

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (ل.م.د) في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: تكنولوجيا الإعلام الجديد، والسمعي البصري

الموسومة:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي

إشراف الأستاذ:
أ.د. مالفى عبد القادر

إعداد الطالبة:
قديري نصيرة

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	مؤسسة الانتماء	الرتبة	اسم ولقب الأستاذة
رئيسا	جامعة مستغانم	أستاذ	أ.د. العربي بوعمامة
مشرفا ومقررا	جامعة وهران 2	أستاذ	أ.د. مالفى عبد القادر
ممتحنا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر	حمداد صبيحة
ممتحنا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر	عيسى عبيدي نورية
ممتحنا	جامعة وهران 1	أستاذ	بن دريس احمد
ممتحنا	جامعة بشار	أستاذ محاضر	بوزيان نور الدين

بسم الله الرحمن الرحيم

كلمة شكر

إلى من ساهم بإشرافه العلمي والإنساني الذي كان له الدور الأبرز في تحقيق هذا الإنجاز.

أ. مالفي عبد القادر

إلى رئيس المشروع الذي لم ييخل بتوجيهاته

-الدكتور العربي بوعمامة -

كما أتقدم بجزيل الشكر والإمتنان، إلى أساتذتي أعضاء لجنة المناقشة،
لما أولوا لهذه الدراسة من عناية بالغة أثناء القراءة
واعدة إياهم أن تكون آراؤهم وملاحظاتهم محط تقدير الباحثة وعنايتها.
والشكر موصول إلى كل من مد لي يد العون من قريب أو بعيد.

إهداء

إلى من غمراني حبًّا، وربّاني صبرًا، وعلماني أن للحلم جناحين،

إلى من كانت دعواتها سِتْرًا ونجاةً في كل حين،

لكما يا نبضي وسكني، كل الحمد والامتنان

- إلى والديّ العزيزين -

إلى الكتف الذي احتميت به في لحظات ضعفي،

إليك يا من كنتَ ولا تزال النور الذي يبّدد عمتي، إلى الأمان الذي لم يخذلني يومًا،

- أخي العزيز -

إلى شريك دربي، و سندي حياتي، وأنيسي روحي، إلى من احتمل معي مشقة الطريق

- زوجي الغالي -

إليكم، يا من كان دعمكم قوة، وتشجيعكم نورًا، ووجودكم نعمةً لا تقدر بثمن...

- أخواتي وزوجة أخي -

"إلى أعلى هبة من الله، إلى روحي التي تسير على الأرض..."

- أبنائي - الأمير وأنيس -

إلى من لم يخلوا بدعمهم، ولم يترددوا في تقديم العون، وكانوا لي سندًا في مسيرتي...

أساتذتي ورفيقة دربي مدودي نادية

إليكم جميعا أهدي عملي هذا.....

ملخص الدراسة.

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا موقع الفيسبوك، في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، من خلال رصد دوره في تنمية المعارف السياسية، وتعزيز القيم، وتكوين الاتجاهات، والتأثير في أنماط السلوك والمشاركة السياسية، في ظل التحولات التي أفرزتها البيئة الرقمية وتزايد انخراط الشباب في استخدام هذه المنصات الاجتماعية. حيث لخصنا إشكالية البحث في السؤال الرئيسي التالي: **ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين؟**

وللوصول إلى الإجابة عن السؤال وتحقيق أهداف الدراسة، اعتمدنا المنهج المسحي الوصفي ضمن مقارنة كمية، مستعينين باستمارة الاستبيان والملاحظة العلمية كأداة مساعدة لجمع البيانات من عينة قصدية قوامها 380 طالبًا وطالبة من جامعة جيلالي اليابس بسيدي بلعباس، بالاستناد إلى مدخلي الاستخدامات والإشباعات والاعتماد على وسائل الإعلام.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن فيسبوك يمثل مصدرا مهما للمعلومات السياسية لدى الطلبة الجامعيين، ويسهم في توسيع معارفهم بالقضايا الوطنية والفاعلين والمؤسسات السياسية، كما يتيح لهم التعبير عن آرائهم والانخراط في النقاشات المتعلقة بالشأن العام. وأبرزت النتائج أيضا تنامي دور المنصة بوصفها فضاء بديلا للتعبير والمشاركة السياسية، في ظل تراجع الثقة في بعض الأطر التقليدية للممارسة السياسية، مع بقاء جانب من هذه المشاركة في حدود التفاعل الافتراضي والرمزي . وخلصت الدراسة إلى أن فيسبوك يسهم في تشكيل ملامح ثقافة سياسية رقمية لدى الطلبة الجامعيين، من خلال التأثير في معارفهم ومواقفهم وممارساتهم السياسية، غير أن هذا الدور يظل مرتبطًا بتحديات تتعلق بمصداقية المعلومات، وتجزئة المعرفة السياسية، ومحدودية الانتقال من التفاعل الرقمي إلى المشاركة السياسية الفعلية.

- **الكلمات المفتاحية:** الدور، مواقع التواصل الاجتماعي، الثقافة السياسية، الطلبة.

Abstract:

This doctoral research explores the role of Face book as a social media platform in shaping the political culture of university students, a demographic that represents a vital segment of youth engaged in the digital public sphere. The study is grounded in the premise That social networking sites, particularly Facebook, have become influential tools for political communication, knowledge acquisition, and civic expression in contemporary societies.

The research adopts a quantitative methodological approach, utilizing a structured questionnaire distributed to a purposive sample of university students. The data were analyzed according to five key dimensions: patterns of Facebook usage, political motives and gratifications, the impact on political knowledge, reinforcement of political values, and influence on political behavior.

The findings reveal that Facebook is widely used by students not only for entertainment and social connection but also as a primary source for accessing political content. The majority of respondents reported frequent exposure to political posts, particularly on national issues, and a tendency to engage with such content through likes, comments, and sharing. The platform was also found to support freedom of expression, facilitate political discussions, and serve as a space for following political figures and institutions.

However, the study also indicates that this digital political engagement tends to remain largely symbolic or passive, with limited translation into formal political participation (e.g., joining parties or political organizations). This is attributed to several factors, including limited trust in political actors, the entertainment-oriented nature of the platform, and students' preference for expressive over participatory engagement.

In conclusion, the study affirms that Facebook plays a significant role in shaping a new form of political culture among university students—one that is more interactive, and digitally mediated. While the platform enhances political awareness and the visibility of political discourse, it also poses challenges related to the credibility of content, selective exposure, and depth of political involvement.

Keywords:

The Role, Social Media, Political Culture, University Students.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	كلمة شكر
	إهداء
	ملخص
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
الجانب المنهجي للدراسة	
09	1. إشكالية الدراسة
10	2. تساؤلات الدراسة
11	3. فرضيات الدراسة
11	4. أسباب اختيار الموضوع
12	5. أهداف الدراسة
12	6. أهمية الدراسة
13	7. نوع ومنهج الدراسة
16	8. أدوات جمع البيانات
19	9. مجتمع البحث وعينة الدراسة
25	10. حدود الدراسة
25	11. تحديد مفاهيم الدراسة
29	12. الخلفية النظرية للدراسة
43	13. الدراسة الاستطلاعية
45	14. الدراسات السابقة
50	15. التعقيب على الدراسات السابقة

الجانب النظري للدراسة	
الفصل الأول: مدخل لدراسة شبكات التواصل الاجتماعي	
54	- أولا: نبذة تعريفية عن مواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها وأدواتها
54	1. مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية المفهوم
57	2. كرونولوجيا تطور مواقع التواصل الاجتماعي
59	3. مميزات مواقع التواصل الاجتماعي
63	4. أدوات مواقع التواصل الاجتماعي
70	- ثانيا: التأثيرات المحتملة لمواقع التواصل الاجتماعي
70	1. التأثيرات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي
73	2. التأثيرات النفسية لمواقع التواصل الاجتماعي
77	3. التأثيرات الثقافية لمواقع التواصل الاجتماعي
82	4. التأثيرات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي
86	- ثالثا: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي.
86	1. التواصل الاجتماعي وتبادل المعلومات
87	2. حرية الرأي والتعبير في مواقع التواصل الاجتماعي
88	3. التأثير السياسي والمجتمعي
89	- رابعا: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة.
89	1. مجال التعليم والتعلم
90	2. مجال التواصل
91	3. مجال الثقافة وتقديم الأخبار
92	4. مجال التجارة والتسويق
الفصل الثاني: مدخل عام للثقافة السياسية.	
96	- أولا: الإطار المفاهيمي للثقافة السياسية
96	1. المفهوم اللغوي للثقافة السياسية
96	2. المفهوم الاصطلاحي للثقافة السياسية
102	- ثانيا: أبعاد الثقافة السياسية
102	1. إسهامات المعرفة السياسية في تشكيل الثقافة السياسية.

107	2. البعد الوجداني للثقافة السياسية.
112	3. البعد السلوكي للثقافة السياسية
114	- ثالثا: مصادر تكوين الثقافة السياسية
114	1. المؤسسات الأولية: (الأسرة- المؤسسات التعليمية)
117	2. المؤسسات المباشرة: (الأحزاب السياسية- جماعات الضغط)
120	3. المؤسسات الإعلامية: (وسائل الإعلام التقليدية- وسائل الإعلام الجديدة)
121	- رابعا: المفاهيم المشابهة للثقافة السياسية.
122	1. التنشئة السياسية.
126	2. الوعي السياسي.
130	3. التنمية السياسية.
الفصل الثالث: العلاقة بين الفيسبوك وتنمية الثقافة السياسية في ظل الممارسة الافتراضية	
135	- أولا: مفهوم الفيسبوك والتطور التاريخي له كموقع اجتماعي
135	1. الفيسبوك كموقع اجتماعي
136	2. الفيسبوك من المنظور التاريخي
137	3. آليات التواصل عبر الفيسبوك، وأبرز خدماته
142	4. إيجابيات وسلبيات الفيسبوك
145	- ثانيا: مواقع التواصل الاجتماعي ورفع مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب
145	1-مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لنشر الأخبار السياسية
146	2-المستخدم وعلاقته بصناعة المحتوى السياسي
148	3-الفيسبوك كمصدر للمعلومات والأخبار السياسية
153	- ثالثا: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم السياسية لدى الشباب
155	1-مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز قيمة الحرية
159	2-مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز قيمة العدالة والمساواة
160	3-مواقع التواصل الاجتماعي منصة لتشكيل الهوية السياسية
166	4-مواقع التواصل الاجتماعي وغرس قيمة المواطن
171	- رابعا: تأثير الفيسبوك على الاتجاهات السياسية
172	1- دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الاتجاهات السياسية أو تغييرها
173	2-مواقع التواصل الاجتماعي ودعم المشاركة السياسية
174	3-مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز قيمة المشاركة السياسية

180	4-مواقع التواصل الاجتماعي وتحفيز المشاركة السياسية
	الجانب التطبيقي للدراسة
187	1. التعريف بعينة الدراسة وخصائصها حسب متغيرات الدراسة
187	2. اختبار الصدق والثبات
188	3. خصائص عينة الدراسة
194	4. عرض ومناقشة نتائج الدراسة
194	- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمحور الأول: عادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك
202	- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمحور الثاني: دوافع استخدام الفيسبوك والاشباعات السياسية المحققة
230	- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمحور الثالث: مساهمة الفيسبوك في زيادة المعرفة السياسية للطالب الجامعي
264	- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمحور الرابع: مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز القيم السياسية لدى أفراد عينة الدراسة
306	- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمحور الخامس: تأثير استخدام الفيسبوك على السلوك السياسي لدى الطالب الجامعي
329	- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمحور السادس: العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة
329	- عرض نتائج الفرض الأول
330	- عرض نتائج الفرض الثاني
332	5- النتائج العامة للدراسة.
342	توصيات واقتراحات
344	خاتمة
347	قائمة المصادر والمراجع
381	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع	188
02	توزيع أفراد العينة حسب المرحلة العمرية	189
03	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي لأفراد عينة الدراسة	190
04	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الكلية	192
05	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة استخدام موقع الفيسبوك	195
06	توزيع أفراد العينة حسب مدة تصفح موقع الفيسبوك	196
07	توزيع أفراد العينة حسب الفترات المفضلة لاستخدام موقع الفيسبوك	198
08	توزيع أفراد عينة حسب المعدل الزمني لاستخدام موقع الفيسبوك	199
09	توزيع أفراد العينة حسب الأماكن المفضلة لاستخدام الفيسبوك	201
10	توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الفيسبوك	203
11	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المواضيع التي ينتقوها من خلال الفيسبوك	205
12	توزيع أفراد العينة حسب مدى متابعة المضامين السياسية عبر الفيسبوك	208
13	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أهمية المنشورات السياسية للفيسبوك لمعرفة المستجدات السياسية	210
14	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أكثر المواضيع السياسية متابعة عبر الفيسبوك	212
15	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أنواع المنشورات السياسية المفضلة لديهم	215
16	توزيع أفراد العينة حسب أسباب اعتمادهم على الفيسبوك سياسيا	218
17	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب دوافع متابعة الصفحات السياسية عبر الفيسبوك	221
18	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رؤيتهم للمضامين السياسية عبر الفيسبوك	224
19	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإشباعات السياسية المحققة	227
20	توزيع أفراد العينة حسب طريقة انتقاء المعلومات السياسية عبر الفيسبوك	231
21	توزيع أفراد عينة حسب طبيعة المعلومات التي يستقبلها عبر الفيسبوك	234
22	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب دوافع الانخراط الصفحات السياسية عبر الفيسبوك	237
23	توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات المحققة بمشاركة أصدقاء للمنشورات السياسية	240
24	توزيع أفراد العينة حسب مدى معرفة أسماء الشخصيات والقيادات السياسية عبر الفيسبوك.	243

25	توزيع أفراد حسب الشخصيات السياسية التي تم التعرف عليها من خلال الفيسبوك	246
26	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستفادة من الفيسبوك في معرفة أسماء المؤسسات السياسية	250
27	توزيع أفراد العينة حسب المؤسسات السياسية التي تم التعرف عليها من خلال الفيسبوك	252
28	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حجم الاستفادة في معرفة أدوار المؤسسات السياسية	256
29	يبين الأدوار السياسية التي تعرف عليها أفراد عينة الدراسة نتيجة استخدام الفيسبوك	259
30	توزيع أفراد العينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك كأداة لحرية التعبير	264
31	يبين أسلوب المعتمد من قبل أفراد عينة الدراسة للتعبير عن الآراء السياسية	265
32	يبين طريقة تجسيد أفراد عينة الدراسة قيمة حرية الرأي والتفكير عبر الفيسبوك	270
33	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في تجسيد قيمة احترام الرأي	274
34	يبين كيفية تعامل أفراد عينة الدراسة مع الآراء السياسية المخالفة عبر الفيسبوك	274
35	توزيع أفراد عينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في تعزيز أمن ووحددة الوطن	277
36	يبين طريقة مساهمة أفراد العينة في حفاظ على قيمة وحدة الوطن عبر الفيسبوك	278
37	توزيع أفراد عينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في تعزيز قيمة المواطنة.	285
38	يبين طريقة تعزيز قيمة المواطنة لدى أفراد عينة الدراسة عبر الفيسبوك	286
39	توزيع أفراد عينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في تعزيز قيمة المساواة	290
40	يبين طريقة تجسيد أفراد عينة الدراسة لقيمة المساواة عبر الفيسبوك	291
41	توزيع أفراد عينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في تجسيد قيمة الديمقراطية	295
42	يبين مساهمة الفيسبوك في تجسيد قيمة الديمقراطية لدى أفراد عينة الدراسة	296
43	توزيع أفراد عينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في تحقيق قيمة الاندماج الاجتماعي	300
44	يبين طريقة تحقيق عينة الدراسة لقيمة الاندماج الاجتماعي عبر الفيسبوك	300
45	توزيع أفراد العينة حسب حجم الاستفادة للفيسبوك في الانضمام إلى الأحزاب السياسية	306
46	توزيع أفراد العينة حسب تأثير المحتوى السياسي للفيسبوك في الانضمام إلى الجمعيات السياسية	308
47	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حجم الاستفادة من البث المباشر للسياسيين في حضور اجتماعات الأحزاب السياسية والمجتمع المدني الافتراضية	309
48	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حجم الاستفادة من الأنشطة السياسية عبر الفيسبوك في الانخراط في العملية الانتخابية	310
49	يبين طريقة مشاركة أفراد عينة الدراسة في الانخراط في الحملات الانتخابية عبر الفيسبوك	312
50	يبين أساليب الفيسبوك في تحفيز أفراد عينة الدراسة على المشاركة في العملية الانتخابية	316

318	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حجم الاستفادة من الفيسبوك في المشاركة في التظاهرات السياسية.	51
323	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حجم الاستفادة من النقاشات السياسية في تشكيل مواقف سياسية	52
323	يبين أساليب تأثير النقاشات السياسية عبر الفيسبوك في تشكيل مواقف السياسية	53
329	العلاقة الارتباطية بين معدل الاستخدام وزيادة المعرفة السياسية وتكوين القيم السياسية	54
330	العلاقة الارتباطية بين بين دوافع الاستخدام و تبني سلوك سياسي	55

قائمة الملاحق

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
01	خطاب طلب التحكيم	381
02	قائمة الأساتذة المحكمين	382
03	فقرات مقياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي	383

مقدمة الدراسة

مقدمة

إن الظاهرة التكنو_اتصالية التي يشهدها عصرنا الحالي أحدثت تحولات نوعية واسعة النطاق، امتد أثرها إلى مختلف المجالات الإنسانية والاجتماعية، وذلك في ظل التطور المتسارع لتكنولوجيا الاتصال القائمة على شبكة الإنترنت، وما أفرزته من وسائط رقمية وتطبيقات اتصالية، من أبرزها شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الوسائط المتعددة والبنية التفاعلية، وتواكب التحولات الرقمية المتسارعة والمستمرة. وقد أسهم هذا التطور في إعادة تشكيل أنماط الاتصال والتفاعل بين الأفراد، وفتح آفاق جديدة لتداول المعلومات والمعارف وتبادل الآراء والمواقف، وفي ظل هذه البيئة الرقمية، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تحتل مكانة متزايدة في الحياة اليومية، نظرا إلى ما تتيحه من إمكانيات للتواصل وتبادل المعلومات والتفاعل مع القضايا المختلفة، الأمر الذي يجعلها إحدى الوسائط التي يمكن أن تسهم في عمليات التنشئة الاجتماعية والسياسية، ويتجلى ذلك في دورها المحتمل في إكساب الفرد مجموعة من المعارف والقيم، والمساهمة في تشكيل اتجاهاته ومواقفه داخل محيطه الاجتماعي، كما تتيح هذه الشبكات تداول المعلومات والأخبار بصورة آنية، وتوسيع نطاق المشاركة من خلال تمكين مختلف الفئات الاجتماعية من التعبير عن آرائها ومواقفها إزاء القضايا الإنسانية والاجتماعية والثقافية والدينية، وصولا إلى القضايا السياسية.

وقد أوجدت هذه الإمكانيات أنماطا جديدة من التفاعل مع الشأن العام، وأثارت تساؤلات حول مدى إسهامها في إحداث تحولات في المعارف والقيم والاتجاهات المرتبطة بالمجال السياسي، وعلى الرغم من تباين الأساليب والوسائل التي تعتمدها الدول والمجتمعات في تنمية الأفراد وإعدادهم للمشاركة في الحياة العامة، فإن شبكات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك ومنصة إكس (X) ويوتيوب وتيك توك، إلى جانب المدونات، أصبحت من الوسائط الرقمية التي تستدعي الاهتمام بدراسة

دورها في تكوين الفرد سياسيا، فيفضل إمكاناتها التي تتيح تداول النصوص والصور ومقاطع الفيديو، وما توفره من فرص للتعبير عن الآراء واستقبال المعلومات والتفاعل معها، فلم يعد الجمهور سلبي يتلقى المضامين الإعلامية فقط، بل أصبح بإمكانه المشاركة في إنتاج المعلومات والأخبار وإعادة صياغتها ونشرها، فضلا عن مناقشة قضايا الشأن العام والتفاعل مع مختلف جهات النظر بشأنها. وفي هذا السياق، تبرز أهمية دراسة الدور الذي قد تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المعارف السياسية لدى الأفراد، وإتاحة فرص الاطلاع على القضايا المرتبطة بالإصلاح السياسي والتحول الديمقراطي وغيرها من القضايا العامة، كما يمكن أن توفر هذه الشبكات فضاءات للنقاش والحوار السياسي وتبادل الآراء والمواقف، بما قد يتيح للأفراد فرصا أوسع للتعبير عن اهتماماتهم السياسية والتفاعل مع القضايا المطروحة في المجتمع، غير أن طبيعة هذه الأدوار ومدى تحققها يختلفان باختلاف أنماط الاستخدام، ونوعية المضامين المتداولة، وخصائص المستخدمين، والسياقات الاجتماعية والسياسية التي ينتمون إليها. ومن ثم، فإن مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية يظل موضوعا يستدعي البحث والتحقيق الميداني، ولا يمكن افتراض تحققه بالدرجة نفسها لدى جميع المستخدمين.

ولأن الثقافة السياسية ظاهرة مركبة تتداخل في تشكيلها أبعاد معرفية وقيمية وسلوكية، تبرز أهمية دراسة العوامل التي قد تسهم في تكوين الفرد وتثقيفه سياسيا، ومن بينها شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تتيح هذه المنصات فرصا للاطلاع على القضايا السياسية ومتابعة الأحداث الوطنية والعربية والدولية، وتبادل الآراء بشأنها، فضلا عن المشاركة في النقاشات المتعلقة بالشؤون العامة، وقد يرتبط استخدام هذه الشبكات بدرجات متفاوتة من الاهتمام السياسي، وبكيفية اكتساب المعارف والقيم والاتجاهات السياسية والتعبير عنها. ومع ذلك، لا يعني هذا الارتباط بالضرورة أن استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي تلقائياً إلى ارتفاع مستوى الوعي السياسي أو إلى تبني اتجاهات وسلوكيات سياسية محددة، إذ تتوقف طبيعة العلاقة على مجموعة من العوامل، من بينها كثافة الاستخدام، ونوعية المحتوى المتابع، ومستوى الاهتمام المسبق بالشأن السياسي، والبيئة الاجتماعية والثقافية للمستخدم. وفي هذا الإطار، يمكن أن تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانات أوسع للوصول إلى مصادر متنوعة للمعلومات السياسية، ومتابعة الأحداث ومناقشتها، والتفاعل مع مختلف الآراء والمواقف، بما قد يسهم في توسيع نطاق المعرفة بالقضايا العامة، كما يمكن أن ترتبط هذه الشبكات بأشكال متعددة من المشاركة السياسية، مثل التفاعل مع الحركات الاجتماعية، وتداول المعلومات المتعلقة بالحملة الانتخابية، والمشاركة في النقاشات العامة، والتعبير عن المواقف تجاه القضايا السياسية.

