها وأهميتها، ثم قمنا بتحديد المفاهيم ذات العلاقة. بعدها حددنا المنهج المتبع الذي تمثل في المنهج الوصفي المسحي معتمدين أدوات الاستمارة وتحليل المضمون، مستعينين في هذا الإطار التعريف بالعينة المختارة وصولاً إلى الدراسات السابقة التي أفادتنا في البناء المفاهيمي والمنهجي المتعلق بدراستنا.

أما الإطار النظري فقد تناولنا فيه ثلاث فصول، كل فصل يحتوي ست مباحث كانت كالتالي:

الفصل الأول بعنوان الاتصال السياسي وتطرقنا فيه إلى مدخل في الاتصال، ثم انتقلنا إلى مفهوم الاتصال السياسي، وظائفه، دوره في الحياة السياسية، نماذجه، وأخيراً الاتصال السياسي في الجزائر.

وفي الفصل الثاني الذي كان بعنوان الأحزاب السياسية، فقد تطرقنا فيه إلى نشأة الأحزاب السياسية، مفهوماً، تصنيفاتها، وظائفها، الأحزاب السياسية والسلطة، وأخيراً نموذج عن الأحزاب "حزب جبهة التحرير الوطني".



والفصل الثالث كان بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في الحياة السياسية، وتناولنا فيه نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، مفهومها، خصائصها، نموذج من مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" ، خصائص الفييس بوك، وأخيرا دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية. وفي الإطار التطبيقي قمنا بتوزيع بيانات الاستمارة على أفراد العينة، ثم قمنا بتحليلها واستخلاص النتائج العامة منها.

الإشكالية وتساؤلات الدراسة :

هناك تفاعل بين السياسة والعملية الاتصالية لذلك أكد العلماء على أهمية العلاقة بينهما فعالم السياسة يصعب أن يوجد من دون اتصال لأنه حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة السياسية لأن المواطنين لابد أن يكونوا قادرين على توصيل رغباتهم ومطالبهم الى الحكومة وعلى الحكام أن يكونوا قادرين على توصيل قراراتهم إلى المواطنين وتبريرها لهم لنيل رضاهم. والأحزاب السياسية شأنها شأن جميع المؤسسات السياسية في الدولة تحتاج إلى الدعم الشعبي حيث يمكن القول أن الاتصال السياسي هو أهم الضروريات التي يجب أن يتبناها الحزب في عمله، ومن المعروف أن هدف أي حزب هو الوصول إلى الحكم وهذا لا يمكن ان ينجح بدون التأييد الجماهيري الواسع من خلال التأثير في هذه الجماهير التي تشكل الرأي العام، وبهذا تظهر أهمية عملية الاتصال السياسي الذي تمارسها الأحزاب لبناء أكبر حجم ممكن من التأييد الشعبي لها ولبرامجها السياسية وتحقيق ثقافة المشاركة خاصة بعد التطور التكنولوجي الحاصل وظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي حققت هذا النوع من الثقافة والتي ساهمت بقوة في تشكيل اتجاهات الرأي العام اتجاه مختلف القضايا كما زادت في تنمية الوعي السياسي .

وكان للفييس بوك حصة الأسد من هذا حيث كان ولايزال منبر للعديد من الأحزاب السياسية وذلك راجع لعدة اعتبارات منها التزايد المستمر والمكثف عليه من طرف مستخدميه بالإضافة إلى

أنه أصبح أكثر اهتماما بالشؤون السياسية وشؤون الدولة من خلال الصفحات السياسية للأحزاب وممثليها، ويمكن القول أن الفيس بوك تمكن من ربط التكنولوجيا بالسياسة وهكذا أصبح مقصدا للعديد من المشتركين الذين وجدوا فيه متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية من جهة للمستخدم المتلقي ووسيلة مساعدة ومنبر للأحزاب السياسية من جهة أخرى.

من هنا نطرح الإشكال التالي :

كيف تم استثمار شبكات التواصل الاجتماعي في عملية الاتصال السياسي من طرف الأحزاب السياسية في تسيير الحملة الانتخابية ؟

يندرج تحت هذا الإشكال الأسئلة الفرعية التالية :

1. ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال السياسي لدى الأحزاب السياسية ؟
2. هل حلت مواقع التواصل الاجتماعي محل وسائل الاتصال الجماهيري في منظومة الاتصال السياسي؟
3. كيف تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى مواقع للاتصال السياسي؟
4. هل استطاعت الأحزاب السياسية توظيف الفيس بوك لخدمة سياستها ومصالحها؟
5. هل يوجد علاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي و الاتصال السياسي؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في عملية الاتصال السياسي لدى الأحزاب السياسية.

الفرضية الثانية: مواقع التواصل الاجتماعي تحولت إلى مواقع للاتصال السياسي.

الفرضية الثالثة: يوجد علاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال السياسي.

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في أنها تتناول موضوعا حديثا و مستجدا يجمع ما بين العلوم السياسية و الاعلام و الاتصال، حيث تعتبر دراستنا من الدراسات التي سلطت الضوء على انخراط هواة الفيس بوك بالحياة السياسية، كما تبرز أهميتها في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط جديد للأحزاب السياسية كما تنتمي أهميتها في كون الاتصال السياسي له أهمية بالغة في رفع الوعي بالنسبة للناخبين و تبصيرهم لممارسة حقوقهم من خلال الاختيار الفعال لممثليهم في السلطة .

أسباب اختيار الموضوع :

- الفضول والميل لمعرفة الكثير عن هذا الموضوع.
- اهتمامنا الشخصي بالتكنولوجيات الحديثة وعالم السياسة.
- معرفة استراتيجية التخطيط وآليات الاتصال السياسي التي تتبعها الأحزاب السياسية.
- للتأثير على الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على الأغراض السياسية لاستخدام الفيس بوك من طرف الأحزاب السياسية كأداة للاتصال السياسي.
- معرفة مكانة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية.
- معرفة العلاقة التي تجمع بين الاتصال السياسي و المشاركة الانتخابية.
- معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام.

أهداف الدراسة :

1. إبراز العلاقة بين الاتصال السياسي والمشاركة الانتخابية.
2. تبيان الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة الانتخابية.
3. تبيان دور مواقع التواصل الاجتماعي التي هي أحد قنوات الاتصال في توجيه الرأي العام.
4. إبراز آليات الاتصال السياسي المستخدمة من طرف الأحزاب السياسية من أجل التأثير على الجمهور.
5. التعرف على قدرة الأحزاب السياسية في توظيف الفيس بوك لصالحها.

تحديد المفاهيم:

مواقع التواصل الاجتماعي :

التعريف الاصطلاحي : عادة ما يطلق عليها بوسائل الاعلام الاجتماعي *Sociale Media* والتي تمثل نمطا جديدا ومؤثرا من وسائل الاعلام والاتصال، فهي وسائل للتفاعل الاجتماعي يتم إنشاؤها على صفحات المواقع الاجتماعية مثل الفيس بوك والتويتر واليوتيوب.¹ تعرفها هبة محمد خليفة: بأنها شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما يمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد سنوات طوال،ويمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الامكانات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم².

التعريف الاجرائي هي عبارة عن وسيلة تساعد الافراد في عملية الاتصال وتبادل الافكار والمعلومات وتكوين علاقات جديدة عبر صفحات مختلفة موجودة على شبكة الانترنت ولكل منها خاصيته ومميزاته التي تفرقه عن غيره من المواقع.

¹ عبد الكريم فهد الساري، فؤاد الألوسي، الإعلام والتسويق السياسي والانتخابي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص ص 133،130

² علي خليل شقرة، الإعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص59

الاتصال السياسي:

التعريف الإصطلاحي: هو الاتصال الذي له تأثيرات واقعية أو مختلفة في عمل الدولة السياسية أو أية وحدة سياسية أخرى، وهذا الاتصال عنصر هام بالنسبة للسلطة إذ أن الذين يمتلكون السلطة يسيطرون على الاتصال لتحقيق أهدافهم للبقاء في السلطة سواء كانوا ديموقراطيين أو غير ذلك، و من ثم فإن القادة السياسيين يميلون دوماً في التحكم في المعلومات المتاحة للمواطنين.¹

التعريف الإجرائي: هو عبارة عن عملية أو أداة سياسية يستعملها السياسيون للاتصال مع أفراد المجتمع بهدف التأثير عليهم، ويكمن مضمونه في النشاط الذي يقوم به السياسيون وهذا العلم جديد في مناهجه ووسائله وأساليبه تأثيره.

الأحزاب السياسية:

التعريف الإصطلاحي: يعرف جورج بيردو G.Burdeau الحزب السياسي بقوله: هو كل تجمع بين الأشخاص يؤمنون ببعض الأفكار السياسية ويعملون على انتصارها وتحقيقها، لجمع أكبر

¹-محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص20

عدد من المواطنين حولها والسعي للوصول إلى السلطة أو على الأقل التأثير على قرارات السلطة.¹

التعريف الاجرائي: هي عبارة عن منظمات سياسية تربط بين الحكومة أو السلطة وبين المواطنين، تقدم هذه الأحزاب العديد من البرامج السياسية للتأثير على الشعب من خلال دفعهم إلى المشاركة الانتخابية والتوجه إلى صناديق الاقتراع لانتخاب ممثليهم وممارسة حقوقهم السياسية.

الفييس بوك:

التعريف الاصطلاحي: هو واحد من المواقع صديق الشبكات الأكثر شعبية والذي تم إنشاؤه أصلا كمنتدى لطلاب الجامعات حيث لا يزال مستخدما بشكل كبير من قبل الطلاب الجامعيين يهدف في المقام الأول لمساعدة الناس في بناء وجودها على الأنترنت والشبكات الاجتماعية ويعمل الفييس بوك لإشباع الحاجات المختلفة الشخصية والاجتماعية فهو يجعل من الممكن

¹ ناجي عبد النور، النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية السياسية، منشورات جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2006، ص28

للناس البقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى أو الحالية، إضافة إلى المتعة، تبادل المعلومات حول الذات، والتعلم عن المناسبات الاجتماعية.¹

التعريف الإجرائي: هو عبارة عن موقع على شبكة الأنترنت يسمح بتواصل الأفراد مع بعضهم البعض في مختلف أنحاء العالم لتبادل الأفكار والمعلومات المختلفة فقد تكون على شكل نصوص ، فيديوهات ،صور، رموز، وله العديد من المميزات والخصائص جعلته يحتل المرتبة الأولى من بين كل المواقع.

المشاركة السياسية:

التعريف الاصطلاحي: تعد المشاركة السياسية من أهم صور وخصائص الديمقراطية لأي نظام سياسي يشترك أفراده في الحياة الاجتماعية والسياسية بالمجتمع، والذين يستهدفون من خلال هذه المشاركة إلى تعزيز القيم والمبادئ والاتجاهات السائدة فيه أو تطويرها أو تغييرها بالقدر الذي يحقق لهم تنمية شاملة ومستدامة.²

¹ -ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص204

² -محمد الحورش، الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2012، ص78

التعريف الإجرائي: تتدرج المشاركة السياسية في إطار التعبير السياسي والشعبي وتسيير

الشأن، ويمكن القول أن المشاركة السياسية هي جوهر المواطنة حيث تلعب دورا أساسيا في الانتخابات.

الرأي العام:

التعريف الاصطلاحي: يعرفه فلوريد ألبرت بأنه تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس¹

عما يرونه في مسألة ما ، إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيراً مؤيداً أو

معارضاً لحالة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية جماهيرية بحيث تكون نسبتهم في

العدد مع الكثرة والاستمرار كافية للتأثير على أفعالهم بطريقة مباشرة اتجاه الموضوع محل

الرأي².

التعريف الإجرائي: هو اتجاهات أو آراء يشترك فيها عدد كبير من الأشخاص في مجتمع

معين للتعرف على آراء الناس حول قضية معينة سياسية كانت أو اجتماعية، ولهذا الأخير قوة

كبيرة في التأثير في سلوك الأفراد وتكوين آرائهم إما بالتأييد أو المعارضة حسب الأغلبية.

¹-سمير محمد حسين، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص17

²-سمير محمد حسين، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، مرجع سابق، ص17

المنهج المستخدم في الدراسة:

تلعب مناهج البحث العلمي دوراً أساسياً في الكشف عن الظواهر التي يجهلها الإنسان وتساعد في فهم ما يحيط به ، وعادة ما يتوقف تحديد منهج الدراسة على الهدف الذي تسعى للوصول إليه وطبيعة الدراسة في حد ذاتها، ولذلك يعرف المنهج على أنه عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي يجب على الباحث اتباعها في إطار تطبيق الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره البحثي من حيث نقطة الانطلاق وخط السير ونقطة الوصول ، مما جعل العديد من الباحثين يشبهون المنهج بالطريق الواضح المحدد المراحل¹.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي المسحي الذي يستخدم في أغلب البحوث الاجتماعية والإنسانية. فالمنهج الوصفي يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقاتها، والعوامل المؤثرة في ذلك وهذا يعني أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث².

¹ -محمد الدين مختار، الاتجاهات النظرية والاستطلاعية في منهجية العلوم الاجتماعية، دار المنشورات الجامعية، باتنة، 1999، ص 09

² - ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي (الأسس النظرية والتطبيق العلمي)، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 33

ونظرا لكوننا بصدد تشخيص مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك على المستوى دوره في تحقيق الاتصال السياسي معتمدين في ذلك على درجة الاعتماد عليه من طرف الأحزاب السياسية خلال فترة الانتخابات فقد وقع الاختيار على المنهج المسحي لأنه يهتم بدراسة مجموع القائمين بالاتصال، ووصف خصائصهم ونشاطاتهم بالموازاة مع الوصفي لأنه يهتم بدراسة وسرد الوقائع من حيث خصائصها وعلاقاتها والعوامل المؤثرة فيها.

أدوات جمع البيانات

تعتبر مرحلة جمع البيانات أهم مرحلة في البحث ولذلك الاختيار الأمثل للأداة سيساعد في جمع البيانات بأكبر قدر ممكن، ولذلك اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستبيان.

الاستبيان (الاستمارة) هو صيغة محددة من الفقرات والأسئلة، تهدف إلى جمع البيانات من أفراد الدراسة حيث يطلب الإجابة منهم بكل حرية.

والاستبيان لغة هو طلب البيان واصطلاحاً هو الإجابة عما في الذات والسعي للحصول على معلومات وحقائق محددة عن المشكلة المعنية.

والافتراض الأساسي الذي يكمن وراء هذه الأداة هو أن الإنسان أفضل من يلاحظ أو يصف ذاته أو يحدد سلوكه الخاص، فالاستبيان هو بيان نتائج التطبيق العملي لإطار فكري نظري ولذلك يكون الاستبيان في صيغة مما يأتي :

(1) يقدم للفرد قائمة صفات ويطلب منه وضع علامة على ما يصف شخصيته.

(2) يطلب من الفرد أن يقرر ردود أفعال اعتيادية اتجاه موقف ما.¹

¹ -سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، 2003، ص52

3) يطلب من الفرد أن يوضح اتجاهاته أو اهتماماته أو قيمه.

ولتصميم الاستبيان لابد من تحديد الهدف منه في ضوء تحديد مشكلة البحث وأسئلته ثم تحويل السؤال الرئيسي إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية حيث يرتبط كل سؤال فرعي بجانب من جوانب المشكلة ثم وضع عدد من الأسئلة المتعلقة بكل موضوع أو جانب من جوانب الاستبيان.¹

¹ -سهيل رزق دياب، ناهج البحث العلمي، مرجع سابق، ص53

مجتمع الدراسة:

تتطلب دراسة ظاهرة أو مشكلة ما توفر بيانات و معلومات ضرورية عن هذه الظاهرة أو المشكلة لتساعد الباحث في اتخاذ قرار محكم أو مناسب حيالها.

إن التحديد الواضح لمجتمع الدراسة الذي يقصد به جميع العناصر أو المفردات التي سيدرسها الباحث أمر ضروري جدا لأنه سيساعدهم في تحديد الاسلوب العلمي الأمثل لدراسة هذا المجتمع¹ و من خلال دراستنا تمثل مجتمع دراسة بحثنا مجموعة من المواطنين الشباب المقيمون بولاية مستغانم.

عينة الدراسة :

يعتبر استخدام العينة من الامور الشائعة في مجال البحوث والدراسات العلمية سواء الاجتماعية أو الطبيعية منها، وأن اختيار العينة لإجراء الدراسة عليها قدم مفصلا على كامل المجتمع الأصلي نظرا لما في ذلك من توفير للوقت والمال والجهد المبذول، ونقصد بالعينة مجموعة من المجتمع يتم اختيارها منه بحيث تمثل هذا المجتمع و تحقق أغراض البحث.²

¹-ريحي مصطفى عليان، عثمان غنيم محمد، مناهج وأساليب البحث العلمي، مرجع سابق، ص137

²-المرجع نفسه، ص140

و لضمان تمثيل سليم و شامل لمجتمع الدراسة فإنه لا بد قبل اختيار العينة الأخذ بعين الاعتبار شروط اختيار العينة والعينة التي ارتأيناها مناسبة لبحثنا هي العينة القصدية وهي من العينات غير العشوائية حيث أن اختيار العينة كان له علاقة مباشرة بإشكالية البحث، فقد اخترنا مفردات البحث بطريقة حكيمة لا مجال فيها للصدفة لأنه نحن من قمنا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها و تتوافق لما نبحت عنه من معلومات و بيانات وبالتالي تحقق أغراض البحث وتمثلت العينة في مجموعة من الشباب تتراوح أعمارهم من 18 سنة الى 41 سنة شملت 100 مفردة، 50 منهم شابة و 50 منهم شاب ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي .

الحدود المكانية: تقتصر دراستنا على ولاية مستغانم التي تقع في الغرب الجزائري.

الحدود الزمانية: جرى تطبيق القسم الميداني من هذه الدراسة في الفترة الممتدة ما بين 15

أفريل – 30 أفريل 2018

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

دراسة رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية.

ترتكز هذه الدراسة على دور مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على الوعي السياسي لفئة مهمة في المجتمع الا و هي فئة الشباب الجامعي.

حيث طرح الباحث الاشكالية البحثية التالية :

هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي متمثلة في youtube–twitter– facebook على

تشكيل الاتجاهات السياسية لطابة جامعة العراقية في كل من الموصل و الانبار و تكريت في

طرح القضايا المعاصرة التي تهمهم و في التأثير على السلوكيات السياسية و الفكر السياسي

لديهم لا سيما ما يطلق عليه اليوم بالحراك الشعبي في العراق و قد تفرعت عن هذه الاشكالية

التساؤلات التالية؟¹

¹ - رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة مقدمة استكمالاً للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية، 2013

1. ما طبيعة استخدام طلبة جامعات الموصل و الانبار و تكريت لمواقع التواصل

الاجتماعي و أثرها في تشكيل الاتجاهات و السلوكيات و الفكر السياسي لديهم ؟

2. كيف يقيم طلبة جامعات الموصل و تكريت مواقع التواصل الاجتماعي من بين وسائل

الاعلام الاخرى ؟

و للإجابة عن هذه التساؤلات انطلق الباحث من الفرضيات التالية :

1. تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية و في التأثير على

السلوكيات والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي للطلاب جامعات الموصل والانبار و تكريت.

2. تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي و لا

تؤثر في السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع

السياسي. لقد اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي معتمدا تقنية الاستمارة أما فيما يتعلق

بمجتمع البحث فقد وقع اختيار العينة على طلبة ثلاث جامعات عراقية حكومية وتكونت من

430 مفردة لجأ الباحث للأسلوب العشوائي في اختيار المفردات.¹

¹-رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مرجع سابق

من أهم النتائج التي توصل اليها أن مواقع التواصل الاجتماعي - Facebook-You Tube-

Twitter تساهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والانبار وتكريت.¹

تعقيب : تتفق الدراسة معنا في تناولها لدور مواقع التواصل الاجتماعي وفي استخدامه للمنهج

الوصفي وتختلف الدراسة في المكان دراسته كانت في العراق و درستنا في الجزائر.

¹-رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، المرجع نفسه

الدراسة الثانية:

دراسة فضلون أمال، استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة.

تركز هذه الدراسة على استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام والعلاقة بينهما والتي تقوم على أساس استخدام الصحافة كوسيط بينها وبين الرأي العام.

حيث طرحت الباحثة الإشكالية البحثية التالية:

هل تستخدم الأحزاب الجزائرية الصحافة اليومية المستقلة للترويج لمبادئها وسياساتها ومواقفها الحزبية؟

وقد تفرعت عن هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

- هل تعتمد الأحزاب السياسية فقط على الصحافة في اتصالها السياسي؟
- ماهي علاقة الأحزاب السياسية الجزائرية بالصحافة، وما نوع العلاقة التي تربطها بها وتأثير نوع هذه العلاقة على الرأي العام؟¹

¹-فضلون أمال، استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2007.

وقد اتبعت الباحثة المنهج النسقي واستعانت بالمقابلات وتحليل المضمون لأربع صحف يومية وطنية انطلاقاً من عينة قصدية تحتوي على 15 عدداً من كل صحيفة تحصر فترة الحملة الانتخابية لتشريعات 17 ماي 2007.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة:

• تأكيد الأحزاب السياسية على استخدامها للصحافة اليومية المستقلة للترويج لمواقفها واتجاهاتها الحزبية وعلى مكانة هذه الأخيرة في عملية الاتصال السياسي للأحزاب السياسية¹.

تعقيب:

تتفق الدراسة مع دراستنا لتناولها موضوع الأحزاب السياسية والاتصال السياسي وفي أداة تحليل المضمون، وتختلف في أن الباحثة درست الصحافة بينما نحن درسنا مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ - فضلون أمال، استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام، مرجع سابق.

الخلفية النظرية للدراسة:

نظرية الاستخدامات والإشباع:

ترى هذه النظرية أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل ترى هذه النظرية أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات و الترفيه المتاحة.

وهي تعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف:

1. أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
2. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية و عوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات.
3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي التي تستخدمهم.¹

¹ - عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، ص09، تاريخ المعاينة: 2018/04/10 على الساعة

4. يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع حاجاتهم.

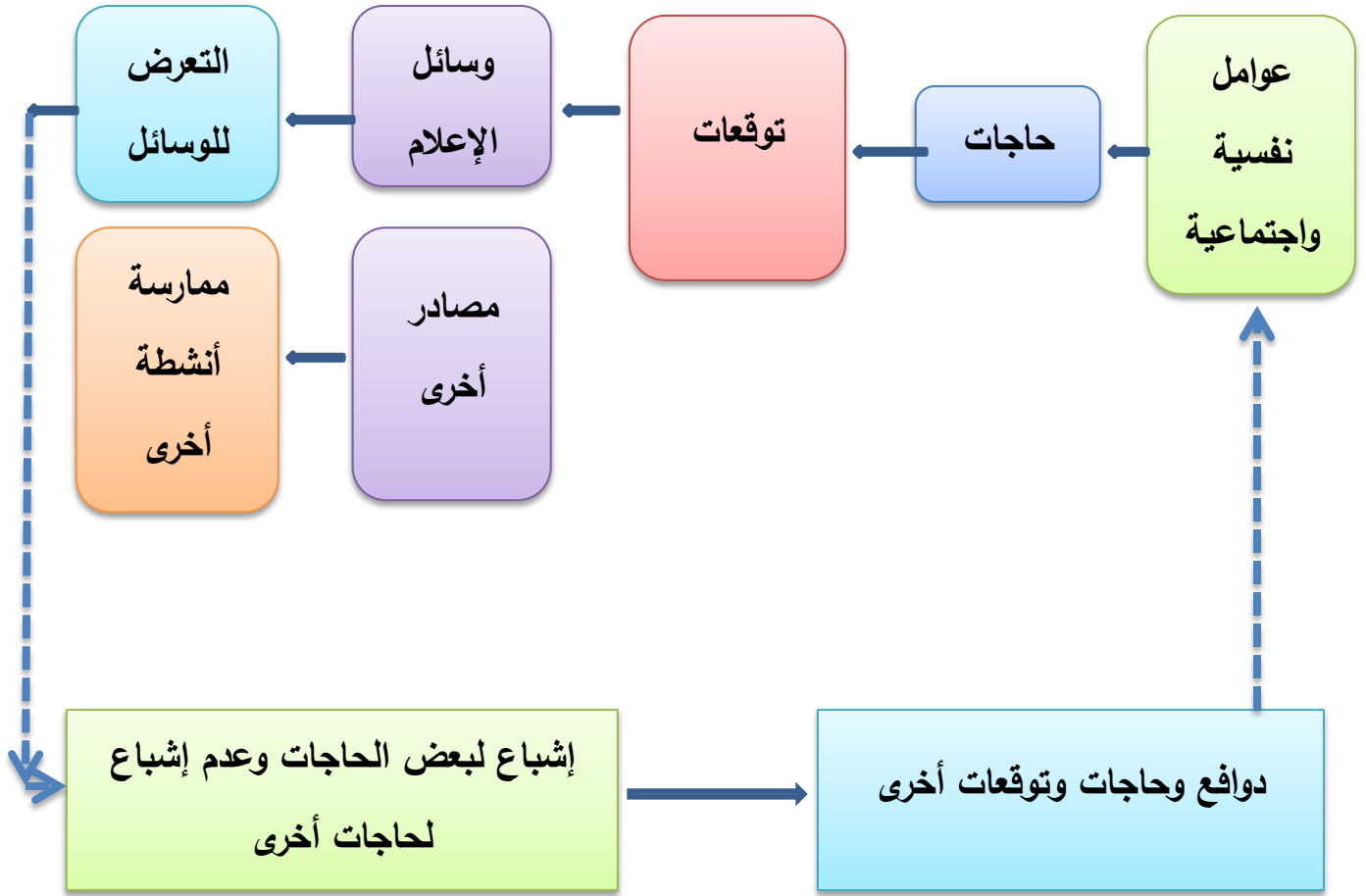
5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

أما الأهداف التي تتحقق فهي:

1. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال باعتبار أن الجمهور نشط.
2. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة للتعرض.
3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.¹

¹ - عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، مرجع سابق، ص 10

نموذج الاستخدامات والاشبهات:



صعوبات الدراسة:

-ضيق الوقت.