وتتباين طبيعة هذه الممارسات ودرجة انتشارها وفقاً لخصائص المستخدمين والسياقات التي تحدث فيها، الأمر الذي يستدعي التمييز بين الإمكانيات الاتصالية التي توفرها هذه المنصات وبين إسهامها الفعلي في تشكيل الثقافة السياسية. وعلى صعيد آخر، برز توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التعبئة والتنسيق السياسي خلال عدد من الحركات الاحتجاجية التي شهدتها دول مختلفة، ومن الأمثلة على ذلك الاحتجاجات التي ارتبطت بأحداث الربيع العربي في عدد من الدول العربية، فضلاً عن حركة السترات الصفراء في فرنسا. فقد أتاحت الوسائط الرقمية في هذه السياقات إمكانات لتداول المعلومات المتعلقة بالاحتجاجات، ونشر الدعوات إلى المشاركة، وتبادل المواقف والآراء، والتنسيق بين بعض المشاركين. ومع ذلك، لا يمكن تفسير نشأة هذه الحركات أو مساراتها ونتائجها بالاستناد إلى شبكات التواصل الاجتماعي وحدها؛ إذ ارتبطت أيضاً بعوامل سياسية واقتصادية واجتماعية متداخلة، اختلفت طبيعتها من سياق إلى آخر.

والمجتمع الجزائري، ولا سيما فئة الشباب التي يمثل الطلبة الجامعيون جزءا مهما منها، لم يكن بمنأى عن التطورات التكنولوجية والاتصالية التي شهدتها المجتمعات الأخرى فقد أتاح انتشار الوسائط الرقمية فرصا متزايدة أمام هذه الفئة للاطلاع على المضامين السياسية وتداولها والتفاعل معها، الأمر الذي يثير أهمية دراسة علاقتها بالمعارف والقيم والاتجاهات والسلوكيات السياسية لدى الطلبة الجامعيين، وتكتسب هذه المسألة أهمية خاصة بالنظر إلى مكانة الجامعة في تنمية المعارف وتطوير القدرات الفكرية والنقدية لدى الطلبة، وإلى الدور الذي يمكن أن تؤديه البيئة الرقمية في توسيع مصادر المعلومات التي يعتمدون عليها في متابعة الشأن السياسي وفهم قضاياها، وفي هذا الإطار، يحظى موقع فيسبوك بأهمية تستدعي البحث في طبيعة استخدامه في متابعة الشأن السياسي في الجزائر، ولاسيما في ظل التحولات والأحداث السياسية التي شهدتها البلاد خلال السنوات الأخيرة، فقد ظهرت صفحات ومجموعات تهتم بالشأن السياسي، وتنتشر الأخبار والمعلومات والآراء المتعلقة بالقضايا الوطنية، كما تتيح للمتابعين إمكانات التعليق وإبداء وجهات النظر والتفاعل مع المضامين المنشورة والمساهمة في تداولها. ويمكن الاستشهاد بصفحات مثل «الجزائر وما أدراك ما الجزائر» و«قيامه الجزائر» بوصفها أمثلة على الصفحات التي يمكن دراسة طبيعة محتواها السياسي وأنماط التفاعل معها. ويثير هذا السياق تساؤلات بشأن طبيعة العلاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين لفيسبوك وبين معارفهم واتجاهاتهم ومواقفهم السياسية، ومدى ارتباط تعرضهم للمضامين السياسية المنشورة عبره بمستويات اهتمامهم بالشأن العام ومشاركتهم في مناقشة قضاياها.

انطلاقا من هذه المعطيات، وفي ضوء تنامي حضور شبكات التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية وتزايد استخدامها في تداول المضامين السياسية، تبرز الحاجة إلى دراسة العلاقة بين استخدام هذه الشبكات وتشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي الجزائري، من خلال بحث أنماط استخدام

الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي، ومدى تعرضهم للمضامين السياسية وتفاعلهم معها، وعلاقة ذلك بمستويات معارفهم السياسية وقيمهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم المرتبطة بالشأن السياسي. وبذلك، لا تنطلق الدراسة من افتراض أن شبكات التواصل الاجتماعي تحدث تأثيرا حتميا أو موحدا في الثقافة السياسية، وإنما تسعى إلى فحص مدى إسهامها في تشكيل هذه الثقافة في ضوء المعطيات الميدانية ونتائج التحليل.

ولمعالجة موضوع الدراسة، جرى تقسيمها إلى جانب منهجي وجانب نظري، وجانب تطبيقي. يتضمن الجانب المنهجي: مختلف الأسس والإجراءات المنهجية المعتمدة في الدراسة، بدءا من تحديد الإشكالية وصياغة التساؤلات والفرضيات، مروراً ببيان أهمية الدراسة وأهدافها، وتحديد مفاهيمها الأساسية، واستعراض الدراسات السابقة والتعقيب عليها، وصولاً إلى تحديد منهج الدراسة ومجتمعها وعينتها وأداتها، فضلا عن عرض النظرية المؤطرة للدراسة.

أما الجانب النظري للدراسة، فقد جرى تنظيمه وفقا لمتغيرات موضوعها، المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي، والثقافة السياسية، ودور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي الجزائري. ويهدف هذا الجانب إلى بناء إطار مفاهيمي ونظري يساعد على فهم متغيرات الدراسة وتحديد أبعادها، وتوضيح طبيعة العلاقة التي تسعى الدراسة إلى فحصها ميدانيا.

بالنسبة للجانب التطبيقي للدراسة، قمنا بتحليل المعطيات الكمية المتحصل عليها، ومن ثم تفسير النتائج ومناقشتها، من أجل الوصول إلى إجابة عن السؤال الرئيسي التي انطلقت منه الدراسة، وذلك لتحديد العلاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة- لمواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك، وبين تشكيل الثقافة السياسية لديهم.

وفي ختام هذه الدراسة، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج التي جمعت في خاتمة شاملة أبرزت أهم ما أسفرت عنه الدراسة، تلتها جملة من التوصيات والاقتراحات التي من شأنها الإسهام في تعميق فهم موضوع الدراسة ومعالجة إشكالياته، لتتبع بقائمة المصادر والمراجع التي تم الاعتماد عليها في هذه الدراسة تنظيرا وتحليلا.

الجانب المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. فرضيات الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. أهداف الدراسة
6. أهمية الدراسة
7. نوع الدراسة
8. منهج الدراسة
9. أدوات جمع البيانات
10. مجتمع البحث
11. عينة الدراسة
12. حدود الدراسة
13. تحديد مفاهيم الدراسة
14. الخلفية النظرية للدراسة
15. الدراسة الاستطلاعية
16. الدراسات السابقة
17. التعقيب على الدراسات السابقة

1- بناء الإشكالية:

تعد وسائل الإعلام الجماهيرية من المصادر الفعالة التي يستخدمها الجمهور بشكل عام لتنمية ثقافته السياسية، وذلك بالحصول على المعلومات التي تسهم في إثراء معارفه، باعتبار المعرفة حق من حقوق الجمهور الذي نص عليها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عام 1948م، وهذا ما أكد عليه بعض الباحثين في حق الفرد في حرية التعبير وإبداء الرأي، والذي يتضمن الحق في المعرفة والحق في الحصول على المعلومات وإرسالها للآخرين، والتي من شأنها أن تغرس مصفوفة من القيم، منها القيم سياسية التي تساعد المواطن على تشكيل اتجاهات نحو القضايا السياسية، ومن تم تبني سلوك سياسي معين، غير أن المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات العربية تحكمه قيم تحدد طريقة تعاطيه مع القضايا السياسية انطلاقاً من المعلومات والمعارف الموجهة، والقيم والعادات السائدة، التي تشكلت بدورها اتجاهات عبرت على مدى قبولهم للوضع السياسي أو رفضهم، والتي تجسدت غالباً من خلال مشاركتهم أو عدم مشاركتهم في القرارات السياسية والنظر إلى الدولة على أنها المسؤولة الوحيدة عن اتخاذ القرار.

لكن بفضل التحول العالمي نحو الانفتاح السياسي الذي تزامن مع التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال، وفي ظل عدم قدرة الوسائل الإعلامية التقليدية على إمداد الجمهور بالمعلومات الكافية لاسيما السياسية منها، خاصة أن المعلومات هي أساس المعرفة، لم يعد الإعلام التقليدي المصدر الوحيد للحصول على الأخبار والمعارف، وإنما اضطر الجمهور إلى اللجوء إلى وسائل إعلامية بديلة يتخذ الفرد قرار استخدامها عن وعي بحاجاته التي يريد إشباعها، كمواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت بفضل الخدمات التي تقدمها -على غرار إمكانية إبداء الرأي بحرية مطلقة، والتعليق الحر على الأحداث، ومشاركة الصور والفيديو على المباشر- وسيلة لها دور فعال في العملية السياسية.

وعلى هذا الأساس يمكننا القول ساهم التطور التكنولوجي الهائل في تعديل أحد أهم مكونات الثقافة السياسية، وهي المعرفة السياسية نتيجة التضخيم في المعلومات لدرجة أصبحت هناك صعوبة لأي نظام أن يعزل المواطن عن تلقيه الحقائق، لاسيما في ظل تصاعد الأحداث التي يعيشها المجتمع الجزائري، مقابل تزايد اهتمام الجماهير بالأخبار السياسية الأمر الذي انعكس على مضامين هذه المواقع باعتبارها أحد مظاهر هذا التطور.

فأصبح الفاعلين في شبكات التواصل الاجتماعي سواء من عامة الناس أو الساسة مهتمين بطرح القضايا السياسية ومناقشتها، وتبليغ أفكارهم من خلالها، وفي مقدمتها الفيسبوك الذي أصبح يؤدي دورا في تكريس أحد مبادئ الديمقراطية والمعبر عنه في المقولة التالية: "لك الحق في الحكم ولي الحق في الاطلاع والنقد" من خلال نقل المضامين السياسية على نطاق واسع ومستمر، والتي بإمكانها أن تتحول مع الوقت إلى مدركات تخص الأوضاع الحقيقية التي يعيشها المجتمع الجزائري، وإعطاء الفرصة للمشاركة في المحطات السياسية الهامة انطلاقا من موقعه الافتراضي، وكون فئة الشباب الأكثر استخدام لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، والأكثر قدرة على التعامل معها، لدرجة استخدامها أصبح بديلا للتفاعل السياسي على أرض الواقع، جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وإسهاماتها في تشكيل الثقافة السياسية. وعلى ضوء ذلك يمكن تحديد المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى مساهمة الفيسبوك في تشكيل ثقافة سياسية لدى الطالب الجامعي؟

2- تساؤلات الدراسة:

1.2- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة موقع الفيسبوك؟

2.2- ما هي الإشباعات السياسية المحققة نتيجة استخدام موقع الفيسبوك؟

3.2- ما مدى إسهام موقع الفيسبوك في تنمية المعرفة السياسية لدى الطلبة الجامعيين؟

4.2- ما مدى إسهام الفيسبوك في غرس قيم سياسية لدى الطالب الجامعي؟

5.2- ما مدى تأثير موقع الفيسبوك في التوجهات السلوكية السياسية لدى الطلبة الجامعيين؟

3- فرضيات الدراسة:

1.3- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام عينة الدراسة للفيسبوك للاطلاع على الأخبار السياسية، واهتمامه بها في زيادة المعرفة السياسية، وتكوين القيم السياسية.

2.3- توجد علاقة ارتباطية بين متابعة عينة الدراسة للأخبار السياسية على الفيسبوك وتبني

سلوك سياسي.

4- أسباب اختيار موضوع الدراسة:

من أهم الدوافع التي أدت بنا لاختيار هذا الموضوع ما يلي:

1.4- أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في معالجة مواضيع تتقاسمها العديد من التخصصات كعلوم الإعلام والاتصال،

العلوم السياسية، علم الاجتماع السياسي، مما يفتح لنا المجال للاطلاع أكثر.

- الاهتمام الذاتي بالمواضيع السياسية، ورغبة في إشباع فضولنا حول هذا النوع من المواضيع.

2.4- الأسباب الموضوعية:

- ملائمة الموضوع الذي اخترنا للمعالجة مع الأوضاع والأحداث التي تمر عليها مختلف الدول

العربية.

- الصلة العلمية بين تخصص المسار البحثي في مرحلة ما بعد التدرج وموضوع الدراسة، إذ

تتناول العلاقة المتبادلة بين موقع الفيسبوك كونه وسيلة من وسائل الاتصال الحديثة والطلبة المستخدمين

لهذا الموقع، وما ينجم عن ذلك من تأثيرات على ثقافتهم السياسية.

5. أهداف الدراسة:

تصبو أي دراسة علمية إلى تحقيق أهداف بحثية، فدراستنا هذه ومن خلال تقديم وصف وتحليل لطبيعة العلاقة القائمة بين استخدام موقع الفيسبوك وتشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي، كان هدفها الرئيسي هو الوقوف على دور الفيسبوك في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين من خلال معرفة:

- عادات استخدام وتفاعل الطلبة الجامعيين - عينة الدراسة - مع الفيسبوك.
- الدوافع السياسية لاستخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك والاشباكات السياسية المحققة نتيجة هذا الاستخدام.
- طبيعة إسهامات الفيسبوك في زيادة المعرفة السياسية.
- مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز القيم السياسية للطلاب الجامعي.
- الوصول إلى قياس العلاقة الموجودة بين استخدام الطلبة الجامعيين الفيسبوك وتلقي المضامين السياسية من خلاله وبين تبني سلوك سياسي معين.

6. أهمية الدراسة:

- بما أن مواقع التواصل من بين الوسائل التي لها تأثير على فئة الشباب، خاصة إذا تعلق الأمر ببناء ثقافة ما لمجتمع ما، فإن دراستها تكون ذو أهمية باعتبار أن العديد من المجتمعات يتحركون بناء على الثقافة التي يكتسبونها في الحياة. وعليه يمكننا القول إن هذه الدراسة تستمد أهميتها كونها:
- تدور حول فئة الشباب الجامعي باعتبارهم الأكثر تأثراً وتأثراً، ومدى تفاعله مع مواقع التواصل الاجتماعي من جهة، ومن جهة أخرى محاولة معرفة دور هذه المواقع في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية وتشكيل فهم وإدراك الشباب للواقع السياسي لمجتمعهم بمختلف القضايا والأحداث، التي من شأنها أن

تغرس لديه مجموعة من القيم السياسية التي تدفعه للمشاركة الفعالة في العملية السياسية وصنع القرار السياسي.

- تقف على الدور الذي باتت تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي، نتيجة ارتباطها بمختلف الأحداث عبر العالم خاصة الوطن العربي كدعوة للتجمعات السياسية، وتنظيم الحركات الاحتجاجية.
- تعمل على تبيان طبيعة العلاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتعرضهم للمضامين السياسية وبين اكتسابهم معارف سياسية تساعدهم على التفاعل مع الواقع السياسي ومستجداته، وتتيح لهم الفرصة للمشاركة الفعالة في العملية السياسية حتى لو ضمن فضاء افتراضي، لاسيما أن الجزائر تعيش حاليا في ظل ديمقراطية ناشئة تتطلب بناء وتعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب.

7. نوع ومنهج الدراسة:

1.7- نوع الدراسة:

تنتهي دراستنا إلى حقل الدراسات الإعلامية، وتعد من الدراسات الوصفية، التي تعمل على "تقريب الباحث من الواقع، بحيث يستطيع تصنيف الظاهرة بشكل دقيق إما بتعبير كمي حول خصائص الواقعة، أو بأسلوب كيفي¹، كما تعمل على وصف وتحليل الظاهرة وتحديد العلاقات بينها وبين الظواهر الأخرى، ليس هذا فقط بل تصل لدرجة تصنيف البيانات والحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها، وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلًا شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها، تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها².

- وفي هذا الإطار تسعى هذه الدراسة إلى وصف وتحليل العلاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين - عينة الدراسة - مواقع التواصل الاجتماعي وعملية تشكيل الثقافة السياسية لديهم، حيث تم تصنيف

¹ محمد شلبي، المنهجية في التحليل السياسي، ديوان مطبوعات الجامعة، الجزائر، 1997، ص 64.

² سمير محمد حسين، الإعلام دراسات في مناهج البحث العلمي، ط3، (القاهرة: عالم الكتب، 2006)، ص 131.

ومعالجة البيانات المتحصل عليها إحصائياً وتصنيفها وتفسيرها، للوصول إلى الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهداف الدراسة.

2.7- منهج الدراسة:

الدراسة العلمية بصفة عامة ينبغي أن يكون مسعاها منهجياً، فصحة أي بحث علمي تعتمد وبدرجة كبيرة على المنهج المستعمل وطرق استعماله، والذي يعرف بأنه: "الأساليب والمداخل العامة المتعددة التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات اللازمة لبحثه، والتي سيصل من خلالها إلى نتائج أو تفسيرات أو تنبؤات أو نظريات"¹ وتحديده يكون بعد تحديد الهدف الرئيسي للدراسة المعبر عنه بسؤال الرئيسي، وبناء على اقتراحات تم التفكير فيها، التي تسمح له بتنفيذ خطوات عمله، بمساعدة أدوات القياس، وباعتبار دراستنا هذه تهدف إلى قياس العلاقة الموجودة بين استخدام الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك- وتلقيهم معلومات سياسية من خلاله وبين تشكيل الثقافة السياسية، نسعى من خلالها إلى وصف هذه العلاقة بمختلف أبعادها وتحديد المؤشرات الدالة عليها ومن ثم تحليل هذه العلاقة وعرض النتائج التي جعلت موقع الفيسبوك يساهم في تشكيل الثقافة السياسية لدى مستخدميهم.

وعليه المنهج الملائم لدراستنا هو منهج المسح الاجتماعي الذي يعد من أكثر مناهج البحث استعمالاً في العلوم الإنسانية، لأنه يمكننا من جمع معلومات موضوعية عن ظاهرة معينة، وتفسير البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج ودلالات مفيدة منها.

¹ إبراهيم إبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، (عمان -الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2009)، ص 66.

ويعرف على أنه: "جهدا علميا منظما يساعد على وصف الظاهرة، والحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر وتقديم صورة واقعية أو أقرب ما يكون من الواقع عن الظاهرة"¹.

وحسب قنديلجي عامر إبراهيم: فإن منهج المسح الاجتماعي يتم الاعتماد عليه للحصول على المعلومات وافية ودقيقة، تصور الواقع الاجتماعي والحياتي، الذي يؤثر في مختلف النشاطات الإدارية، والاقتصادية، والتربوية، والثقافية، والسياسية، والعلمية، بحيث تقدم بيانات تساعد في تحليل الظواهر المختلفة.²

ويمكن تعريفه أيضا بأنه: "منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة، لتحديدها، والوقوف على واقعها بصورة موضوعية، تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها، والمقارنة فيها بينها وقد تتجاوز ذلك للتقييم تبعا لما تخلص له من نتائج"³.

وللدراسات المسحية عدة أنواع منها: مسح الرأي العام، مسح وسائل الإعلام، مسح أساليب الممارسة الإعلامية، ومسح جمهور وسائل الإعلام، ويستهدف هذا النوع (مسح جمهور وسائل الإعلام) التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والتأثيرات المختلفة لدى جمهور وسائل الإعلام، ومستخدمي المواقع الإعلامية على الانترنت ووسائل الإعلام الجديد **New media** كما يلجأ الباحث إلى دراسة الجمهور من حيث التقسيمات الجغرافية التي تشمل فئات السن، والنوع، ومستوى التعليم، وكذا الطبقات الاجتماعية التي ينتمون إليها.⁴

¹ أحمد عمر، البحث العلمي مفهومه إجراءاته ومناهجه، د.ب، (1994)، ص68.

² عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، (الأردن، دار اليازوري للنشر والتوزيع: 2013)، ص85.

³ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1، (دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2019)، ص132.

⁴ مرجع نفسه، ص135.

وبالتالي مسح جمهور وسائل الإعلام (وسائل الإعلام الجديد) النوع الذي ارتأينا لاستخدامه في دراساتنا كونه يساعدنا على مسح الأدبيات الخاصة بمفاهيم الدراسة، والتركيز على أبعادها ومؤشراتها لتجنب الخروج عن مجال الدراسة، ومسح مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عينة قصدية متكونة من طلبة جامعة الجليلي اليايس سيدي بلعباس بمختلف كلياتها، وذلك للكشف عن مدى مساهمة الفيسبوك في تشكيل الثقافة السياسية.

8. أدوات جمع البيانات:

يعد جمع البيانات أمراً بالغ الأهمية في الدراسة، حيث تهدف البيانات إلى المساهمة في فهم أفضل للإطار النظري، وعليه من الضروري اختيار طريقة مناسبة للحصول على البيانات¹، تساعد في الوصول للإجابة عن إشكالية الدراسة، واختبار مدى صحة الفروض المطروحة، وهذا ما يتطلب تقنيات تساعد في جمع المعلومات والحقائق المتعلقة بموضوع البحث، ومعالجتها بأسلوب علمي، ومن ثم الوصول لنتائج علمية منطقية، فأداة جمع البيانات في البحث العلمي هي: "الوسيلة التي يستعملها الباحث في عملية الوصف أو التحليل أو الاستشراف للوصول إلى أهدافه"².

بناءً على إشكالية الدراسة وفرضياتها وما تسعى إليه من أهداف، تم الاستعانة بأداة أساسية متمثلة في استمارة الاستبيان، وأداة مساعدة وهي الملاحظة المباشرة.

1.8 - الملاحظة:

تعتبر من أكثر أدوات جمع البيانات والمعلومات منهجية وصارمة للتحقيق الذي يهدف لوصف الظواهر ووضع واختبار المفاهيم والنظريات التفسيرية.

¹ Ilker Etikan, Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling, Theoretical and Statistics, American, (January 2016), p 2.

² طه حميد حسن العنبيكي، نرجس حسين زاير العقابي، أصول البحث في العلوم السياسية، ط1، (دار الأمان، الرباط: 2015)، ص37++.

والملاحظة العلمية هي إحدى الطرق المنهجية يعرفها ويك **Weick** بأنها: "الاختيار والاستشارة والتسجيل وتفسير مجموعة من السلوكيات والأوضاع في ظروفها الطبيعية تفسيراً يتسق مع الأهداف العلمية"¹. وهي نوعان:

6- الملاحظة المنتظمة: يحدد الباحث فيها نوع البيانات المراد جمعها حول الظاهرة موضع الدراسة، وتمتاز بتوافر شروط الضبط فيها، وتحدد فيها زمان ومكان الملاحظة بشكل مسبق، ويستخدم هذا النوع من الملاحظة غالباً في اختبار فرضيات.

7- الملاحظة البسيطة: الملاحظة المباشرة (Observation):

تعتبر أداة مساعدة أو مكمل لأدوات البحث الأخرى، وقد عرفها سمير محمد حسين في كتابه بحوث الإعلام بأنها: "أداة تستعمل عادة في مشاهدة مجموعة ما بصفة مباشرة بهدف أخذ المعلومات وفهم المواقف والسلوكيات"²

2.8- الاستبيان:

يعرف على أنه مجموعة من الأسئلة المصممة لجمع أكبر قدر من البيانات اللازمة من المشكلة، أو الظاهرة محل البحث لتحقيق الأهداف الأساسية للبحث، فتصميمه يعتبر محدداً هاماً لدقة البيانات فعلى الباحث أن يولي إعداد وتصميمه الاهتمام الكافي الذي يرقى بها إلى مستوى الدقة المطلوب.³ فمن الضروري أن ترتبط أسئلة الاستبيان بمشكلة الدراسة، الأسئلة الفرعية، الفرضيات، وأهداف الدراسة، مع الأخذ بعين الاعتبار مجتمع الدراسة، وذلك حتى يتمكن من جمع البيانات والمعلومات المطلوبة.

¹ تتيو فاطمة الزهراء، الملاحظة: تقنية كثيرة الورد ونادرة التوظيف، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 13، العدد 01، (جوان 2020).

² سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط3، (القاهرة: عالم الكتب)، 1999، ص184.

³ حيان ديب: تحليل البيانات، (سورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2018)، ص15.

واختيارنا له كان راجع إلى أن دراستنا: هي دراسة وصفية فمن أنسب أداة يمكن الاعتماد عليه من أجل جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها والوصول إلى النتائج هو الاستبيان، كون أن هذا النوع من الدراسة يستهدف عدد كبير من الجمهور المستهدف، وبإمكان استمارة الاستبيان تغطية هذا العدد من خلال تحديد العينة، التي يمكن تعميم نتائجها، على عكس بعض الأدوات كالمقابلة التي لا يمكن لها استيعاب عدد كبير.

وبالتالي قمنا بتصميم استمارة الاستبيان وربط أسئلته بتساؤلات الدراسة، والفروض المطروحة، بما يتوافق مع الأهداف الدراسة، وذلك من خلال طرح مجموعة من الأسئلة الموجهة إلى عينة الدراسة التي تنوعت بين الأسئلة المغلقة (**Structured question**) والتي حددنا لها بشكل مسبق مجموعة من الخيارات للإجابة، واعتمدنا فيها نوعين من الأسئلة: متعددة الإجابات (**Multiple-choice question**) إذ وضعنا عدة إجابات ليختار المبحوث واحدة منها أو أكثر، والأسئلة ثنائية الإجابات (**Dichotomo question**) طرحنا مجموعة من الأسئلة تتضمن إجابتين فقط بحيث يجيب المبحوث بنعم أو لا فقط، وبين الأسئلة المفتوحة (**Free-answer questions**) طرحناها على المستجوبين بدون وضع خيارات الإجابة ما يتيح لهم مجال للتعبير عن آرائهم حول الموضوع بكل حرية، وذلك في محاولة منا معرفة دور موقع الفيسبوك في تشكيل الثقافة السياسية وقد جاءت هذه الأسئلة في شكل محاور:

- محور يتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوث (النوع، الفئة العمرية، التخصص)
- المحور الأول: يتعلق بعادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لموقع الفيسبوك. ويتضمن 04 أسئلة.

- **المحور الثاني:** يتعلق بأشباع المحققة من استخدام عينة الدراسة لموقع الفيسبوك. ويتضمن 10 أسئلة.
- **المحور الثالث:** يتعلق بمساهمة الفيسبوك في زيادة المعرفة السياسية للطلاب الجامعي، ويتضمن 10 أسئلة.
- **المحور الرابع:** يتعلق بمساهمة الفيسبوك في غرس القيم السياسية للطلاب الجامعي، ويتضمن 15 أسئلة.
- **المحور الخامس:** يتعلق بتأثير الفيسبوك على الاتجاهات السياسية للطلاب الجامعي، ويتضمن 09 أسئلة.

9. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1.9- مجتمع الدراسة: يعتبر تحديد مجتمع البحث في البحوث الإعلامية من أهم الخطوات المنهجية، بحيث يشكل المجتمع "المجموع الكلي للعناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة"¹، فمجتمع الدراسة الأصلي يعد إطاراً مرجعياً لأي باحث في اختيار عينته، ومجتمع دراستنا الذي يراد تعميم النتائج التي يتم التوصل إليها، تتمثل في طلبة جامعة جيلالي اليابس -سيدي بلعباس- وهو واسع الوحدات والمفردات، البالغ عددهم 29645 طالباً استناداً لمصلحة الإحصائيات التابعة للجامعة، والموزعين على كليات جامعة جيلالي اليابس (كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكلية الحقوق والعلوم السياسية، التكنولوجيا، هندسة كهربائية، علوم دقيقة، علوم الطبيعية والحياة، علوم اقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، كلية الآداب واللغات والفنون، كلية الطب، جراحة

¹ عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحمان صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، ط1، (عمان: دار الرضوان للنشر والتوزيع، 2014)، ص74.

الأسنان، الصيدلة)، لهذا لجأنا إلى أسلوب المعاينة لاختيار عينة ذات وحدات ممثلة، وتحديد هذا المجتمع بالضبط راجع إلى:

- أولاً: اختيارنا لجامعة جيلالي اليابس لولاية سيدي بلعباس باختلاف كليتها، راجع إلى إقامتنا بنفس المدينة، كما أن تواجداً في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية يعتبر شبه دائم بحكم تدريسنا للساعات الإضافية، وبالتالي يعتبر المجتمع مألوف بالنسبة لنا مما يسهل لنا عملية توزيع استمارات الاستبيان وجمعها، وحتى التواصل المباشر مع العينة بحد ذاتها، أما بقية الكليات راجع إلى قرب المسافة.

- ثانياً: بالنسبة للتخصص نجد مثلاً طلبة التخصصات الإنسانية والاجتماعية والسياسية يتمتعون بالكفاءة ومطلعين جيداً على موضوع الدراسة، وبالتالي هم الأكثر اهتماماً بالشأن السياسي والأكثر ميولاً للمواضيع السياسية، التي تشكل متغير من متغيرات دراستنا -الثقافة السياسية-، أما بقية الكليات العلمية لمعرفة مدى اهتمام الشباب بالمجال السياسي مهما اختلفت التخصصات.

2.9- العينة والمعاينة

1.2.9 المعاينة: عناصر المعاينة هي الوحدات التي يتكون منها المجتمع وتشكل الأساس في سحب العينة، وعنصر المعاينة هو وحدة التحليل، قد تكون شخصاً أو جماعة أو هيئة، وكلها عناصر تخضع للقياس وجمع البيانات.

2.2.9- العينة (Sample): هي جزء أو عدد محدود من إجمالي مفردات مجتمع البحث موضع الاهتمام، بشرط أن تكون ممثلة تمثيلاً دقيقاً لهذا المجتمع، تختار بطريقة مناسبة لإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام نتائج الدراسة لتعميمها على كامل مجتمع البحث¹، فنظراً لصعوبة الوصول إلى جميع أفراد المجتمع بسبب التكلفة العالية والوقت المطلوب، يجب أن يختار الباحث مجموعة فرعية تساعد

¹ محمد الخضر، عبد الحمدي الخليل، مناهج البحث العلمي، (سورية: الجامعة الافتراضية السورية، 2020)، ص 242.

على فهم أنماط وديناميكيات مجتمع الدراسة، لذلك يمكن تعريفها أيضا على أنها: "جزء من المجتمع الذي تتم دراسته ويحمل خصائص ذلك المجتمع ومن يمثلها في موضوع البحث".¹

فدقة النتائج الخاصة بالبحث العلمي تعتمد إلى حد كبير على دقة التي نختار بها عينة دراستنا، والهدف منها تقليل الفجوة بين القيم التي تم الحصول عليها من عينة الدراسة وتلك السائدة في مجتمع الدراسة، وعند اختيار عينة الدراسة، يجب أن نحاول تحقيق أقصى قدر من الدقة لنفقات خاصة بجمع مصادر المعلومات،² من خلال انتقاء عدد قليل من المفردات يأخذها في حدود الوقت والجهد المناسب والإمكانيات المتوفرة لدى الباحث لدرسها ومن ثم يقوم بتعميم نتائجها على المجموعة المستهدفة في الدراسة،³ وبالتالي اختيارها يكون على حسب إمكانيات الباحث المادية والزمنية، وحسب طبيعة مجتمع الدراسة إن كان متجانسا أو غير متجانسا،⁴

وبما أن متطلبات الدراسة تقتضي الحصول على عينة من الطلبة الجامعيين تقدر ب 380 مفردة، ونظرا لعدم تجانس مجتمع الدراسة من حيث الجنس، التخصص، المستوى التعليمي: (ليسانس، ماستر)، تم اختيار العينة غير العشوائية من خلال الاختيار القسدي للعينة المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي، والمهتمة بالشأن السياسي.

¹ Friedrich Ebert Stiftung: Methodologie de la recherche scientifique,(2016), p19.

² Ranjit Kumar, Research Methodology a step-by-step guide for beginners, 3rd edition,(los Angeles, London, 2011) .

³ Madlhéne Gravits, Méthodes des sciences sociales, 9^{eme} Edition, Dalloz,) Paris, 1993), p352.

⁴ عماد عبد الغني، منهجية البحث في علم الاجتماع، الإشكاليات، التقنيات، المقاربات، (بيروت لبنان، دار الطليعة للطباعة والنشر، 2007)، ص55.

- **العينة غير العشوائية (Non-Probability Sample):** في هذا النوع من العينات يتدخل الباحث في اختيار مفردات العينة بناء على معايير حددا مسبقا في نطاق أهداف بحثه،¹ وباعتبار أن لدينا معرفة مسبقة بمجتمع دراستنا (طلبة جامعيين)، ويمكننا الوصول إليه بحكم تواجدها الشبه الدائم في المجال المكاني لإجراء الدراسة، إضافة إلى أن موضوع دراستنا متخصص فقد يكون من الصعب العثور على عينة عشوائية تمثيلية، ولهذا يمكن للعينة القصدية -العمدية- أن تكون الخيار الأنسب للحصول على معلومات قيمة من المجموعة المستهدفة بحكم أنهم الأقدر على تقديم معلومات عن مشكلة الدراسة أكثر من غيرهم.

- **العينة القصدية:** تعتبر شكل من أشكال العينات غير العشوائية، يقرر الباحث فيها ما يجب معرفته وينطلق للعثور على الأشخاص القادرين على تقديم البيانات التي تساعد في الدراسة، والراغبين في تقديمها، بحكم الخبرة المعرفية²، بحيث يحقق هذا الاختيار أهداف الدراسة المطلوبة، كاختيار الطلبة التي تكون معدلاتهم في الامتحان النهائي جيدة جدا، لأن هدف الدراسة هو معرفة العوامل التي تؤدي إلى التفوق عند هذا النوع من الطلبة³، ومن الملاحظ أنها أكثر العينات استخداما نظرا لسهولة الوصول لمفردات الدراسة، بالإضافة إلى اعتقاد الباحث أن هذه المفردات تحديدا هي الأقدر على تزويده بالبيانات التي يحتاجها في دراسته.⁴

¹ راوية بنت أحمد القحطاني، سعود بن ضحيان الضحيان، النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية -دراسة مطبقة على عينة من رسائل الدكتوراه بجامعة الملك سعود والامام محمد بن سعود الإسلامية-، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الفيوم، العدد العشرون، (جويلية 2020)، ص446.

² Ilker Etikan, Op. cit, (2016), p 2.

³ عامر إبراهيم قندلجي، ايمان السمراي، البحث العلمي الكمي والنوعي، (عمان: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008)، ص147.

⁴ راوية بنت أحمد القحطاني، سعود بن ضحيان الضحيان، مرجع سبق ذكره، (جويلية 2020)، ص446.

فمثلا إذا أراد أحد الباحثين دراسة المواقف السياسية لجمهور في حالة تظاهرة فإنه يتعذر عليه الحصول على قائمة أسمائهم وسحب عينة منها بل يمكن أن يستعوض عن ذلك بالذهاب إلى قادة المظاهرة لكي يتصل بهم، لأن الجمهور انتخب هؤلاء لكي يقودهم في تظاهراتهم هذه فتجمع المعلومات منهم وتعمم على الجمهور المتظاهر.¹

وفيها أنواع منها العينات الهادفة أو العينات الحكيمة، باعتبار أن اختيارها يكون متعمد للمستجوب نظرا لكم المعلومات التي يمتلكها حول موضوع الدراسة، وهي ما ارتأينا الاعتماد عليها باعتبار أنها تستهدف أشخاصا معينين لأنهم يمتلكون الصفات التي نسعى لجمع البيانات من خلالها، وعلى الرغم من صعوبة تعميم نتائجها على كافة أفراد المجتمع، إلا أنها تخدم أهداف البحث بشكل دقيق.

- حجم العينة:

يختلف حجم العينة بشكل أساسي حسب ما إذا كان البحث يعتمد بشكل أساسي على الأهداف المنشودة (الفهم أو الاستكشاف أو التحقق أو التعميم)، بالإضافة إلى الجانب المالي والوقت المتاح بشكل عام²، حيث لا تتطلب الدراسات الاستكشافية والنوعية عينات كبيرة، مقارنة بدراسات التحقق والتعميم تتطلب محطة أكبر منها، فعينة البحث الذي يسعى إلى تحقيق أهداف يمكن أن تكون صغيرة نسبيا، لأن الهدف لا يصنعها المجتمع، ولكن جمع المعلومات ذات الصلة لفهم أفضل للظاهرة.

وقد تم تحديد حجم عينة الدراسة استنادا على المعادلة الإحصائية لستيفن ثامبسون التي يتم من خلالها استخراج العينة والتي جاءت كما يلي:

¹ عدنان أحمد مسلم، آمال صالح عبد الرحيم، دليل الباحث في البحث الاجتماعي، (البيكان للنشر، 2011)، ص80.

² Pierre Mongeau: P94.

معادلة ستيفن ثامبسون 1:

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{\left[\frac{N-1}{d^2 \div z^2} \right] + p(1-p)}$$

حيث إن:

N: حجم المجتمع

Z: المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة (0.95) وتساوي (1.96)

d: نسبة الخطأ وتساوي (0.05)

P: نسبة توفر الخاصية والمحايدة وتساوي (0.50)

واستنادا على هذه المعادلة تم استخراج حجم عينة البحث والتي جاءت كالآتي:

$$n = \frac{29645 \times 0.50(1-0.50)}{\left[\frac{29645-1}{0.05^2 \div 1.96^2} \right] + 0.50(1-0.50)}$$

$$n = \frac{7411.25}{\left[\frac{29645-1}{0.0025/3.841} \right] + 0.25}$$

$$n = \frac{7411.25}{\left[\frac{25644}{0.0025/3.841} \right] + 0.25}$$

$$n = \frac{7411.25}{\left[\frac{25644}{0.00065} \right] + 0.25}$$

$$n = \frac{7411.25}{19.519} \quad n = 379.25$$

حجم العينة n هو : 380

¹ Steven k.thomopson, sampling, 3.ed, (Canada; simultancously, 2012), p59.

https://books.google.de/books?id=9MYjqz4ppXkC&pg=PA53&hl=fr&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=true

10- حدود الدراسة :

ينطلق البحث العلمي بمعالم واضحة تحدد المجال البشري، والمكاني، وزماني بحيث تحدد فترة بدايته ونهايته، إذ تكون في متناول إمكانيات الباحث النظرية والمنهجية والمادية، وعليه سنحاول رسم حدود هذه الدراسة من خلال النقاط التالية:

1.10- الحدود البشرية: وهم الأفراد الذين ستجرى عليهم الدراسة الميدانية، والتي تمثلت في طلبة

جامعة جيلالي اليايس سيدي بلعباس من مستخدمي موقع الفيسبوك.

2.10- الحدود المكانية: تمت هذه الدراسة في نطاق جغرافي محدد ويتمثل في جامعة جيلالي

اليايس بولاية سيدي بلعباس، باختلاف كلياتها. واختيارنا لهذا المجال المكاني راجعا لانتمائنا إلى هذه الولاية من جهة، وبحكم تدريسنا في إحدى الكليات (كلية علوم الاجتماعية والإنسانية)، وبالتالي تواجدنا يكون شبه دائم، مما يسهل لنا عملية توزيع استمارات الاستبيان وجمعها، وحتى التواصل المباشر مع العينة بحد ذاتها إذا استدعى الأمر، أما باقي الكليات بحكم قرب المسافة.

3.10- الحدود الزمنية: تمت إجراء الدراسة الميدانية في الفترة الزمنية ابتداء من 20 سبتمبر إلى

غاية 30 أبريل 2025.

11- تحديد مفاهيم الدراسة.

تتضمن أي دراسة علمية على بعض المفاهيم قد تكون غامضة عند الآخرين تحتاج إلى توضيح، خاصة إذا كانت تعكس ثقافة فرعية معينة، وقد تكون متداولة بين البعض بمفهوم يختلف في دلالاته أو معانيها عن البعض الآخر، أو هنا بعض المصطلحات يمكن فهمها بأكثر من معنى تتطلب تحديد دقيق لمعناها بما يخدم أهداف البحث، فإذا أردنا تعريف مفاهيم الدراسة فيمكن أن نقول عنها: "المفهوم رموزا مجردة تعكس مضمون فكرة، أو سلوك، أو موقف أفراد مجتمع البحث، بوساطة لغتهم".

فتحديد مفاهيم الدراسة يكون من خلال أولاً تقديم المفاهيم الاصطلاحية (النظرية) وهي التحديدات المنطقية التي صاغها المنظر الاجتماعي، واختبرها باقي المنظرين، وبانتت تحصيل حاصل متفق عليها، والمفاهيم الإجرائية وهي التحديدات المؤقتة تشير إلى معاني مستقاة من واقع البحث، تملك بعض الخصوصية، بحيث يفرد الباحث باباً خاصاً بها، حتى لا يكون هناك لبس أو إبهام.¹

المفاهيم التي تم تحديدها في هذه الدراسة هي: الدور - مواقع التواصل الاجتماعي - الثقافة السياسية - الطالب.

1.11 - الدور:

- المفهوم الاصطلاحي:

هو نسق مؤلف من مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها الشخص في موقف تفاعلي معين،² ويعرف بأنه أنماط السلوكيات المتوقعة التي تميز مركز تنظيمي محدد³، بحيث يقوم بها الفرد، ليؤكد احتلاله لمركزه، ويكون هذا النمط من السلوكيات المتوقع من الفرد في موقف معين، يتحدد بما يجب أن يؤديه من نشاط في ضوء الثقافة الاجتماعية السائدة.⁴

وعلماء الاجتماع ينظرون إلى الدور على أنه: مجموعة من الأنشطة منجزة من قبل شخص يحتل مكانة في نسق معين يترتب على هذه الأنشطة مجموعة من الحقوق والواجبات، ومن ثم تصبح بمثابة

¹ معن خليل العمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، ط1، (عمان - الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2004)، ص59.

² عصام عبد الشافي: نظرية الدور دراسة تأصيلية في المنطلقات الاجتماعية والسياسية، متاح عبر موقع: <http://www.arabiccenter.net/ar/news.php?action=752011/05/029> Search - 00: تم التصفح يوم: 29 أكتوبر 2019، على سا: 10: 02.

³ محمد علي شبيب، السلوك الإنساني في التنظيم، د.ط، (مصر: دار الفكر العربي، 1990)، ص200.

⁴ أحمد ريانبا ريان، دور وسائل الإعلام في التنقيف الصحي، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، السعودية، 2003)، ص36.

واجب يلتزم به الفرد وتسمى الدور الاجتماعي.¹ وبالتالي هو نمط من الدوافع والأهداف والمعتقدات والقيم والاتجاهات والسلوك، التي يتوقع جماعة أن يروها فيمن يشغل وظيفة ما، أو وضع اجتماعي معين، فهو الذي يصف السلوك المتوقع من شخص في موقف ما.

- **المفهوم الإجرائي:** هو مجموعة من الأنشطة التي تقوم بها منصة الفيسبوك للمساهمة في تشكيل الثقافة السياسية للطالب الجامعي الجزائري - عينة الدراسة - سواء إيجابيا أو سلبيا.

2.11- مواقع التواصل الاجتماعي (social media):

- **المفهوم الاصطلاحي:** وتسمى كذلك منصات التواصل الاجتماعي، الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي sites social Networking وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد، من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات، والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستخدم أن ينشئ صفحته الخاصة، وينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الخاصة، ويكتب المقالات والنصوص، وينشر تسجيلات الفيديو، ومن أشهر هذه المواقع الفيسبوك.

يعرفها بويد **Boyd** وإليسون **Ellison** بأنها: عبارة عن خدمات قائمة على الويب، تتيح للأفراد إنشاء ملف تعريف عام أو شبه عام داخل نظام مقيد، مع عرض واجتياز قائمة الاتصالات الخاصة بهم، وتلك التي قام بها الآخرون داخل النظام.²

- **المفهوم الإجرائي:** هي منصات رقمية تفاعلية تتيح لمستخدميها إمكانية التواصل والتفاعل ضمن جماعات افتراضية تحمل رؤى وتصورات متباينة حول مواضيع مختلفة، وتلقي المعلومات السياسية

¹ مامري جميلة، مكانة ودور الباحث في نسق البحث العلمي، (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005_2006)، ص 16.

² Boyd, D.M, Ellison, N ? B : Social network sites, Definition, history and scholarship. Journal of computer-mediated communication,13(1),(2007), p-p 210-230.

بشكل أنني وفوري، وإمكانية المشاركة في النقاشات والقضايا العامة، وصناعة محتوى سياسي، ومشاركته مع الآخرين.