-قلة المراجع سواء بالعربية أو بالفرنسية وصعوبة الحصول عليها.

-عدم توفر معلومات كافية حول الأحزاب السياسية في تداول حملتها الانتخابية كونها شؤون

داخلية وسرية.

-تداخل موضوع الدراسة وتشعبه في عدة أبعاد بين التخصصات الأخرى منها السياسة وعلوم

الإعلام والاتصال، القانون وعلم الاجتماع.

تمهيد

إن الإنسان بطبيعته اجتماعي، ومخلوق بفطرته على التواصل مع محيطه الإنساني والاجتماعي، ولا يمكن أن يعيش بمفرده منعزل عن العالم، والاتصال ظاهرة إنسانية اجتماعية تكونت منذ ظهور التجمعات الإنسانية، وله أهمية كبيرة في المجتمع ذلك أنه أسلوب من الأساليب الأكثر فعالية في الوصول إلى الأفراد، وبذلك أصبح قناة للرسائل الموجهة إلى الجماهير العريضة من الناس، وأصبح من بين أهم الممارسات في مختلف المجالات خاصة منها السياسية. وبذلك تكون الاتصال السياسي الذي أصبح حقلًا دراسيًا ومعرفيًا قائمًا بحد ذاته، له أسسه ومبادئه، بحيث جعل من السياسة مادته الخام، فالعملية السياسية لا يمكن تصورها بدون العملية الاتصالية، أو تصور الاتصال بدون السياسة. فالاتصال السياسي هو الذي يتخذ من الحدث السياسي محورًا لنشاطه ومعالجته.

المبحث الأول: مدخل إلى الاتصال:

كان الاتصال ومازال عنصرا هاما في الحياة برزت أهميته وفاعليته مع زيادة التقدم التكنولوجي، فلقد هيئت عمليات التحضر والتصنيع والتحديث فضلا عن الحرب العالمية الأولى الظروف المحلية والدولية الملائمة نحو الاتصالات بين كافة المجتمعات الأمر الذي جعل من العالم أشبه بقرية صغيرة. وموضوع الاتصال من أكثر الموضوعات التي شغلت اهتمام العلماء والباحثين في فروع معرفية شتى ومجالات علمية مختلفة نذكر من أهمها: علم النفس والاجتماع والسياسة والأنثروبولوجيا والتاريخ، فضلا على أنه يمثل محور اهتمام المتخصصين في دراسة العلاقات الدولية والدراسات الأدبية والعلمية والتي تصدت جميعها بالدراسة والفهم والتحليل لهذه العملية. وبعد الاتصال من الموضوعات الرئيسية في الخدمة الاجتماعية لأنها مهنة قائمة على الاتصال في كافة أشكاله، فالاتصال أداة لتنمية الإنسان وتطور معارفه وخبراته سواء من الناحية الاجتماعية أو التعليمية أو التربوية أو التثقيفية أو التوجيهية أو السياسية¹.

إن كلمة الاتصال بالرغم من تداولها الواسع تحمل معان مختلفة، فقد نستعملها لنعني بها مجال الدراسة الأكاديمي أو النشاط التطبيقي الملازم له أو بوصفها علما أو فنا أو علاقات إنسانية²

¹ - منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002، ص 05

² - فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه-نظرياته- وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 15

ولكن هذا التنوع لم يحل دون جعل كل هذه الطرق والمجالات والمعاني تركز أصلا

على عنصر أساسي هو "نقل المعلومات".¹

لغويا: يشير المعنى اللغوي للاتصال في العربية إلى الإبلاغ أو الإخبار والربط وإقامة الصلة

والتتابع والاستمرار أي التواصل، وهذه المعاني اللغوية تحمل في نفس الوقت المعاني

الإصلاحية لعملية الاتصال وتحمل كلمة Communication المعنى نفسه، حيث أنها مأخوذة

من الأصل اللاتيني Communes التي تعني يذيع عن طريق المشاركة.²

أما اصطلاحيا فيعرف في مجال الإعلام بأنه: بث رسائل واقعية أو خيالية تتصل بموضوعات

معينة على أعداد كبيرة من الناس مختلفين فيما بينهم في النواحي الاقتصادية والاجتماعية

والثقافية والسياسية يوجدون في مناطق متفرقة.

ولذلك يعرف علماء الإعلام الاتصال: بأنه "ظاهرة عامة ومنتشرة، تقوم بدور لا غنى عنه

في تحقيق التفاعل الفكري والحضاري داخل المجتمع الواحد وبين المجتمعات، أي أن الخبر

أو المعلومة سواء كانت واقعية أو خيالية تتحقق خلال عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل من

خلال عملية التغذية العكسية أي ما يصل إلى المؤسسة من آراء واتجاهات نحو سياستها³

¹ - فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه-نظرياته- وسائله، مرجع سابق، ص15

² -مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص08

³ -منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، مرجع سابق، ص ص 22، 23،

وخدماتها والعاملين فيها فهي ليست مجرد عملية إرسال واستقبال لمعلومات أو أفكار أو مشاعر بل إنها تفاعل بين جميع العناصر وبالذات المرسل والمستقبل¹.

ويعرفه عالم الاجتماع تشارلز ر رايت (Ch.R.Wright) على أنه عملية نقل المعنى

أو المغزى بين الأفراد.

أما بيرلسون وستاينر فقد عرفا الاتصال بأنه عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب، إما شفويا أو باستعمال الرموز والكلمات والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك².

وبالتالي فالالاتصال هو عملية يقوم بها الشخص في ظرف ما، بنقل رسالة ما، تحمل المعلومات

أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين، عن طريق الرموز لتحقيق أهداف معينة³.

¹ -منال طلعت محمود، المرجع نفسه، ص23

² -فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص16

³ -فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية،

الرياض، 2010، ص48

المبحث الثاني: مفهوم الاتصال السياسي:

قبل التطرق إلى مفهوم الاتصال السياسي لابد من عرض العلاقة بين الاتصال والسياسة فهناك علاقة جوهرية ما بين العملية الاتصالية والعملية السياسية، فإذا كان علم السياسة يقوم على القوة فإن رغبات من يملكون القوة لابد أن تنتقل إلى من يتوقعون أنهم يستجيبون لها.¹

وهذه العلاقة الجوهرية تصل إلى الدرجة التي يصعب معها تصور أحدهما دون الآخر أو قيامه بوظائفه بمعزل عنه، فكلاهما يتأثر بالآخر ويؤثر فيه، فليس بمقدور أي نظام سياسي حديث أن يعمل بدون مساعدة وسائل الاتصال، فالاتصال أداة مساعدة للسياسة، ينقل سياسات صناع القرارات إلى الشعوب ويبلور اتجاهات ومواقف الشعوب حتى يستفيد منها صناع القرارات.²

ويعتبر الاتصال السياسي عملية أساسية أو وظيفة رئيسية من وظائف النظام السياسي بدونها يتعذر عليه القيام بوظائفه التحويلية، ولا يمكنه أيضا التكيف مع بيئته أو الحفاظ على بقائه واستمرار أدائه ووظائفه المختلفة.³

¹-محمد نصر مهنا، الإعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، ط1، دار الوفاء، الاسكندرية، 2007، ص141

²-كمال الدين جعفر عباس، الاتصال السياسي في البعد الفكري، ط1، المكتب الإسلامي، بيروت، 2004، ص41

³-ناجي عبد النور، المدخل إلى علم السياسية، ط1، دار العلوم للنشر والطباعة والتوزيع، الجزائر، 2007، ص60

تعريف السياسة: هي والهيمنة التي تمثلها أنواع الحكومات وتتسم بمفهومين:

الأول: مفهوم تقليدي ضيق، يركز على أن السياسة هي ظاهرة دراسة الأنماط السياسية للمؤسسات العامة.

الثاني: مفهوم شامل ومعاصر ينظر للسياسة على أنها علم دراسة الوظائف والأنشطة المختلفة وتركز على المنافسة والصراع من أجل السيطرة والنفوذ.

والسياسة عملية عامة تتفاعل فيها قوى وجماعات مختلفة ومتصارعة وهي ظاهرة توزيع القيم على الأفراد والمواطنين داخل كل تنظيم سياسي.¹

الاتصال السياسي: تعاريف الاتصال السياسي عديدة ومتنوعة فقد جاء في المعجم الاعلامي بأنه هو الاتصال الذي له تأثيرات واقعية أو محتملة في عمل الدولة السياسي أو أية وحدة سياسية أخرى، وهذا الاتصال عنصر هام بالنسبة للسلطة.²

تعريف ميدو: الاتصال السياسي هو الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي أو المؤثرة فيه.³

تعريف شكديسون (Schudson): الاتصال السياسي هو أية عملية نقل لرسالة يقصد

¹-وضاح زيتون، المعجم السياسي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص215

²-محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، مرجع سابق، ص20

³-محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، 2008، صص14،15

بها التأثير على السلطة أو الترويج لها في المجتمع.

تعريف ماكنير (Mc Nair): الاتصال السياسي هو " اتصال هادف يتعلق بالسياسة"

ويشرح ماكنير هذا التعريف الموجز بقوله أنه يشتمل على:

أ- كل مستويات الاتصال التي يستخدمها الساسة أو المشتغلون بالسياسة بغية الوصول إلى غاية محددة وأهداف مقصودة.

ب- الاتصال الموجه إلى هؤلاء الساسة من غير المشتغلين بالسياسة، كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم.

ج- اتصال يتعلق مضمونه بأشخاص الساسة والمشتغلين بالسياسة وغيرهم ممن لا تنطبق عليهم هذه الصفة.¹

ولقد قدم درويس جريز تعريفاً أكثر شمولاً للاتصال السياسي مقارنة بالتعريفات السابقة، حيث تتم عملياته من خلال ما يسميه باللغة السياسية التي تتضمن رموزاً وإشارات متنوعة كتغيرات²

¹ -محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مرجع سابق، ص 16، 17

² -علي غربي، الحملة الانتخابية وعملية الاتصال السياسي، سلسلة أعمال الملتقيات، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص 124

الوجه أو الإملاء أو ربما المقاطعة أو التجاهل، وصولاً إلى العنف بدرجاته المختلفة وغيرها من التفاعلات ذات الطبيعة الرمزية التي تتجاوز الأعمال المكتوبة أو الشفهية. فالالاتصال السياسي هو تلك العملية التي يتم بموجبها تبادل المعلومات بين المرشحين والناخبين بواسطة شبكة الأنترنت، حيث يكون الهدف من هذه العملية هو التأثير على آراء جمهور الناخبين من أجل إقناعهم بالتصويت لصالح مرشح معين، وهو ما يعرف بالاتصال السياسي الإلكتروني.¹

¹-علي غربي، الحملة الانتخابية وعملية الاتصال السياسي، نفس المرجع السابق، ص124

المبحث الثالث: وظائف الاتصال السياسي:

1) الوظيفة الإخبارية: تعد الوظيفة الإخبارية من أكثر الوظائف السياسية تأثيرا في المجتمع والنظام السياسي على سواء، فهي الوظيفة الأولى التي من أجلها بدأت محاولات الاتصال الجماهيري باستخدام النشر والبت على نطاق واسع، حتى وصلت إلى عصر الثورات المتتالية في عالم الاتصال، فهي تشبع في الانسان حاجته الفطرية في معرفة ما يحدث حوله من أحداث سياسية واقتصادية واجتماعية ، والأخبار تعد مستحدثا رسميا باسم الحكومة في أي دولة من الدول، وناقلا للمعلومات السياسية، تهدف إلى صنع قبول شعبي للحفاظ على قوة الدولة أو تعزيزها.¹

2) التنشئة السياسية: تقوم وسائل الاتصال بهذه الوظيفة عن طريق تقديمها للمعلومات حول البيئة السياسية، حيث أن التنشئة السياسية هي عملية مستمرة عبر مراحل الانسان² منذ الطفولة حتى الشيخوخة، ومن خلالها يعي الفرد خصائص المجتمع والاتجاهات والأفكار السياسية السائدة على المستوى الداخلي والخارجي، كما أنها تؤدي إلى نوع من التكيف الضروري مع النظام السياسي.³

¹-جراير دوريس وآخرون، سياسة الأخبار وأخبار السياسة، تر: زين نجاتي، مكتبة الشروق الدولي، القاهرة، 2003، ص123

²-عبد الغفار رشاد القصبي، الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي، مكتب الآداب، القاهرة، 2007، ص106

³-محمد العويني، العلوم السياسية دراسة في الأصول والنظريات والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة، 1988، ص252

(3) التسويق السياسي: التسويق السياسي هو علم التأثير في السلوك العام الجماهيري في المواقف التنافسية، يتم من خلاله استخدام مبادئ وطرق ونظريات التسويق التجاري في الحملات السياسية بواسطة مؤسسات أو أشخاص متخصصين، وهذه الطرق تشمل على التحليل والتطوير والتنفيذ، وإدارة الحملات الاستراتيجية التي يقوم بها المرشحون أو الأحزاب السياسية أو المسؤولون في السلطة أو جماعات المصالح أو جماعات الضغط التي تحاول قيادة الرأي العام أو نشر أفكارها الخاصة أو الفوز في الانتخابات أو تمرير بعض القرارات والقوانين التي مصالحهم أو احتياجات فئة من المجتمع.¹

(4) التأثير على الرأي العام: أصبحت وسائل الاتصال في المجتمعات الحديثة تقرر بشكل كبير ما الذي يشكل الرأي العام، وتزوده بغالبية المعلومات التي من خلالها يطلع على الشؤون العامة ومعرفة الشخصيات السياسية، بالإضافة إلى دورها في المناقشات العامة والعملية الانتخابية ككل، فعن طريقها يتم بناء الحقيقة السياسية، فالجمهور لا يملك التحكم فيما يقدم له، وإنما هو في العادة يستجيب ويتفاعل مع مضامين الوسائط الإعلامية وتعتمد السلطة²

¹ -بن صالح جعفر، الاتصال السياسي في الجزائر: المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية جريدتي الخبر والشعب نموذجاً، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، وهران، 2013، ص42

² -محمد حمدان المصالح، الاتصال السياسي مقترَب نظري-تطبيقي، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2002،

السياسية على وسائل الاتصال في توجيه الرأي العام المحلي والتأثير عليه تحديد مواقفها المساندة لسياسات الحكومة ودعم برامجها السياسية والاقتصادية والاجتماعية.¹

(5) الرقابة على الحكومة: يوصف دور وسائل الاتصال بأنه مثل دور الحارس اليقظ الذي يعمل كحارس ضد إساءات استخدام السلطة الرسمية، وكمراقب لمصالح المجتمع وصيانتها من الفساد والمخالفات، فوسائل الاتصال تعمل كرقيب للسلطة من خلال مراقبة المؤسسات والقضايا والأحداث والآراء، وتسليط الضوء على بعضها، وتقويم أداء الحكومة وترويج مبدأ الحق في المعرفة وهذا التركيز يلفت انتباه السياسيين لها، كما أن هذه الوسائل تعمل كرقيب للأفراد فهي تعاملهم بالأحداث الجارية والأنشطة السياسية، وتشبع احتياجاتهم الشخصية.²

(6) المساعدة في صنع القرارات: تعد عملية صنع القرار السياسي من أهم العمليات السياسية وقد أثبتت إحدى الدراسات الأمريكية أن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا على القرارات السياسية، ويرجع ذلك إلى سببين هما:

أ- أن وسائل الإعلام تؤثر على القرارات السياسية ذلك لأنها قد تعطي الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار.³

¹-محمد حمدان المصالحه، الاتصال السياسي مقترَب نظري-تطبيقي، ، مرجع سابق، ص75

²-بن صالح جعفر، مرجع سابق، ص42

³-صالح أبو إصبع، استراتيجيات الاتصال، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص209

ب- أن صانع القرار يعتقد أنها هامة، فهو ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس اتجاه سياسته. إن وظيفة وسائل الاتصال في صنع القرار السياسي تختلف باختلاف طبيعة النظام السياسي السائد في المجتمع، فوسائل الاتصال في الأنظمة الديمقراطية تكون حرة في نقل المعلومات والتفاعل مع القضايا والأحداث، وبالتالي تكون قدرتها على صنع القرار قوية بينما في النظم السلطوية أو النظم التي تمنح قدرا محدودا من الحرية، يضعف الدور الذي قد تمارسه هذه الوسائل.¹

(7) دعم مشروعية النظام السياسي: تعمل وسائل الاتصال كأداة من أدوات الشرعية الاجتماعية على منح الوضع الشرعي للأشخاص والمنظمات، وتعيد تأكيد مستويات القيم المطلقة والمعتقدات الاجتماعية، وهي بهذا تدعم الوضع السياسي والاجتماعي القائم، ووظيفتها السياسية تتمثل في مساعدة النظام الاجتماعي القائم على كيانه، من خلال ترويض الجماهير وتوعيتها وإقناعها بجدوى النظام السياسي عن طريق تحقيق الإجماع أو الاتفاق بين أفراده حول شعارات وأهداف واحدة، ووسيلتها في ذلك هي الإقناع الذي يتحدد في السيطرة على هذه الجماهير وتوعيتها بجدوى النظام السياسي القائم حتى تضمن قيامهم بالأدوار المطلوبة²

¹-صالح أبو إصبع، استراتيجيات الاتصال، نفس المرجع السابق، ص209

²-بن صالح جعفر، المرجع سابق، ص ص 46،47

8) تأكيد الشعور بالهوية الوطنية: إن وسائل الاتصال، من خلال ما تقدمه من معلومات وتتناوله من قضايا مختلفة، تقوم بدور هام في التأكيد على الشعور بالوطنية، من خلال نقل تراث المجتمع، لغته وعاداته وتقاليده وتعميق الروابط التاريخية والثقافية والاجتماعية والسياسية في النفوس، وبث روح الولاء والانتماء الوطني، وتعميق العلاقة بين أفراد المجتمع وذلك عن طريق تكوين أو تعديل أو تدعيم أو تغيير اتجاهات الحياة الاجتماعية المنظمة طبقاً للثقافة السائدة أو الاستجابة عن طريق العلاقات الاجتماعية والواجبات التي تفرضها الجماعة والآراء التي يتعارف عليها المجتمع.¹

¹ - بن صالح جعفر المرجع نفسه، ص 47

المبحث الرابع: الاتصال السياسي ودوره في الحياة السياسية:

للاتصال السياسي دور كبير في الحياة السياسية، فهو يعد حلقة الوصل بين المواطن والنخب السياسية وصناع القرار في الدولة، وعلى هذا فإن للمواطن الحق في إيصال احتياجاته ورغباته ومطالبه إلى الحكومة والعاملين في المجال السياسي بشكل عام.

والاتصال السياسي كان يشير إلى دراسة تواصل الحكومات مع الناخبين ليتطور إلى تبادل الحوار السياسي بين الأغلبية والمعارضة، ومع الوقت اتسع ليشمل دراسة دور وسائل الاعلام في صناعة الرأي العام. أما الآن أصبح المفهوم يشمل دراسة دور التواصل في الحياة السياسية من خلال استطلاعات الرأي والتسويق السياسي والدعاية مع الاهتمام بشكل خاص بالفترات الانتخابية، بالإضافة إلى دوره في الحصول على الدعم الجماهيري لمختلف المؤسسات السياسية، وتمكينه من إيضاح رؤيتهم وبرامجهم لأكثر عدد من الأفراد لكسب المزيد من التأييد،¹ وهو أكثر قدرة على تحقيق التفاعل بين المشاركين في الأنشطة السياسية من الإعلام الذي يكاد ينحصر في منظمات مهنية تخضع للنظم والقوانين السائدة.²

¹ -موسى عساف، مهارات التواصل السياسي، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، 2016، ص 21

² -سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام، المملكة العربية السعودية، 2006، ص 45

إن الاتصال السياسي له وظيفة ذات طبيعة توجيهية تعمل على بناء المعرفة وشرح وتحديد الأفكار والمعلومات المتبادلة التي تستخدم أثناء الحملات الانتخابية والسياسية، ودوره في إيجاد تفسيرات بديلة للعمليات الانتخابية قد تساعد على تعديل برامج والأنشطة السياسية والهيكل الحزبي¹ ، كما له دور في نقل وتحليل النشاط السياسي وإتاحة المجال أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات والبيانات وتلقي ردود أفعال الجمهور نحو سياساتهم وقراراتهم ومواقفهم، مما يساعد في كل العمليات والخطوات المصاحبة لصنع القرار السياسي.

الاتصال السياسي أهم دور له هو تقييم أداء السلطة والقائمين عليها، فهو يؤدي وظيفة سياسية هامة ويعمل على إحداث تأثيرات واقعية ومحتملة على عمل وسلوكيات الأفراد المستقبليين لمضمون رسائلهم الإقناعية.²

¹ -أبويكر مبروك الغزالي، الاتصال السياسي، كلية الإعلام، جامعة بنغازي، ، تاريخ المعاينة: 2018/04/15 على الساعة 19:03 سا

<http://uob.edu.ly/assets/uploads/pagedownloads/0a7ef>

² -فتحي شمس الدين، الاتصال السياسي واستراتيجيات التواصل مع الجماهير، 2014، تاريخ المعاينة: 2018/04/15 على الساعة 14:56 سا

المبحث الخامس: الاتصال السياسي وبناء الوعي السياسي:

نقصد بداية بالوعي السياسي اكتساب الفرد والجماعة وإدراك أوضاع معرفية تمكنهم من تحليل القضايا المطروحة على الساحتين الدولية والوطنية تجاهها وبشكل آخر هو إدراك الفرد ومشكلاته ومن ثمة الحكم عليها وتحديد موقفه تجاهها وبشكل آخر هو إدراك الفرد لمواقع مجتمعه ومحيطه ومعرفة طبيعة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية المحيطة به والقوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة وغياب الوعي يعطل دور الفرد والجماعة فلا بد من معرفة الواقع و رصد الجوانب والقوى المؤثرة فيه فضلا عن رصد الأحداث و تحليلها

واستكشاف خلفياتها وأبعادها وآثارها، وإلا كانت النتيجة عدم القدرة على استقراء اتجاهات الأحداث والعجز عن وضع خطط مناسبة وعدم الاستفادة من الفرص المتاحة.¹

ويشير أيضا مفهوم الوعي السياسي الى رؤية أعضاء الفئات الاجتماعية في المجتمع للنظام السياسي القائم والعمليات السياسية والممثلين السياسيين وأهداف وبرامج السياسية كذلك التنظيمات السياسية بما فيها الأحزاب السياسية و الحملات الانتخابية ومواقف الأفراد منها ومدى مشاركتهم في نشاطاتها ومن بين أهم محددات الوعي السياسي نجد:²

¹-فضيل دليو، الاتصال السياسي في الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، الجزائر، 2010، ص160
²-جبريل ألموند وباول الابن، السياسيات المقارنة في وقتنا الحاضر، تر: هشام نصار، دار الأهلية، مصر، 1998، ص55

-وعي الشباب بالمعارف السياسية.

-وعي الشباب بقضايا المجتمع و مشكلاته.