- 3.11 - الثقافة السياسية:

- **المفهوم الاصطلاحي:** للثقافة السياسية تعريفات متعددة من بينها: "هي المحيط الفكري والعقلي الذي تتشكل فيه السياسة ويتم تفسيرها والحكم عليها أيضا، أو هي المعرفة، ومعتقدات، وقيم الأفراد والمجتمعات ومواقفهم تجاه الحكومة والسياسة.¹

عرفها **فليب برو** بأنها: "هي التي تتكون من مجموعة من المعارف والمعتقدات تسمح للأفراد بإعطاء معنى للتجربة الروتينية لعلاقتهم بالسلطة التي تحكمهم كما تسمح للمجموعات باستخدامها كمرجع للتعريف بهويتها، وتحديد موقعه في المجال السياسي وذلك من خلال تعبئة حد أدنى من المعالم الواعية أو الغير واعية التي ترشده في سلوكه.

أما **لوسيان باي** عرفها بأنها: "مجموعة الاتجاهات والمعتقدات والمشاعر التي تعطي نظاما ومعنى للعملية السياسية وتقدم قواعد مستقرة تحكم تصرفات أعضاء النظام السياسي.

وبالنسبة لـ **غابريال ألموند وسيدني فيريرا** عرف الثقافة السياسية على أنها: "مجموع التوجهات والمواقف والتصورات السياسية للأفراد في سياق علاقتهم بنظمهم السياسية"²، والملاحظ من تعريف كل من **فليب برو** و **لوسيان باي** أن هناك تركيز على الجانب المعياري في تعريفها على أنها القيم، والمعارف السياسية المتداولة بين أفراد المجتمع، واتجاهات الفرد في علاقاته بالنظام السياسي.

¹ ستيفن دي تانسي، ترجمة رشا جمال، علم السياسة الأسس، ط1، (بيروت: لشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2012)، ص186.

² باسم الزبيدي، الثقافة السياسية الفلسطينية، د.ط (رام الله، فلسطين: المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية، 2003)، ص9.

أما أُموند وفيربا ركزوا في تعريفهم للثقافة السياسية على الجانب المهاري المتمثل في المواقف والسلوكيات والممارسات لدى الأفراد اتجاه النظام الحاكم.

-المفهوم الإجرائي: هي مجموعة من المعارف السياسية، والتصورات والأحكام المتعلقة بالحياة السياسية، التي تمنح القدرة على تبني أنماط سلوكية سياسية معينة، التي تتشكل لدى الطالب الجامعي أثناء استخدامه لموقع الفيسبوك، وتعرضه للمضامين المتعلقة بالشأن السياسي.

4.11- الطالب الجامعي:

- المفهوم الاصطلاحي: عرف محمد إبراهيم الطالب بأنه الفرد الذي اختار مواصلة الدراسة الأكاديمية والمهنية، ويأتي إلى الجامعة محملاً معه جملة قيم و توجهات صقلتها المؤسسات التربوية الأخرى¹

- المفهوم الاجرائي: هم طلبة جامعة الجيلالي الياابس -سيدي بلعباس- باختلاف كلياتها.

12.الخلفية النظرية للدراسة: تعتبر النظرية بالنسبة إلى العلم البوصلة، باعتبارها دليل لا غنى عنه في اختبار الطرق التي سيتبعها الباحث، بحيث تساعد على تبرير أدوات التي يستخدمها، فهي توجه البحث العلمي.

فهذه الدراسة تعتمد في بنائها النظري وصياغة الأسئلة والفروض العلمية على نظريتين لهما أهمية في مجال الدراسات الإعلامية وذات صلة مباشرة بالموضوع، وهما: نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

1.12- نظرية الاستخدامات والإشباع

1.1.12- ضبط مفاهيم النظرية:

¹ منى عتيق، الطلبة الجامعيون بين تصور المستقبل وتأسيس الهوية الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، عدد خاص، فيفري 2011، ص402.

- الاستخدام (Usage):

مصطلح مرتبط بالأنماط الاتصالية كعادات القراءة والمشاهدة، ويستخدم المصطلح عادة الأنثروبولوجيون على مستويات مختلفة من التجريد، واستعماله يشير إلى الأعمال الروتينية للحياة اليومية والقواعد الكامنة في الأنماط الثقافية القابلة لأن تدرك في الأفعال المتكررة لكل ثقافة.¹

أما عند "يافيس فرنسوا لوكايديك" **Yves-François Le Coadic** فيرى بأنه: نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام.²

وإذا رجعنا إلى القاموس الأكاديمي الفرنسي فإن هذا المصطلح Usage يشير إلى: الاستفادة من شيء مادي واستخدامه، واستعمال شيء معنوي أيضا، أما مصطلح Utilisation فيعني توظيف شيء ما لجني ربح أو تحقيق مصلحة، ويرتبط عادة بالأشياء المادية³

- الإشباع (Gratification):

يقصد به إرضاء الحاجة وتحقيق الطلب الذي يلح عليه الدافع، وبالتالي فإن إشباع الدوافع يصاحبه إحساس بالسعادة وشعور بالاستمتاع وفي نفس الوقت فإن إشباع الدافع سوف يؤدي إلى زواله، أو ضعفه سواء بصفة مؤقتة ليعاود الإلحاح من جديد بعد فترة معينة أو بصفة دائمة، وإشباع الدافع قد يكون كاملا أو مباشرا، ويرجع ذلك إلى ظروف البيئة المادية وشخصية الفرد وإمكانياته.⁴

2.1.12- المفهوم والنشأة.

¹ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دط، (مصر: دار الفجر، 2004)، ص316.

² أبو أصعب صالح خليل، استراتيجيات الاتصال وتأثيراته، ط1، (الأردن: دار مجدلوي للنشر والتوزيع، 2005).

³ Dictionnaire de L'académie Française, op cit, p 3316.

⁴ فرج عبد القادر طه، أصول علم النفس الحديث، ط3، (القاهرة، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، 1999)، ص115.

هي نظرية توضح وتفسر إلى حد كبير الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، ويمثل نشاطه قبل "من خلال الاختيار المحتوى الذي يشبع رغباته" وبعد "استرجاع المعلومات التي تعرض لها" وأثناء التعرض "من خلال اهتمامه لرسالة الإعلامية وإدراكها"¹

وفي الاصطلاح الإعلامي: هي تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، كما أورد مساعد المحيا تعريفا اصطلاحيا لمفهوم النظرية على أنه ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات، ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة.²

النشأة: لقد طور تيار الاستخدامات والإشباع في ثمانينات القرن الماضي مفهومه لتأثير وسائل الإعلام، عبر الاستخدام والإشباع، والتركيز على أن " المعنى والتأثيرات تولد من تفاعل النصوص والأدوار التي يضطلع بها الجمهور، وأن فك الرموز يرتبط بمشاركة الجمهور في عملية الاتصال.³

فظهر الويب في بداية التسعينيات من القرن الماضي طرح انشغالات بحثية أدت لتسليط اهتمامات الدراسات حول استخدام الناس للشبكة العنكبوتية، والإشباع التي تتحقق من ذلك.⁴

3.1.12- فروض النظرية

¹ سعود البشر محمود، مقدمة في الاتصال السياسي، (الرياض، مكتبة العبيكان للنشر، 1997)، ص47.

² هيثم الهبيي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ط1، (القاهرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص141.

³ أرمان وميشال متلار: تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصرالدين العياضي والصادق رابح، ط1، (لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005)، ص167.

⁴ رايس علي ابتسام، نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد مدخل نظري، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 25، (ديسمبر 2016)، ص11.

تتمثل فروض نظرية الاستخدامات والإشباع فيما يلي:

1. جمهور وسائل الإعلام جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به.
2. جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه وحاجاته، وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، ومن ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.
3. يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.¹
4. تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بالعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصادرها لإشباع حاجاته دون الآخر.²
5. الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة، بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.³

4.1.12- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

تعرض الجمهور لوسائل الإعلام يكون غالباً نتيجة مجموعة من الدوافع المرتبطة بالاهتمامات والأذواق المتنوعة، الذي يظل قائم حتى يتم إشباعه.

¹ D. Cowles: Consumer perceptions of interactive media –Journal of Broadcasting & Electronic Media– (1989), p-p33,83,89.

² Strano, Michele, M : User Description Through Facebook Profile Images. Cybersychology Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 2(2). Article (5), (2008), pp10–11.

³ De Bock, H. (1980) Gratification frustration during a newspaper strike and a TV blackout. (Journalism Quarterly, 57, 61–66, 78).

فالدافع حسب علماء النفس هو قوة بيولوجية نفسية داخل الفرد وتحته على القيام بنشاط معين لإشباع أو إرضاء رغبة محددة، كما أن هذه القوة تستمر في دفع الفرد وتوجيه سلوكه، حتى يشبع رغبته أو حاجته تلك، وتظل تعدل في سلوكه ما لم تشبع الرغبة التي بداخله إلى أن يتحول عن طلب إشباع هذه الرغبة إلى طلب إشباع رغبة غيرها.¹

وقد صنفت أغلب دراسات الاتصال دوافع الاستخدامات لدى الجمهور إلى فئتين:

- **الدوافع المنفعية Instrumental motive:** التي تحقق منفعة ذاتية مثل المعلومات والخبرات والمعارف عن الذات والعالم، وهي الدوافع التي تبدو أكثر في البرامج الإخبارية ذات الوظيفة الإعلامية والتفسيرية.

- **الدوافع الاعتبارية Ritualized motive:** التي تبدو في الاستمتاع والرضا والتي تبدو في الأفلام والمسلسلات ومضامين التسلية.²

5.1.12- نظرية الاستخدامات والإشباع في ظل مواقع التواصل الاجتماعي:

الملاحظ في السنوات الأخيرة اهتمام العديد من البحوث الأكاديمية بتطبيق هذه النظرية على وسائل الاتصال الجديدة بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، للكشف عن الإشباع التي يسعى المستخدمون لتحقيقها من خلال إنشاء حسابات خاصة في المواقع التواصل الاجتماعية، والانضمام إلى صفحات ومجموعات تتماشى مع اهتماماتهم عبر هذه المواقع.

فمع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي بدأ التساؤل العلمي حول استخدام هذه المواقع، خاصة أن هناك دراسات تصنف هذه المواقع على أنها وسائل الإعلام الجديدة، بحيث أجريت عددا من البحوث التي

¹ فرج عبد القادر طه، مرجع سبق ذكره، ص 13.

² رضا عكاشة، تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في المنصات الرقمية، (كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، دت)، ص 203.

تستند على نظرية الاستخدامات والإشباع، والقائمة على التساؤل التالي: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالمستخدم، وماذا يفعل المستخدمون بوسائل الإعلام، وذلك بدراسة الجمهور النشط الذي يقوم على اختيار الوسيلة التي تشبع رغباته وحاجاته، وتحديد دوافع الاستخدام من وسيلة الاتصال، والتفاعل الناتج من التعرض.

6.1.12- جمهور مواقع التواصل الاجتماعي النشط والإشباع المحققة:

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع مناسبة لدراسة استخدام الإنترنت، وحسب ريس ووليمز (Williams, Rice) فإن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة لاختبار العديد من النظريات والنماذج ومنها نظرية الاستخدامات والإشباع في ظل التحولية الإنترنت.¹

لقد حدد رضا أمين في كتابه النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني مجموعة من الإشباعات المحققة لدى الجمهور المستخدم للإنترنت والتي تمثلت² في:

1. استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي (Browsing and Exploring)، فالإثارة التي يحصلون عليها عند اكتشافهم لأبعاد ملامح ذلك العالم تشبع حاجاتهم للترفيه، كما أن تعرضهم للمواقع المختلفة قد يصادفون ما يشبع احتياجات معرفية لديهم.

2. البحث عن المعلومات (Information seeking)، حيث أظهرت إحدى الدراسات أن (73%) من مستخدمي الإنترنت يبحثون عن المعلومات في مختلف مجالات الحياة، وتستطيع شبكة الويب إشباع الاحتياجات المعرفية لدى المستخدمين.

¹ Samuel Ebersole (2000) Uses and Gratifications of Web among Student, View on:

<http://google/7AxryM> - Search 23 mars 2020, at: 10:35.

² رضا أمين، النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني، ط1، (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الأعلام، 2007) ص-ص

3. الاستمتاع والتسلية (Entertainment)، حيث إن (75%) من مستخدمي شبكة الويب يقومون بذلك للترفيه والتسلية.

4. الاتصال بالآخرين (Communication with other).

5. تحقيق الوجود الافتراضي (Virtual presence) ويعني شعور المستخدم بالتواجد في بيئة افتراضي.

7.1.12- الدوافع السياسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاشباكات المتحققة:

تتعلق أبحاث هذه النظرية باستخدام الجمهور لوسائل الإعلام والإشباكات التي يحصلون عليها من هذا الاستخدام، وقد نشرت أول دراسات هذا المجال في الأربعينات، وقد تناولت الترفيه أكثر مما تعاملت مع المضمون السياسي للإعلام الجماهيري¹، إلا هناك البعض منها يهتم باستخداماتها السياسية، وقد أظهرت الدراسات -على سبيل المثال أن أعدادا كبيرة من الجمهور انجذبت إلى مناظرات الحملات الانتخابية الأمريكية، كما أنه في بعض البلاد مثل إنجلترا انجذب العديد من الناس إلى الإعلانات السياسية، وإلى الالتماسات السياسية للأحزاب، حاولت بعض الدراسات أن تستخلص دوافع الجمهور لهذا الانجذاب، كما حاول البعض أن يكشف ما وراء هذه الدوافع، فيجد البعض أنه يقيس قدرة الإعلام على تلبية احتياجاتهم السياسية².

إن لجوء الساسة لاستخدام الوسائل الإعلامية المتطورة والحديثة، يعود إلى أن المواد الإعلامية على شبكة الانترنت تجد رواجاً كبيراً لدى القراء، حيث أثبتت استطلاعات الرأي، أن قراء الأخبار السياسية في الصفحات الإنترنت قد تضاعفت ست مرات بين عامي 1996 و2004 في الولايات المتحدة

¹ مارك بالنافر ستيفاني هيميلرمك، بريان شوسميث، نظريات ومناهج الإعلام، ترجمة د. عاطف حطيبة، د. منال أبو الحسن، (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2017)، ص100.

² المرجع نفسه: ص ص109، 110.

الأمريكية، لذلك أصبح الساسة مهتمين أكثر بمواقعهم، وبإضفاء أساليب جديدة عليها كلما تعلق الأمر

بحملة انتخابية أو استطلاع الرأي، من خلال عرض برامجهم السياسية، وتشكيل الرؤية السياسية للقراء.¹

فعلاقة نظرية الاستخدام والإشباع بالسياسية هي علاقة وثيقة، ويمكن تحديدها في:

- **أولاً:** أن شريحة الأكبر من الجماهير التي تستخدم وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم هي الشريحة التي تهتم بالرسائل ذات الطابع السياسي.

- **ثانياً:** يمكن أن تكون هذه النظرية ذات صبغة سياسية خاصة إذا تعلقت ببحوث الأثر.

فلقد أجري العديد من الباحثين دراسات لإبراز الحوافز التي تدفع الجماهير للتعرض لوسائل الإعلام، والأثر الناتج من إشباع هذه الدوافع، فتوصلوا إلى أن معظم هذه الحوافز ذات طابع سياسي. وقد صنفنا هذه الدراسات إلى خمس مجموعات:

- **الأولى:** حاولت أن تحدد دوافع الجمهور المتعلقة بالاستخدامات للمضامين السياسية في وسائل الإعلام.

- **الثانية:** الدراسات التي تبحث في أسباب هذه الدوافع.

- **الثالثة:** الدراسات التي حاولت أن تحلل تقويم الجماهير لقدرات وسائل الإعلام على إشباع الحاجات.

- **الرابعة:** دراسة العلاقة الحقيقية بين حاجات الجمهور واستخداماته مضامين إعلامية ذات الطابع السياسي.

- **الخامسة:** الدراسات التي عيّنت بالبحث في الأثر السياسي لوسائل الإعلام.²

¹ سعد آل سعود، الاتصال والإعلام السياسي، ط1، (الرياض: دار الكتاب الحديث للتوزيع، 2010)، ص166

² محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، طبعة إلكترونية ثانية، (الرياض: مكتبة العبيكان للنشر، 2017) صص-61-63.

أما فيما يخص الاشباكات الناتجة عن التعرض للمحتوى السياسي لوسائل الإعلام يمكن تلخيصها في إشباكات المحتوى، وإشباكات العملية، إذ يعتقد **وينر Winner** بوجود أربعة أنواع من الإشباكات المستخدمة في دراسات المحتوى الإخباري والسياسي وهي¹:

1. التوجيهية: ترتبط بمفاهيم التعرض والاهتمام من محتوى وسائل الإعلام الذي يتضمن معلومات سياسية، كما ترتبط بمفاهيم أخرى مثل: المعرفة السياسية، والتأثير السياسي، كما تضم أيضا المنافع المتعلقة باتخاذ القرارات ذات الطابع السياسي كقرارات التصويت والحصول على المعلومات السياسية.

2. شبه الاجتماعية: وتعني استخدام المحتوى السياسي لوسائل الإعلام لتأكيد الهوية الشخصية من خلال الشخصيات التي تظهر في المحتوى السياسي مثل: كتاب الأعمدة السياسية في الصحف، ويرى **وينر** أن هذا الاشباع يصف العلاقة التي تصبح بديلا عند الناس الذين يعتمدون على المحتوى السياسي للإعلام.

3. شبه التوجيهية: وتعني استخدام عملية الاتصال التي تعيد توجيه محتوى السياسي، وبخاصة الإخباري لدعم الاستعدادات القائمة لدى الجمهور، وتستخدم للدفاع عن الذات والإقلال من التوتر.

4. الاجتماعية: وتنقسم إلى الاشباكات الاجتماعية الإقناعية، والإشباكات الاجتماعية الهزلية.

أ- الإقناعية: هي تخزين المعلومات والآراء لاستخدامها في المناقشات، وتسمى بالاتصال المتوقع في الدراسات التي تهتم بالأخبار السياسية.

ب- الهزلية: التي تهتم بتخزين الأشياء المثيرة لاستخدامها في المحادثات مع الأصدقاء، وتهتم بها دراسات الاستخدام اليومي للأخبار.

ومع تصاعد الأحداث السياسية وكثرة الأخبار ولدت بيئة اتصالية جديدة عمادها مواقع التواصل الاجتماعي التي أعطت للأفراد المقصين من المشاركة في العملية السياسية عبر وسائل الإعلام التقليدية،

¹ سعد آل سعود، مرجع سبق ذكره، 2010، ص-ص 115، 116.

فرصة للمشاركة في بناء محتوى سياسي إعلامي، فنجد الكثير من صانعي السياسات ومتخذي القرارات حرصوا أن يتخذوها وسيلة لجذب اهتمام الجماهير وتوجيهه نحو المعرفة، أو القيم، أو سلوك سياسي معين تخدم مصلحتهم.

وبالتالي تعد هذه النظرية من أنسب النظريات لدراستنا، باعتبار أنها تعتبر الجمهور هو جمهور نشط، يقوم الشباب الجامعي بدور إيجابي في استخدام الوسيلة الإعلامية المناسبة، من خلال اختيار المضمون الذي يشبع احتياجاته المتعددة (سواء كانت معرفية، أو ثقافية، أو سياسية)، وأثناء تعرضه لهذه المضامين يهتم بالرسائل ويحاول إدراكها، ومن ثم استرجاع المعلومات التي تعرضها لها، كما أنه يبتعد عن الوسائل والمضامين التي لا تحقق له أي إشباع، كما أنها تقدم تفسيراً لأسباب استخدام الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة من خلال النظر لحاجاته ودوافعه، بحيث تساعد هذه الدراسة في معرفة طبيعة تعامل واستخدام عينة الدراسة للفيسبوك كمنصة للتواصل الاجتماعي، والكشف عن دوافع استخدامها بشكل عام، واستخدامها السياسي بشكل خاص، ومعرفة الإشباعات المتحققة من هذا الاستخدام لاسيما أن هذه الدراسة تحاول اختبار مدى مساهمة الفيسبوك في تلبية الحاجات السياسية للطلبة الجامعيين - عينة الدراسة - من خلال استخدامه، ما يتيح قدراً من التنوع في دوافع متابعتهم لهذا الموقع، والإشباعات المتحققة منها، بما يلبي رغباته واحتياجاته المختلفة.

كما أن اختيار مضمون إعلامي دون الآخر يدل على نشاط المستخدم وإيجابية التعرض، ما يحقق فرضاً أساسياً من فروض النظرية وهو افتراض الجمهور النشط.

وعليه يمكن تلخيص استفادة هذه الدراسة من هذه النظرية في:

- طرح الأسئلة العلمية وصياغة الفروض للدراسة من خلال بناء علاقة بين استخدام الطلبة الجامعين لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل استقاء المعلومات حول المواضيع السياسية وبين تشكيل الثقافة السياسية.

- بناء وصياغة استمارة الاستبيان المطبقة على البحث من حيث صياغة الأسئلة وفقا للفروض الأساسية للنظرية.

_ تحليل وتفسير نتائج الدراسة، كونها تتيح للباحث فهم لماذا وكيف يختار الأفراد الوسائل الإعلامية، خاصة مع ظهور الإعلامية الجديدة، ومعرفة أنواع الاشباع المتحققة نتيجة استخدام هذه الوسائل.

2.12- نظرية وسائل الاعتماد على وسائل الإعلام: Mass Media Dependency Theory

هي واحدة من أهم النظريات في مجال الدراسات الإعلامية، التي تم تطويرها من قبل "ميلفين ديفيلر وساندرا بول روكيتش" في السبعينات، تهتم هذه النظرية بالعلاقة الكامنة بين وسائل الإعلام والجمهور، وكيفية تأثير الاعتماد على هذه الوسائل في تشكيل التصورات والمواقف والسلوكيات، فهي تبحث في الإجابة على السؤال لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام؟ تقوم نظرية الاعتماد على الافتراضات التالية:

-الاعتماد على وسائل الإعلام يزداد مع زيادة الحاجة إلى المعلومات: أحد الفروض الرئيسية للنظرية هو أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام بشكل أكبر عندما تكون لديهم حاجات معلوماتية محددة، كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الاعلام في استقاء المعلومات زادت بالتالي التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على هؤلاء، وهذا يعني أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات التي تؤثر على سلوكهم ومواقفهم وقراراتهم، فكلما زاد اعتماد الأفراد على هذه

الوسائل للحصول على المعلومات حول قضايا معينة، كلما كانت أكثر تأثيراً في تشكيل أفكارهم وتوجهاتهم، كما ترى هذه النظرية أن الاعتماد على وسائل الإعلام لا يكون بالضرورة مطلقاً.

- **الاعتماد على وسائل الإعلام يتزايد مع نقص المصادر البديلة:** يقوم هذا الفرض على مسلمة مفادها أنه عندما تقل المصادر البديلة أو تكون أقل مصداقية، يصبح الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، ويقل اعتماد الأفراد على تلك الوسائل كلما كان لديهم مصادر أخرى بديلة.