-وعي الشباب بالمشاركة السياسية أي ادراكه للعملية السياسية أي يعني كيفية المشاركة فيها يصبح ذا تأثير في البنية الاجتماعية ومن هنا فان تنمية الوعي السياسي والثقافة السياسية من نشأتهم الرفع من كثافة المشاركة السياسية التي تعد مصدرا من مصادر اكتساب الوعي السياسي.¹

ولهذا يلعب الاتصال السياسي دورا مهما في تنمية الوعي السياسي لدى الأفراد في الدول الديمقراطية و المتطورة على وجه الخصوص بينما في الدول النامية وبخاصة منها تلك التي تميل الى الحكم الشمولي أو الفردي فانه يكرس الهيمنة والتحكم في سلوك الأفراد والجماعات وذلك لأنه يعكس الوجه الحقيقي للواقع الذي يظهر فيه ومن هذا المنطلق ينبغي أن يتم في مناخ سياسي ملائم لذلك فالبيئة السياسية تعتبر وسيلة من وسائل الاتصال وذلك من خلال ما تتركه من تأثير معرفي على الاتصال الشخصي و انعكاسه على السلوك السياسي للفرد من ثم على اختياراته والجديد أن الاحداث والأزمات نتيجة للجو السائد الذي يشجع على متابعة²

¹-جبريل ألموند وباول الابن، السياسيات المقارنة في وقتنا الحاضر، مرجع سابق، ص55

²- علي غربي، الحملة الانتخابية وعملية الاتصال السياسي، المرجع نفسه ، ص ص86،87

الأخبار والتحليلات والأحداث عبر وسائل الاعلام المختلفة والتي تزيد من حماسة الناخبين ومن خلال البيئة التي يعيشون فيها يحصل الناخبون على المعلومات السياسية التي تهمهم في الحملات الانتخابية من خلال الاتصال السياسي عن طريق اختيار الرسائل الاعلامية التي تلبي انشغالاتهم وطموحاتهم الشخصية بما يساعدهم على اتخاذ قرار الاختيار المناسب كما انه يساهم في صياغة وتشكيل الحقيقة السياسية في المجتمعات الديمقراطية التي تمنح وسائل الاعلام هي مرآة المجتمع العاكسة لأهم القضايا التي تثير الساسة و صناع القرار وتنال اهتمام الجميع ومن جهة أخرى تقوم وسائل الاعلام بتوطيد وتعميم عملية الاتصال السياسي من خلال وايصالها لمختلف فئات المجتمع دون تمييز أو تحيز لطرف دون الأخر وكل هذا طمعا في زيادة الوعاء الانتخابي لصالح المرشح الذي يسعى للفوز والذي تزداد حظوظه في الفوز كلما استطاعت رسائله استمالة المزيد من الاصوات.¹

¹-علي غربي، المرجع نفسه، ص 87

المبحث السادس: نماذج الاتصال السياسي:

1. النموذج الاستراتيجي: مصطلح استراتيجي يعني عملية اتصالية موجهة نحو أهداف موافقة لمصالح الفاعل أو القائم بالاتصال أي أن العملية الاتصالية هنا تأخذ طابع الاستراتيجية التي وضعت لنفسها أهداف و التي تسخر مجموعة من الوسائل لبلوغ هذه الأهداف بنجاح . وهذا النموذج يصب اهتماما على وضعيتين قد تعترض الحياة السياسية و التي قد تمر بها الأنظمة السياسية عندما تكون في حالة الحرب أو في حالة الصراع.

والمودج الاستراتيجي حسب Hugues gaze nave يقوم على فكرة عدم المساواة الأطراف المتداخلة في العملية الاتصالية السياسية فالمرسل الوحيد في المجال السياسي عادة ما يكون هم الحكام سواء كانوا قاندي الجيوش أو من رجال السلطة أو في طريق الوصول اليها ففي كل الأحوال يكون المرسل هو الحاكم أنه يوكل للمحكومين دور المتلقين السلبيين إنهم في لحظة مدعوون لمساندة الأمير، لتعبئتهم وإحباط معنويات العدو. أو التصويت لصالح مرشح ما إن أهمية الكتابات النظرية المعتمدة على النموذج الاستراتيجي تكمن أساسا في الدراسة المفصلة لمختلف التقنيات والوسائل التي يستعملها الأمير لبلوغ أهدافه، ومن ذلك مثلا كتاب فن الحرب الذي يعرض فيه أهم الأساليب التلاعبية المستخدمة من طرف الساسة الذين يطمحون في¹

¹ -هيوك كازنيف، نماذج الاتصال السياسي، تر: نبيلة بوخبرة، العدد14، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2014، ص78

تلميع صورتهم أمام جمهور الناخبين أو تشويه صور الخصوم كما يعرض كل الوصفات الصالحة لتشويه وتوجيه وإخفاء وتعزيز أو التلاعب بالواقع الموضحة في الشروط التي لاتزال صالحة اليوم.

2. النموذج النسقي (الاتصال والنظرية العامة للأنساق):

يمكن أن نستشهد في هذا المضمار بدراستين: الأولى لـ Y.G Golemen G.A Almond والثانية لـ K.W Deutsch. تنتمي الدراسة الأولى إلى التحليل الوظيفي إذ ترى أن الاتصال السياسي بالنسبة إليها ما هو إلا وظيفة سياسية تختلف عن وظيفة الإدماج والحس الاجتماعي والتجنيد، وهذه الوظيفة مدروسة وفق 4 معايير التي يمكن تلخيصها فيما يلي هي:

- تجانس المعلومات السياسية.
- تحرك المعلومات السياسية.
- حجم المعلومات السياسية.
- اتجاه المعلومات السياسية.

على ضوء هذه المعايير قام الباحثان بعقد مقارنة بين الأنظمة السياسية من خلال طبيعة الاتصال السياسي المتبني في مختلف الأنظمة المدروسة وانتهوا إلى إبراز أوجه الاختلاف بين طريق النمو.¹

¹ - هيوك كازنيف، نماذج الاتصال السياسي، مرجع سابق، ص ص 78، 79

3. النموذج السلوكي:

يقول Gazevane أن لهذا النموذج علاقة مباشرة بنظرية "الإبرة تحت الجلد" الذي يعود الفضل في تأسيسها إلى Harold Lasswell، كما لها ارتباط وثيق بأعمال Lazarsfeld في الثلاثينات والأربعينات، إذ كان ينظر وقتئذ إلى المجتمع كمجتمع جماهيري يتكون من أفراد سلبين، منعزلين، ويتقبلون دون مقاومة كل ما تبثه وسائل الإعلام من آراء ومواقف ونماذج سلوكية.

يقوم النموذج على برنامج بحوث أمبريقية هدفها إثبات أو نفي هذا التصور لعلاقة وسائل الإعلام بالجمهور. لقد لخص Lasswell هذا البرنامج في سلسلة من الأسئلة الشهيرة: من؟- يقول ماذا؟- بأية قناة وبأي تأثير؟

يعرف الاتصال السياسي في هذا النموذج على كونه علاقة قائمة بين مرسل (من؟) ورسالة (ماذا؟) ومستقبل (لمن؟) وقناة (بأية قناة) وذات تأثير (بأي تأثير؟)، إذ ينظر إلى هذا التعريف كعملية خطية لانتقال المعلومات، وهو يصب كل اهتمامه على العنصر الأخير من سؤال Lasswell وهو عنصر التأثير الذي استقطب اهتمام معظم الدراسات الإعلامية لما بعد الحرب العالمية الثانية.¹

¹ - هيوك كازنيف، المرجع نفسه، ص ص 79، 80

4. النموذج النقدي: مرتبط بأعمال وأفكار مدرسة فرانكفورت التي تضم عددا من المفكرين

البارزين وجلهم ألمان، ومن بينهم على الخصوص Jurgen Habermas و Max

Horkhermer و Theoder Adorno و Herbert Marcuse

إن النظرية النقدية قائمة على شبه مسلمة بخصوص علاقة الجمهور بوسائل الإعلام مفادها أن

وسائل الإعلام كاملة الجبروت وذات تأثير قوي على الرأي العام، مما يجعلها تنظر إلى

النموذج السلوكي كالنموذج الاتصالي المهين، كما ركزت على تحليل الآثار القوية والطويلة

المدى لوسائل الإعلام على الآراء السياسية والاجتماعية للأفراد، كما كانت تطمح إلى تفسير

سبب عدم توضيح الآثار السلبية لوسائل الإعلام من طرف مدرسة لازار سفيلا الإمبريقية،

بالإضافة إلى تركيزها على تحليل الديمقراطية الغربية التي يحتل في كنفها مفهوم الاتصال

معانيه الكاملة نظريا أو مكانة مركزية ويصف سلوك الفاعلين عبر أربع أنواع من الأفعال.

5. النموذج الحوارية: يظهر كتكملة للنموذج النقدي، فهذا النموذج يطرح بصفة معينة المجتمع

المثالي، فالالاتصال حسب هذا النموذج هو تبادل للحجج بين مختلف الأفراد المشكلين

للمجتمع.¹ ومن هنا تظهر الميزة الأولى للاتصال السياسي حسب هذا النموذج وهي الاعتماد

على العقل والعقلانية والمنطقية، وتمثلت الميزة الثانية للاتصال السياسي في الحركية المعكوسة

للأدوار، فكل فرد يمكن أن يكون مرسل أو مستقبل في سيرورة الاتصال (الحوار)، أما الميزة

¹ - المرجع نفسه، ص ص 81:83

الثالثة للاتصال السياسي فهي السعي إلى خدمة الصالح العام ولهذا يستعمل الحجج الأكثر

عقلانية لبلوغ هذا الهدف.¹

¹ - المرجع نفسه، ص 83

المبحث السابع: الاتصال السياسي في الجزائر:

لقد مر الاتصال السياسي في الجزائر بمراحل عديدة منذ الاستقلال إلى غاية اليوم:

الاتصال السياسي قبل إقرار التعددية: إن الاتصال السياسي في هذه المرحلة لم يشرك أي طرف خارج عن نسقه في عملية الاتصال السياسي، بل كل عملية اتصال كانت في شكل قرارات ونصوص وتوجيهات أحادية الاتجاه أي من القمة إلى القاعدة، مادامت هياكل التمثيل الديمقراطي والأحزاب السياسية والجمعيات غائبة. وقد أكدت النصوص التشريعية المنظمة لقطاع الإعلام أن الإعلام لا يشكل قطاعا مستقلا عن السلطة لا في شكله ولا في مضمونه، بل جزء من طبيعة التنظيم السياسي القائم على مبدأ الجماعة في المداولة والأغلبية في القرار، أي أن الإعلام في هذه الفترة كان موجه من طرف نظام الحزب الواحد الذي يسيطر على قطاعات الحياة العامة الجزائرية.¹

الاتصال السياسي بعد التعددية: لا بد من الاعتراف في البداية أن التجربة السياسية في الجزائر هي تجربة فنية وبصدد البناء، فالجزائر استكملت بناء المؤسسات الضرورية التي تعطي الشرعية في قيادة المجتمع كالمجلس الشعبي البلدي والولائي والوطني، وكذا الدستور والميثاق الوطني²

¹- عيسى عبيد نورية، استراتيجيات الاقناع في المواقع الإلكترونية للأحزاب السياسية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، مستغانم، 2017، ص144

²- فضيل دليو، الاتصال السياسي في الجزائر، مرجع سابق، ص ص151، 152

سنة 1977 وبعد أحداث أكتوبر وما تلاها من التحولات السريعة التي أفرزت واقعا جديدا تجسد في بروز إطار تشريعي تأسيسي يتمثل في دستور 23 فيفري 1989 يختلف في إطاره العام عن مجموع الدساتير السابقة التي عرفت الجزائر منذ الاستقلال حيث نص على ضرورة الانتقال إلى مرحلة من الحكم وتتميز بالتعددية السياسية وسنتطرق إلى الاتصال السياسي وأبعاده في هذه المرحلة في أربعة جوانب يمكن أن نعتبرها أهم فضاءات الاتصال السياسي وهي الصحافة، الإذاعة والتلفزيون، الأحزاب السياسية.

الصحافة المكتوبة: في ظل هامش الحرية الذي سمح به الخطاب السياسي والإطار التشريعي الجديد للإعلام قد فسخ المجال أمام إصدار دوريات بمختلف أنواعها وبذلك كان ميلاد أول يومية مستقلة باللغة الفرنسية في شهر سبتمبر من سنة 1990 بعنوان مساء الجزائر، أما أول يومية مستقلة باللغة العربية في شهر نوفمبر من نفس السنة بعنوان جريدة الخبر.¹

أغلب الصحف تعيش على الإشهار الذي يوزع عليها في معظم الحالات من طرف الدولة التي تحتكر الورق، المادة الحيوية بالنسبة للصحافة فضلا عن كون الدولة تدعم الصحف، وبالتالي فهي مرتبطة بها لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تنتقد السلطة إلا في حالات شاذة خصوصا إذا ما تعلق الأمر بالسياسة، والأصح القول أنها تمارس اتصالا سياسيا.²

¹- عيسى عبيدي نورية، مرجع سابق، ص 144، ص 146

²- فضيل دليو، المرجع نفسه، ص 156

ومما سبق يمكن القول أن الاتصال السياسي على مستوى الصحافة المكتوبة لا يرقى إلى المستوى المطلوب كونه يكتفي بنقل المعلومة وتنقية ما يجب أن ينشر، وذلك وفق معايير غير مهنية في كثير من الأحيان، علاوة على عدم تأدية أهم الأدوار وهو نقد ومراقبة السلطة.

الإذاعة والتلفزيون : يطلق على التلفزيون "الإعلام الثقيل" والإذاعة "الإعلام نصف الثقيل"، ونظرا لثقلها احتكرت السلطة قطاع السمعي البصري في الجزائر ولم تفتحه أمام الخواص، وينظر إلى هذا القطاع بحساسية مفرطة في بعض الأحيان نظرا للسمات والخصائص التي يتحلى بها من جهة ، والخوف من انقلاب الأمور وتعهدها أو استغلالها من طرف جهات معينة في حالة فسخ المجال أمام الخواص من جهة أخرى.¹

مرحلة انفتاح التلفزيون والإذاعة للقطاع الخاص :

صدر قانون الإعلام 05-12 القانون العضوي المؤرخ في 12 يناير 2012 جاء متضمنا 133 مادة مقسمة إلى 12 بابا كاسرا للفراغ القانوني الذي عرفه قطاع الإعلام منذ التسعينات، أهم ما جاء في هذا القانون هو فتح قطاع السمعي البصري للخواص حيث نص على أنشطة الإعلام.²

¹ - المرجع نفسه، ص ص 153، 156

² - عيسى عبيدي نورية، المرجع نفسه، 152

صدر قانون السمعى البصرى 14-04 المؤرخ فى 24 فبراير 2014 يتعلق بالنشاط السمعى

البصرى يحتوى القانون الذى ىمئل الإطار التشريعى المسىر لنشاط السمعى البصرى فى الجزائر على 113 مادة. جاء هذا القانون لىنص على الكىفىات التى تسمح للخواص من الاستثمار فى مجال الإعلام السمعى البصرى.¹

الأحزاب السىاسىة: إن الاتصال السىاسى هو العمود الفقرى بالنسبة للأحزاب نظرىا، لكن الواقع أن الاتصال السىاسى على مستوى أغلابة الأحزاب السىاسىة الجزائرىة هو الغائب الأكبر، فالعامل السىاسى فى الجزائر عوما ىتسم بالموسمىة أى تتزامن مع مواعىد انتخابىة، التى ىشمر خلالها السىاسىون عن سواعدهم، لكسب أكبر الأصوات ثم العودة إلى السىادة مرة أخرى لدرجة جعلت السلطات الجزائرىة تصف الكثر من الأحزاب بالمجهرىة. فالواقع ىثبت أن عمل الأحزاب متقطع إلا فى الفترة الأخرىة بالنسبة لعدد من الأحزاب المعروفة على الساحة الوطنىة، وبداىة سنشرع ب:²

الاتصال السىاسى الداخلى: غىاب لقاءات دورىة تستحق الذكر، ىقوم خلالها المناضلون والمنتمون لحزب ما ىطرح قضاىا للنقاش ومعرفة رأى القاعدة حولها حىث تقتصر اللقاءات على التحضىر لمواعىد حزبىة معىنة كالجمعىات العامة إعداد التقارير.³

¹ - المرجع نفسه، ص153

² -فضىل دلبو، مرجع سابق، ص157

³ -عسى عبدى نورىة، المرجع نفسه، ص154

الاتصال السياسي الخارجي: لم يرتقي الاتصال السياسي الخارجي للأحزاب، فهو جد ضعيف نتيجة غياب عمل جوارى متواصل مع المواطنين، فمختلف الأحزاب لا تملك وسائل إعلام خاصة بها فضلا عن غياب ملصقات أو نشاطات للاقترب والاتصال بالمواطنين لدرجة جعلت المنتخب الذي صوت عليه المواطنين لتمثيلهم لا يلتقي بهم إلا عند اقتراب الانتخابات، وهو ما يعكس الشرح الحقيقي الموجود بين الساسة وعامة الناس.¹

عموما يمكن القول أن الاتصال السياسي في المجتمع الجزائري موجود لكن بشكل علمي أو على الأقل بشكل واضح المعالم. فالكلم يتكلم في السياسة، والاتصال السياسي يستهوي الكثير من الجزائريين القائمين على السياسات المختلفة تارة والمآزرين لها تارة أخرى. والاتصال السياسي لا يرقى إلى منافسات عميقة يمكن أن تؤدي إلى مشاركة سياسية فعلية تمكن في النهاية من مساعدة الدولة في اتخاذ القرار الملائم الذي يحظى بالدعم والموافقة الشعبية، ويعود ذلك أساسا لقلّة تنوع المعلومات السياسية التي تصب غالبا في اتجاه واحد.

وينبغي التأكيد على أن للمستوى التعليمي والثقافي دور أيضا في محدودية الاتصال السياسي وآفاقه الضيقة في الجزائر، وهو ما أفرز غياب وتغييب العنصر والحلقة الأساسية في السياسة²

¹ - المرجع نفسه، ص 154

² - فضيل دليو، المرجع نفسه، ص ص 158، 159

وهو الجمهور أو المواطن الجزائري لدرجة جعلت الأغلبية من المواطنين لا يعرفون الأحزاب السياسية الموجودة ولا اتجاهاتها، وكخلاصة ظهر ما يسمى بالعزوف عن المشاركة السياسية، وولد الخوف من مقاطعة الانتخابات.¹

¹ - المرجع نفسه، ص 159

تمهيد

تعتبر الأحزاب السياسية إحدى أهم هياكل مؤسسات الدولة والوسيط بين الساسة والمواطنين، حيث أن الأحزاب السياسية تسعى إلى توصيل متطلبات الشعب وإيصالها إلى الحكومة. والأحزاب السياسية لها دور كبير ومهم في المجتمع، وتسعى هذه الأخيرة من خلال الانتخابات للوصول إلى السلطة، ولهذا تحتاج الأحزاب السياسية في أي نظام سياسي إلى بيئة ديمقراطية تقوم على ترسيخ دولة المؤسسات وضمان الحريات والحقوق الأساسية للأفراد، ويعتبر الحزب كـمكون رئيسي من مكونات الأنظمة السياسية المعاصرة، مما يسمح بممارسة وظائف هذه الأحزاب بكل حرية دون تقييد، لأن كل حزب له أيديولوجيته ومبادئه التي يؤمن بها، ويسعى للمناضلة من أجلها. وبذلك تعتبر الأحزاب السياسية على تعددها وتنوع أنماطها فاعل محوري ضمن مكونات النظم السياسية الديمقراطية نظرا لدورها الأساسي في تطوير المجال السياسي.

المبحث الأول: نشأة الأحزاب السياسية:

تختلف الأحزاب السياسية في طبيعتها عن النقابات المهنية والعملية، فهي في حقيقتها تجمعات بين عدة أشخاص تربط بينهم وحدة الهدف السياسي، وتتأثر الأحزاب السياسية كذلك بعمق أصول نشأتها. إذ هي نتاج التطور التاريخي لتقدم الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات المتقدمة، وتجسيدا سليما لتداول السلطة.

وفي البداية استخدم لفظ الأحزاب لوصف تلك الجماعات التي وُحِدَتْ في الجمهوريات الرومانية القديمة، كما أطلقت على الفرسان في عهد النهضة بإيطاليا، وأطلقت اللفظة كذلك على أعضاء الجمعيات الثورية واللجان الانتخابية في الملكيات الدستورية. ولقد لعبت الحكومات المتسلطة دورا هاما في عملية التنمية الاقتصادية، مما أعاق المشاركة السياسية الجماهيرية. ومع زيادة التقدم التكنولوجي زادت الرغبة في مشاركة الجماهير في النواحي السياسية، وشعرت الحكومات المتسلطة بحاجتها إلى نفوذ أكبر لرقابة السكان، فقيام أول حكومة حزبية له دلالة خاصة على مقدرة الأفراد لممارسة السلطة السياسية لمهارتهم فيها. حقيقة أن أول حكومات حزبية ظهرت بعد فترة من العنف والضغط من جانب الحكومة ويتمثل هذا في عصرنا الحالي في فيتنام بعد¹

¹ -حسين عبد الحميد، أحمد رشوان، الأحزاب السياسية وجماعات المصلحة والضغط، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية،

أن طرد الرئيس ديام **Diem** وكذلك في اليابان بعد عام 1945، فقد ظهرت المشاركة بعد من الديكتاتورية. ويقول **ديفرجيه** أنه حتى عام 1900 نشأ عدد من الأحزاب بتطور النظام الديمقراطي، فلقد كان التوسع التدريجي الذي حدث في حق الاقتراع أي حق المواطن في التصويت عاملا أساسيا في ظهور الأحزاب السياسية خارج البرلمان هو القاعدة.

وهكذا ارتبطت نشأة الأحزاب السياسية بالظروف الاجتماعية التي تسود المجتمع الذي تظهر فيه الأحزاب. وما يتعلق بالانتخابات والعمل البرلماني، وهو ما يمكن أن تطلق عليه النشأة الداخلية للأحزاب ويقصد بها الأحزاب التي ظهرت تدريجيا من خلال أنشطة الهيئة التشريعية نفسها وعندها بدأ الأخذ بالانتخابات كوسيلة لتشكيل المجالس النيابية، والتوسع في إدلاء المواطنين بأصواتهم في الانتخابات والمواقف السياسية والفكرية، أو ما يطلق عليه الميول الأيديولوجية كان عاملا أساسيا في تكوين الأحزاب. وهناك أحزاب أخرى نشأت خارج هذا الإطار وهي الأحزاب ذات النشأة الخارجية التي تنشأ أو تقوم خارج إطار البرلمان أو الجماعة البرلمانية، وهي تتطوي على بعض التحدي للحكم القائم وعلى المطالبة بالتمثيل في البرلمان وتستقر نتيجة لوجود مؤسسة مسابقة عليه في الوجود، بل وتمارس نشاطا خارج عن البرلمان.¹

¹-حسين عبد الحميد، أحمد رشوان، مرجع سابق، ص ص 42، 46

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية

نشأت الأحزاب الاشتراكية في البلدان المختلفة من خلال نقابات العمال ومن أهم هذه الأحزاب أقدمها حزب العمال البريطاني. كذلك أسهمت الجمعيات التعاونية الزراعية في نشأة الأحزاب السياسية ذات النشأة الخارجية¹.

¹-حسين عبد الحميد، أحمد رشوان، المرجع نفسه، ص47

المبحث الثاني: مفهوم الحزب السياسي:

لقد تعددت تعريفات الحزب السياسي بتعدد الإيديولوجيات من ناحية وبتعدد الزاوية التي ينظر منها الى تلك المجموعة النشطة من ناحية أخرى و الأحزاب مثلها مثل باقي الظواهر السياسية لذلك تطرقنا إلى بعض التعاريف من منظور مختلف الباحثين :

جاء في لسان العرب لابن المنظور ان الحزب يعني الصنف من الناس أو الجماعة أو الطائفة ومن هنا فان الحزب لغة يفيد أيضا الجمع بين الناس أو الجماعة أو الطائفة ومن هنا فان الحزب لغة يفيد أيضا الجمع بين الناس وهو ما يدل على الاعتياد على شيء ما .¹

تعرف الأحزاب السياسية في القواميس: على أنها منظمات توعية تربط بين المواطنين وحكومتهم وتعمل الأحزاب على توفير المرشحين للمناصب العامة وتنظيم الحملات لاختيار هؤلاء المرشحين والمنافسة بهم مع الأحزاب الأخرى على المناصب بمختلف مستوياتها المحلية والقومية كما تشجع الأحزاب السياسية المواطنين على المشاركة السياسية والتوجه الى صناديق الاقتراع لانتخاب ممثلهم.²

¹-ابن منظور وآخرون، لسان العرب، دار صادر، بيروت،1992، ص299

²-صفر الجبالي وآخرون، قاموس المصطلحات المدنية والسياسية، ط1، مركز إعلام حقوق الانسان والديمقراطية، فلسطين،

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية

تعريف الاحزاب السياسية في الموسوعة :

الحزب السياسي جماعة منظمة من المواطنين متفقة على تنفيذ مبادئ سياسية معينة اذا تولت السلطة وذلك في حالة نجاح ممثلها في المجالس النيابية لهذا كانت الأحزاب السياسية من أركان الأنظمة الديمقراطية بمفهومها التقليدي (الديمقراطية الغربية) باعتبار أن الأحزاب هي التي تقوم بإبراز المبادئ والأهداف القومية من اجتماعية واقتصادية وسياسية وتعمل على توعية الجماهير وبلورة آراءهم السياسية.¹

يعرف روبرت ما كنير الحزب السياسي: على أنه عبارة عن هيئة منظمة تسعى الى مساندة بعض المبادئ وتدعيمها أو هيئة منظمة سياسية تحاول من خلال القنوات والوسائل الدستورية الشرعية أن يكون لها دور مؤثر وفعال في النطاق الحكومي، كما أن هناك أوشن راني يرى بأن الحزب السياسي عبارة عن جماعة منظمة ذات استقلال ذاتي يقوم بتعيين مرشحيه وبخصوص المعارك الانتخابية على أمل الحصول على المناصب الحكومية والهيمنة على الأنشطة الحكومية وخططها.²

¹-فراس البيطار، الموسوعة السياسية والعسكرية، الجزء الأول، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص07

²-محمد السويدي، علم الاجتماع السياسي: ميدانه وقضاياها، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص88

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية

يعرف المفكر شليز نجزفري الحزب السياسي: بأنه التنظيم السياسي الذي يشارك بنشاط وفعالية في التنافس من أجل المناصب الانتخابية وعرفه أيضا بأنه أي تنظيم يعين مرشحين للانتخابات للوصول إلى البرلمان.

وعرف بطرس غالي الحزب بأنه وحدة معقدة، فهو منظمة جماهيرية اجتماعية لها جهاز إداري كامل وهيئة موظفين دائمين كما أن له انصارا عديدين بين أفراد الشعب ينتمون إلى بيئات وفئات ولهم عادات وتقاليد مختلفة ويهدف الحزب في النهاية إلى الاستلاء على السلطة بالقوة تارة وبالوسائل السلمية تارة أخرى أي بالوسائل الديمقراطية أو بالوسائل الثورية الدموية.¹

وعرف المشرع الجزائري الحزب السياسي: بأنه تجمع مواطنين يتقاسمون نفس الأفكار ويجتمعون لغرض وضع مشروع سياسي مشترك حيز التنفيذ للوصول بوسائل ديمقراطية وسلمية إلى ممارسة السلطات والمسؤوليات في قيادة الشؤون العمومية.²

¹-بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام البرلماني والسياسي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص42

²-المادة 3 من القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 15يناير، المتعلق بالأحزاب السياسية، العدد 2، الجريدة الرسمية،

المبحث الثالث: تصنيف الأحزاب السياسية:

إن تصنيف الأحزاب السياسية يواجه إشكالية معايير التصنيف: فليس من السهل إيجاد تصنيفات موحدة لتقسيم الأحزاب، وهذا راجع إلى اختلافات في طبيعة الحزب وتنظيمه وأهدافه أو يرجع ذلك إلى اختلافات في الأنظمة السياسية المتنوعة.

وأثناء الحديث عن موضوع تصنيف الأحزاب يأخذنا الحديث إلى أبرز الكتاب في هذا المجال ألا وهو موريس دوفرليه الذي ميز بين أحزاب النخبة والأحزاب الجماهيرية، ثم أضاف تصنيفاً آخر عام 1976 وهي الأحزاب ذات الهياكل الجامدة والأحزاب المرنة.¹

كما اقترح عالم السياسة جون شارلو تصنيف ثلاثي جديد يأخذ بعين الاعتبار ليس الايديولوجية والتنظيم الظاهري للحزب، ولكن بالأخص أهداف الحزب واستراتيجيته، ويميز هذا التصنيف بين أحزاب الأعيان، أحزاب المناضلين، أحزاب التجمع.

(1) أحزاب الأعيان: تشبه أحزاب الأطر، تضم شخصيات بارزة ذات مكانة اجتماعية

واققتصادية تتمتع بثروة تؤهلها لتمويل المعركة الانتخابية لمرشحي الحزب.²

¹ - ناجي عبد النور، النظام السياسي من الأحادية إلى التعددية السياسية، مرجع سابق، ص35

² - محمد السويدي، علم الاجتماع السياسي، ميدانه وقضاياها، مرجع سابق، ص103

(2) أحزاب المناضلين: تقوم بإعطاء اهتمام أكبر للمنتسبين في صفوفها، والذين يدفعون اشتراكا ويبدلون نشاطا لمصلحة الحزب، وهؤلاء المناضلين يمارسون تأثيرا كبيرا في نجاح الحزب واتخاذ قراراته.

(3) أحزاب التجمع: تهتم بالناخبين الذين يناصرون الحزب في المعركة الانتخابية، فهذه الأحزاب غير طبقية وتهدف إلى تعبئة الناخبين من أصل اجتماعي ومهني وعرقي مختلف.¹

وتاريخيا قدم جيوفاني سارتوري في كتابه الأحزاب والنظام الحزبي تصنيفا للأحزاب السياسية على النحو الآتي:

(1) أحزاب الرأي والزبائن: وهي شكل بدائي من الأحزاب، ارتبط ظهورها بالبرلمانات وهي شبكة من العلاقات الشخصية تدور حول عدد قليل من القادة.

(2) الأحزاب البرلمانية: وهي أحزاب تسعى إلى وضع استراتيجيات حول اللعبة البرلمانية لتشكيل الأغلبية.

(3) الأحزاب البرلمانية الانتخابية: وهي الأحزاب البرلمانية التي مددوا منظماتهم من خلال²

¹-محمد السويدي، المرجع نفسه، ص103

²-المهدي الشيباني دغمان، الاحزاب السياسية، الثقافة سوسولوجية، العدد16، المجلد الأول، قسم العلوم الاجتماعية، ليبيا،

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية

شبكة من الكيانات المحلية بعد توسيع نطاق الاقتراع أي توسيع حق المواطن في التصويت في الانتخابات.

4) أحزاب منظمة للجماهير: وهي غالبا ما تكونت خارج البرلمانات وهدفها هو التنظيم السياسي للجماهير.¹

¹ - المهدي الشيباني دغمان، الاحزاب السياسية، الثقافة سوسولوجية، مرجع سابق، ص ص22،23

المبحث الرابع: وظائف الأحزاب السياسية :

تعتبر الأحزاب القناة الشرعية التي من خلالها يستطيع الفرد التعبير عن آرائه ورغباته في إطار منظم وشرعي وللأحزاب السياسية أدوار عديدة وهي :

1. التجنيد السياسي

2. الوظيفة التنموية

3. الرقابة على السلطة التنفيذية

4. الاندماج القومي

5. دعم الشرعية

6. التعبئة السياسية للأفراد

ومن خلال وظائف الأحزاب السياسية في المجتمع حيث الأدبيات التي تتحدث عن دور الأحزاب التنموي نجد أنها تدعم عملية الديمقراطية، كما أنها تنعش الحياة السياسية في حالة

الاتجاه نحو التحول الديمقراطي والاصلاح السياسي.¹

¹-كوثر عبد الله الجوعان، العمل الحزبي المنظم ودوره في تنمية المجتمعات، مؤتمر التوافق السنوي الثالث 10-11-أفريل

2006، كويت، ص12

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية

توجد بعض التمايزات والاختلافات في الوظائف التي تؤديها الأحزاب السياسية في بلدان العالم الثالث مقارنة بالوظائف التقليدية التي تؤديها الأحزاب في النظم الديمقراطية المستقرة في الغرب، والتي تمثل في جميع المصالح والتعبير عنها والمشاركة في وضع القرارات والسياسات ومراقبة تنفيذها للحكم الراشد وتجنيد الكوادر السياسية للمناصب الحكومية وتنظيم العلاقة بين الحاكم والمحكوم أو بين المجتمع والدولة وتحقيق التوافق داخل المجتمع من خلال اشباع مطالب الجماعات والتوفيق بينهما والمساهمة في النشأة السياسية، أما في يخص الوظائف الموكلة للأحزاب السياسية في دول العالم الثالث هي كالتالي :

تحقيق التكامل القومي: في دول تعاني من الانقسامات على أسس عرقية ولغوية ودينية وطائفية وجهوية واجتماعية واقتصادية، وترتبط عملية التكامل القومي بهدف أكبر وهو بناء الأمة من ناحية، وبناء الدولة من ناحية ثانية بحيث يتجه الولاء الأعلى للمواطنين للدولة وليس لأي كيانات أخرى دونها أو فوقها.¹

تكوين المواطنين سياسيا: تعمل الأحزاب السياسية على تكوين ثقافة سياسية لدى الأفراد تمكنهم من فهم المسائل العامة والاشتراك في مناقشتها والحكم عليها حكما صحيحا وتعني هذه العملية²

¹-علي الدين هلال دسوقي، اتجاهات حديثة في علم السياسية، المجلس الأعلى للجامعات، 1999، ص 183

²-مريم معبود، المدرسة الجزائرية في برامج الأحزاب السياسية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة سطيف، 2014، ص 113

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية

نقل القيم الموجودة في المجتمع أو زرع قيم عديدة في الأجيال الشابة و يكون ذلك إما بدعم الثقافة السياسية الموجودة في المجتمع أو ثقافة سياسية جديدة فبغير الأحزاب تغدو هذه المهمة مستحيلة، فالأحزاب من خلال ما تقوم به من مناقشات سواء داخلها أو مع غيرها من الأحزاب الأخرى ومن خلال ما تملكه من وسائل اعلام تعرض المشاكل السياسية المشاركة على الساحة وآرائها أو ماهية الاجراءات الواجبة أو التي كان من الواجب أن يتخذها الحزب الحاكم إذا كانت الأحزاب في السلطة.¹

التنشئة الاجتماعية السياسية: وهي من أهم وظائف الحزب أي دعم الثقافة السياسية والجماهيرية وخلق القيم والمعايير السياسية وتوسيع قاعدة الوعي السياسي.² ويقوم بدور التنشئة السياسية عدة مؤسسات اجتماعية ويبدو أن الأحزاب في الدول النامية تلعب دورا يقترب إلى كبير من الدور الذي تلعبه الأسرة في عملية التنشئة السياسية، فإذا سلمنا بأنه هناك تخلفا في نظم هذه الدول فإن الحزب سيصبح أكثر من مجرد أداة انتخابية أو تجمع يعبر عن الموقف السياسي لدى طائفة معينة من الجماهير، إن الحزب يستطيع أن يوفر العمل لعدد كبير³

¹-مريم معبود، مرجع سابق، ص ص113،114

²-بسام عبد الرحمن المشاقبة، الاعلام البرلماني والسياسي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص45

³-مريم معبود، المرجع نفسه، ص114

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية

من الناس وأن يجمع بينهم وبين الجماعات المختلفة ويقترح البرامج القومية وإيجاز فإنه يقوم بدور هائل في التنشئة السياسية.¹

تكوين الرأي العام : الأحزاب السياسية تساهم في تكوين رأي عام لدى أفراد الشعب، فالأحزاب السياسية تشارك بدور فعال في تأسيس رأي عام قوي بين أفراد الشعب فيما يتعلق بالشؤون العامة السياسية والاقتصادية والاجتماعية بواسطة عرض حقائق الأمور وجوهر المشكلات التي قد تخفيها الحكومات تجنباً للانتقادات، فلا أحد بذلك يستطيع أن ينكر ما تقوم به الأحزاب السياسية من أدوار فعالة في توجيه الرأي العام نحو مسألة من المسائل والتي تمس في النهاية الصالح العام للمجتمع.²

التجديد السياسي: تعتبر من أهم الوظائف التي تقوم بها الأحزاب السياسية ويقصد به أن يقوم الحزب بجمع وحشد عدد كبير من الناخبين، ويجعلهم يعتنقون المشروع السياسي الذي يدافع عنه ويدعوهم للتصويت من أجل مرشحي الحزب.³

¹-المرجع نفسه، ص114

²-بلال أمين زين الدين، الاحزاب السياسية من منظور الديمقراطية المعاصرة، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011، ص75

³-حسين عبد الحميد أحمد رشوان، الأحزاب السياسية وجماعات المصلحة والضغط، مرجع سبق ذكره، ص112

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية

إدارة الصراع السياسي في المجتمع : تلعب الأحزاب دورا هاما في التعامل مع الصراع داخل الدولة بشكل يبعده عن دائرة العنف والتطرف، وتتبع الأحزاب في ذلك وسيلة يتم بها حسم اختلاف الرأي بالنسبة للتفضيلات السياسية بشكل سلمي.

ضمان الحريات العامة : يعتبر وجود الأحزاب العامة وتعددتها أمرا ضروريا لصياغة حرية الرأي والاجتماع والتعبير عن آراءهم بطريقة منظمة مما يزيد من التماسك والترابط بين الحاكم والمحكوم ويدخل في هذا المضمار حرية تكوين الأحزاب السياسية والانضمام إليها، وتعني حرية تكوين الأحزاب حرية انشاء وقيام الأحزاب السياسية وذلك بأن يكون مبدأ تكوين الأحزاب السياسية من المبادئ المسلم بها .¹

وبالتالي فإن المهمة الأولى للأحزاب هي تنظيم إرادة الشعب فهي كما يقول لورد برايس تجلب النظام بدلا من الشعب لأعداد كبيرة من المواطنين، فهي التي تجمع الأمة التي أحيانا ما تكون مجزأة ومتقطعة فتشد أجزاءها فتصبح عاملا هاما للوحدة والاستقرار.²

¹-حسين عبد الحميد أحمد رشوان، المرجع نفسه،ص 114

²-بلال أمين زين الدين، مرجع سابق، ص79

المبحث الخامس: الأحزاب السياسية والسلطة:

نجد في المعجم الفلسفي لجميل صليب أن السلطة في اللغة القدرة والقوة على الشيء والسلطان الذي يكون للإنسان على غيره وجمع السلطة سلطات وهي الأجهزة الاجتماعية التي تمارس السلطة كالسلطات السياسية، والسلطات التربوية والسلطات القضائية وغيرها.

وقد أشار إليها من قبل جان مينو حينما عرض لكثير من وجهات نظر المهتمين بعلم السياسة مبينا أن السلطة هي ممارسة نشاط ما على سلوك الناس أي القدرة على التأثير في ذلك السلوك وتوجيهه نحو الأهداف والغايات التي يحددها من له القدرة على فرض إرادته، ولن تكون وسائل السلطة في تحقيق ذلك استعمال الاكراه فحسب، فبإمكانها تأمين الطاعة وتحقيق الأهداف بواسطة الحظوة أو الصيت أو الموقع الاجتماعي وحتى بواسطة السلوك الذي يعده المجتمع سلوكا فاضلا فيرفعنا إلى مرتبة النموذج أو القدوة.¹

والسلطة مصطلح يستخدم في السياسة والقانون ويعني حق إصدار قوانين وحق ممارسة ما دون ذلك من صلاحيات ترتبط بالحكم، ويجب التمييز بين السلطة والقوة إذ تعني الأخيرة القدرة على فرض الطاعة ورغم أن المفهوم ليس حديثا إلا أنه يشير كثيرا من الجدل حول الالتزام السياسي²

¹ - عبد العزيز العيادي، ميشال فوكو (المعرفة والسلطة)، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 1994،

ص44

² - وضاح زيتون، المعجم السياسي، مرجع سابق، ص212

للفرد إزاء السلطة من جانب، وحقوق وحرريات واستقلالية الفرد من جانب آخر، فقد عبر عن ظاهرة السلطة كل من ماكس فيبر وهانا أرنت ويمثل الأول المدخل الفضايف الأكثر شيوعا في العلوم الاجتماعية المعاصرة، وينظر إلى السلطة باعتبارها نسقا من القوة أو السيطرة الاجتماعية، ويهتم هذا التعريف بإبراز نموذج معين من سلوك شعب ما اتجاه نمط الحكم الذي يخضعون له أيا كان نوع الحكم.¹

إن كلمة الحزب تعني الاتفاق بين جماعة معينة على تحقيق مبادئ معينة، هذه الكلمة إذا ما اقترنت بكلمة سياسي فإنها تؤكد أن هذا الحزب ما يسعى إلا لتحقيق هدف سياسي يتمثل في الوصول إلى السلطة واعتلاء الحكم. كما يقول رأى فقهي أن السعي الدائم من قبل الحزب إلى الاستلاء على السلطة هو الذي يحقق الرابطة القوية بين جميع أنصاره، فالحزب لا يتمكن من تحقيق أهدافه إلا عن طريق الاستلاء على الحكم أو الاشتراك فيه مع غيره من الأحزاب أو عن طريق الحصول على قدر من التأييد الشعبي يسمح له بالضغط على السلطة الحاكمة، فكل حزب من الأحزاب السياسية يدور في ذهن مؤسسيه وأملهم وتصورهم هذا الهدف بغية الامساك به أو على الأقل المشاركة في اتخاذ القرارات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، والأحزاب

¹-وضاح زيتون، المرجع نفسه، ص212

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية

السياسية تستمد معناها وأهميتها من خلال كفاحها المستمر للسيطرة وتأثيرها الفعال على القوى السياسية.¹

ولكل حزب من الأحزاب نوعين من الأهداف أولها يطلق عليها الأهداف القريبة والتي تتمثل في تعبئة أفراد الشعب بأفكار ومبادئ الحزب، ومحاولة كسب أكبر عدد من الأعضاء للفوز في العملية الانتخابية فوزاً يؤهله للوصول إلى السلطة. وهناك أهداف بعيدة تتمثل في تحقيق مبادئ الحزب على أرض الواقع. والهدف العام الذي يسعى إليه الحزب هو الوصول إلى السلطة، فإن لم يستطع فعلى الأقل الاشتراك فيها أو الوصول إلى مكان يؤهله للضغط على رجال السلطة لاتخاذ قرارات عامة معينة. وبالتالي إذا فاز الحزب في العملية الانتخابية فإنه يعتلي الحكم ويتقدم لواء السلطة، وإن لم يفز فإن دوره يقتصر على المعارضة وهذه الغاية التي يسعى إليها هي تولي زمام السلطة في إطار من الديمقراطية والحزب في مرحلة تأسيسية وإثبات وجوده يسعى جاهداً للوصول إلى السلطة أو احتلال مكان بجانبها.²

¹- بلال أمين زين الدين، المرجع نفسه، ص 38

²- المرجع نفسه، ص 39

المبحث السادس: الأحزاب السياسية في الجزائر "حزب جبهة التحرير الوطني نموذجا"

انطوت الأحزاب السياسية على قصور واضح لم نتعرف عليه منذ البداية لأنها كانت عاجزة عن إدراكه ثقافيا، وانتهت تجربة الأحزاب السياسية إلى أنها تجارب غير مكتفية بذاتها ولا يمكن بالتالي كتابة تاريخها الخاص كرافد يصب بتاريخ الفكر السياسي الجزائري المعاصر فإذا كانت معظم الأحزاب من إنشاء السلطة فإن الباقي عدا حزب القوى الاشتراكية ساهم بقصوره في تأييد نظام الحكم وبالتالي تفويت فرصة الوصول إلى الديمقراطية عبر وصول المعارضة الحقيقية إلى السلطة.

وحسب تقرير التنمية الإنسانية في الوطن العربي بلغ عدد الأحزاب السياسية في الجزائر لحد الآن 27 حزبا، والجدير ذكره أن الأحزاب السياسية الممثلة في البرلمان التجمع الوطني الديمقراطي وحركة النهضة الإسلامية وجبهة القوى الاشتراكية والتجمع من أجل الثقافة والديمقراطية وحزب العمال والحزب الجمهوري التقدمي، والاتحاد من أجل الديمقراطية والحرية، والحزب الاجتماعي.

جبهة التحرير الوطني: الحزب الحاكم في الجزائر، فهو حزب يتبنى الاشتراكية واتخاذة عقيدة باعتبارها الحل الوحيد لمواجهة التخلف الذي فرضه الاستعمار على شعبها، ولكنها ليس¹

¹ - مهدي جرادات، الأحزاب والحركات السياسية في الوطن العربي، ط1، دار أسامة، عمان، 2010، ص ص 90-93

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية

اشتراكية علمية وإنما هي اشتراكية تستمد جذورها من فكرتين كانت تمثلان خمير الثورة: التقدم والعدالة الاجتماعية.

هي الطليعة المؤلفة من المواطنين الأكثر وعياً، وهم من بين العمال والفلاحين والشباب يصبون إلى تحقيق هدف واحد وإلى مواصلة عمل واحد غايته القسوى انتصار الاشتراكية، وأما اختصاصات الحزب بصورة عامة فهي:

1. ضمان تنفيذ الأهداف التي ترمي الاشتراكية إلى تحقيقها وهي:

- دعم الاستقلال الوطني

- إقامة مجتمع متحرر من استغلال الإنسان للإنسان.

- ترقية الإنسان وتوفير أسباب تفتح شخصيته وازدهارها.

2. قيادة الشعب وتنظيمه والسهر الدائم على تعبئته لتحقيق كبريات المهام السياسية

والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تتوقف عليها تنمية البلاد والنجاح في بناء

الاشتراكية.

3. توجيه السياسة العامة للبلاد.¹

¹ - مهدي جرادات، الأحزاب والحركات السياسية في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 93

الفصل الثاني: الأحزاب السياسية

4. الترشيح للوظائف السياسية العليا في الدولة، أهمها وأعلىها رئاسة الجمهورية وعضوية المجلس الشعبي الوطني.

5. إبداء الرأي بشأن إعلان الحرب من قبل رئيس الجمهورية.

6. الموافقة الصريحة على الاتفاقيات التي يبرمها رئيس الجمهورية ومعاهدات الهدنة والسلم.

مبادئ الحزب:

- ❖ الجماعية في المناقشة.
- ❖ الأغلبية في اتخاذ القرارات.
- ❖ الوحدة في التنفيذ.
- ❖ الوحدة في العقيدة والإدارة.
- ❖ الانسجام في العمل.¹

¹ - المرجع نفسه، ص ص 93، 94

تمهيد

شبكات التواصل الاجتماعي من الموضوعات المهمة التي تحتاج إلى دراسات، كون هذه الأخيرة عرفت انتشارا واسعا في العالم وتعدت تأثيراتها مجالات عديدة منها الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية، وذلك راجع إلى خصائصها ومميزاتها التي أضفت العديد على مجال الاتصال من حيث سهولة التواصل بين مختلف الفئات والمؤسسات، وسمحت بتبادل المعلومات والبيانات بين مختلف القطاعات. وقد تطورت آليات عمل هذه الشبكات التفاعلية مع تطور تقنيات الواب 2.0 وبهذا أصبح الجميع يستقبل ويشارك في إنتاج المعلومات، الأمر الذي أدى إلى ثورة حقيقية في مجال الإعلام والاتصال وأصبح لها دور في جميع المجالات، خاصة منها السياسية. وفي هذا الفصل سنوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية.

المبحث الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع SixDegrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطية بين مجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع خدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1990 و2001، في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية العام ظهرت Friendster التي حققت نجاحاً دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003. لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة Skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب إحصائيات يناير 2008 إلى المركز 07 في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.¹

¹ -ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، مرجع سابق، ص 200، 201

الفصل الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك، والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.¹

¹ - ماهر عودة الشمايلة وآخرون، المرجع نفسه، ص2001

المبحث الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

مفهوم التواصل الاجتماعي مفهوم غير ثابت في الأدبيات نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته ونظرا للتطورات المتسارعة في عالم تقنيات الاتصال والإعلام، فقد عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق عموما على كل ما يمكن استخدامه في التقاء وتواصل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة. والمفهوم يتكون من مصطلحين اجتماعي والتواصل أو الشبكات لأنه أحيانا ما يوصف بأنه شبكات التواصل الاجتماعي، مما يوحي بالاتساع والعمومية في هذا الحقل الاتصالي، لكن الباحث يستخدم هنا مفهوم أو مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي لأنه أكثر تحديدا ويشير إلى نوع معين ومحدد من منصات أو مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت.

فمصطلح اجتماعي يشير إلى إحدى الاحتياجات الغريزية التي لا غنى للناس عنها لبناء حياتهم، فطبيعة الحياة البشرية تقتضي تواصل الناس مع بعضهم البعض.¹

والتواصل الاجتماعي هو نقل الأفكار والتجارب وتبادل الخبرات والمعارف بين الذوات والافراد²

¹-حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، ص24

²-علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب "معجم عربي مدرسي ألفبائي"، ط1، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1997، ص79

الفصل الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية

والجماعات بتفاعل إيجابي وبواسطة رسائل تتم بين مرسل ومتلقي وهو جوهر العلاقات الإنسانية.¹

يعرف فايز الشهري مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الأنترنت، تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع إعفاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك.²

أما موقع عالم التقنية يعرف المواقع الاجتماعية على أنها حلقة للمستخدم هو من يسيرها، فإن أحسن أحسنت وإن أساء أساءت، فلن يضرها شيء وإن جننا على شهرتها وشعبيتها ليس في عدد مستخدميها ولا كيف استخدموها، فشهرتها هي نتاج توظيف المستخدمين لها في صالحهم وتجسيدها، وفهمها لما يراد لها، حالها حال أي تقنية تظهر، فكانت الشبكات شخصية، اجتماعية، عملية، تعليمية، كل منها يهدف لمبتغاه.³

¹ علي بن هادية وآخرون، القاموس الجديد للطلاب "معجم عربي مدرسي ألفبائي"، مرجع سابق، ص 79

² علي خليل شقرة، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 59

³ محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية، مذكرة تخرج للحصول على درجة الماجستير في الاعلام والاتصال، أكاديمية العربية، الدانمارك، 2012، ص 30

الفصل الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية

تعرف وسائل الاعلام الاجتماعية بأنها استخدام تكنولوجيايات الأنترنت وتطبيقات الهواتف النقالة لتحويل الاتصالات إلى حوار تفاعلي. كما يشير إلى مواقع الانترنت ووسائل الاتصال الأخرى التي يتم استخدامها من قبل مجموعات كبيرة من الناس لتبادل المعلومات وتطوير العلاقات الاجتماعية والمهنية، وتستخدم العديد من الشركات وسائل الإعلام الاجتماعية لتسويق منتجاتها، وعرف كابلان Kaplan وهايلين Haelein وسائل الإعلام الاجتماعية بأنها مجموعة من تطبيقات الأنترنت التي تبنى على أسس ايدولوجية وتكنولوجية من الويب¹.