وفي هذه النقطة يرى **الدكتور عبد الرزاق الدليمي** أن درجة الاعتماد على وسائل الإعلام تزداد كلما قلت القنوات البديلة للمعلومات، أما إذا توفرت مصادر تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.¹

- **يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.**

- **يزداد اعتماد الناس على وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغيرات الاجتماعية وحالة عدم الاستقرار وفي حالة ما كان غموض في المواقف،² أما في حالة استقرار الوضع قل اعتماد الجمهور على هذه الوسائل.**

وتأثيراتها تجاوز الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي، كونها تفسر وتحلل الوظائف والأدوار والتأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي، الأفراد يقيمون علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام

¹ عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون، ط1، (عمان، دار اليازوري)، 2016، ص214.

² ياسمين أيمن هلال، وآخرون، توعية الجمهور المصري بمنشآت شباب العالم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية على شباب مصر، المجلة العلمية لكلية الآداب، مجلد 12، عدد 5، (مصر، 2023)، ص59.

بصفة عامة، بما فيها منصات التواصل الاجتماعي، كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية، وفقا لحدود أهميتها لهم.¹

- مجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية:

- **التأثيرات المعرفية: Cognitive Effects** تشمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقا لنظرية الاعتماد على إزالة الغموض الناتج عن قلة طرح المعلومات التي تساعد الأفراد في فهم الحدث، وذلك بتقديم معلومات كافية عن الحدث، وتفسيرها وتحليلها، حتى يتسنى للمتلقي إدراك الحدث،² فهي بذلك تتجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن نقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو عدم كفايتها لفهم الأحداث.³

وبالتالي يتحقق التأثير المعرفي الذي يساهم في تكوين الاتجاهات نحو القضايا والأحداث المثارة في المجتمع، حيث تبرز وسائل الإعلام موضوعات ومحتويات إعلامية تحظى باهتمام أكبر وتصبح أولوية لدى الفرد، وبالتالي تتسع معتقداته واهتماماته بشأنها جراء كثافة متابعته للوسيلة الإعلامية.⁴

- **التأثيرات الوجدانية: Affective Effects** تذكر "ميلفين ديفيلر وساندرا بول روكيتش" صاحباً النظرية أن المقصود بالآثار الوجدانية هي المشاعر التي قد يتأثر بها الفرد جراء تعرضه المكتف

¹ Miller, Katherine, Communication Theories, Perspective, Process, and Context,) Graw Hill, Boston) , p274

² يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، (عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015)، ص226.

³ كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، النسخة الإلكترونية، (سورية، الجامعة الافتراضية السورية، 2020)، ص146.

⁴ حسن عماد مكاوي: نظريات الإعلام، ط1، (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2000)، ص200.

لوسائل الإعلام واعتماده عليها في أوقات الأزمات والأحداث الكبيرة الهامة، وأبرزها الفتور العاطفي، والخوف والقلق، والدعم المعنوي.¹

وعلى العموم فإن الاعتماد على وسائل الإعلام قد يؤدي إلى تأثيرات وجدانية عميقة تتفاوت بين الإيجابي والسلبي، فمن جهة يمكن أن تسهم في تعزيز مشاعر الرفاهية والسعادة عندما تقدم محتوى يثير الإيجابية والدعم الاجتماعي، كما في البرامج التي تدعم القضايا الإنسانية أو العاطفية، ومن جهة أخرى، قد يؤدي الاعتماد المفرط على وسائل الإعلام إلى بعض الآثار الوجدانية السلبية كالانعزال الاجتماعي حيث يفضل الفرد متابعة وسائل الإعلام عن اللقاءات الاجتماعية.

- **التأثيرات السلوكية: Behavioral Effects** تنحصر التأثيرات السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام وفقا ل **Defleuran and Ball Rokeach** في سلوكيين أساسيين هما التنشيط والخمول: أما التنشيط فيعني قيام الفرد بعمل ما أو اتخاذ موقف مؤيد لحدث ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، بينما يعني الخمول عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وتعتبر التأثيرات السلوكية بمثابة المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية.²

تظهر النظرية أن الاعتماد على وسائل الإعلام يؤثر على سلوك الأفراد ليس فقط في كيفية تلقي المعلومات، بل في كيفية تأثير هذه المعلومات على المعتقدات والقيم والاتجاهات، لاسيما في العصر الرقمي، زادت وسائل الإعلام الجديدة من تأثيراتها السلوكية، فمنصات التواصل الاجتماعي لم تعد تقتصر على تزويد الأفراد بالمعلومات، وإنما تتيح لهم أيضا التفاعل والمشاركة خاصة في الأحداث والعمليات السياسية.

¹ ربح سامي لطيف محمد، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد الخامس والخمسون، جزء 5، (أكتوبر 2020)، ص 3120.

² المرجع نفسه، ص 3120.

الاستفادة من النظرية: باعتبار أن نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام تعتبر من أبرز النظريات المفسرة لعمل وسائل الإعلام الرقمي بما ذلك شبكات التواصل الاجتماعي بطريقة شمولية تتناول الوظائف والأدوار، والحاجات والأهداف، والتأثيرات المعرفية، والاتجاهية والسلوكية، وعلاقة النظام، والمؤسسات الأخرى بوسائل الإعلام،¹ فإن الاستفادة منها كان في:

- تكوين رؤية واضحة عن المشكلة البحثية من حيث تحديدها وصياغتها.
- المساعدة في صياغة فرضيات الدراسة.
- معرفة الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي يكتسبها الفرد نتيجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي ساعدنا في بناء الإطار النظري، وربطه بالإطار التطبيقي من خلال صياغ محاور تتعلق بالآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.

13- الدراسة الاستطلاعية:

تعتبر الدراسة الاستطلاعية أساسا جوهريا لبناء البحث العلمي، وتخطي هذه الخطوة في أي بحث يجعل الباحث يبذل جهدا مضاعفا في الدراسة الأساسية،² فمن خلالها نتأكد من وجود عينة الدراسة، وجمع المعلومات الأولية حول الموضوع التي تسمح للباحث ببناء الإشكالية، وصياغة الأسئلة والفرضيات، ومن تم التحقق من الفرضيات بالتأكد من صحة أداة جمع المعلومات من حيث الصدق والثبات. إذ تقوم هذه الدراسة على مرحلتين:

- **المرحلة الكشفية أو التمهيدية:** تهدف إلى إيجاد السبل الفكرية لتدقيق مشكلة البحث والتدقيق على السؤال الرئيسي للدراسة، كما تساعد على التعرف على ميدان البحث والتأقلم معه ومعرفة بعض

¹ عمار خلايفية، تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد، مجلة البحوث والدراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3، العدد 03، (30-سبتمبر-2022)، ص47.

² محي الدين مختار، محاضرات علم النفس الاجتماعي، د.ط، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية)، 1995، ص47.

جوانبه التي لا يظهرها الإطار النظري المتعلق بالظاهرة موضوع الدراسة، وتعتبر المقابلة الاستكشافية التقنية الأكثر استعمالاً في هذه المرحلة، وذلك في سبيل بناء عناصر الإشكالية وصياغة للفرضيات المقبولة وذات العلاقة بالواقع.¹ والهدف من وراء المقابلة الاستكشافية هو تحقيق وفرة في الإنفاق غير المجدي على صعيد الجهد والوقت المخصصين للقراءة وعلى صعيد بناء الفرضيات وإجراء المعاينات.²

- مرحلة تطبيق استبيان أولي على عينة الدراسة الاستطلاعية: للدراسة الاستطلاعية أهمية

كبيرة بالنظر لما تقدمه للباحث من معطيات تمكنه من الاستمرار في معالجة بحثه بطريقة تستند إلى أدوات علمية وموضوعية³. ولعل أداة استمارة الاستبيان من أهم أدوات البحث العلمي.

بعد قيامنا بالمرحلة الكشفية لهذه الدراسة في جامعة الجبالي اليابس، بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تمكنا من ضبط إشكالية الدراسة ومتغيراتها، وصياغة أسئلتها وفرضياتها، تمكنا في المرحلة التالية من تحديد سمات العينة وحجمها، والتأكد من صلاحية الأداة، ودقتها في جمع المعطيات المطلوبة، ومدى صدقها من خلال عرضها على المحكمين، وتطبيقها على عينة الدراسة الاستطلاعية.

فعلى ضوء المرحلة التمهيدية للدراسة، تم إعداد استبيان أولي، جرب بتاريخ 27 أكتوبر 2022، على عينة قصدية من الطلبة الجامعيين من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والبالغ عددهم 80 مبحوثاً، وبعد استرداد استمارات الاستبيان تم استبعاد 12 استمارة لعدم اكتمالها.

تكون الاستبيان الأولي من أسئلة أغلبها كان مفتوح، وزعت على ثلاثة محاور: يتعلق الأول بعادات وأنماط استخدام عينة الدراسة الاستطلاعية لموقع الفيسبوك، ويكشف الثاني عن الاشباكات المتحققة وراء

¹ سعد سعيون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، الطبعة الثانية، دار القصة للنشر، الجزائر، 2012، ص 77.

² ريمون كوفي وفان كمبنيو لوك، دليل الباحث في العلوم الاجتماعية، تعريب يوسف الجبالي، (بيروت - لبنان، المكتبة العصرية، 1997)، ص 85.

³ أحمد بن مرسل: مرجع سبق ذكره، ص 105.

هذا الاستخدام، أما الثالث خاص بدور موقع الفيسبوك في تكوين المعرفة السياسية، وغرس القيم السياسية لدى عينة الدراسة.

ولعل الهدف الرئيسي من وراء تجريب الاستبيان على عينة صغيرة، هو اختبار مدى فهم المبحوثين لأسئلة الأداة وعدم وجود صعوبات في الإجابة عنها، وبالتالي التحقق من وضوح الأسئلة قبل البدء في التطبيق النهائي لاستمارة الاستبيان الخاصة بموضوع الدراسة.

14- الدراسات السابقة:

1.14- الدراسات الوطنية:

1.1.14- الدراسة الأولى: دراسة نبيل حليلو: التنمية في ضوء الثقافة السياسية للطلبة الجامعيين -دراسة على عينة من طلبة بعض الجامعات الجزائرية - أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، للموسم 2012/2011.

تناولت هذه الدراسة استكشاف نظرة عينة من طلبة الجامعات الجزائرية للتنمية من خلال ثقافتهم السياسية من خلال طرح سؤال الإشكالية الأساسية: ما هي نظرة الطلبة الجامعيين الجزائريين للتنمية من خلال ثقافتهم السياسية؟

أظهرت نتائج الدراسة أن: إجابات أفراد الدراسة كانت موحدة وذات مضمون واحد لأغلب أسئلة الاستبيان، على الرغم من تباين المناطق الجغرافية للمبحوثين، كشفت أن الأداء التنموي بمختلف أبعاده ومجالاته السياسية منها أو الاجتماعية أو الاقتصادية لم يرقى إلى طموحات وتوقعات غالبية أفراد مجتمع البحث، باعتبار أن القيم و الاتجاهات و الأنماط السلوكية تحمل مظاهر سلبية والنفور والشك والامبالاة، إلى جانب مظاهر الإحباط والاعترا ب اتجاه السلطة نتيجة الفجوة القائمة بين ما يتوقع أدائه والالتزام به من طرف السلطة، وبين ما هو كائن في الواقع، بالنسبة للتنمية في بعدها السياسي كشفت الدراسة أن

92.53% من عينة الدراسة عبرت بأن مشاركتهم في الانتخابات كانت تلقائية، وأن غالبية أفراد الدراسة لا تحضر للاجتماعات الرسمية لمجالس المنتخبة بنسبة 98.93%، ونسبة 96.13% من عينة الدراسة ترى أن الانتماء إلى الأحزاب السياسية هو بدافع قضاء المصالح الشخصية، لا العمل على رفع مستوى المواطنين، كما يرى أفراد العينة أن تقلد مختلف المناصب الإدارية تحكمها معايير غير موضوعية تقوم على المحسوبية والولاء وذلك بنسبة 97.44%، أما البعد الاجتماعي للتنمية فإذا أخذنا مؤشر العلاج نجد أن 93.60% يرون أن هناك تفضيل لفئات على الأخرى راجع إلى الوساطة والمحابة، ما أدى إلى تفضيلهم للمصالح الاستشفائية الخاصة بنسبة 89.20%، أما فيما يخص السكن فنسبة 96.53% من عينة الدراسة ترى أن الاستفادة من السكنات الاجتماعية قائمة على المحابة والمحسوبية، وبالنسبة للتنمية الاقتصادية نجد أن مؤشر القدرة الشرائية للمواطن، حيث عبر ما نسبته 99.20% بأن أسعار المواد الاستهلاكية الأساسية في تزايد مستمر، أما بخصوص مؤشر مسابقات التوظيف فما نسبته 97.20% ترى أن هذه العملية قائمة هي الأخرى على المحسوبية والمحابة، لا على أساس المؤهلات العلمية.

2.1.14- الدراسة الثانية: دراسة ريم فتيحة قدوري: دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي

السياسي للجمهور الجزائري- دراسة وصفية تحليلية لموقع "الجزيرة نت" نموذجا- أطروحة لنيل شهادة

الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة أحمد بن بلة وهران، للموسم 2018/2017.

حاولت هذه الدراسة البحث في طبيعة الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي من خلال الإجابة على الإشكالية الرئيسة وهي: ما هو دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري؟

وقد حددت مجموعة من الفرضيات وهي:

- لموقع الجزيرة نت دورا محدودا في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري، رغم اعتباره مجالا للفضاء العام.

- تساهم المضامين الإعلامية لموقع الجزيرة نت في عملية تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري، وتؤثر في اتجاهات مضمون الموقع على درجة اعتماد الجمهور الجزائري عليه دون غيره كمصدر للمعلومات.

- نعتقد أن هناك علاقة بين اتجاهات مضمون موقع الجزيرة نت، ومستوى الوعي السياسي للجمهور الجزائري، ونعتبر درجة اعتماد الجمهور الجزائري على موقع الجزيرة محدودة نسبيا.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة العلاقة الجدلية الموجودة بين ظاهرتي الإعلام الرقمي والوعي السياسي لدى الجمهور الجزائري، وحاولت البحث عن طبيعة الوعي السياسي للجمهور الجزائري الناتج عن متابعته للإعلام الرقمي، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي، وعلى أسلوب تحليل المضمون، واستخدمت عدة أدوات كالملاحظة المباشرة، المقابلة المقننة الموجهة، استمارة استبيان.

خلصت الدراسة إلى أن: لموقع "الجزيرة نت" دورا في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري باعتبار مساهمته للتطورات والأحداث السياسية، و تأكيد الجمهور الجزائري أن هذا الموقع ساهم بدرجة كبيرة في تشكيل الوعي السياسي لديه اتجاه القضايا السياسية، كما يرى الجمهور الجزائري أن موقع الجزيرة نت موضوعي و حيادي في طرحه للقضايا و المواضيع السياسية الجزائرية، و بالتالي يساهم في تشكيل الوعي السياسي له، من خلال اعتماد عليه كمصدر للمعلومات، وأن اتجاهات المضامين الإعلامية لموقع الجزيرة نت تؤثر على دراجة اعتماد الجمهور الجزائري عليه دون غيره كمصدر للمعلومات، وأن هناك علاقة بين حيادية و موضوعية موقع جزيرة نت ومستوى الوعي السياسي للجمهور الجزائري.

2.14- الدراسات العربية:

1.2.14- الدراسة الأولى: أشرف عصام فريد صالح: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة

المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط الأردن للموسم 2016/2017.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف لطبيعة ودوافع استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على الدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي لها، ومعرفة أسباب اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية، ومعرفة الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تتحقق لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية، حيث أنطلق الباحث من إشكالية مفادها: إلى أي مدى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب الجامعي الأردني بالقضايا السياسية؟

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي، وعلى أداة الاستبيان على عينة قصدية عشوائية طبقية، قوامها 435 مفردة تم استرجاع 400 مفردة من عينة الدراسة، حيث تكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط.

خلصت أهم نتائج الدراسة إلى أن موقع الفيسبوك أكثر موقع استخداما من قبل عينة الدراسة، ونسبة 100%، وأن أكثرهم لا يمتلكون غير حساب واحد بنسبة 84.3%، كما أظهرت الدراسة وجود مستوى متوسط للدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن هناك آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية.

2.2.14 - الدراسة الثانية:

محمد سعيد عبد المجيد، ممدوح عبد الواحد الحيطي: الشبكات الاجتماعية الإلكترونية والثقافة السياسية للشباب الجامعي -دراسة ميدانية- على عينة من طلبة كلية الأدب، جامعة طنطا، جامعة كفر الشيخ، مقال في مجلة حوليات كلية الأدب جامعة عين الشمس، المجلد 43 عدد 4، كلية الأدب، مصر، جانفي 2016.

هدفت هذه الدراسة بصورة أساسية إلى مناقشة وتحليل تأثيرات شبكات الاجتماعية الإلكترونية على الثقافة السياسية للشباب الجامعي المصري، من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة كفر الشيخ، إذ تنتمي إلى الدراسات الوصفية، واعتمد الباحثان على الأسلوب الوصفي التحليلي والأسلوب الإحصائي، أما في جمع المعلومات فاستعانوا باستمارة المقابلة المقننة، وأجريت على عينة عمدية بالحصة قوامها 300 مفردة، من الشباب المستخدمين للشبكات الاجتماعية الإلكترونية بجامعة كفر الشيخ، خلصت الدراسة إلى أن:

- الشبكات الاجتماعية الإلكترونية تأتي في مقدمة المؤسسات الأكثر تأثيرا في الشباب في مجال الثقافة السياسية، بما أتاحه من فضاء اجتماعي يتميز بحرية غير مسبقة، وبما قدمته من ساحة لتلاقي وتبادل الأفكار، وبلورة الأفكار.

_ الشبكات الاجتماعية الإلكترونية بوابة للممارسة السياسية بسبب قدرتها على تخطي الحواجز والقيود المختلفة على التعبير عن الرأي.

3.14 - الدراسات الأجنبية:

1.3.14 - دراسة Wei Wu: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات الثقافية

والسياسية، المجلة الدولية للأعمال والإدارة والمرئيات، المجلد 6، العدد 1، يناير- جويلية 2023.

هدفت هذه الدراسة إلى التأثير المتعدد لوسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات الثقافية والسياسية في المجتمع المعاصر، والكشف عن دور هذه المنصات في تشكيل الرأي العام، وتعزيز التبادل الثقافي، كما ركزت هذه الدراسة على العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والديناميكيات السياسية.

15. التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية، يتضح أن هناك اهتماما متزايدا في الأوساط الأكاديمية بهذا الموضوع، فقد قدمت أساسا معرفيا مهما لفهم التحولات الجارية في أنماط التفاعل السياسي في العصر الرقمي، فقد أبرزت هذه الدراسات الدور المتصاعد لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية، ورفع مستوى المعرفة السياسية، وتعزيز المشاركة السياسية لدى الفئات الشبابية، خاصة الطلبة الجامعيين.

فقد ركزت دراسة أشرف عصام فريد صالح على الدور التحفيزي الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي، من خلال تيسير الوصول إلى المعلومات وتوسيع نطاق الحوار العام، بينما اتجهت دراسة ريم فتيحة قدوري نحو التركيز على دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري، من خلال إبراز التأثير المباشر لهذا النوع من الإعلام في زيادة الاطلاع على القضايا السياسية، ورفع مستوى الوعي السياسي لديهم.

وعلى المستوى المنهجي، اعتمدت غالبية الدراسات السابقة على مناهج كمية كالمسح الاجتماعي، والاعتماد على الاستبيانات، مما ساعدنا في تقديم بيانات إحصائية مهمة للدراسة.

وعلى الرغم من تنوع هذه الدراسات لم تخلو من بعض القصور المنهجية والنظرية، التي تبرر

الحاجة لإجراء دراسات مكملية، أبرزها:

- التركيز المفرط على فئة الشباب الجامعي: فمعظم الدراسات السابقة ركزت على عينة الطلبة الجامعات، الأمر الذي يجعل هناك صعوبة في إمكانية تعميم النتائج على فئات المجتمع الأخرى، على غرار غير المتعلمين، كبار السن.

- الاعتماد على المنهج الكمي، والاستبيانات: غلب على الدراسات السابقة استخدام المنهج الكمي، والاعتماد على استمارة الاستبيان في جمع البيانات والمعلومات، دون دعم بمنهج تحليل المضمون مثلاً، خاصة وأن معظم الدراسات تتحدث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي، أو المقابلات مع أشخاص معنيين بالدراسة، الأمر الذي قد يحد من عمق التحليل.

- عدم التركيز على التأثير السلبي للمحتوى السياسي على المواقع الاجتماعية: فنجد معظم الدراسات السابقة ركزت على الجوانب الإيجابية فقط، كسرعة نشر الأخبار السياسية، زيادة المشاركة السياسية، إبداء الرأي بحرية تامة، دون التطرق إلى الجوانب السلبية، كنشر المعلومات الكاذبة، خلق الاستقطاب السياسي، تزييف الحقائق.

بناء على ما سبق، يتبين أن الدراسات السابقة وفرت لنا أساساً مهما لفهم العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية، حيث هناك اتفاقاً عاماً على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد أداة فعالة لنشر المعلومات السياسية بسرعة، وفتح حوار عام، وتوسيع نطاق المشاركة السياسية، لكن هناك بعض الفجوات المعرفية والمنهجية، التي حاولنا عن طريق دراستنا إدراكها، من خلال مقارنة علمية أخذين بعين الاعتبار الخصوصية الثقافية للمجتمع المحلي.

الجانب النظري للدراسة

- الفصل الأول: مدخل لدراسة شبكات

التواصل الاجتماعي

- الفصل الثاني: مدخل عام للثقافة

السياسية.

- الفصل الثالث: العلاقة بين الفيسبوك

وتتمية الثقافة السياسية في ظل الممارسة

الافتراضية

- الفصل الأول: مدخل لدراسة شبكات التواصل الاجتماعي

- أولاً: نبذة تعريفية عن مواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها وأدواتها
- ثانياً: التأثيرات المحتملة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ثالثاً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي.
- رابعاً: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والاشباكات المحققة.

الفصل الأول: مدخل لدراسة شبكات التواصل الاجتماعي.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز التطورات التكنولوجية التي أثرت بشكل كبير في جميع جوانب الحياة الإنسانية، فمنذ ظهورها أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للملايين من الناس حول العالم، تتمثل فكرتها في تمكين الأفراد من إنشاء محتوى ومشاركته مع الآخرين عبر منصات رقمية، الأمر الذي ساهم في خلق شبكة تفاعلية هائلة من الأشخاص والشركات والمؤسسات.

- أولاً: نبذة تعريفية عن مواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها وأدواتها.

1- مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية المفهوم.

أطلق على مواقع التواصل الاجتماعي العديد من التسميات، أبرزها شبكات التواصل الاجتماعي، مواقع التواصل الافتراضي، منصات التواصل الاجتماعي، مواقع الإعلام الاجتماعي، مواقع التفاعل الاجتماعي، وسائل التواصل الاجتماعي، كلها تشير إلى الفضاء الذي يتشكل فيه مجتمعات إلكترونية افتراضية.

أصبحت هذه المواقع جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، سواء أحببنا ذلك أم لا، فهي موجودة لتبقى، ولا يحتاج مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي إلى تفسير، لأنه من المؤكد أن الجميع قد سمعوا به، ولكن بالنسبة لأولئك الذين لا يعرفونها فهي بكل بساطة "الوسائط التي تتيح للفرد أن يكون اجتماعياً، تستطيع من خلالها مشاركة محتوى الأخبار والصور وما إلى ذلك مع أشخاص آخرين".

ووفقاً لقاموس Merriam-Webster على الإنترنت، يتم تعريفها على أنها: "أشكال إلكترونية للتواصل مثل مواقع الويب الخاصة بالشبكات الاجتماعية والمدونات الصغيرة التي ينشئ المستخدمون من خلالها المجتمعات لمشاركة المعلومات والأفكار والرسائل الشخصية والمحتويات الأخرى مثل

مقاطع الفيديو.¹ ويمكن أن يتداعى كمصطلح اجتماعي لأنه أصلاً اجتماعي، وكوسائل الاتصال لأنها تنتشر على الشبكة الإلكترونية، فهي منبر للحوارات على الشبكة أكثر منها طرق تقليدية للتواصل.²

وهذا ما أكد عليه **Manuel Castells** عالم الاجتماع الإسباني أن مواقع التواصل الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي هي "البنية الاجتماعية لعصر المعلومات وعصر المجتمع الشبكي المكون من شبكات الإنتاج والقوة والتجربة، حيث تقوم هذه الشبكات بدورها في بناء ثقافة افتراضية في إطار التدفقات العولمة، متجاوزة بذلك مفهومي الزمان والمكان."³

أما الباحثين **كانتر** و**السونفيرى** يعرفانها على أنها: "مجموعة من الممارسات والأدوات الرقمية التي تتميز بانخفاض سعرها وسهولة استخدامها في العديد من الأنشطة مثل المراسلة الفورية، الرسائل النصية، المدونات، الفيديوهات، مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث تمكن المستخدم من إنشاء محتوياتهم الخاصة، إضافة إلى استحداث قائمة لنشاطاتهم الشخصية في العديد من المحتويات ومشاركتها على نطاق واسع"⁴.

كما تعرف على أنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع الأعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمام والهويات، أو جمعه من أصدقاء الجماعة أو الثانوية."⁵

¹ priyakanwar, varindrtaprial: Understanding social media, (2012), p8.

² ليندا كولز، ترجمة أحمد المغربي، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، (القاهرة-مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2016)، ص13.

³ سعيد عبد المجيد، محمود عبد الواحد الحيطي، شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية للشباب الجامعي، دراسة ميدانية، حوليات أداب عين شمس، مصر، جامعة عين شمس، كلية الأداب، (ديسمبر 2015).

⁴ محمد قيراط، أخلاقيات الممارسة الإعلامية وتزييف الوعي في عالم مضطرب، ط1، (كويت- الامارات- مصر- الأردن: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2021)، ص347.

⁵ زاهر راضي، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان (2003)، ص23.

وتعرف أيضا بأنها: "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون، وفي أي مكان من العالم واكتسبت اسمها الاجتماعي لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي الفيسبوك- تويتر - واليوتيوب.

وبالنسبة لتعريفها من المنظور السوسيولوجي يمكن القول أنها: شبكات اجتماعية تشكل التواصل الاجتماعي، بما يخلق نوع من الديناميكية الاجتماعية لتصبح شكلا من العمل والتنظيم. إذ يعرفها كاستال أنها: قنوات تواصلية تخلق بنية اجتماعية مفتوحة متفاعلة قادرة على الابتكار، دوم المساس بشكل هذه البنية، مع تحديد هدف معين لهذه الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني والمعلوماتي¹.

ويعتبر تعريف بويد **Boyd** وإليسون **Ellison** لمواقع التواصل الاجتماعي في كتاب **The Social Media Bible** تعريف اتفق عليه العديد من الباحثين، بحيث قسم مهمتها إلى جزأين: التحديد والتصنيف، فيعرفون وسائل التواصل الاجتماعي على أنها تشير إلى الأنشطة والممارسات والسلوكيات بين الأشخاص الذين يجتمعون عبر الانترنت لمشاركة المعلومات والمعرفة والآراء باستخدام وسائط المحادثة، ويعرفون أيضا هذه الوسائط على أنها "التطبيقات قائمة على الويب تجعل من الممكن إنشاءها وينقل المحتوى بسهولة على شكل كلمات وصور ومقاطع الفيديو وتسجيلات صوتية².

¹ Castelle, M, la société en réseaux, tome1,) paris fayard, 1998), p68.

² Anna Matetic, Social Media Communications in Local Community Education Organizations, (Minnesota state Universality Mankato,2011), p16.

2- كرونولوجيا تطور مواقع التواصل الاجتماعي.

بدأت مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يسمى الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع SexDegress.com عام 1997 وركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وقد ظهرت في هذه المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع خدمات مشابهة لشبكات الاجتماعية إلا أنها لم تحقق ربح مادي لملكها وبالتالي تم إغلاقها، عام 2000¹، وفي عام 2002 ظهر موقع باسم (Friendster)، وكان من مميزاته تفاعلية جديدة تتيح للمستخدم البحث عن أصدقاء، أو أي أشخاص لهم نفس الاهتمامات والميول، وكذلك تبادل الرسائل والصور والملفات، ثم ظهر موقع جديد منافس بنفس المواصفات تقريباً باسم (My space) في عام 2003 ويعد البداية الحقيقية لمفهوم التواصل الاجتماعي، وقد تغلب على جل المواقع بحيث وصل عدد المشاركين إلى مئة مليون في عام 2006².

وبعد أن كان موقع (My space) من أهم المواقع بين عامي 2005 و2006، إلا أنه فشل ولم يحقق النجاح الكبير، حتى أعلنت الشركة في جويلية 2011 بيع الموقع بسعر زهيد يقدر بـ 35 مليون دولار لشركة الإعلانات حتى أقل من سعر الشراء³.

¹ إلياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، (عمان- الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون، 2014)، ص376.

² عادل بن عبد القادر المكينزي، الإعلام الرقمي وسبل مواجهة الإرهاب، (الرياض-السعودية: دار جامعة الملك سعود للنشر، 2019)، ص56.

³ عادل بن عبد القادر المكينزي، مرجع سابق، ص57.

وفي أوائل عام 2004 تم إطلاق أنظمة خدمات الشبكات الاجتماعية الأخرى المتمثلة في Facebook لدعم التركيبة السكانية المتخصصة قبل التوسع إلى نطاق جمهور أوسع، وقد بدأ باعتبارها SNS في جامعة هارفارد فقط.

وللانضمام إليه كان على المستخدمين أن يكون لديهم عناوين بريد إلكتروني جامعية مرتبطة بتلك المؤسسات، وهو مطلب أبقى الموقع مغلقاً نسبياً، وساهم في تصورات المستخدمين عن موقع كمجتمع خاص وحميم¹.

كما أن استخدامه كان مقتصر على الدردشة، وإنشاء ملفات تعريف فردية أو جماعية لأغراض التواصل الاجتماعي ص 04، ليصبح بعد ذلك أهم مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة.

فقد وصل عدد المشتركين في فيسبوك بعد ستة سنوات من عمرة أكثر من 800 مليون مشترك من كافة أنحاء العالم، أما مستخدمي موقع تويتر الذي ظهر عام 2006 فقد وصل عددهم حتى نهاية سنة 2010 إلى أكثر من 200 مليون مغرد، وبدأ الانتشار الواسع لهذه المواقع مستفيدة من الإستراتيجية التجارية للإنترنت حيث كان موقع (Yahoo) أول المبادرين باستغلال مواقع التواصل الاجتماعي في الإستراتيجية التجارية بإطلاق موقع (Yahoo 360) في مارس 2005، وبعدها عرف الويب (2.0) ظهور الكثير من المواقع الاجتماعية قدر بعضها عام 2009 ب 200 موقع².

ويمكن القول أخذت شعبية مواقع التواصل الاجتماعي تتزايد خلال الربع الأول من عام 2001، واتسعت منصات وقاعدة مستخدمي فيسبوك وتويتر، على سبيل المثال، اتساعاً كبيراً ليتجاوز

¹ Yilli Liu, Xiangxiang Ying, A Review of Social Network Sites: Definition, Experience and Application, Scientific Research, 978-935068-18-1, 2010, p751

² سوسن حسن علي قدورة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالصحة النفسية وبع السمات الشخصية لدى طلاب جامعة الجزيرة، (رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزيرة، السودان، 2018)، ص 13.

مستخدمي فيسبوك 677 مليون مستخدم في أبريل من العام ذاته، وجاءت منطقة الشرق الأوسط من بين المناطق التي كان لها نصيب الأسد من حيث عدد المستخدمين، كما بلغ إجمالي عدد التغريدات التي يرسلها المغردون أربع مليارات تغريدة شهرياً¹.

تحظى عبارة "مواقع التواصل الاجتماعي" بشعبية تجعل التخلي عنها وهمياً، ومع ذلك فهي تشير إلى ظاهرة يصعب وصفها وظيفياً أو تاريخياً، فلا شك أننا ما زلنا في مرحلة يوتوبيا، كما يصفها باتريس فليشين والتي تتطلب إيجاد أدوات مفاهيمية قادرة على الغوص بشكل أعمق فيما يبدو في الوقت الحالي أشبه بالماكرو مفهوم بمعنى الشرط الأول هو اقتراح تصنيفات منصات تعكس تنوعها، ومع ذلك فقد رأينا أن الخطر يتكون من التمسك بالخصائص الوظيفية بينما يبدو من أساس البدء استخدامات فعالة إذا أردنا فهم التأثير الحقيقي لهذه الميزات الجديدة².

3- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي واسع جداً ويمكن تصنيف العديد من المواقع في هذه الفئة، إلا أن هذه المواقع والمجتمعات الافتراضية جاءت بمميزات كثيرة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، بل حتى تميزها عن غيرها من المواقع في ذات الشبكة العنكبوتية، وأبرزها:

- **التواصل:** خلقت مواقع التواصل الاجتماعي عالم افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع واحد، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم الثقافية والتعليمية، وتتفق لغتهم التقنية، وذلك للتواصل داخل مجتمع افتراضي. باعتبار أن الشرارة الأولى لها كانت بهدف

¹ تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، 2001، ص.ص 1-2

² Alexandre Coutant, Thomas Stenger, L'avènements "Médias Sociaux" ? Une histoire de participation, (Université de Franche-Comté, Université de Poitiers) , p11.

التواصل بين الأصدقاء في منطقة معينة، لتمتد إلى جميع مناطق العالم، ومعنى ذلك ظهور مجتمع افتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل بالاهتمامات المشتركة.

- فالمواقع الاجتماعية أتاحت لمستخدميها قنوات للاتصال لا تعتمد على نشر محتوى معين، وإنما هي وسيلة للمهتمين بالاتصال مع الآخرين والتعبير عن الذات¹، وهذا يعني أنه أصبح الناس يعتمدون عليها لتنظيم علاقاتهم وتوسيع حياتهم الاجتماعية، لدرجة أنها أصبحت تزامن الجلسات والمجالس العائلية والاجتماعية، ولم يعد السفر مشروط لرؤية الأصدقاء، أو لسماع أصواتهم، أو للبيع وال شراء، أو الدراسة².

- وبالرغم من تعدد وتنوع مميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الخدمات إلا أن التواصل الشخصي بين الأصدقاء يبقى الميزة الأولى لهذه المواقع، والاستخدام الأكثر شيوعاً، فيمكن القول أنها بسطت عملية التواصل بالتواصل الفوري والمباشر من خلال الرسائل الخاصة Messages والتي تكون مخفية لا يتطلع عليها إلا المرسل والمرسل إليه، التعليقات Les commentaires وهو التعقيب على المادة المنشورة من قبل المتلقي ويكون بين جميع أصدقاء الحساب الذي تم تعليقه فيه، الإعجاب j'aime وهو الأكثر شيوعاً نظراً لسهولة استخدامه، فبضغط على زر تحت أي منشور يكون قد تواصل المتلقي مع صاحبه، j'adore ويعني أعجبنى جداً المحتوى، Solidaire يعني متضامن مع المحتوى، Haha يعني أضحكني المحتوى، Wouah يعني أدهشني المحتوى، Triste بمعنى أحزنني المحتوى، En colere بمعنى أغضبني المحتوى.

¹ عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، (رسالة تخرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012/2011)، ص37.

² صوالحية غنية، اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: الفيسبوك أنموذجاً، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث "L.M.D"، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2020/2019)، ص132.

- العالمية: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بخاصية اللاتزامنية في التفاعل والانتشار السريع حول العالم، الأمر الذي ساعد في تحويل المعلومات من المحلية للعالمية مما يكسبها الانتشار الواسع.¹ فاستطاعت هذه المواقع الوصول إلى جماهير هائلة على مستوى عالمي دون حدود جغرافية.

- وعليه يمكننا القول إن الشبكات الاجتماعية لغت الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يستطيع الفرد وهو بمكانه التواصل مع الغير في أي مكان في العالم بسرعة وسهولة، بمعنى أنها حطمت الحدود الدولية.

- التفاعلية والمشاركة: سمحت مواقع التواصل الاجتماعي لكل شخص في هذا المجتمع أن يكون عضو فاعل، أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي، أما بالنسبة لصاحب الموقع فهو بمثابة الرقيب فقط، أي يقوم بالاطلاع ومحاولة توجيه مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ايجابي.²

حيث تعطي للمتلقي حيز للمشاركة الفعالة سواء كان مشاهد أو قارئ³، بمعنى أن مواقع التواصل الاجتماعي وفرت منصة للحوار والتفاعل المباشر بين الأفراد، وخلقت حالة من المساواة بين صانع المحتوى ومتلقي المحتوى من خلال تبادل الأدوار في أطراف العملية الاتصالية، وشجعت على المساهمة وردود الفعل من قبل الأشخاص المهتمين بالمشاركة والتفاعل من أجل بناء فهم وتقبل وجهات النظر المختلفة، كما أنها ساعدت بشكل كبير في إلغاء الخط الفاصل بين الجمهور ووسائل الإعلام التي كانت تفرضه السياسة التحريرية لوسائل الإعلام التقليدية.

¹ خديجة عبد العزيز علي إبراهيم، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعة الصعيد- دراسة ميدانية-، مجلة العلوم التربوية، العدد الثالث، جامعة القاهرة، مصر، (جويلية 2014)، ص431.

² أسعد بن ناصر بن سعيد الحسين، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 169، (جويلية 2016)، ص337.

³ سلطان بن مسفر مبارك الصاعدي الحربي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المدينة المنورة، 2011، ص11.

- فمثل هذه الخصائص تميز الشبكة الاجتماعية عن بقية المواقع في الشبكة العنكبوتية، فهي لا تتيح التفاعل فقط بين الناس، ولكن أيضا مشاركة أشكال مختلفة من المعلومات والمحتوى، وتجدر الإشارة إلا أنه حتى لو كانت شروط الاستخدام والسرية صريحة بشكل عام للمستخدم، فإن جزء من المسؤولية تقع على عاتقه في حماية المحتوى الشخصي المشترك والتحكم فيه¹.

- **المرونة وسهولة الاستخدام:** فأساسها وجد لتكون سهلة الاستخدام، لا تشترط شخص متعلم، وإنما تحتاج شخص لديه القليل من المعرفة في أسس تكنولوجيا المعلومات، مع القليل من التدريب على كيفية التواصل، وطرق النشر، بالإضافة إلى بساطة اللغة، هناك صور ورموز تسهل عملية التواصل والتفاعل.

- **التنوع وتعدد الاستخدامات:** يستخدمها الأفراد للاتصالات الشخصية، والطالب للتعلم، والمعلم للتعليم، وأصحاب الأعمال للتقرب من العملاء والتسويق، والتجار للترويج عن سلعهم، والعملاء للوصول إلى احتياجاتهم، ورجال السياسة للترويج عن أفكارهم، وغيرهم من الاستخدامات.

- **اللامركزية:** تتسم مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي، ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوز إلى الهوية الشخصية، لأن من يرتادونها في أحيان كثيرة يستخدمون أسماء مستعارة ووجوه غير وجههم، وبعضهم له أكثر من حساب².

¹ Saif Chaabane, Guide De Développement D'un Réseau Social à Visée Pédagogique, Québec-(Canada, 2014), p6.

² لؤي الزغبى، الإعلام والاتصال الإلكتروني، (سورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020)، ص112.

4- أدوات مواقع التواصل الاجتماعي:

4-1 فيسبوك: بدأ الموقع في 4 فبراير عام 2004، بحيث أصبح يعد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبار أنه أكثر المواقع زيارة في العالم، تربع فيسبوك على عرش المواقع الاجتماعية من جهة تنوع واختلاف فئات مستخدميه وكثرتهم، فحسب إحصائية مجلة الأسرة والمجتمع لعام 2023، فقد بلغ عدد مستخدميه حوالي 2.9 مليار إنسان حول العالم. وكانت الهند، الولايات المتحدة الأمريكية، إندونيسيا، البرازيل، المكسيك، الفلبين، فيتنام، تايلاند، بنغلادش، مصر، باكستان، المملكة المتحدة، من بين أكثر الدول استخداما فيسبوك على التوالي¹. وعلى الرغم من أن الفكرة الأساسية لإنشائه كانت لا تتعدى الترفيه بين طلاب جامعة هارفرد، إلا سرعان ما تحول إلى موقع يتيح للمستخدمين فرصة مشاركة المحتوى والصور والفيديوهات وروابط القنوات الإعلامية والتفاعل معها، بل ساهم في صناعة الأحداث وتشكيل الرأي العام إزاءها، وأصبح منبر هام يعتمد عليه مختلف فئات المجتمع للحوار والنقاش وتبادل الآراء بين الجمهور المستخدمين، فقد ساعد في توفير الأرضية المناسبة، والمناخ العام لتهيئة الرأي العام للتعبير عن نفسه عبر التظاهرات والتجمعات السياسية.

فهو كما عرفه غالب كاظم جياذ: وسيلة لتنسيق المواقف وتحديد الأهداف، وتوجيه الجمهور²، وقد برز دوره بشكل واضح في الأحداث السياسية، فأصبح أداة قوية في تشكيل الرأي العام وتوجيه الأحداث، وهذا ما لاحظناه في الثورات العربية التي بدأت عام 2011، وذلك من خلال تنظيم

¹ هيئة التحرير، دور وسائل التواصل الاجتماعي في الأزمات السياسية والحروب، مجلة الأسرة والمجتمع، آخر تحديث 30 أبريل 2024، متاح عبر: <https://www.annajah.net> تم التصفح يوم: 11 نوفمبر 2024، على سا: 11:12.

² غالب كاظم جياذ الدعي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة-وسائل متجددة، ط1، (عمان- الأردن، أمجد للنشر والتوزيع، 2017)، ص81.

التظاهرات، ونشر شعارات موحدة، وصور للاحتجاجات السياسية، وتحديد مواقع للانطلاق في المظاهرات السياسية. وسنحاول التفصيل فيه أكثر في العناصر القادمة.

4-2 تويتر Twitter: من مواقع النشر المجانية للمستخدمين المسجلين فيه، حيث يمكن نشر منشورات قصيرة على شكل تغريدات Tweets، ويستطيع مستخدمي تويتر نشر التغريدات ومتابعة التغريدات الآخرين باستخدام أجهزة ومنصات متعددة¹، تقوم فكرته على السماح للمستخدمين بإرسال وقراءة رسائل قصيرة تسمى Tweet وتعني تغريدة وتتكون من 140 حرفاً كحد أقصى، كما يتيح خاصية تبادل حالاتهم المزاجية بسهولة، وقد أصبح للرسائل القصيرة في تويتر قدرة على تجاوز الحدود الجغرافية، وبات لمستخدميه فرصة للوصول إلى عدد هائل من الجمهور، لدرجة يمكن القول أنه أصبح مكمل للصحافة والإعلام.² ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقت الشركة رسمياً للمستخدمين في أكتوبر 2006، ومن تم بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter، ومع ازدياد عدد مستخدميه قرر محرك Google للبحث أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتر كمصدر للبحث اعتباراً من ديسمبر 2009،³ وبسبب الظروف التي يمر بها العالم فرضت استخداماته مستحدثة نفسها على الحوار والنقاش (تويتري) إن جاز التعبير فهناك من يستخدمها في السياسية وآخرون في الاقتصاد وكذا الرومانسيات، وقد وجد الكثير من

¹ حسن أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، (مصر، النخبة للنشر والتوزيع، 2017)، ص25.

² حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويت، (رسالة التخرج لاستكمال شهادة الماجستير في الإعلام، الكويت، 2013) ص.ص 30-31.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، (عمان - الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013)، ص38.

المستخدمين ضالتهم فيه خاصة بسبب معناه الحرفي (زقزقة العصافير) لأنه يعبر بعبقرية عما يريد أن يقول، فالعصفور إذا فرح يغرد، وإذا حزن يغرد، وإذا تعرض لخطر يغرد، أي أنه يغرد في كل الحالات.¹ ويسمى حالياً منصة X قد وصل عدد مستخدميها إلى أكثر من مليار شخص أي تحتوي على 1.3 مليار حساب²، لكن يجب الإشارة أن هذا الاستخدام مشروط ببنود الخصوصية والالتزامات الأخلاقية على المستخدمين الالتزام بها فهناك سياسية خصوصية مستقلة تتعامل مع عملية جمع المعلومات واستخدامها عن طريق تويتر، كما يحدد السلوك المقبول عند استخدامه، فمن المهم أن يعتاد مستخدميه على هذه الشروط، لأن أي مخالفة تؤدي إلى حذف المحتوى أو تعطيل الحساب.³

وبالتالي هي منصة تدوين قصيرة تعطي الفرصة لمستخدميها بكتابة كل ما يجول بذهنهم من تغريدات لكن بطول محدود ومشاركتها مع متابعيهم.