وبالتالي مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الكترونية تعتبر الركيزة الاساسية للإعلام الجديد أو البديل، والتي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي². أو هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون، وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم³.

¹-إبراهيم أحمد الدوري، شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، تاريخ المعاينة:20/04/2018 على الساعة 15-45 سا، [http:// arabrcrc .org/getattachment/](http://arabrcrc.org/getattachment/)

²-عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والطباعة،2008، ص218

³-عبد الرزاق الدليمي، الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر، الأردن،2011، ص183

المبحث الثالث: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الأنترنت الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين ورغم تنوع هذه الخصائص من موقع لآخر إلا أنها تشترك في عدد من الخصائص نوردتها فيما يلي:

التعريف بالذات: الخطوة الأولى للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي هي إنشاء صفحة المعلومات الشخصية، وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النصوص، الصور، الموسيقى، الفيديوهات وغيرها من الوظائف.¹

المشاركة والتفاعلية: مواقع التواصل الاجتماعي تشجع المساهمات وردود الأفعال من الأشخاص المهتمين، فالفرد مستقبل وقارئ، مرسل وكاتب ومشارك، فهي تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور وتلغي السلبية المقيدة في الإعلام القديم، وتعطي خير المشاركة الفعالة من المشاهد والقارئ وكل هذا لضمان الاستمرارية والتطور.²

¹-مريم ناريمان نورمار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علو الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص52

²-عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص23

الفصل الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية

الانفتاح والعالمية: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو التعديل على الصفحات، حيث تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حوافز، أما الوصول والاستفادة من المحتوى فهي تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيها الحدود الدولية، فباستطاعة فرد في الشرق التواصل مع فرد آخر في الجهة الغربية ببساطة وسهولة.¹

سهولة الاستخدام: من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات هي بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الأنترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية، فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على التواجد عبر الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية، ولكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها .

التفاعلية: لقد سعت مواقع التواصل الاجتماعي منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.

الاهتمام: وهي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق المال، السياسة، الصحة، الشؤون الخارجية وغيرها...²

¹-محمد سيد محمد، الاتصال الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص117

²-مريم ناريمان نورمار، مرجع سابق، ص ص52، 53،

المبحث الرابع: مفهوم الفيس بوك :

يعتبر الفيسبوك أحد أهم المجتمعات الافتراضية أو التخيلية التي نشأت على الانترنت، والذي يجمع الملايين من المشتركين من مختلف بلاد العالم، فهو يعد عالم تخيلي بحق لأنه يحتوي على الدردشة، إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وأن يضع صورته وصور أفراد عائلته، كما يتيح الفرصة للاشتراك في العديد من المجموعات والتي يجتمع أفرادها على فكرة أو هدف ما.¹

تم إنشاء الفيسبوك عام 2004 على يد مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg الذي كان طالبا في جامعة هارفارد، وسمي الفيسبوك بهذا الاسم غرار ما كان يسمى بـ كتب الوجوه التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج حيث يتفرغ الطلاب في شتى الأنحاء.²

وكان هدفه إقامة شبكات تضم طلبة الجامعة في موقع واحد وسرعان ما انتشرت أصداء الفكرة في جامعات أخرى، ويعتبر إنشاؤه لهذا الموقع من إحدى المشاريع التي قام بها أثناء دراسته³

¹-محمد السيد حلاوة، رجاء عبد العاطي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت والفيس بوك، ط1، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2011، ص113

²-علي خليل شقرة، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، المرجع نفسه، ص64

³-محمد السيد حلاوة، رجاء عبد العاطي، مرجع سابق ، ص114

الفصل الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية

وقام طالبان من أحد أصدقائه بالجامعة في مساعدته في بعض النواحي الحسابية أثناء إنشائه لهذا الموقع وهما أندرو و إدوارد، في البداية كان الفيس بوك يقتصر على طلاب جامعة هارفاد فقط وبعد حوالي شهر من إنشائه كان أكثر من نصف طلبة الجامعة لديهم عضوية، وبداية من 2006 أتيح لأي فرد لديه بريد الكتروني أن يقوم بعمل عضوية له.¹

انطلقت تطبيقات الفيس بوك بسرعة الصاروخ على شبكة الأنترنت مما أحدث انقلاب في موازين الشباب في الآونة الأخيرة، وفكرة هذا التطبيق تقوم على فكرة الاعتماد على الجيل الثاني من الأنترنت لخلق شبكة اجتماعية تمكن مجموعة من الشباب من ايجاد علاقة دائمة من خلال الصوت والصورة والفيديو وغيرها من التطبيقات.²

ويعرف الفيس بوك بأنه أحد المواقع التي شكلت ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب.³

وأشار موقع ويكيبيديا حول تعريف الفيس بوك بأنه عبارة عن شبكة للخدمات الاجتماعية المباشرة، وجاءت تسميته من فكرة أنه عبارة عن دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في

¹-محمد السيد حلاوة، رجاء عبد العاطي، المرجع نفسه، ص114

²-ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الاعلام الرقمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص204

³-نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، تاريخ

المعينة:2018/02/15 على الساعة 15: 45

الفصل الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية

جامعة معينة، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص ببعضهم خصوصا في الجامعات الأجنبية حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية.¹

ويعرف أيضا بأنه موقع يتم عن طريقه وضع صفحة شخصية تحدد هوية الشخص، ويتم التواصل والتعارف مع جميع المشتركين في هذا الموقع لنقل المعارف والأخبار، وتكوين الرؤى والتوجهات دون قيود أو حدود، ويعد من أكثر المواقع انتشارا لما يحققه من ميزات يتمتع بها رواده، إذ أنه يمثل أداة لتسهيل التواصل الاجتماعي لأشخاص يجدون صعوبة في تكوين علاقات اجتماعية وروابط وصلات مع الآخرين.²

بالإضافة إلى أنه أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم.³

¹-رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مرجع سبق ذكره، ص41
²-سامي أحمد شناوي، محمد خليل عباس، استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين، العدد2، المجلد 18، الجامعة، 2014، ص76
³-علي عبد الفتاح كنعان، الاعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص172

المبحث الخامس: آلية نقل الأخبار في الفيس بوك:

يعتبر موقع فيس بوك Facebook الذي أسسه مارك زوكربيرغ واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء، وتقوم آلية التواصل وإرسال الأخبار في الفيس بوك على عدد من السمات التي تتيح للمستخدمين امكانية التواصل مع بعضهم البعض يمكن تفصيلها فيما يلي:

حائط الفيس بوك Wall: هو عبارة عن لوحة حائط افتراضي أو مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

التغذية الإخبارية News Feed: وهي تتميز ببعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

التعليقات Facebook Note: وهي آلية متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.¹

¹ - عباس مصطفى صادق، صناعة الخبر بين الاعلام التقليدي والجديد، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، كلية الاعلام والاتصال، أبوظبي، 2010، ص ص17، 18

الفصل الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية

الهدايا Gifts: وهي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم بالترحيب به.

آلية إرسال الصور Photos: وهي الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.

الحالة Status: وهي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

وتقوم آلية نقل الأخبار في الفيس بوك عبر الرسائل القصيرة وبرامج التراسل الفوري والبريد الإلكتروني، ويوفر الفيس بوك صندوق بريد موحد بين الحساب وأصدقائه، وهذا حين يتم الرد سيضاف إلى الرسالة السابقة.¹

¹-عباس مصطفى صادق، صناعة الخبر بين الاعلام التقليدي والجديد، مرجع سابق، ص18

المبحث السادس: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية:

إن نتائج البحوث الميدانية حول ممارسات الاتصال السياسي بواسطة الانترنت في السياق الانتخابي وخارجه لم تكن في مستوى الآمال والانتظارات، حيث بينت أن الشبكة في جيلها الأول لم تحدث تغييرات جذرية في العلاقة الاتصالية بين الباحث والمتلقي أو بين الحاكم والمحكوم، إذ وقع تطويعها لمواصلة الممارسات السائدة والقائمة على النموذج العمودي أو الدعائي المرتكز على نشر المعلومات من الباحث في اتجاه المتلقي. وعلى خيبات الجيل الأول للانترنت في مجال المشاركة السياسية، ظهر في منتصف العشرية الأولى للقرن الحادي والعشرين جيل ثاني من المواقع بات يعرف بالواب الاجتماعي، ويقوم بالأساس على توظيف القدرات التفاعلية للشبكة وعلى مشاركة المستخدمين في إنتاج المحتوى وفي صياغة العلاقة الاتصالية. وحمل هذا الجيل الجديد معه آمالا متجددة في إرساء تحول للاتصال وفي إعادة السلطة إلى المواطنين وفي ظهور ما يسمى بالسلطة الخاصة. ونلاحظ أن الواب الاجتماعي حقق نجاحات لافتة للانتباه تمثلت في انفجار الشبكات الاجتماعية التي أضحت أداة مركزية في الاتصال السياسي.¹

¹ - شوقي العلوي، الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 2015، ص ص 259، 260

الفصل الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية

ونجد أيضا أن الشبكات الاجتماعية أصبح لديها دور فعال في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية، مثلا أصبحت تمثل مجالا لحشد الجماهير في الاحتجاجات والتشجيع على الاضطرابات محليا، وكذا فتحت المجال للدعاية الانتخابية وطرح البرامج الانتخابية إذ نجد على مستوى الفيس بوك تكوين جماعات لنشر البرامج الانتخابية وكسب التأييد الشعبي والسياسي في مناقشة حقوق وواجبات اجتماعية سياسية النشأة.¹ كما تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في تشكيل الوعي السياسي للشباب عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية، كما تساهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية واستعدادهم للعمل العام.²

إن مواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تقلص من عوائق المشاركة في الحوار السياسي في كل مكان وخاصة في الدول التي تسيطر عليها حكومة قوية تحظر الخطاب السياسي المعارض. بدأت دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في عالم السياسة منذ عام 2006 عندما تناولت إحدى الدراسات الدور الذي لعبه الفيس بوك في الانتخابات النصفية الأمريكية،³

¹-بارة سميرة، تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية، قسم العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008، ص12، تاريخ المعاينة: 2018/04/26 على الساعة 21:د:11سا
<http://dspace.univ-ouargla.dz>

²-بدر الدين بلمولاي، دور الاعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، العدد29، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، الجزائر، 2017، ص07

³-خالد جمال عبده، الإعلام البديل على الانترنت فلسفة جديدة في الاعلام والاتصال، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2016، ص140، 142

الفصل الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية

وأشارت دراسة أخرى حول استخدام الفيس بوك في الانتخابات الأمريكية عام 2009 إلى أنه يقدم للمستخدمين دوافع وفرص للتجمع الافتراضي قائمة على الاهتمامات المشتركة وليس القرب الجغرافي فيما بينهم، بما يجعل الفيس بوك أداة فعالة في الحملات السياسية. وتذهب العديد من الدراسات إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد أدوات فعالة في عمليات الإصلاح السياسي والتغيير الاجتماعي، والتحول الديمقراطي والتعبير عن الآراء والهويات السياسية المختلفة، وقد ساهمت الشبكات في نجاح الثورات العربية والإطاحة بحكام مستبدين تولوا مقاليد السلطة لسنوات طويلة من خلال تحريكها للنشاط السياسي على أرض الواقع.¹

¹ - خالد جمال عبده، الإعلام البديل على الانترنت فلسفة جديدة في الاعلام والاتصال، مرجع سابق، ص ص141،142

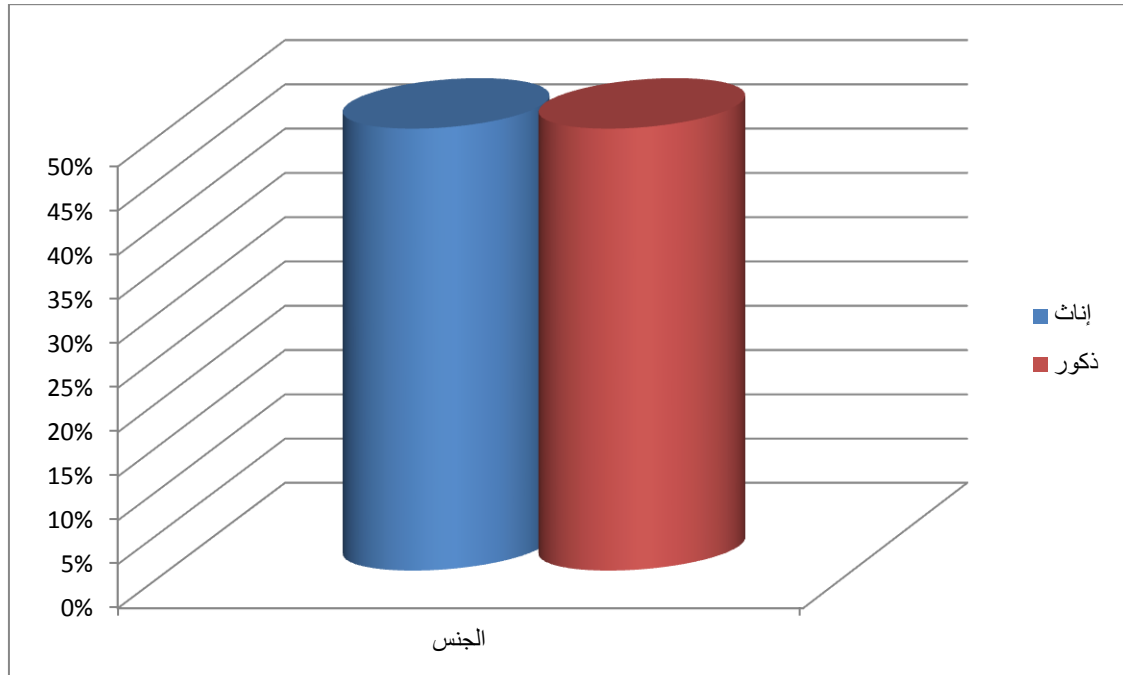
تمهيد

سنحاول في هذا الإطار التطبيقي تسليط الضوء على مدى تجسيد الأحزاب السياسية للاتصال السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك نموذجاً"، ومدى استجابة المواطنين في التواصل معهم، مستعينين في ذلك على أداة الاستمارة الموجه لكلا الجنسين ذكور وإناث وسنبذل قدر المستطاع في تحليل البيانات الكمية التي بين أيدينا من أجل الوصول إلى النتائج المحصل عليها بكل موضوعية.

جدول (01) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة	العدد	التوزيع الجنس
50%	50	ذكور
50%	50	إناث
100%	100	المجموع

الرسم البياني (1): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

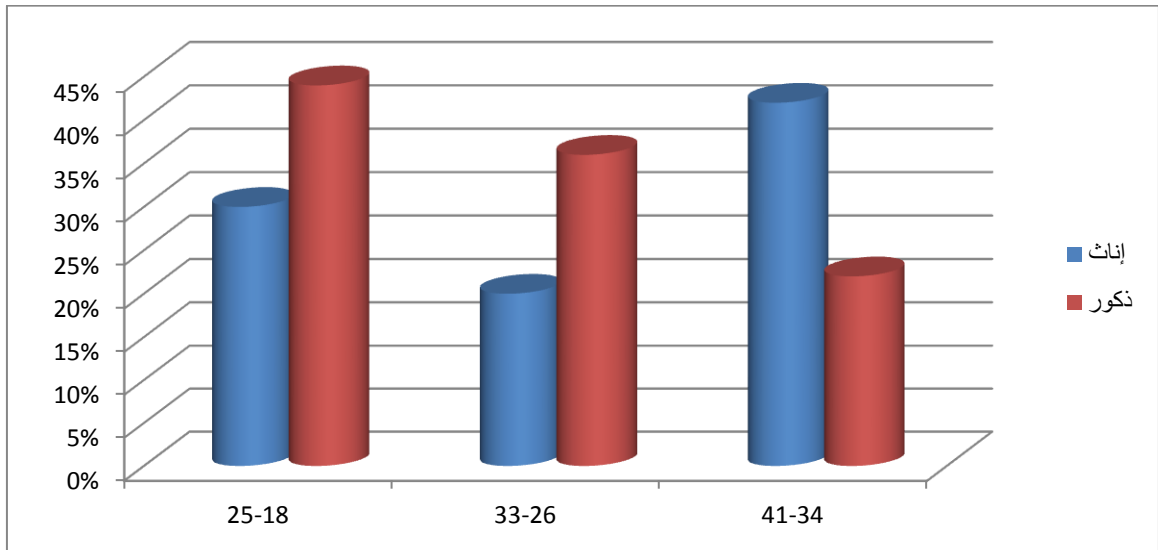


يوضح الجدول الأول توزيع أفراد العينة حسب الجنس، حيث قمنا باختيار 50 مفردة ذكور من أصل 100 مفردة و 50 مفردة إناث وفي هذه الحالة من خلال هذه البيانات نلاحظ تساوي بين الذكور والإناث من حيث النسبة.

جدول (02) يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر

		الجنس العمر		
إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%30	15	%44	22	25 - 18
%28	14	%36	18	33 - 26
%42	21	%20	10	41 - 34
%100	50	%100	50	المجموع

الرسم البياني (2): يمثل توزيع أفراد العينة حسب العمر



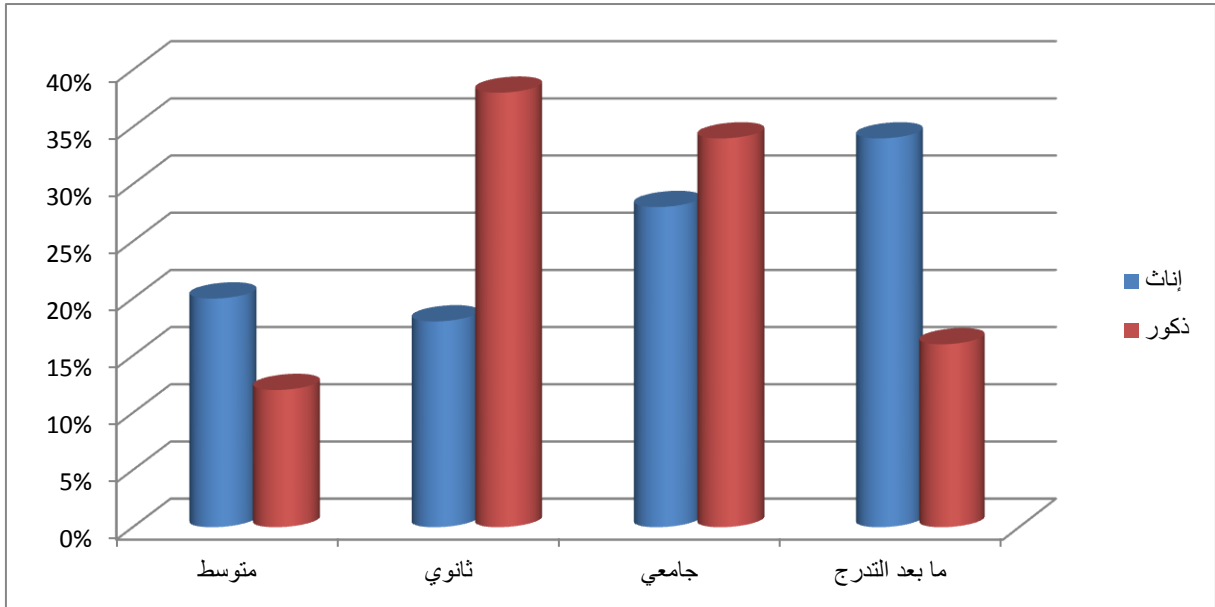
يوضح هذا الجدول خصائص العينة المدروسة من خلال فحص بيانات متغير السن، حيث بلغت نسبة الذكور في الفئة 18-25 سنة نسبة 44% وهي النسبة الأكبر من الفئات الأخرى ثم تلتها فئة 26-33 سنة بنسبة 36% وأخير فئة 34-41 سنة بلغت نسبتها 20% .

أما بالنسبة لمتغير الجنس إناث فنجد أن فئة العمر التي تتراوح مابين 18-25 سنة كانت بنسبة 30% وفئة 26-33 بنسبة 28% أما الفئة الأخيرة من 34-41 فقد كانت النسبة الأكبر بـ 42%. وعليه نلاحظ أنه في نسبة الذكور كانت النسبة الأعلى هي فئة 18-25 و في نسبة الإناث كانت الفئة 34-41 هي النسبة الأكبر .

جدول (03) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

الجنس		المؤهل العلمي	
ذكور	إناث	النسبة	التكرار
06	10	12%	20%
19	09	38%	18%
17	14	34%	28%
08	17	16%	34%
50	50	100%	100%

الرسم البياني (3): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.



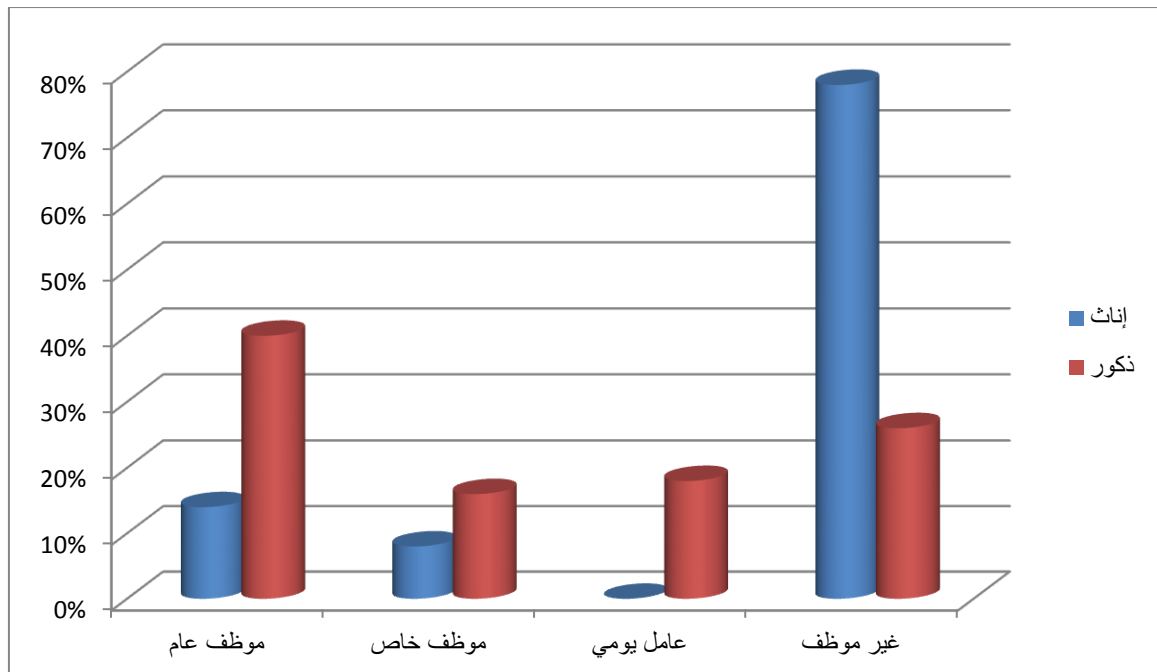
يتضح من خلال هذا الجدول أن نسبة أفراد العينة بالنسبة للمؤهل العلمي عند الذكور فنجد النسبة الأعلى في المستوى الثانوي بنسبة 38% ثم تليها نسبة المستوى الجامعي بـ 34%، بعدها نجد مستوى بعد التدرج بنسبة 16% وأخيرا المستوى المتوسط بنسبة 12%.

أما بالنسبة للإناث نجد أن نسبة مستوى ما بعد التدرج هي النسبة الأعلى بـ 34% ثم يليها المستوى الجامعي بنسبة 28%، ثم المستوى المتوسط بنسبة 20% وأخيرا المستوى الثانوي بنسبة 18%. ومنه نلاحظ أن النسبة الأكبر عند الذكور هي في المستوى الثانوي والنسبة الأكبر عند الإناث هي مستوى ما بعد التدرج.

جدول (04) يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمل

الجنس		العمل		
إناث	ذكور	إناث	ذكور	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%14	07	%40	20	موظف في القطاع العام
%08	04	%16	08	موظف في القطاع الخاص
%00	00	%18	09	عامل يومي
%78	39	%26	13	غير موظف
%100	50	%100	50	المجموع

الرسم البياني (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب العمل



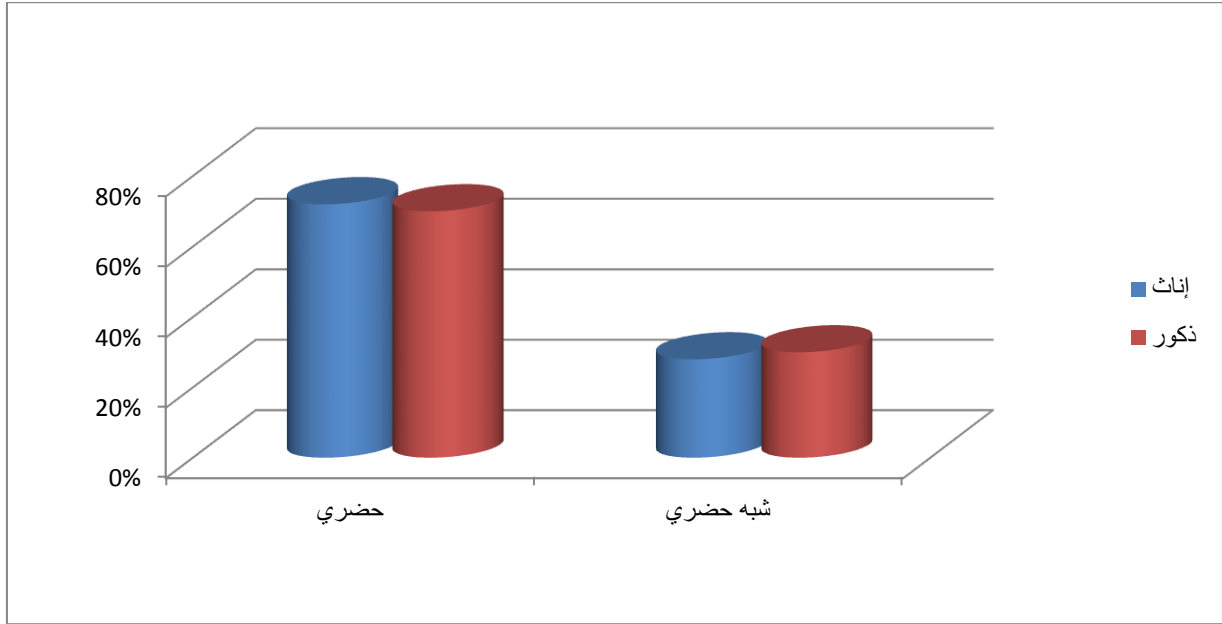
يتضح في الجدول أعلاه بالنسبة للعمل نجد أن فئة الذكور النسبة الأكبر هي نسبة الموظف العام بـ 40% ثم تليها نسبة غير موظف بـ 26% ، وبعدها العامل اليومي بنسبة 18% وأخيرا نسبة الموظف الخاص بـ 16%. أما فيما يخص أفراد العينة إناث نجد نسبة غير الموظف هي الأعلى بنسبة 78% ثم تليها نسبة الموظف العام بنسبة 14%، وبعدها نسبة الموظف الخاص بنسبة 8% ، في حين نجد بالنسبة للعامل اليومي 00%.

وعليه نلاحظ أن نسبة الموظف العام عند الذكور كانت هي الأكبر وبالنسبة للإناث النسبة الأكبر كانت نسبة غير الموظف.

جدول (05) يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة

الجنس		مكان الإقامة			
		ذكور	إناث		
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
حضري		35	70%	36	72%
شبه حضري		15	30%	14	28%
المجموع		50	100%	50	100%

الرسم البياني(05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة



يبين الجدول توزيع أفراد العينة من حيث مكان الإقامة، فالنسبة للذكور نجد أن نسبة المقيمين في المنطقة الحضرية بلغت 70% وفي المنطقة شبه حضرية بلغت نسبة 30%.

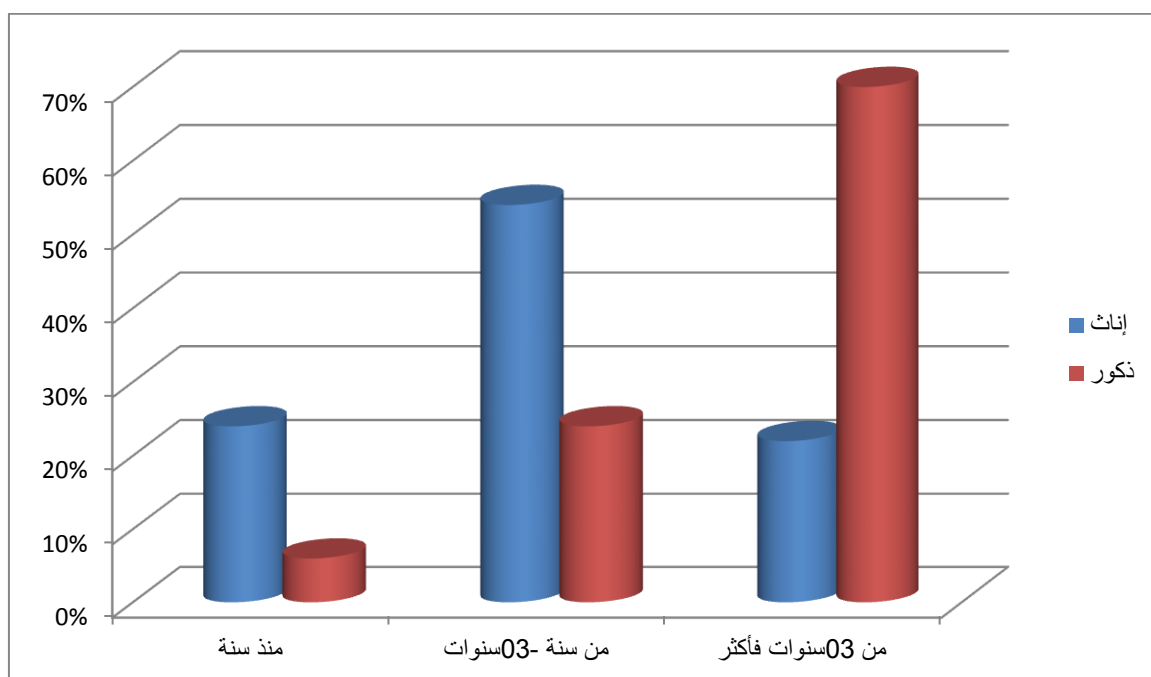
أما بالنسبة للإناث فقد كانت نسبة المقيمين في المنطقة الحضرية 72% ونسبة المقيمين في المنطقة شبه حضرية بلغت 28%.

ومنه نلاحظ أن نسبة المقيمين في المنطقة الحضرية كانت الأعلى بالنسبة للجنسين ذكور وإناث.

جدول (06) يوضح توزيع أفراد العينة من حيث مدة امتلاك صفحة الفيس بوك

		الجنس		الزمن
		ذكور	إناث	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%24	12	%06	03	منذ سنة
%54	27	%24	12	منذ سنة_ 03سنوات
%22	11	%70	35	منذ 03 فأكثر
%100	50	%100	50	المجموع

الرسم البياني(06): يمثل توزيع أفراد العينة من حيث مدة امتلاك صفحة الفيس بوك



الجدول يوضح أن مدة امتلاك الفيس بوك الخاصة بالذكور كانت منذ 03 سنوات فأكثر بنسبة 70% ثم تلتها المدة التي كانت منذ سنة إلى 03 سنوات بنسبة 24% وبعدها مدة سنة التي كانت نسبتها 06% . أما بالنسبة للإناث فكانت بين سنة إلى 03 سنوات تحتل نسبة 54% وبعدها مدة سنة بنسبة 24% وأخيرا مدة منذ 03 فأكثر بنسبة 22%.

وبذلك نلاحظ أن فترة استخدام الفيس بوك من حيث مدة الامتلاك بالنسبة للذكور كانت في فترة منذ 03 فأكثر مقارنة بالإناث الذين كانت النسبة الأعلى لهم في الفترة الممتدة من سنة إلى 03 سنوات.

جدول (07) يوضح توزيع أفراد العينة حسب استعمال الاسم الحقيقي أو المستعار في فتح صفحة الفيس بوك.

الجنس		الاسم	
ذكور	إناث	الاسم الحقيقي	الاسم المستعار
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
44	88%	09	18%
06	12%	41	82%
50	100%	50	100%

الرسم البياني (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب استعمال الاسم الحقيقي أو المستعار في فتح صفحة الفيس بوك.

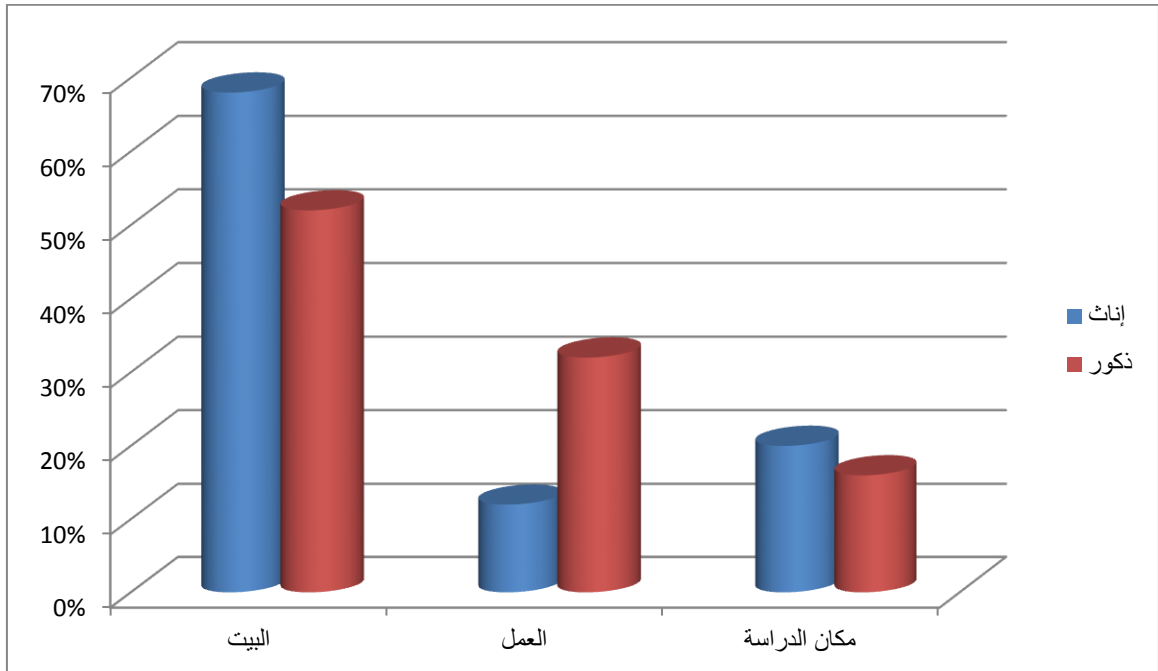


يوضح هذا الجدول حسب البيانات أن نسبة 88% ذكور يستعملون الاسم الحقيقي في فتح صفحة الفيس بوك ونسبة 12% يستعملون الاسم المستعار، مقارنة بالإناث التي كانت نسبة استعمال الاسم المستعار لديهم 82% وهي النسبة الأكبر، واستعمال الاسم الحقيقي كان بنسبة 18%. ومنه نلاحظ أن استعمال الاسم الحقيقي والمستعار منعكس تماما بالنسبة للطرفين.

جدول (08) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المكان المفضل لفتح الفيس بوك.

		الجنس		المكان
		ذكور	إناث	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%68	34	%52	26	البيت
%12	06	%32	16	العمل
%20	10	%16	08	مكان الدراسة
%100	50	%100	50	المجموع

الرسم البياني (08): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المكان المفضل لفتح الفيس بوك



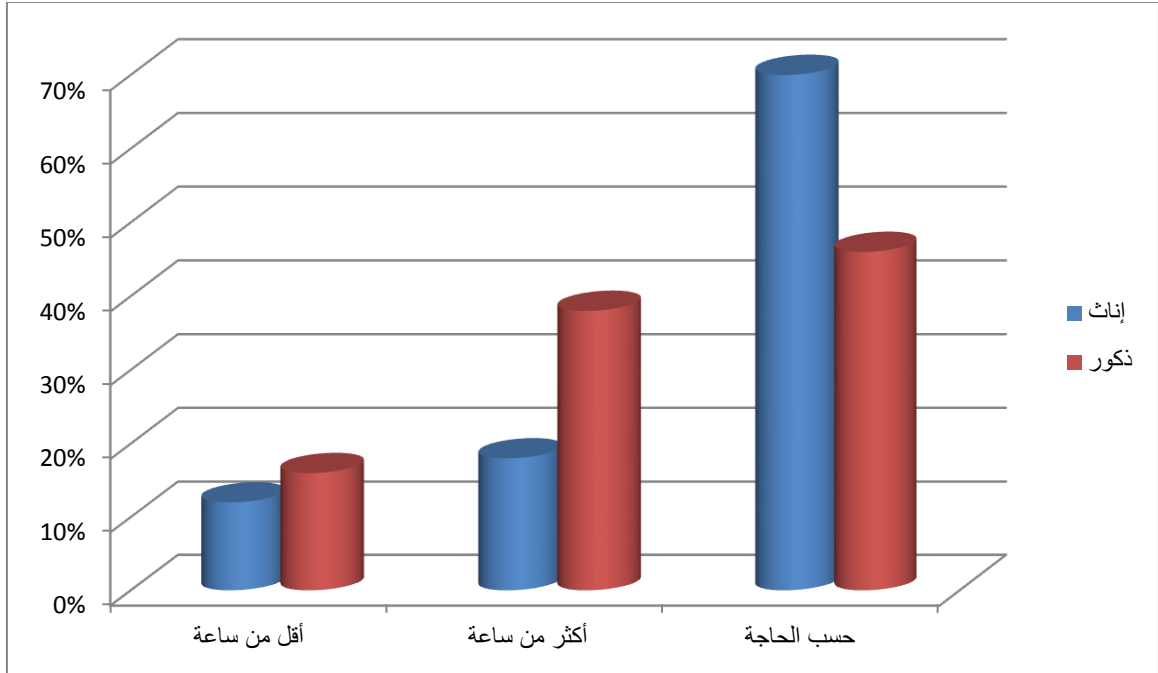
يبين هذا الجدول أن معظم أفراد العينة ذكور يفضلون فتح صفحة الفيس بوك في البيت بنسبة 52% ، ثم الذين يفضلون مكان العمل بنسبة 32%، بعدها الذين يفضلون مكان الدراسة بنسبة 16% ، أما فيما يخص الأماكن المفضلة لدى الإناث نجد البيت هو المكان المفضل بنسبة 68% ، ثم مكان الدراسة بنسبة 20% وأخيرا مكان العمل بنسبة 12%.

ومنه نلاحظ أن البيت احتل النسبة الأكبر من حيث المكان المفضل لفتح صفحة الفيس بوك

جدول (09) يوضح الوقت المستغرق في استخدام أفراد العينة لصفحة الفيس بوك

		الجنس		الوقت
		ذكور	إناث	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
12%	06	16%	08	أقل من ساعة
18%	09	38%	19	أكثر من ساعة
70%	30	46%	23	حسب الحاجة
100%	50	100%	50	المجموع

الرسم البياني (09): يمثل الوقت المستغرق في استخدام أفراد العينة لصفحة الفيس بوك

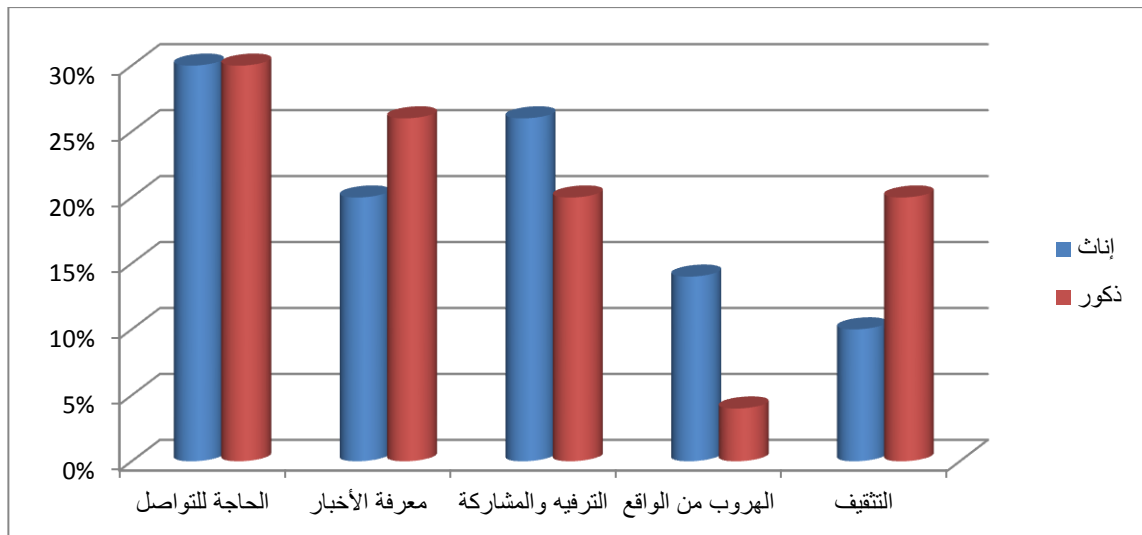


يمثل الجدول عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) ، حيث نجد أن معظم الذكور يفتحون صفحة الفيس بوك حسب الحاجة بنسبة 46% و أكثر من ساعة بنسبة 38% ثم تليها أقل من ساعة بنسبة 16%. في حين نجد أن الإناث يفضلون كذلك فتح الصفحة حسب الحاجة بنسبة 70%، وأكثر من ساعة بنسبة 18% وأخيرا أقل من ساعة بنسبة 12%. ومن خلال هذا التحليل نلاحظ أن كلا من الذكور والإناث يفضلون استخدام الفيس بوك حسب الحاجة بنسبة أكبر.

جدول (10) يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع وحاجات استخدام صفحة الفيس بوك

البيانات		الجنس		
إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%30	15	%30	15	الحاجة للتواصل
%20	10	%26	13	معرفة الأخبار
%26	13	%20	10	الترفيه والمشاركة
%14	07	%04	02	الهروب من الواقع
%10	05	%20	10	التثقيف
%100	50	%100	50	المجموع

الرسم البياني (10): يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافع وحاجات استخدام صفحة الفيس بوك

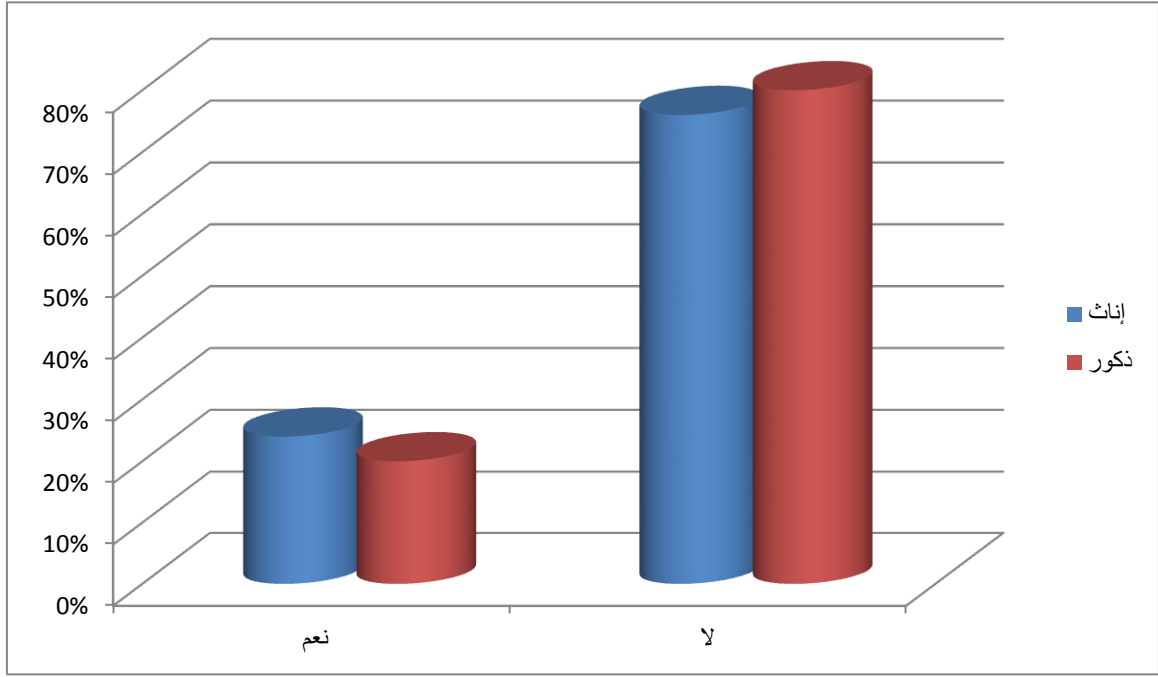


يوضح الجدول أن أغلبية الذكور الحاجات والدوافع التي تدفعهم إلى استخدام الفيس بوك هي الحاجة للتواصل بنسبة 30% ثم تليها معرفة الأخبار بنسبة 26% ثم الترفيه والمشاركة والتنقيف بنسبة واحدة وهي 20% وأخيرا الهروب من الواقع بنسبة 4% . أما فيما يخص الإناث فقد كان الدافع الأكبر هو الحاجة للتواصل بنسبة 30%، بعدها دافع الترفيه والمشاركة بنسبة 26% ثم تلاه دافع معرفة الأخبار بنسبة 20% أما فيما يخص الهروب من الواقع فكانت النسبة 14% والتنقيف بنسبة 10% أي أن النسب متقاربة فيما بينها. وعليه نلاحظ أن الدافع الأكبر لكلا الطرفين هو الحاجة للتواصل بنفس النسبة.

جدول (11) يوضح تردد أفراد العينة على صفحة الفيس بوك للأحزاب السياسية

البيانات		الجنس		
		ذكور	إناث	
نعم لا	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
		10	20%	12
	40	80%	38	76%
المجموع	50	100%	50	100%

الرسم البياني (11): يمثل تردد أفراد العينة على صفحة الفيس بوك للأحزاب السياسية



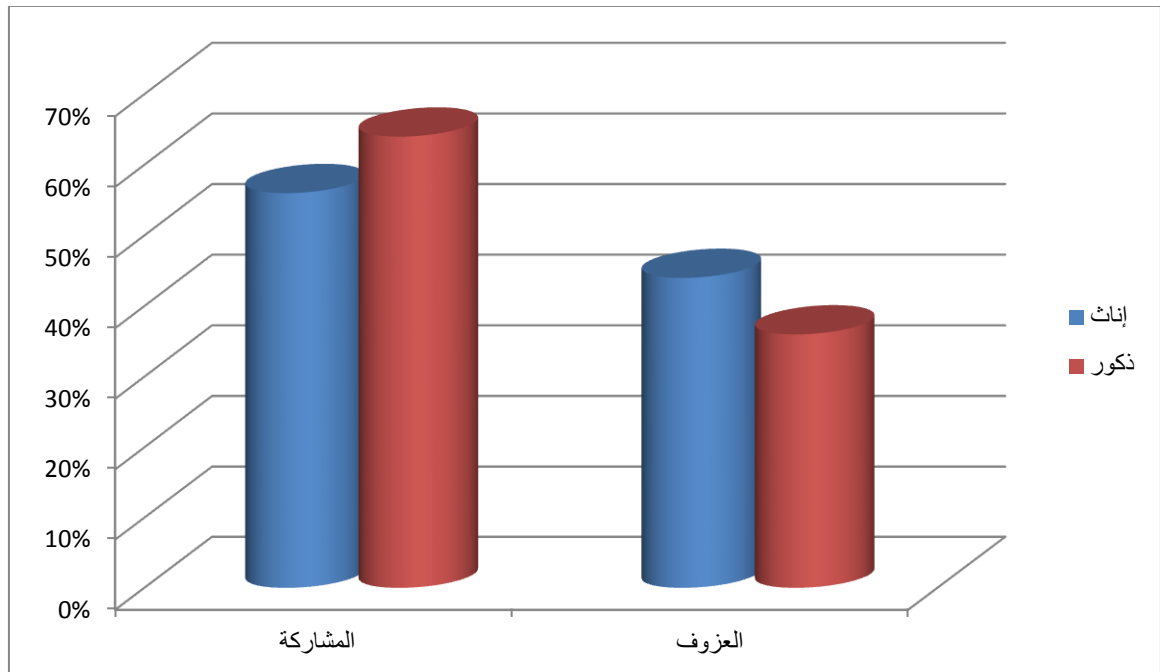
بفحص نتائج الجدول يتبين لنا أن أغلبية الشباب من جنس الذكور لا يترددون على صفحة الفيس بوك للأحزاب السياسية بنسبة 80%، فيما نجد نسبة ضئيلة للذين يترددون على الصفحة بنسبة 20%. أما بالنسبة للإناث فقد بلغت نسبة الذين لا يترددون على الصفحة 76% والذين يترددون على الصفحة بنسبة 24%.