3-4 إنستغرام: يعد موقع إنستغرام واحداً من أكثر المواقع شهرة وانتشاراً في العالم، يتيح لمستخدميه التواصل والتفاعل مع الأصدقاء، يتسم بسهولة الاستخدام وتوفير أدوات مثل القصص Stories و Reels والمنشورات المتعددة Carousels، مما يجعل المستخدم قادراً على نشر وتبادل اللحظات اليومية، الأحداث، والذكريات بشكل فوري، فهو تطبيق لمشاركة الصور والفيديوهات عبر الإنترنت، يتيح للمستخدمين التفاعل مع المحتوى من خلال الإعجاب والتعليق والمشاركة.

¹ إلياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، (عمان- الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون، 2014)، ص402.

² هيئة التحرير، دور وسائل التواصل الاجتماعي في الأزمات السياسية والحروب، مرجع سبق ذكره، متاح عبر: <https://www.annajah.net> تم التصفح يوم: 11 نوفمبر 2024، على سا: 14:15.

³ وسام فاضل مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، (الإمارات العربية المتحدة- لبنان: دار الكتاب الجامعي، 2017)، ص143.

فبالإضافة إلى أنه تطبيق فهو شبكة اجتماعية مستحوذ من الفيسبوك، مجاني الاستخدام، يعزز الاتصالات السريعة عبر نشر الصور والتعليق عليها، أو تسجيل الإعجاب بها، بحيث اكتسب شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي.¹

وعرفه **ماهيندرا** على أنه تطبيق لمشاركة الصور الذي يمكن للمستخدمين أخذ الصور وتطبيق المرشح الرقمي ومشاركتها إلى الشبكات الاجتماعية المختلفة لاسيما إلى الإنستغرام نفسه، كما أنه يسمح للمستخدمين أيضا بمشاركة الصور عبر مختلف شبكات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر.²

يسمح إنستغرام لمستخدميه إضافة علامات مرجعية على المنشورات التي يتم نشرها عبر الحسابات الخاصة بهم، كعلامة هاشتاغ، العلامة الجغرافية المستندة إلى الموقع، حيث يسمح هذا الأمر بفهرسة تلك المنشورات وجعلها قابلة للبحث من قبل المستخدمين الآخرين للتطبيق، وتظهر المشاركات التي ينشرها المستخدم من خلال ما يعرف بـ (Feeds) الخاصة بمتابعي حساب هذا المستخدم، كما يوفر ميزة جعل الملف الشخصي خاصا (Private) بحيث لا يتمكن الأشخاص غير المتابعين لحساب المستخدم من مشاهدة ما ينشره،³ تأسس كتطبيق مجاني عام 2010 على يد الثنائي الأمريكي **كيفن سيسثروم** من مواليد ديسمبر 1983، مبرمج كمبيوتر ورجل أعمال و**مايك كرايغر** من مواليد مارس 1986 مهندس ورجل أعمال، تم الاستحواذ عليه من قبل فيسبوك عام 2012، من خلال

¹ هالة ياحي، خالد بوشارب بولوداني، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية الانستغرام (نموذجا) -دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة الشاذلي بن جديد الطارف-، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد 06، عدد 02، (2022)، ص95.

² نور إخوان، تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام وواتساب على حافز تعلم اللغة العربية، مجلة تعليم اللغة العربية واللغويات والأدب، المجلد 02، العدد 02، (ديسمبر 2021)، ص155.

³ العيد الطيب عبد القادر أحمد، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام -دراسة الحالة السياسية في المجتمعات العربية-، ط1، (عمان - الأردن: دار البداية للنشر والتوزيع، 2017)، ص22.

صفقة بلغت قيمتها مليار دولار،¹ كان دعم إنستغرام في البداية على الأيفون، والأيباد، والأيبود تاتش، وفي أبريل 2012 تمت إتاحتها على منصة أندرو ويد فرويد (2.2)، وتم توزيعه عبر متجر أيتونز، و(Google Play)، وفي جويلية 2013 سمح وضع تطبيق تصوير الفيديو بشكل متقطع للمستخدمين حيث شهد الموقع نموا كبيرا في عدد المستخدمين منذ بدا تحميله على الأجهزة الداعمة لنظام أندرو ويد ليبلغ عددهم 30 مليون مستخدم.² ويعد أحد أسرع وسائل التواصل الاجتماعي نموا، فهي شبكة تضع المستخدمين أمام تربة خصبة للمقارنات الاجتماعية، حيث يوجد ما يقارب مليار مستخدم نشط شهريا، فهو ينتمي إلى أكثر الشبكات الاجتماعية شهرة في جميع أنحاء العالم.³

4-4 -المدونات Blogs: أصل الكلمة في اللغة الانجليزية هي كلمة blog والتي ترجع

بدورها إلى أصل كلمة Web log بمعنى سجل الشبكة، وقد تم ترجمة الكلمة بالعربية في أغلب المواقع إلى كلمة مدونة، وهي مشتقة من التدوين،⁴ وهي إحدى تطبيقات الانترنت وأسرعها نموا على شبكة الانترنت، ويمكن تعريفها أنها: "منشورات على شبكة الويب، تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة ترتيبا زمنيا معكوسا، وتعتبر وسيلة فعالة للتعبير عما يريده

¹ طه ياسين طاهري، أحمد مصنوعة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الانستغرام" في تحسين الصورة الذهنية في المؤسسة الخدمية -دراسة حالة، وكالة أماكن للسياحة بالجلفة، جامعة حسين بن بوعلي، الشلف، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 7، العدد 01، (2022)، ص399.

² خديجة شرفية، عبد الرحمان بن مبارك زغود، تطبيق انستغرام كمستحدث تكنولوجي يدعو للترويج السياحي الثقافي، مجلة الميدان للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 04، العدد 01، قسنطينة، الجزائر، (2021)، ص94

³ معن كوا، مريم عبد الله، تأثير استخدام الإنستغرام على الصحة النفسية وأنماط العادات الغذائية لدى الفتيات الفلسطينيات، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، المجلد 06، العدد 01، (أكتوبر 2023).

⁴ محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، (القاهرة- مصر: مركز الأهرام للنشر والتوزيع، 2012) ص59.

المدون من يوميات وخواطر أو إنتاج أدبي أو نشر للأخبار، إضافة إلى الموضوعات المتخصصة في فروع العلم المختلفة، كما أنها أدت أدواراً هامة في أحداث كبيرة مرت بالمنطقة العربية.¹

وبدأ التدوين عبر مصممي ومطوري البرامج الذين كانوا أكثر خبرة بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وكانت أول مدونة على شبكة الانترنت باسم What'News لمخترع الويب Tim Berner Lee في عام 1992، وبعده مباشرة كان Mark Andreessen الذي رفع صفحة مماثلة على المركز الوطني لتطبيقات الكمبيوتر التي كان لها نفس الوظيفة حتى منتصف 1996 كانت تلك المدونات لها روابط فاعلة مع مواقع أخرى "Hot Link".² ظهرت بعد ذلك العديد من المدونات مع انتشار خدمات الويب وما انفردت به من خاصية النص الفائق Hypertext وقتئذ مثل مدونة ديف وينر D. Winer بعنوان Scripting News ثم جورن بارجز J. Bargs بعنوان Robot wisdom، وغيرها، وبعد ذلك أصبحت ظاهرة شائعة على الشبكة، وكانت المدونات المبكرة غالباً خليطاً من الوصلات والتعليقات التي كانت تصمم بناء على رغبة الناشرين واهتماماتهم الخاصة، حيث أن روب مالدا R.Malda ناشر مدونة Slashdot كتب يصف ذلك "نجحت لأنني انتشرت، وكنت جمهوري المستهدف، لم أحاول أن أجعل الموقع لفرد آخر، أنشأت الموقع لأقرأ عليه ما أريد".³

4-5 اليوتيوب : يعتبر من أهم مواقع الشبكات الاجتماعية المتخصصة في نشر الفيديو وبالنسبة للزائر يتطلب تشغيل الفيديو، الموقع تقنية فلاش فيديو ليعرض الفيديوهات الموجودة على

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط 1، (عمان-الأردن: درا أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص103.

² وسام فاضل مهدي حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، (الإمارات العربية المتحدة-لبنان: دار الكتاب الجامعي، 2017)، ص191.

³ محمد عبد الحميد، المدونات والإعلام البديل، ط1، (مصر: علم الكتاب)، ص68.

صفحاته، لذلك لن تستطيع تشغيل الفيديوهات إذ لم يتواجد على جهازك إصدار¹ Flash Player، تقوم فكرته على الاعتماد على الصورة المرئية ويتضمن قدرا كبيرا من التفاعل مع الغرباء، تأسس عام 2005، وهو موقع ويب قائم على استضافة مقاطع فيديو حيث يمكن للمستخدمين تحميل مقاطع الفيديو ومشاهدتها ومشاركتها.

وفي عام 2012، تمت مشاهدة أكثر من أربع مليارات مقطع فيديو يوميا، وسجل الموقع 800 مليون زيارة شهريا، وتم تحميل 72 ساعة من مقاطع فيديو كل دقيقة، فمنذ إنشاء كاميرا الويب ثم تطويرها ودمج ضمن أدوات اتصال المختلفة (كمبيوتر محمول، جهاز لوحي، هاتف ذكي) فيمكن لمستخدمي الانترنت بسهولة تصوير مقطع فيديو شخصي ثم نشره، قد يكون هذا الفيديو عاما أو خاصا، كما يمكن أن يفتح التعليقات أو لا، ويمكن أيضا لمدوني الفيديو (أي أولئك الذين ينشرون مقاطع الفيديو بانتظام) إنشاء قناة خاصة بهم، كما يستطيع مستخدمي الانترنت متابعتها² وبالنظر لحجم الحضور الكبير الذي يتمتع به اليوتيوب حول العالم، فقد تم استخدامه في عديد المجالات لاسيما السياسية منها، بحيث سمح للكثير من المؤسسات والمنظمات الكبيرة والشخصيات المشهورة، بالتعريف عن أنفسهم عبر هذه الوسيلة الإعلامية التي شكلت جزءا هاما من عمليات النشر والتواصل وعرض البرامج والأفكار على الجماهير لتجاوز الوقت والجهد والتكلفة نحو الشهرة وتحسين الصورة بوجه عام.³

¹ محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص53.

² Combe Celik, Christelle, Vlogue sur You Tube un nouveau genre d'interactions multimodales, (2014), p268.

³ أشرف عصام فريد صالح، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، (رسالة للحصول على شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2016)، ص37.

- ثانيا: التأثيرات المحتملة لمواقع التواصل الاجتماعي

خلق التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات تغيرات جوهرية مست مختلف مجالات الحياة، محدثة تأثيرات مزدوجة، قد تكون إيجابية في جوانب معينة، ولكن في نفس الوقت قد تحمل سلبيات تؤثر على الفرد والمجتمع.

1- التأثيرات الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي

إن المواقع الاجتماعية من اسمها تدل على أن هناك تواصل بين جميع أفراد المجتمع، الصغير يتحدث مع الكبير والمهندس يخاطب المتدرب، والطالب مع الأستاذ، الخ ويكون التواصل بلا حدود بين الجميع ولا ريب، وهذا ما يؤثر في شخصية الفرد المستخدم لهذه الشبكات ومن هذه الآثار ما يلي:

1.1- العزلة الاجتماعية: تعتبر العزلة وتوحد المستخدم مع جهاز الكمبيوتر من أهم القضايا الاجتماعية والتأثيرات الأكثر جدلا بين الخبراء والباحثين في استخدام شبكة الانترنت وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، نتيجة خاصية الاستغراق التي يتسم بها استخدام هذه المواقع والتجول بينهما وفي محتواها، ونتيجة للاستغراق الطويل، الذي يكون على حساب العلاقات الأسرية والاجتماعية، وقد انتهى الكثير من الباحثين إلى التقرير بعزلة المستخدمين وعدم حاجاتهم إلى الاتصال بآخرين، وهذا ما يؤثر سلبا على علاقة الأفراد بالآخرين، لكن هذا لا ينقص من الدور الايجابي لهذه المواقع، المتمثل في تكوين علاقات جديدة لا شخصية تتم من خلال الاتصال الحاسبي الوسيط.¹

فالاعتماد الزائد على مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى العزلة الاجتماعية في الحياة الواقعية، فبعض الأفراد يفضلون التفاعل مع الأصدقاء عبر المواقع على حساب التفاعل مع

¹ عبدة صبطي، الإعلام الجديد والمجتمع، د-ط، (مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع، 2018)، ص80.

الأشخاص في حياتهم اليومية، الأمر الذي يؤثر على نوعية العلاقات الحقيقية، وعلى نوعية التواصل الذي بات افتراضي بدلا من واقعي.

2.1- تكوين صداقات افتراضية: أوجدت مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات اجتماعية

جديدة لالتقاء الأفراد على رغم تباعد الفضاءات الجغرافية التي يتواجدون فيها، فقد أعادت تشكيل بنية المجتمع، إذ عملت على هدم عادات اجتماعية كانت سائدة كالتواصل الفيزيقي الحقيقي بين الأفراد، فلم تعد الأسر والأصدقاء تلتقي بعضها البعض جسمانيا بل يكاد ينعدم التواصل الواقعي¹، فمواقع التواصل الاجتماعي ساعدت في تكوين الصداقات الافتراضية، إذ وفرت منصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة، بين الجنس الواحد أو بين الجنسين.²

كما سهلت بشكل كبير من إمكانية البحث عن صداقات مع أفراد من مختلف أنحاء العالم، ومن مختلف الثقافات، ودون اعتبار لعوامل العرق أو الدين، وهذا ما يؤكد الفكرة الأساسية التي يقوم عليها عمل مواقع التواصل الاجتماعي هي التواصل مع الآخر في أي مكان في العالم، وتكوين صداقات جديدة، ففي الماضي كان الأشخاص يتعرفون على بعضهم البعض عبر الأنشطة الاجتماعية التقليدية مثل المدرسة، العمل، الرحلات، السفر، وغيرها من الأنشطة، أما اليوم فأصبح بإمكان أي شخص في أي مكان في العالم بناء صداقات سطحية أو صداقات حقيقية مبنية على اهتمامات مشتركة، لأن غالبيتهم يجتمعون في صفحات أو مجموعات ذات اهتمامات وأفكار مشابهة، وهذا راجع إلى:

- السهولة في الوصول إلى الآخرين.

- إتاحة الفرص للتواصل المستمر.

¹ الأزهر العقبي، نوال بركات، نمط العلاقات الاجتماعية في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الحقيقي والافتراضي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، عدد 19، (جوان 2019)، ص 2019.

² أحمد علي الدروبي، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 1، (يناير 2018)، ص 6.

- تنمية العلاقات المبنية على الاهتمامات المشتركة.

لكن هذا لا يعني أن مواقع التواصل الاجتماعي لغت الصداقات الحقيقية الواقعية، وإنما ساهمت بشكل ما في الحفاظ على العلاقات الموجودة سابقاً، ففي هذا الإطار ترى الباحثة " Boyd Danah " أن هذه المواقع هي وسيلة لدعم العلاقات السابقة، وليست وسيلة فعالة لتكوين صداقات حقيقية، فمن المهم الإدراك أن الصداقة على مواقع التواصل الاجتماعي واقعياً هي أضعف من العلاقات خارج الانترنت، فالشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض، وبعد طول سنوات تمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقات الاجتماعية الحقيقية.¹

3.1- المجتمع الافتراضي: تزايد استخدام المواقع الاجتماعية إلى درجة أنها تحولت إلى

ظاهرة سائدة فاعالم، تستقطب كل يوم مشاركين جدد يرغبون دخول مجتمع افتراضي، إذ نشاهد اليوم مجتمعات افتراضية على الشبكة اختصرت المسافات الجغرافية وتخلصت من الضغوط الاجتماعية، حيث يعرفها قاموس الإعلام والاتصال **dictionary of media and communication** على أنه: " نمط مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الانترنت مثل غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام.

والعجيب أن هذه المجتمعات قد نشأت لأغراض شتى منها تخليص البشر من عزلتهم إلا أنه نتج عن تطورها حالات متفاوتة من الانقطاع عن العالم الواقعي، فلم يعد الناس يتزاوون كما كانوا يفعلون بل أصبحوا يكتفون بالرسائل النصية قصيرة وما يكتبونه على فيسبوك وتويتر للمعايدة، وفي المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم وتحكم وقواعد لضمان الخصوصية والسرية وفيها درجات من

¹ الخامسة رمضان، ليلي بن لطرش، العلاقات الاجتماعية في عصر الشبكات الاجتماعية، دراسة في آليات التفاعل في الفضاء الافتراضي، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مجلد 10، العدد 02، (2017)، ص 396.

المنع والحجب لما يعتقد القائلون على تنظيم هذه المجتمعات أنه خروج على الأخلاق وانتهاك لخصوصية الآخرين، كما أنها فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة بداية من التمرد على الخجل والانطواء مروراً بالتمرد على الأخلاق العامة، وانتهاءً بالثورة على الأنظمة السياسية.¹

4.1- الاستفادة من المواقع: في التعليم مثل إجراء البحوث والدراسات وهذا نراه كثيراً، بحيث إذا احتاج الفرد معلومات عن شيء معين يستطيع عمل استبيان ويطرحه ويستفيد من نتائجه بشكل كبير.

5.1- المساندة الاجتماعية: مواقع التواصل الاجتماعي تعطيك فرصة التعرف على أحوال المسلمين في العالم ومتابعة أخبارهم وهذا نراه هذه الأيام وكيف تصل لنا الأخبار من بلاد بعيدة مثل سوريا، فلسطين اليمن، والسودان، ولكن هنا ينبغي التنبيه على شيء مهم وهو: ليس كل ما يقال في هذه المواقع صحيح فهي مرتع الشائعات فكل من أراد اختلاق قصة وكل من أراد صنع حدث قام بذلك.²

2- التأثيرات النفسية لمواقع التواصل الاجتماعي.

تحدث مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات نفسية متباينة على أفراد المجتمع، إذ لا يمكن تصنيفها ببساطة ضمن الإيجاب أو السلب فقط، بل تمثل مزيجاً معقداً من الجانبين، فعلى الرغم من دورها في تعزيز الروابط الاجتماعية، إلا أن الإفراط في استخدامها قد يقود إلى مشكلات مثل الانطواء والعزلة. وانطلاقاً من ذلك، سنتناول فيما يلي أبرز التأثيرات النفسية المرتبطة بهذه المنصات.

1.2- تعزيز ثقة المستخدم: تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز ثقة المستخدم

بنفسه وذلك عن طريق:

1 عبدة صبطي، مرجع سبق ذكره، ص 84.

2 محمد يحي الغوبقي، الشبكات الاجتماعية، (د.ب: مكتبة الكتب الإلكترونية، 2022)، ص 27.

- تنمية تفكيره وقدراته العقلية من خلال اكتساب العلم المفيد.

- خلق صداقات مفيدة وهادفة بين المستخدمين.

2.2- التعاطف الافتراضي: وتكثر هذه الظاهرة بين مستخدمي هذه الشبكات حيث يشاركون

بعضهم البعض الأفراح والأحزان ويتبادلون الكلمات الجميلة المريحة مما ينمي الإحساس بالآخرين.¹

كشفت دراسة أمريكية أن مواقع التواصل الاجتماعي على رأسها فيسبوك لها دور كبير في قلب الحالة المزاجية لمستخدميه على نحو سيئ، وأوضحت الدراسة التي قام بها باحثون في جامعة ميتشيغان الأمريكية أن مستخدمي فيسبوك يشعرون بالسوء اتجاه أنفسهم وحياتهم بعد فترة من استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي.

وشددت الدراسة التي أبرزتها صحيفة لوس أنجلوس تايمز الأمريكية على أن فيسبوك يسبب سوء الحالة المزاجية لمستخدميه بمختلف أنماط استخدامهم للموقع، سواء كانوا يملكون شبكة أصدقاء كبيرة للتواصل معها أو كانت مشاركات أصدقائهم حولهم إيجابية ومثيرة للتفاؤل، حيث أكد "إيثان كروس" عالم النفس الاجتماعي في جامعة ميشيغان والمشرف على الدراسة أن أفراد العينة التي خضعت للدراسة من مستخدمي فيسبوك تقلب مزاجهم على مدار اليوم وفقاً لاستخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي، فقد أشار إلا أن هناك تحولاً كبيراً في مشاعر العينة بعد أسبوعين من استخدامهم لموقع فيسبوك، ويرى الباحث أن الشعور بالوحدة هو السبب الأكبر في سوء الحالة النفسية لمستخدمي.²

3.2-الانرجسية: تعزز مواقع تواصل الاجتماعي القيم الفردية والشعور الفائق بقوة الذات، أو

ما يسمى بالانرجسية، لدرجة وصفها بجنة الأنا. بحيث كشفت دراسة أمريكية بعنوان "فيسبوك والشبكات

¹ المرجع نفسه، ص26

²مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، ط1، (بيروت- لبنان، مكتبة مؤمن قريش، (2016)، ص51.

الاجتماعية تؤدي إلى النرجسية"، حيث توصل بعض الباحثين إلى أن البقاء لساعات طويلة على الشبكة الاجتماعية قد يكون سببا للنرجسية، وهذا ما أكدت عليه الدراسة التي نشرتها صحيفة الجارديان البريطانية فإن الاضطراب الاجتماعي هو أبرز ملامح النرجسية للعينة التي تم وضعها تحت الفحص من مستخدمي الفيسبوك، إضافة إلى الغرور والشعور بالتفوق.

4.2- خرق الخصوصية: من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يفتح المستخدمون

أنفسهم لأنواع مختلفة من المخاطر التي لها تأثير منتظم على انتهاك خصوصيتهم، فقد تتعرض الخصوصية للهجوم بعدة طرق إن لم يتم استخدام المعلومات الشخصية بشكل معقول وموثق.