ومنه نلاحظ أن الشباب الجزائري لا يتردد على صفحة الفيس بوك للأحزاب السياسية سواء بالنسبة للذكور أو الإناث.

جدول (12) يوضح دور الفيس بوك سياسيا أثناء الحملات الانتخابية

		الجنس		البيانات
		ذكور	إناث	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%56	28	%64	32	المشاركة
%44	22	%36	18	العزوف
%100	50	%100	50	المجموع

الرسم البياني (12): يمثل دور الفيس بوك سياسيا أثناء الحملات الانتخابية.

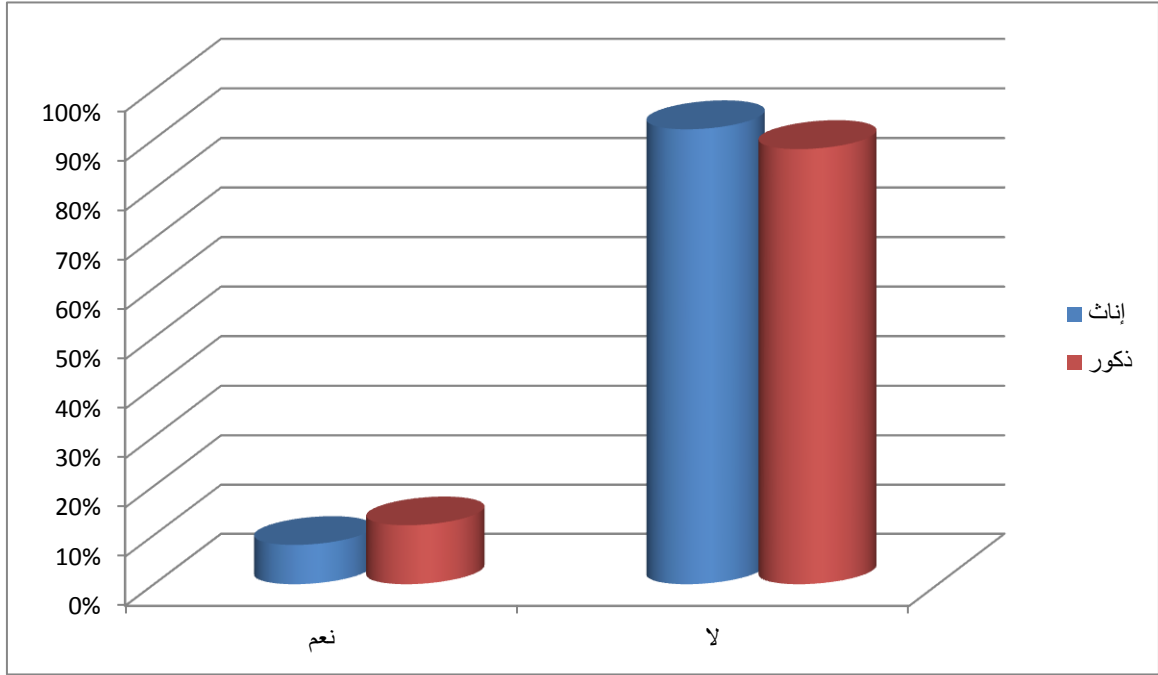


تشير بيانات الجدول أن أغلبية المبحوثين الذكور يرون أن دور الفيس بوك أثناء الحملات الانتخابية يدفع إلى المشاركة بنسبة قدرت بـ 64% في حين نجد 36% يرون أنه يدفع إلى العزوف. أما بالنسبة للإناث يرون أنه يدفع للمشاركة بنسبة 56% ونسبة 44% يلاحظون أنه يدفع للعزوف. ومنه نلاحظ أن كلا الطرفين يلاحظون أن الفيس بوك له دور سياسي خاصة أثناء الحملات الانتخابية، ويدفع للمشاركة.

جدول (13) يوضح توزيع أفراد العينة حسب حب الاطلاع والمشاركة في صفحات الأحزاب السياسية.

البيانات		الجنس	
		ذكور	إناث
نعم	لا	التكرار	النسبة
		44	88%
		50	100%
		04	08%
		46	92%
		50	100%
		50	100%

الرسم البياني (13): يمثل توزيع أفراد العينة حسب حب الاطلاع والمشاركة في صفحات الأحزاب السياسية.



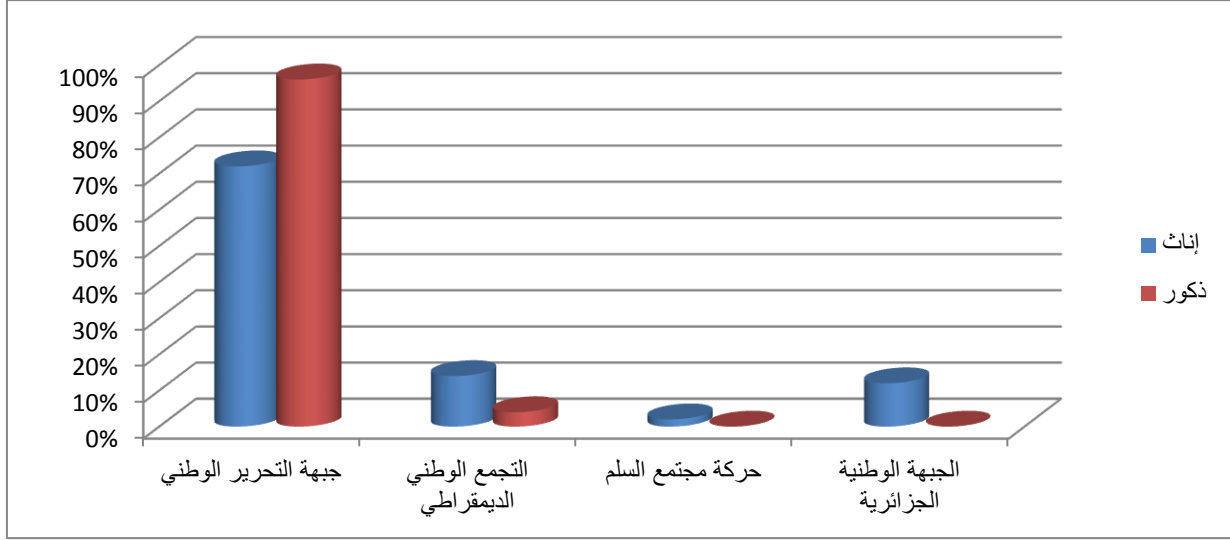
يتضح جليا من خلال الجدول أن نسبة 88% ليس لديهم حب الاطلاع والمشاركة على صفحات الأحزاب السياسية و نسبة 12% لديهم حب الاطلاع والمشاركة وهذا بالنسبة للذكور. أما بالنسبة للإناث نجد نسبة 92% ليس لديهم حب الاطلاع والمشاركة ونسبة 08% لديهم حب الاطلاع والمشاركة. ومنه نلاحظ أن الأغلبية سواء بالنسبة للذكور والإناث لا يحبذون الاطلاع والمشاركة على صفحات الاحزاب السياسية.

من خلال السؤال المفتوح نلاحظ أنه تعددت واختلقت الآراء، فهناك من لا يحب الاطلاع على صفحات الأحزاب لأنه لا يتابع السياسية وليست من اهتماماته، وهناك من لا يطلع عليها بسبب وعودها الكاذبة.

جدول (14) يوضح توزيع أفراد العينة حسب صفحة الأحزاب السياسية المفضلة في الواقع .

البيانات		الجنس	
		ذكور	إناث
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
72%	36	96%	48
14%	07	04%	02
02%	01	00%	00
12%	06	00%	00
100%	50	100%	50

الرسم البياني (14): يمثل توزيع أفراد العينة حسب صفحة الأحزاب السياسية المفضلة في الواقع.



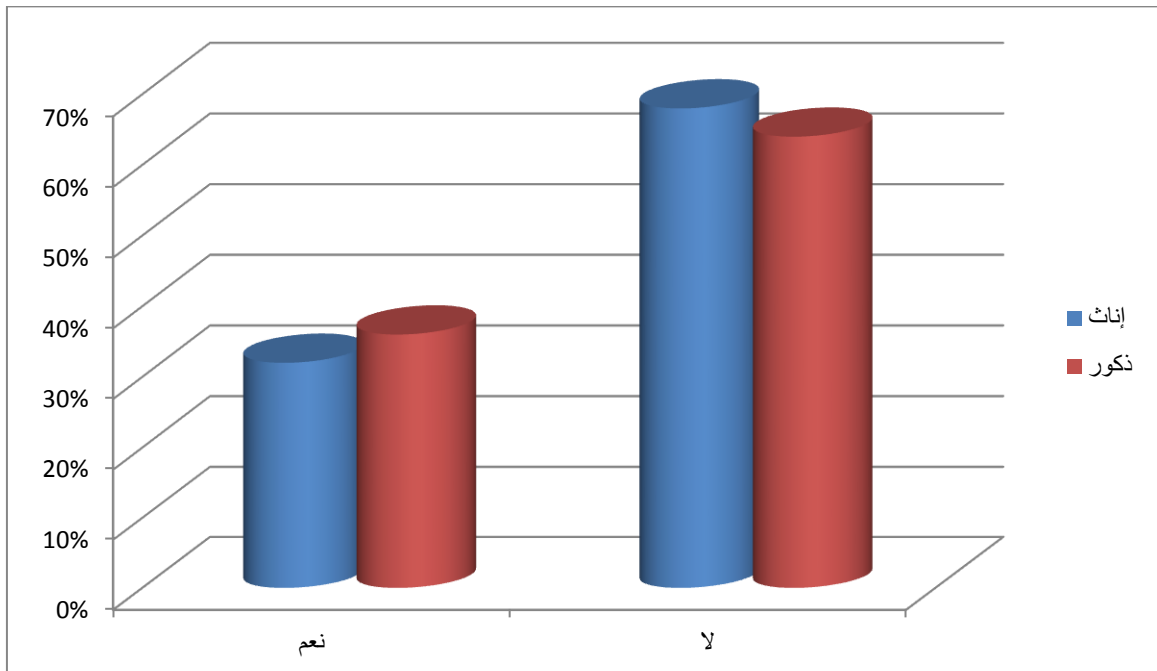
يتضح في هذا الجدول أن الحزب المفضل لدى الذكور هو حزب جبهة التحرير الوطني الذي يتصدر النسبة بـ 96%، ثم يليه حزب التجمع الوطني الديمقراطي بنسبة 4%، في حين تتعدم النسبة بالنسبة لحزب حركة مجتمع السلم والجبهة الوطنية الجزائرية. وعند الإناث نجد نفس الحزب له الصدارة بنسبة 72% ويليه حزب التجمع الوطني بنسبة 14%، بعد ذلك نجد حزب الجبهة الوطنية الجزائرية بنسبة 12% وأخيرا حزب حركة مجتمع السلم 2%.

وعليه نلاحظ أن الحزب المفضل لدى الشباب الجزائري سواء ذكور أو إناث هو حزب جبهة التحرير الوطني.

جدول (15) يوضح تكوين الفيس بوك لموقف سياسي اتجاه حدث سياسي

البيانات		الجنس		
إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%32	16	%36	18	نعم
%68	34	%64	32	لا
%100	50	%100	50	المجموع

الرسم البياني (15): يمثل تكوين الفيس بوك لموقف سياسي اتجاه حدث سياسي.



يتضح من خلال هذا الجدول أن نسبة 64% من الذكور يرون أن الفيس بوك لم يستطع

تكوين موقف سياسي لديهم اتجاه حدث سياسي معين، ونسبة 36% يرون عكس ذلك.

أما بالنسبة للإناث نجد نسبة 68% لم يكون الفيس بوك لهم موقف سياسي اتجاه حدث سياسي

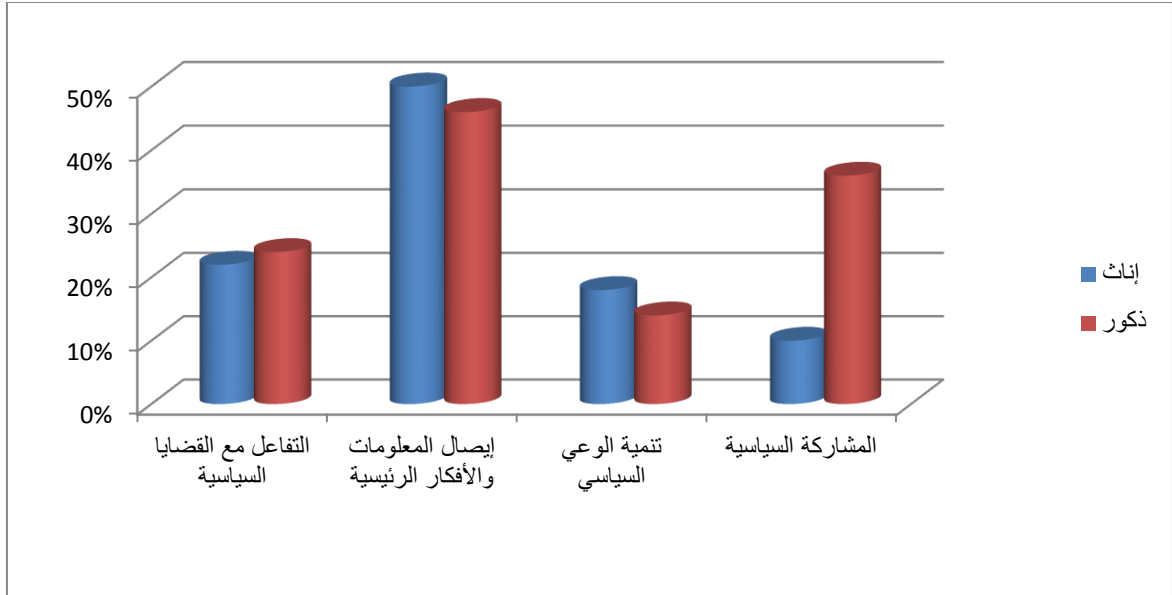
ونسبة 32% يرون عكس ذلك. وبالتالي نلاحظ أن نسبة الإناث كانت أكبر مقارنة بنسبة

الذكور في تكوين الفيس بوك لموقف سياسي وذلك في كلتا الاجابتين.

جدول (16) يوضح دور الفيس بوك في خدمة مصلحة المواطن من حيث:

الجنس		البيانات		
ذكور	إناث	النسبة	التكرار	
12	11	%24	%22	التفاعل مع القضايا السياسية
23	25	%46	%50	إيصال المعلومات والأفكار السياسية
07	09	%14	%18	تنمية الوعي السياسي
18	05	%36	%10	المشاركة السياسية
50	50	%100	%100	المجموع

الرسم البياني (16): يمثل دور الفيس بوك في خدمة مصلحة المواطن



يبين الجدول دور الفيس بوك في خدمة مصلحة المواطن من عدة جوانب كانت أبرزها وأعلىها

نسبة إيصال المعلومات والأفكار السياسية بـ46% ثم تلتها المشاركة السياسية بنسبة 36%،

بعدها التفاعل مع القضايا السياسية بنسبة 24% ثم وأخيرا تنمية الوعي السياسي بنسبة 14%.

أما بالنسبة للإناث نجد أن نسبة إيصال المعلومات والأفكار السياسية تحتل الصدارة بـ 50%

ثم تأتي نسبة 22% بالنسبة للتفاعل مع القضايا السياسية وتليها نسبة 18% بالنسبة لتنمية

الوعي السياسي، وأخيرا نجد المشاركة السياسية بنسبة 10%. ومنه نلاحظ أن الفيس بوك كانت

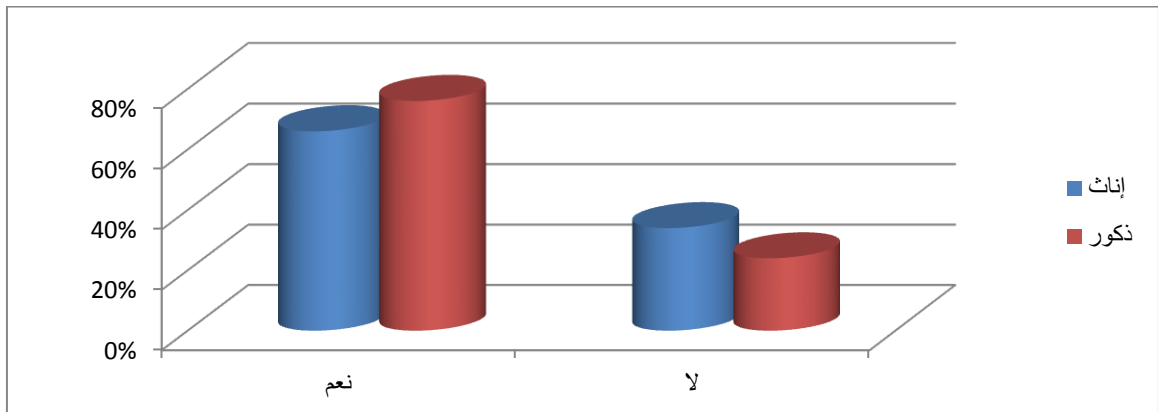
خدمته الأكبر للمواطن من حيث إيصال المعلومات والأفكار السياسية بالنسبة لكلا الطرفين

إناث وذكور.

جدول (17) يوضح قدرة الفيس بوك في تجسيد الاتصال السياسي أكثر من وسائل الإعلام التقليدية.

البيانات	الجنس			
	ذكور	إناث		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	38	%76	33	%66
لا	12	%24	17	%34
المجموع	50	%100	50	%100

الرسم البياني (17): يمثل قدرة الفيس بوك في تجسيد الاتصال السياسي أكثر من وسائل الإعلام التقليدية.



في الجدول التالي نجد أن نسبة 76% من الذكور يقول بأن الفيس بوك استطاع تجسيد الاتصال السياسي بين المواطن والأحزاب السياسية أكثر من وسائل الاعلام التقليدية، ونسبة 24% ترى العكس في اختيار وسائل الاعلام التقليدية أكثر تجسيدا للاتصال السياسي.

أما بالنسبة للإناث نجد نسبة 66% يرون أن الفيس بوك استطاع تجسيد الاتصال السياسي بين المواطن والأحزاب السياسية أكثر من وسائل الاعلام التقليدية، ونسبة 34% يرون العكس.

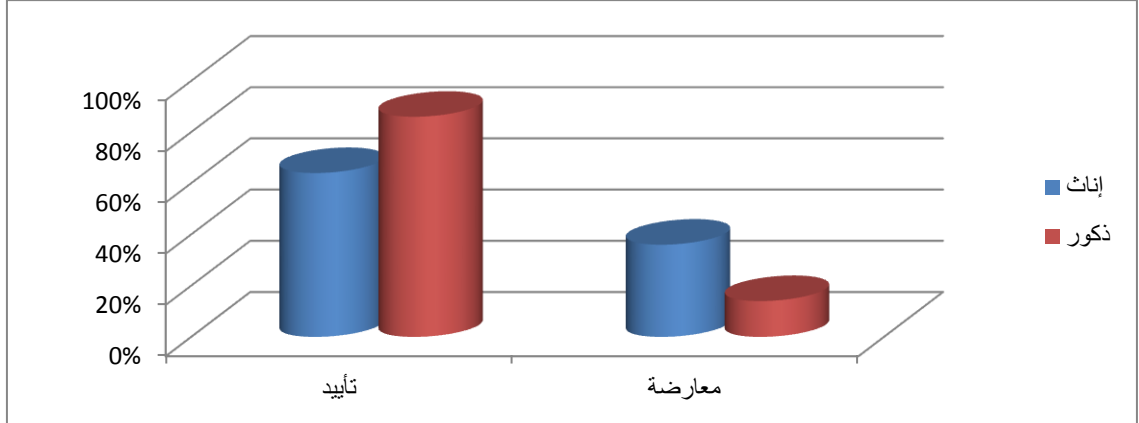
ومنه نلاحظ أن الاغلبية تبقى للذكور بالإجابة بنعم أكثر من الإناث.

جدول (18) يوضح استحسان المواطن ترويج الأحزاب السياسية لبرامجها عبر مواقع التواصل

الاجتماعي

البيانات		الجنس		
		ذكور	إناث	
تأييد	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
	معارضة	86%	43	14%
	64%	32	36%	18
المجموع	100%	50	100%	50

الرسم البياني (18): يمثل استحسان المواطن ترويج الأحزاب السياسية لبرامجها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.



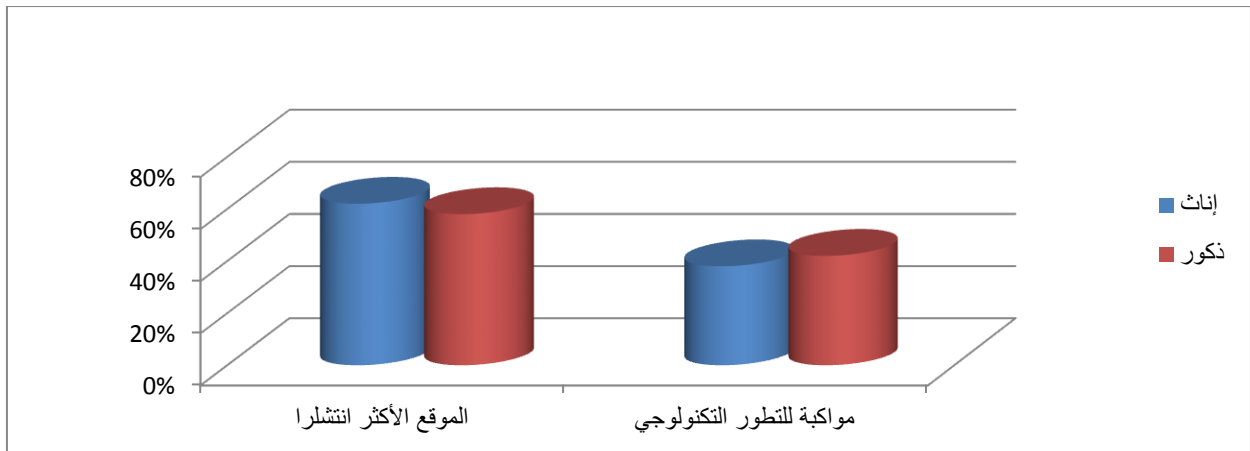
تدل مجمل الإحصائيات في هذا الجدول أن معظم الذكور يستحسنون قيام الأحزاب السياسية بالترويج لبرامجها على صفحة الفيس بوك ويؤيدونها وذلك بنسبة 86% و 14% منهم يعارضون ذلك. وبالنسبة للإناث فنجد 64% يستحسنون ويؤيدون ذلك و 36% يعارضون.

ومنه نلاحظ أن الشباب الجزائري يستحسن ترويج الأحزاب السياسية لبرامجها على صفحة الفيس بوك.

جدول (19) يوضح توزيع أفراد العينة حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كضرورة اتصالية للأحزاب السياسية

البيانات		الجنس		
إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%62	31	%58	29	الموقع الأكثر انتشارا مواكبة للتطور التكنولوجي
%38	19	%42	21	
%100	50	%100	50	المجموع

الرسم البياني (19): يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كضرورة اتصالية للأحزاب السياسية



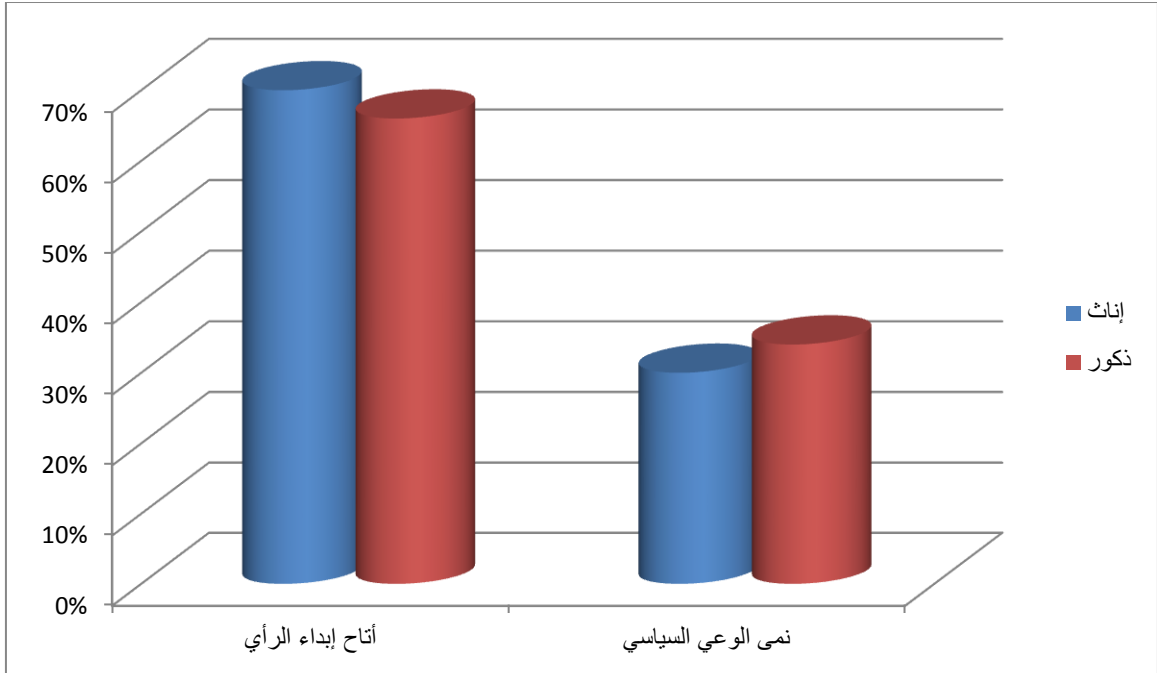
حسب الإحصائيات والنتائج نلاحظ بأن رؤية المواطن الجزائري لصفحة الفيس بوك بأنه أصبح ضرورة اتصالية للوصول إلى الشباب لأنه الموقع الأكثر انتشارا بنسبة 58% ولا تبتعد النسبة كثيرا بالنسبة للإجابة الثانية مواكبة للتطور التكنولوجي بنسبة 42%. أما بالنسبة للإناث نجد 62% يرون بأنه ضرورة اتصالية لأنه الأكثر انتشارا و38% يرون بأنه ضرورة اتصالية لأنه يواكب التطور التكنولوجي.

وبذلك نلاحظ أن كلا الطرفين يرون بأن الفيس بوك أصبح ضرورة اتصالية لأنه الموقع الأكثر انتشارا.

جدول (20) يوضح أن ممارسة الاتصال السياسي أكثر ديمقراطية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأنه:

البيانات		الجنس		
إناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
70%	35	66%	33	أتاح إبداء الرأي نمى الوعي السياسي
30%	15	34%	17	
100%	50	100%	50	المجموع

الرسم البياني (20):



توضح البيانات الموجودة في الجدول أن نسبة الذكور 66% يعتبرون بأن ممارسة الاتصال السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر ديمقراطية لأنه أتاح إبداء الرأي، ونجد 34% ترى أنه أكثر ديمقراطية لأنه نمى الوعي السياسي. في حين بلغت نسبة الإناث 70% من حيث إتاحة إبداء الرأي و 30% لأنه نمى الوعي السياسي. ومنه نلاحظ أن الشباب الجزائري ذكور وإناث يعتبرون أن ممارسة الاتصال السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر ديمقراطية لأنه أتاح إبداء الرأي.

استخلاص النتائج العامة للدراسة:

نستخلص في الأخير أهم النتائج التي توصلنا إليها بعد تحليل البيانات المتعلقة سواء

بالذكور أو الإناث، وهي كالتالي:

- إن معظم مستخدمي الفيس بوك هم أصحاب الفئة العمرية 18-25 سنة و 34-41 سنة

يتراوح مستواهم التعليمي من الثانوي إلى ما بعد التدرج وأكثرهم مقيمون بالمناطق الحضرية.

- نستنتج أنه رغم امتلاك المواطن سواء شباب أو شابات لموقع الفيس بوك أكثر من سنة إلى

سنوات إلا أنهم لا يتعرضون أو يترددون على صفحة الأحزاب السياسية.

- يفضل الشباب فتح مواقع التواصل الاجتماعي حسب الحاجة والدافع الأكبر لذلك هو الحاجة

للتواصل

- نلاحظ أن الشباب ليس لديه حب الاطلاع والمشاركة على صفحات الأحزاب السياسية، وذلك

لعدة أسباب منها فقدان الثقة في الحزب بسبب الوعود الكاذبة، او عدم اهتمامهم بأمور السياسة

ولا حاجة له بها. لذلك نلاحظ عزوف الشباب منها.

-نلاحظ أن الفيس بوك ليس له أثر على المواطن سياسيا، لأنه لم يستطع أن يكون له موقف سياسي يتعلق بالأحداث السياسية في الجزائر، لكن نرى أنه خدم المواطن من حيث إيصال المعلومات والأفكار السياسية، وكذا المشاركة السياسية.

- نجد أن المواطن يفضل تمثيل البرامج الانتخابية للأحزاب السياسية على صفحة الفيس بوك أكثر من وسائل الإعلام التقليدية لأنه يرى ذلك أكثر ديمقراطية خاصة فيما يتعلق بجانب إبداء الرأي.

ومن خلال النتائج التي توصلنا إليها سنحاول معرفة إذا كانت النتائج تنطبق على فرضيات الدراسة، حيث نجد أن الفرضية الأولى التي مفادها أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في عملية الاتصال السياسي لدى الأحزاب السياسية فرضية غير محققة وذلك أنها خدمت مصلحة المواطن وأتاحت له إبداء الرأي بكل حرية وسهلت عليه الحصول على مختلف المعلومات و الأخبار والأفكار السياسية.

أما الفرضية الثانية التي ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي تحولت إلى مواقع للاتصال السياسي، فرضية صحيحة ويتبين ذلك من خلال أنها أصبحت قناة للاتصال بين الحاكم والمحكومين أو بين السلطة والمواطن، ويظهر ذلك جليا من خلال دورها في الحياة السياسية.

والفرضية الثالثة التي تفترض أنه توجد علاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والاتصال السياسي فرضية صحيحة لأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبح لها تأثير سياسي على المواطن من خلال تعبئة الرأي العام وكسب التأييد الجماهيري والتفاعل مع مختلف القضايا السياسية.

التوصيات والاقتراحات:

1. حث وتشجيع الأحزاب السياسية في تكثيف نشاطاتها على صفحة الفيس بوك على طول العام للتواصل أكثر مع الجمهور من أجل حل مشاكلهم ودفع المعوقات وتذليل العقبات التي تواجه المواطن.
2. استغلال شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الحكومات والأحزاب السياسية من أجل الدفع بالإصلاح السياسي.
3. إخضاع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالاتصال السياسي لمزيد من الدراسات المتعمقة والميدانية والتحليلية لإزالة الغموض عنها والتعرف عليها أكثر.
4. ضرورة القيام بدراسات مشابهة لهذه الدراسة لأنه موضوع متشعب وله علاقة بميادين عدة ومختلفة.
5. اعتماد شبكات التواصل الاجتماعي كقنوات اتصال رسمية بين المواطن والحزب الممثل له.

خاتمة

وفي الأخير نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي لها أهمية كبيرة على المستوى العالمي عامة، وعلى المستوى الوطني خاصة، ونخص بالذكر الفيس بوك الذي يعتبر الموقع الأول الذي له حصة الأسد في وسط الشباب الجزائري، و بهذا حظيت مواقع التواصل الاجتماعي باهتمام كبير نظرا لما تؤديه من دور في حشد الرأي العام في جميع الأصعدة في مدة زمنية قصيرة، هذا ما أدى إلى تفوقه على وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية، وذلك بسبب تحرره من قيود عدة كالرقابة السلطوية.

وهكذا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي العلامة البارزة في وقتنا الراهن، حيث أصبحت قناة الاتصال المفضلة لدى المواطن من جهة والأحزاب السياسية من جهة أخرى وبهذا تكونت العلاقة بين الاتصال السياسي ومواقع التواصل الاجتماعي من أجل الرقي بهذا الاتصال والوصول إلى مستوى أكثر ديمقراطية بهدف النهوض بالمجتمع وتطويره، وتكوين مجتمع متماسك قادر على التعبير بحرية عن آرائه والتواصل وتبادل المعلومات بين الحكومة وشعبها.

قائمة المراجع

ا. القواميس والموسوعات:

- 1- ابن منظور وآخرون، لسان العرب، دار صادر، بيروت، 1992.
- 2- الجبالي صفر وآخرون، قاموس المصطلحات المدنية والسياسية، ط1، مركز إعلام حقوق الإنسان والديمقراطية، فلسطين، 2014.
- 3- البيطار فراس، الموسوعة السياسية والعسكرية، الجزء الأول، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، 2003.
- 4- بن هادية علي وآخرون، القاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرسي ألفبائي، ط 1 المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1997.
- 5- حجاب محمد منير، المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 6- زيتون وضاح، المعجم السياسي، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

اا. الكتب:

- 7- أبو إصبع صالح، استراتيجيات الاتصال، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2004.

- 8-ألموند جبريل وباول الابن، السياسيات المقارنة في وقتنا الحاضر، تر: هشام نصار، دار الأهلية، مصر، 1998.
- 9-البشر محمد بن سعود، مقدمة في الاتصال السياسي، ط2، مكتبة العبيكان، الرياض، 2008.
- 10-الدليمي عبد الرزاق، الاعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 11-الهاشمي مجد، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 12-المشاقبة بسام عبد الرحمن، الاعلام البرلماني والسياسي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 13-المصالحة محمد حمدان، الاتصال السياسي مقترح نظري-تطبيقي، دار وائل لنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
- 14-السويدي محمد، علم الاجتماع السياسي، ميدانه وقضاياها، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990.
- 15-الساري عبد الكريم فهد، الألوسي فؤاد، الاعلام والتسويق السياسي والانتخابي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

16-العويني محمد، العلوم السياسية دراسة في الأصول والنظريات والتطبيقات، عالم الكتب، القاهرة،1988.

17-العيادي عبد العزيز، ميشال فوكو(المعرفة والسلطة)،ط1،المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان،1994.

18-القصيبي عبد الغفار رشاد، الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي، مكتب الآداب، القاهرة، 2007.

19-الشمائلة ماهر عودة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

20-الشميمري فهد بن عبد الرحمن، التربية الاعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض،2010 .

21-جرادات مهدي، الأحزاب والحركات السياسية في الوطن العربي، ط1، دار أسامة، عمان، 2010.

22-دليو فضيل، الاتصال السياسي في الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، الجزائر، 2010.

23-دليو فضيل، الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003 .

- 24-دياب رزق سهيل، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين،2003.
- 25-دوريس جرابر وآخرون، سياسة الأخبار وأخبار السياسة، تر: زين نجاتي، مكتبة الشروق الدولي، القاهرة، 2003.
- 26-دسوقي علي الدين هلال، محمد محمود اسماعيل، اتجاهات حديثة في علم السياسة، المجلس الأعلى، 1999.
- 27-زين الدين بلال أمين، الأحزاب السياسية من منظور الديمقراطية المعاصرة، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011.
- 28-حلاوة محمد السيد، عبد العاطي رجاء، العلاقات الاجتماعية للشباب بين درشة الأنترنت والفييس بوك، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2011.
- 29-حسين سمير محمد، الأسس النظرية والجوانب المنهجية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- كنعان علي عبد الفتاح، الاعلام والمجتمع، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان،2014.
- 30-مهنا محمد نصر، الاعلام السياسي بين التنظير والتطبيق، ط1، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007.
- 31-محمود منال طلعت، مدخل إلى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2002 .

- 32- محمد محمد سيد، الاتصال الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.
- مختار محمد الدين، الاتجاهات النظرية والاستطلاعية في منهجية العلوم الاجتماعية، دار المنشورات الجامعية، باتنة، 1999.
- 33- عبد الحميد حسين، رشوان أحمد، الأحزاب السياسية وجماعات المصلحة والضغط، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2008.
- 34- عبد النور ناجي، المدخل إلى علم السياسية، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
- 35- عبد النور ناجي، النظام السياسي الجزائري من الاحادية إلى التعددية السياسية، منشورات جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2006.
- 36- عباس كمال الدين جعفر، الاتصال السياسي في البعد الفكري، ط1، المكتب الإسلامي، بيروت، 2004.
- 37- عبده خالد جمال، الاعلام البديل على الأنترنت فلسفة جديدة في الاعلام والاتصال، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2016.
- 38- عليان ربحي مصطفى، غنيم عثمان محمد، مناهج وأساليب البحث العلمي (الأسس النظرية والتطبيق العلمي)، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

39- عساف موسى، مهارات التواصل السياسي، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، 2016.

40- صادق عباس مصطفى، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

41- شقرة علي خليل، الاعلام الجديد(شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.

III. الدوريات:

42- بلمولاي بدر الدين ، دور الاعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، العدد29، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، الجزائر، 2017.

43- دغمان المهدي الشيباني ، الاحزاب السياسية، الثقافة سوسولوجية، العدد16، المجلد الأول، قسم العلوم الاجتماعية، ليبيا، 2014.

44- كازنيف هيوك ، نماذج الاتصال السياسي، تر: نبيلة بوخيزة، العدد14، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2014.

45- شناوي سامي أحمد ، محمد خليل عباس، استخدام شبكة التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المراهقين، العدد2، المجلد 18، الجامعة، 2014.

IV. الرسائل الجامعية:

46- آل سعود سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز ، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام، المملكة العربية السعودية، 2006.

47- المطيري حسن قطيم طماح ، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي " تويتر" من قبل الشباب الكويتي، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2013.

48- المنصور محمد ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية، مذكرة تخرج للحصول على درجة الماجستير في الاعلام والاتصال، أكاديمية العربية، الدانمارك، 2012.

49- بن صالح جعفر، الاتصال السياسي في الجزائر: المعالجة الإعلامية للملف الصحي لرئيس الجمهورية جريدتي الخبر والشعب نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، وهران، 2013 .

50- معبود مريم ، المدرسة الجزائرية في برامج الأحزاب السياسية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة سطيف، 2014.

51- نورمار مريم ناريمان ، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

52- عبد الرزاق رأفت مهند ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة مقدمة استكمالاً للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية، 2013 .

53- عيسى عبيد نورية، استراتيجيات الاقناع في المواقع الإلكترونية للأحزاب السياسية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، مستغانم، 2017.

54- فضلون أمال، استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2007.

V. الملتقيات والمؤتمرات:

55- الجوعان كوثر عبد الله ، العمل الحزبي المنظم ودوره في تنمية المجتمعات، مؤتمر التوافق السنوي الثالث 10 -11-أفريل 2006، كويت.

56- العلوي شوقي ، الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية، أشغال الملتقى الدولي، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 2015.

57-صادق عباس مصطفى ، صناعة الخبر بين الاعلام التقليدي والجديد، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، كلية الاعلام والاتصال، أبوظبي، 2010.

58-غربي علي، الحملة الانتخابية وعملية الاتصال السياسي، سلسلة أعمال الملتقيات، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010

VI. النصوص القانونية:

59-المادة 3 من القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 15يناير، المتعلق بالأحزاب السياسية، العدد 2، الجريدة الرسمية، الجزائر.

VII. الوبوغرافيا:

60-الدوري إبراهيم أحمد ، شبكات التواصل الاجتماعي، المنظمة العربية للهلال الأحمر والصليب الأحمر، تاريخ المعاينة:2018/04/20 على الساعة 45د-15سا،

<http:// arabrcrc .org/getattachment/>

61-بارة سميرة، تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية، قسم العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة،2008، ص12، تاريخ

المعاينة:2018/04/26على الساعة21د:11سا

<http://dspace.univ-ouargla.dz>

62-مبروك الغزالي أبوبكر، الاتصال السياسي، كلية الإعلام، جامعة بنغازي، ص 18 ، تاريخ

المعينة:2018/04/15على الساعة 03د:19سا

<http://uob.edu.ly/assets/uploads/pagedownloads/0a7ef>

63-نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي

لدى الشباب العربي، تاريخ المعينة:2018/02/15 على الساعة 45 : 15

www.univ-dz-makal 11.12

64-عواجي صلوي عبد الحافظ ، نظريات التأثير الإعلامية، تاريخ المعينة:2018/04/10

على الساعة 13د:14سا

<http://docslide.net>

65-شمس الدين فتحي ، الاتصال السياسي واستراتيجيات التواصل مع الجماهير،2014،

تاريخ المعينة:2018/04/15 على الساعة 56د:14سا

www.rosaelyoussef.com

فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
08-04	مقدمة
35-09	الإطار المنهجي
11-10	الإشكالية وتساؤلات الدراسة
12	فرضيات الدراسة
13	أهمية الدراسة
14	أسباب الدراسة
15	أهداف الدراسة
20-16	تحديد المفاهيم
22-21	المنهج المستخدم في الدراسة
24-23	أدوات جمع البيانات
26-25	مجتمع البحث وعينة الدراسة
31-27	الدراسات السابقة
34-32	النظرية الخلفية
35	صعوبات الدراسة

66-36	الإطار النظري
66-37	الفصل الأول: الاتصال السياسي
41-39	المبحث الأول: مدخل إلى الاتصال
45-42	المبحث الثاني: مفهوم الاتصال السياسي
50-46	المبحث الثالث: وظائف الاتصال السياسي
52-51	المبحث الرابع: الاتصال السياسي ودوره في الحياة السياسية
55-53	المبحث الخامس: الاتصال السياسي وبناء الوعي السياسي
60-56	المبحث السادس: نماذج الاتصال السياسي
66-57	المبحث السابع: الاتصال السياسي في الجزائر
88-67	الفصل الثاني: الأحزاب السياسية
71-69	المبحث الأول: نشأة الأحزاب السياسية
74-72	المبحث الثاني: مفهوم الأحزاب السياسية
77-75	المبحث الثالث: تصنيفات الأحزاب السياسية
82-78	المبحث الرابع: وظائف الأحزاب السياسية
85-83	المبحث الخامس: الأحزاب السياسية والسلطة

88-86	المبحث السادس: نموذج من الأحزاب "حزب جبهة التحرير الوطني"
105-89	الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في الحياة السياسية
92-91	المبحث الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
95-93	المبحث الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
97-96	المبحث الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
100-98	المبحث الرابع: مفهوم الفيس بوك
102-101	المبحث الخامس: آلية نقل الأخبار في الفيس بوك.
105-103	المبحث السادس: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية
140-106	الإطار التطبيقي
137-107	تحليل الاستبيان
140-138	استخلاص النتائج العامة للاستبيان والتوصيات
142	خاتمة
153-144	قائمة المراجع

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	107
02	توزيع أفراد العينة حسب العمر	109
03	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	110
04	توزيع أفراد العينة حسب العمل	112
05	توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	113
06	توزيع أفراد العينة حسب مدة امتلاك صفحة الفيس بوك	115
07	توزيع أفراد العينة حسب استعمال الاسم الحقيقي أو المستعار في فتح صفحة الفيس بوك	116
08	توزيع أفراد العينة حسب المكان المفضل لفتح الفيس بوك	118
09	توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق في استخدام صفحة الفيس بوك	119
10	توزيع أفراد العينة حسب دوافع وحاجات استخدام صفحة الفيس بوك	121
11	توزيع أفراد العينة حسب ترددهم على صفحة الفيس بوك للأحزاب السياسية	122
12	توزيع أفراد العينة حسب معرفة دور الفيس بوك سياسيا أثناء الحملات الانتخابية	124
13	توزيع أفراد العينة حسب حب الاطلاع والمشاركة في صفحات الأحزاب السياسية	125
14	توزيع أفراد العينة حسب صفحة الأحزاب السياسية المفضلة في الواقع	127

129	توزيع أفراد العينة حسب تكوين الفيس بوك موقف سياسي اتجاه حدث سياسي	15
130	توزيع أفراد العينة حسب دور الفيس بوك في خدمة مصلحة المواطن	16
132	توزيع أفراد العينة حسب قدرة الفيس بوك في تجسيد الاتصال السياسي أكثر من وسائل الاعلام التقليدية	17
133	توزيع أفراد العينة حسب استحسان المواطن ترويج الأحزاب السياسية لبرامجها عبر مواقع التواصل الاجتماعي	18
135	توزيع أفراد العينة حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كضرورة اتصالية للأحزاب السياسية	19
136	توزيع أفراد العينة حسب ممارسة الاتصال السياسي لأكثر ديمقراطية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	20

الرقم	العنوان	الصفحة
01	رسم بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس	108
02	رسم بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب العمر	109
03	رسم بياني توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.	111
04	رسم بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب العمل	112
05	رسم بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	114
06	رسم بياني يمثل توزيع أفراد العينة من حيث مدة امتلاك صفحة الفيس بوك	115

117	رسم بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب استعمال الاسم الحقيقي أو المستعار في فتح صفحة الفيس بوك.	07
118	رسم بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب المكان المفضل لفتح الفيس بوك	08
120	رسم بياني يمثل الوقت المستغرق في استخدام أفراد العينة لصفحة الفيس بوك	09
121	رسم بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب دوافع وحاجات استخدام صفحة الفيس بوك	10
123	رسم بياني يمثل تردد أفراد العينة على صفحة الفيس بوك للأحزاب السياسية	11
124	رسم بياني يمثل دور الفيس بوك سياسيا أثناء الحملات الانتخابية.	12
126	رسم بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب حب الاطلاع والمشاركة في صفحات الأحزاب السياسية.	13
128	رسم بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب صفحة الأحزاب السياسية المفضلة في الواقع.	14
129	رسم بياني يمثل تكوين الفيس بوك لموقف سياسي اتجاه حدث سياسي.	15
131	رسم بياني يمثل دور الفيس بوك في خدمة مصلحة المواطن	16

132	رسم بياني يمثل قدرة الفيس بوك في تجسيد الاتصال السياسي أكثر من وسائل الإعلام التقليدية.	17
134	رسم بياني يمثل استحسان المواطن ترويج الأحزاب السياسية لبرامجها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	18
135	رسم بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كضرورة اتصالية للأحزاب السياسية	19
137	رسم بياني يمثل ممارسة الاتصال السياسي أكثر ديمقراطية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	20

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

دليل الاستمارة

في إطار تحضير رسالة التخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص :
وسائل الإعلام والمجتمع بـ عنوان

دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصال السياسي

الفيسبوك نموذجا

تحت إشراف:

د. بوعمامة العربي

من إعداد الطالبتين:

بوزيدي جميلة

رريب الله سامية سنية

في إطار إتمام التحضير لمذكرة التخرج نرجو من سيادتكم المحترمة الإجابة عن الأسئلة
المقدمة في الاستمارة

السنة الجامعية:

2018-2017

المحور الأول: بيانات شخصية:

1-الجنس: ذكر أنثى

2-العمر:

25-18 33- 26 41-34

3-المؤهل العلمي: متوسط ثانوي

جامعي ما بعد التدرج

4-العمل: موظف في القطاع العام موظف في القطاع الخاص عامل يومي
غير موظف

5-مكان الإقامة: حضري شبه حضري

المحور الثاني: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من المواطن الجزائري

1- منذ متى كانت مشاركتك في مواقع التواصل الاجتماعي:

منذ سنة من سنة-03 سنوات منذ 03سنوات فأكثر

2-هل تدخل إلى الفيسبوك باسمك الحقيقي أو باسم مستعار:

الاسم الحقيقي الاسم المستعار

3-ماهي الأماكن المفضلة لديك لفتح صفحة الفيسبوك:

البيت العمل مكان الدراسة

4-ماهي الفترة التي تقضيها في استخدام الفيسبوك:

أقل من ساعة أكثر من ساعة حسب الحاجة

5- ماهي الدوافع والحاجات التي تدفعك إلى استخدام الفيسبوك:

- الحاجة للتواصل معرفة الأخبار للترفيه والمشاركة
 الهروب من الواقع التثقيف

المحور الثالث: الأحزاب السياسية والاتصال السياسي

هل تتردد على صفحة الفيسبوك للأحزاب السياسية الجزائرية:

- نعم لا

كيف ترى دور الفيسبوك سياسيا خاصة أثناء الحملات الانتخابية يدفع إلى:

- المشاركة العزوف

هل لديك حب الاطلاع والمشاركة على صفحات الأحزاب السياسية:

- نعم لا

لماذا

.....
.....

ماهو الحزب المفضل لديك في الواقع وتفضل أن تتابعه افتراضيا:

- جبهة التحرير الوطني التجمع الوطني الديمقراطي
 الجبهة الوطنية الجزائرية حركة مجتمع السلم

هل استطاع الفيسبوك أن يكون لك موقف سياسي اتجاه حدث سياسي:

- نعم لا

المحور الرابع: تجسيد الاتصال السياسي للأحزاب السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

هل ترى أن الفيسبوك خدم مصلحة المواطن من حيث:

- التفاعل مع القضايا السياسية إيصال المعلومات والأفكار السياسية
- تنمية الوعي السياسي المشاركة السياسية

هل استطاع الفيسبوك تجسيد الاتصال السياسي بين المواطن والأحزاب السياسية أكثر من وسائل الإعلام التقليدية:

- نعم لا

هل تستحسن قيام الأحزاب السياسية بالترويج لبرامجها الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- تأييد معارضة

إذا كان جوابك بنعم هل ترى أن الفيسبوك أصبح ضرورة اتصالية للوصول إلى الشباب لأنه:

- الموقع الأكثر انتشارا مواكبة للتطور التكنولوجي

هل تعتبر ممارسة الاتصال السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر ديمقراطية لأنه:

- أتاح إبداء الرأي نمو الوعي السياسي