فالخصوصية الرقمية هي وصف لحماية البيانات الشخصية للفرد، والتي يتم نشرها وتداولها من خلال وسائط رقمية، وتتمثل في البريد الإلكتروني، الصور الشخصية، معلومات عن العمل، وكل البيانات التي نستخدمها في تفاعلنا على الإنترنت، إلا أن الخبراء يؤكدون أن هذه الخصوصية يمكن اختراقها وبسهولة من قبل جهات ثلاثة أساسية: مزود خدمة الاتصال بالإنترنت، المواقع التي يزورها المتصفح، ومخترقي الشبكة أفراد أو جهة أمنية واستخباراتية.¹

فهناك مخاوف متزايدة بشأن خصوصية المعلومات التي يتم تبادلها وتخزينها على روابط المواقع الاجتماعية، فيمكن أن تكون هذه المعلومات حساسة أو حرجية، مثل تحديد الهوية وسرية المحادثات والبيانات الشخصية، والمشكلة هي أن غالبا ما يكون مالك هذه المعلومات مدرك بمدى أهمية حمايتها. تشير أبحاث "حالة الشبكة" إلا أن هناك زيادة في بعض المشكلات الرقمية، مثل سرقة الهوية والتصيد الاحتيالي والانتهاكات الأمنية، ومع ذلك ما يثير الدهشة عدد مستخدمي المواقع الاجتماعية، فنجد مثلا عدد مستخدمي الفيسبوك النشطين يوميا في العالم هو حوالي 2.11 مليار مستخدم يوميا،

¹ انتهاك الخصوصية الرقمية في الصحافة- المهنية الصحفية والحياة الشخصية-، د.ط، (القاهرة: مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، 2017)، ص5.

وكم نحن الأعضاء نقدم بحرية المعلومات التي يمكن استخراجها من قبل أرباب العمل، وشركات التأمين، وبعض المكاتب الحكومية، وكذلك اللصوص لصوص الهوية، فمعظم الملفات الشخصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية، إن لم يكن كلها تتضمن معلومات حقيقية كاسم الكامل للمستخدم، تاريخ الميلاد، العمل الحالي، وغيرها من المعلومات، ونشرها يكون دون دراسة متأنية، فضلا على أن هذه المواقع تطلب من المستخدمين الموافقة على سياسة شروط الاستخدام، وغالبا ما تحتوي هذه الشروط على عبارات تسمح لأصحاب هذه المواقع بتخزين بيانات المستخدم وحتى إمكانية مشاركتها مع أطراف أخرى. فقد كشفت بعض التقارير أن الفيسبوك وبعض المواقع الاجتماعية الأخرى، شاركت بيانات المستخدمين الشخصية مع المعلنين بدون معرفة أو موافقة الشخصية.¹

لكن لا يمكن إنكار جهود بعض المواقع مثل فيسبوك على حماية الخصوصية باعتبارها جانبا رئيسيا من إعداداته الافتراضية، إذ يمنح هذا الموقع المستخدمين بديلا لعدم إظهار البيانات الفردية، على سبيل المثال تاريخ الميلاد، البريد الإلكتروني، رقم الهاتف، وحالة العمل، وبالنسبة للذين قرروا وضع هذه البيانات، فأعطى فيسبوك لهم الفرصة للحد من الوصول إلى ملفاتهم الشخصية كالسماح للأفراد الذين يعتبرونهم رفقاء بمشاهدة ملفاتهم الشخصية.²

5.2-المصارحة الذاتية: أوضح علماء نفس ألمان أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

يجعل المستخدم أكثر انفتاحا وصراحة، وقالت "زابينه تريبتة" في دراستها التي أجرتها بالتعاون مع زميلها "ليونارد راينكة" إن من يذكر الكثير من بياناته الشخصية على أحد المواقع الاجتماعية تصبح لديه بعد عام قدرة نفسية أكبر على المصارحة الذاتية، وأوضحت أن استعدادا أكبر من البوح بالمزيد

¹ Mohamad Ibrahim Laban, Social Networks: Privacy Issues and Precautions, p65.

² Senthil Kumar N, Saravanakumar K, Deepa K, On Privacy and Security in Social Media – A Comprehensive Study, Procedia computer Science, 78(2016), p188

من المعلومات الشخصية يتكون لديهم مع مرور الوقت، كما تؤكد الدراسة أن الأشخاص الذين يدلون بالمزيد من المعلومات عن أنفسهم في صفحات تواصل الاجتماعي يجمعون أصدقاء أكثر خلال نصف عام، لكن تبين أن هذه الصداقات قلة ما تكون حميمة.¹

3- التأثيرات الثقافية لمواقع التواصل الاجتماعي:

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولا جذريا في وسائل الاتصال بفعل التطورات التكنولوجية والرقمنة، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الظواهر التي أعادت تشكيل المشهد الإعلامي والثقافي على المستويات المحلية والعالمية، فقد انتقلت هذه المنصات من كونها أدوات تواصل بسيطة إلى فضاءات ديناميكية تنتج فيها الأفكار، وتعاد صياغة الهويات، ويعاد تشكيل الوعي الثقافي لدى الأفراد والمجتمعات، لم يعد تأثيرها مقتصرًا على الاتصال الشخصي أو الترفيه، بل تجاوز ذلك إلى إعادة تشكيل البنى الثقافية والاجتماعية من خلال أنماط جديدة من التفاعل والتعبير عن الذات.

حيث لم تعد الثقافة في ظل مواقع التواصل الاجتماعي محصورة في أطرها الجغرافية والتقليدية، بل أصبحت فضاء ديناميكيا تتشكل فيه المعاني الثقافية بشكل مستمر، وفقا لما يطرحه مانويل كاستلز فإن الشبكات الرقمية قد تحولت إلى بيئة ثقافية مستقلة بذاتها، تتجاوز الوسيط وتؤثر في المحتوى الثقافي ذاته، وتعيد تعريف مفاهيم مثل "الهوية"، و"الرمز"، و"الانتماء"، فالهوية الفردية اليوم لم تعد تصاغ فقط عبر المؤسسات التقليدية (الأسرة، المدرسة، الدين)، بل أصبحت منتجا تفاعليا يعاد بناؤه عبر التفاعل المستمر مع المحتوى الرقمي والجماعات الافتراضية.²

¹ عبيدة صبطي، الإعلام الجديد والمجتمع، (مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع، 2018)، ص 78.

² Castells, Manuel. The rise of the network society. John wiley & sons, (2011), p26.

يمثل الفضاء الثقافي الجديد تحولا جذريا في طبيعة التفاعل الثقافي، حيث أصبح بيئة إلكترونية تتيح إنتاج المعاني الرمزية وتداولها خارج قيود المكان والزمان، مما أعاد تشكيل أسس التواصل الثقافي بين الأفراد والمجتمعات، حيث يمكن للأفراد التفاعل مع محتويات ثقافية متنوعة والانخراط في مجتمعات افتراضية تعكس اهتماماتهم وقيمهم، حيث يرى Jenkins أن هذا التحول يمثل انتقالا من نموذج الثقافة التقليدية، حيث كان الأفراد مستهلكين سلبيين للثقافة التي تنتجها النخب، إلى نموذج جديد يعرف بـ"الثقافة التشاركية (Participatory Culture)"، حيث يصبح الجميع قادرين على إنتاج المحتوى والمشاركة في تشكيل الثقافة الرقمية¹.

وإذا ما حاولنا الوقوف على تلك التأثيرات التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي، ننطلق إلى جملة من العناصر الثقافية التي تأثرت بخصائص تلك المواقع وأدواتها نذكر منها:

3-1 التحولات في أنماط التواصل والقيم الاجتماعية:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي واحدة من أبرز الظواهر التي شهدتها العصر الرقمي، حيث أحدثت تحولات جذرية في أنماط التواصل البشري والقيم الاجتماعية حيث غيرت الطريقة التي يتفاعل بها الأفراد، إذ أصبح التواصل أكثر سرعة ومرونة، مما أدى إلى تقليص الحواجز الزمانية والمكانية. رغم ذلك فإن هذا التحول لم يقتصر فقط على الشكل التقني للتواصل، بل امتد ليشمل القيم الاجتماعية والثقافية التي تحكم التفاعلات البشرية.

لقد ظهر في ظل مواقع التواصل الاجتماعي مصطلح "الثقافة الرقمية" والتي تشير إلى مجموعة المعارف والأنماط الثقافية التي تتشكل من خلال التفاعل مع التكنولوجيا الرقمية، فقد عرفت الجمعية الدولية لتكنولوجيا التعليم: "منظومة متفاعلة من الاستراتيجيات المعارف والمهارات والمعايير

¹ Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, Volume 26, Issue 2, p252 .

والقواعد والمواقف والأفكار والمبادئ المتبعة بالاستخدام الأمثل والقيام للتقنيات الرقمية واستثمارها بطريقة ذكية وآمنة من خلال التحكم في الوصول إلى المحتوى الرقمي، وإنتاجه من خلال عمليات الإتاحة المعادلة والمتوجه نحو منافع التقنيات الحديثة والحماية من أخطاء وتعزيز المعرفة والممارسات المثلى¹، فوفقاً لـ Jenkins، فإن الثقافة الرقمية تتميز بثلاث خصائص رئيسية²:

- التشاركية (Participatory Culture)، حيث يمكن لأي فرد أن يكون منتجا ومستهلكا للمحتوى في الوقت ذاته، مما يعزز ديمقراطية الثقافة.

- التفاعل الفوري (Instantaneous Interaction)، إذ تسمح المواقع مثل تويتر وإنستغرام بانتشار المعلومات والاتجاهات الثقافية في لحظات.

- التعددية الثقافية الرقمية (Cultural Multimodality)، حيث تتيح الفضاءات الرقمية تمثيلات متعددة للهويات الثقافية عبر النصوص، الصور، والفيديوهات.

كما أن تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي لم تقتصر على الثقافة في بعدها المادي، بل امتدت إلى القيم والسلوكيات الاجتماعية، فقد أدى التفاعل الافتراضي إلى بروز قيم جديدة مثل "ثقافة الإعجاب والمشاركة" التي أصبحت مؤشرا على القبول الاجتماعي، إضافة إلى تغيير مفهوم العلاقات الاجتماعية، حيث بات التفاعل الرقمي بديلا جزئيا عن اللقاءات الواقعية، كما أصبح الأفراد أكثر تأثرا بالمحتويات الرقمية التي تعيد تشكيل مفاهيم مثل الخصوصية، الهوية، والمشاركة المجتمعية. حيث يوضح الشريفي أن الاستخدام المكثف لهذه المنصات أدى إلى تحول في مفهوم "الخصوصية"، حيث بات الأفراد ينشرون تفاصيل حياتهم اليومية بشكل علني، مما أدى إلى إعادة تعريف الحدود بين

¹ سنوسي حياة، الثقافة الرقمية قراءة تحليلية في المفهوم وعوامل اكتسابها، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 10، العدد 02، (2022)، ص 311.

² Jenkins, H. opt, p252.

المجالين العام والخاص. إضافة إلى ذلك، فإن قيم التفاعل الاجتماعي تغيرت، حيث أصبحت الإعجابات والتعليقات معياراً جديداً للقبول الاجتماعي والانتماء، وهو ما يعكس انتقالاً نحو قيم تقوم على التقدير الرقمي بدلاً من العلاقات الإنسانية التقليدية.¹

كما أثرت مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً على طبيعة العلاقات الاجتماعية، حيث شهدت المجتمعات تحولاً من العلاقات التقليدية القائمة على القرب الجغرافي والاتصال المباشر إلى علاقات افتراضية تتم عبر المنصات الرقمية، إذ يشير الزبيدي إلى أن هذه الظاهرة أدت إلى تآكل الروابط الاجتماعية القوية، حيث أصبحت العلاقات الاجتماعية أكثر مرونة ولكنها في الوقت نفسه أقل استقراراً. كما أدى انتشار هذه المنصات إلى تعزيز مفهوم "المجتمعات الافتراضية"، حيث يمكن للأفراد الانضمام إلى مجموعات تعكس اهتماماتهم الشخصية دون الحاجة إلى الانخراط في المجتمعات التقليدية.²

3-2 تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من الظواهر الحديثة التي غيرت بشكل جذري العديد من جوانب الحياة الاجتماعية والثقافية في العالم المعاصر، ففي الوقت الذي أتاحت فيه هذه المنصات للأفراد التواصل والتفاعل، ساهمت في جانب آخر في إعادة تشكيل الهويات الثقافية ونشرها بشكل غير مسبوق. إذ أصبح من الممكن أن يتعرف الأفراد على ثقافات متعددة ويتأثروا بها، مما خلق حالة من التداخل الثقافي المتسارع.

¹ الشريف محمد، إعادة تشكيل القيم الاجتماعية في ظل الإعلام الرقمي: - دراسة ميدانية على مستخدمي فيسبوك في المجتمعات العربية-، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 15، (2020)، ص 94.

² الزبيدي حسن، التحولات في العلاقات الاجتماعية بسبب مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة سوسيولوجيا، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 22، (2017)، ص 36.

إن من بين التأثيرات البارزة التي نتجت عن كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، تلك المتعلقة بالبنية اللغوية للمفردات لدى الأفراد، إذ يسهم غياب التواصل الشفهي الطبيعي في تراجع استخدام اللغة العربية السليمة، حيث يقتصر التفاعل غالبا على الكتابة النصية التي تفتقر في كثير من الأحيان إلى الدقة اللغوية، علاوة على ذلك يميل مستخدموا هذه المنصات إلى تضمين عبارات غير صحيحة لغويا، وفي بعض الحالات يتم دمج مفردات أجنبية ضمن النصوص المكتوبة، حيث ظهرت لغة جديدة تمتزج فيها الأرقام والحروف مثلا: رقم 9 يعني حرف القاف، رقم 5 يعني حرف الخاء وتتماهى تدريجيا اللغة لتصبح ! 9ouli ! cv ! 7yt كلمات تدل على معاني معينة ولا انتماء لها إلا في الفضاء الافتراضي.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تساهم أيضا في تهديد الهوية الثقافية المحلية، وذلك من خلال الاستخدام المكثف والمتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام واستقطاب ثقافات أجنبية، مما يؤدي إلى تراجع قيمة الثقافة المحلية في مواجهة العولمة الإعلامية في ما يسمى بالاستلاب الثقافي، حيث ساهمت هذه المواقع في سلب الكثير من القيم والعادات والتقاليد المحلية، وحلت محلها سلوكيات الحياة الاستهلاكية الغربية المنتشرة عالميا عبر وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال انتشار أنماط الموضة، الموسيقى، والعادات الغذائية عبر تلك المنصات الافتراضية.

ولعل من أبرز مظاهر تأزم الهوية الثقافية للشباب في هذه المواقع ما يلي¹:

- وضع منصات وصفحات حركات فكرية وعقائدية مناوئة للإسلام تستقطب الشباب.

- تبين بعض الحملات التي تستهدف العلماء وتسيء إلى الدين.

- نشر الأفكار المتطرفة، والخرافات والصور والفيديوهات الأخلاقية.

¹ حميدان سلمى، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، مجلة المعيار، المجلد 24، العدد 49، (2020)، ص 529.

- تراجع اللغة العربية بسبب ظهور لغة خاصة بني الشباب برموز مختلفة، وكتابتها بحروف أجنبية مما بات يهدد مستقبل وجودها واستخدامها في هذه المواقع.

- التسطيح الفكري والثقافي من خلال الترويج لقيم ومظاهر جديدة مستوردة تخدم دعاوى النظام العالمي (نمط حياة، أكل، ثياب، رموز عالمية...).

4 - التأثيرات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي.

إن الحديث عن التأثيرات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي، يدفعنا للحديث عن الدور الذي لعبته هذه المواقع في الثورات العربية انطلاقاً من عام 2011، إذ نجد العديد من الدراسات والمقالات والمؤتمرات التي أجريت أكدت على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في أداء العمل السياسي، من خلال حشد الجماهير وتحفيزهم على المشاركة الشعبية في العملية السياسية، العمل على تشكيل الرأي العام، والتحركات المعارضة، وفتح منبر لكل التفاعلات السياسية.

هذا ما أكد عليه الدكتور علي فته العيساوي في كتابه فيسبوك الوطن البديل للشباب وأثره السلبي على الشباب العراقي، بحيث يؤكد أن ما جرى من أحداث الربيع العربي في العديد من الدول العربية على غرار تونس، سوريا، مصر، ليبيا والبحرين، وإسقاط الحكومات والنظام السياسي كما حدث في تونس ومصر، يرجع إلى الدور الكبير الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي خصوصاً فيسبوك، والدليل على ذلك محاولة الحكومات حجب هذه المواقع على المواطنين، فلا يخفى على أي شخص الدور الذي لعبه فيسبوك في تأجيج الرأي العام ضد الحكومة في تونس، ويستشهد أستاذ علم اجتماع في جامعة تونس جواهر الجموسي بتصريح مارك زوكربيرغ للصحافة الأمريكية عن رأيه في دور

فيسبوك في الربيع العربي إذ أكد على المساهمة الكبيرة للموقع في الثورة التونسية، كما عبر على مدى سعادته بأداء الشباب التونسي في فيسبوك إبان الثورة.¹

فمواقع التواصل الاجتماعي باتت منصة لجأ إليها العديد من الأفراد، واستطاعوا أن يحدثوا من خلالها ضغطا سياسيا افتراضيا لا يستهان به، حيث يمثل الحصول على المعلومات ونشرها دون وساطة أو رقابة، ديمقراطية معلوماتية،² فقد نجحت هذه المواقع الاجتماعية حقا في تكوين جبهة ضغط افتراضية حقيقية بوجه السلطة، إذ أصبحت بمثابة منبرا للكثير من الحركات المعارضة في بعض البلدان العربية للنشر والترويج لأفكارهم، وكسب قاعدة جماهيرية، وبالتالي أصبحت بمنزلة قوة مجتمعية ضاغطة لمصلحة صانعي القرارات، وهذا راجع إلى مقدورية هذه الوسائل لتهيئة الحشود الجماهيرية الإلكترونية، تأييدا لأي قرار أو رفضا له.³

لم تتوقف التأثيرات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي بل تنامت عدوى التغيير وتناقلت عبر الحدود الجغرافية والزمنية لتصل إلى الجزائر فما يسمى بالحراك الشعبي في 2019، كان للمواقع التواصل الاجتماعي في مقدمتها فيسبوك دور مهم في إطلاق شرارة، فقد تم إنشاء العديد من الصفحات الإلكترونية التي تروج لبعض المشاكل الداخلية كالبطالة والفقر والفساد، بحيث تنشر تلك الصفحات أخبارا سلبية عن الوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي في الجزائر، فضلا على طرح

¹ علي لفته العيسوي، الفيسبوك الوطن البديل للشباب وأثره السلبي على الشباب العراقي، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، النجف الأشرف، (2021)، ص-ص 59-60.

² جمال سند السويدي، مرجع سبق ذكره، ص-ص 53-54.

³ جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، ص 58.

العديد من المشاكل الاجتماعية والسياسية الأمر الذي حفز وحرص الجزائريين على التظاهر للمطالبة بإسقاط النظام وتغيير الوضع المعاش ومحاربة الفساد السياسي.¹

وهذا ما حدث بالفعل فقد ساهم فيسبوك في تحويل الحراك من فكري ضمن الفضاء الرقمي إلى حراك فعلي في الشارع، من خلال فتح صفحات ونشر النداءات عبرها على غرار صفحة أحرار وهران، وصفحة المنتدى الوطني للحراك الشعبي لنقل صوت وصورة الشعب، ورفع شعارات مثل "سلمية سلمية- جزائر حضارية" وغيرها من شعارات، مما زاد في شعبيته وقوته، كما ساهم في التعريف بأحكام الدستور ومواده، من خلال نشر شعارات للمطالبة بتطبيق المادة 7 و8 من الدستور.²

أما في مجال التسويق السياسي فقد أثبتت مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر، أنها أداة حيوية وفعالة في الحملات الانتخابية، وظهر هذا جليا في الانتخابات الأمريكية لعام 2008، إذ كانت حملة باراك أوباما محاولة سياسية لاختبار هذه المواقع، ففي تصريح لمدير حملة باراك أوباما أن الحملة استخدمت الانترنت والرسائل النصية وشبكات التواصل الاجتماعي في تكوين شبكة ضخمة من المنظمين و المتطوعين، إذ وضعوا أكثر من مليوني بروفايل ومائتي دعوة وأنشؤا 37 ألف مجموعة و 400 ألف مدونة وحصلوا على 30 مليون دولار من التبرعات عبر 70 ألف صفحة على الانترنت،³ وهذا ما جعل البعض يعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزءا من السكان

¹ خيرة مكرتار، الحراك الشعبي في ظل إعلام النقرة (دراسة ميدانية لعينة من المتظاهرين الجزائريين)، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد السابع، (ماي 2019)، ص-ص 136-137.

² إسعد فايزة زرهوني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر - الفيسبوك أنموذجا-، حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 34، العدد 03، الجزائر، (سبتمبر 2020)، ص715.

³ حسين محمود هثيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، (عمان- الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015)، ص-ص 98-99.

الرئيسيين خلال الحملة الانتخابية، بعدما استخدمنا بارك أوباما وأنصاره مهارات التواصل الاجتماعي وتنظيم المجتمع لتشكيل الحملة الفائزة،¹

الأمر الذي يعد بمثابة استثمار الساسة في فاعلية الأدوات الاتصالية الحديثة، واستغلالها لتحقيق مصالحهم الشخصية، وقد تجاوز الأمر إلى المنظمات السياسية والهيئات الدولية، والسلطات الرسمية، التي باتت تستخدم الشبكات الاجتماعية، وتعتبر أنه من الضروري أن يكون لها صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي لإرسال معلومات رسمية، ولتبادل المعلومات، نجد العديد من الصفحات أغلبها على منصة X، فهناك صفحة لرؤساء الدول، صفحة للاتحاد الأوروبي، صفحات للأحزاب والتجمعات السياسية، وغيرها.

فلجوء الساسة أو المنظمات السياسية إلى مواقع التواصل الاجتماعي، يعود إلى أن الأخبار والمعلومات التي تنشر عبرها تجد رواجاً كبيراً لدى القراء، لهذا نجدهم مهتمين بالتواجد والنشر من خلالها وإضفاء أساليب جديدة عليها كلما تعلق الأمر باستطلاع الرأي العام، أو الحملات الانتخابية. وعليه يمكننا القول أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بشكل ملحوظ في المجال السياسي، إذ تحولت اتجاهات الاستخدام من استخدام لأغراض اجتماعية إلى الاستخدام لأغراض السياسية، بحيث غيرت في محتوى الرسائل السياسية لدرجة التأثير في اتخاذ القرارات الرسمية، إذ تم إسقاط العديد من الأنظمة الحاكمة في العديد من البلدان العربية، وعزل العديد من الشخصيات السياسية الهامة، نتيجة ضغط المواطنين على الحكومات عبر هذه المواقع، فقد كانت الأداة الأساسية لتنظيم المظاهرات وحشد الملايين من المواطنين من خلال تحديد يوم معين يتفق عليه الجميع للخروج إلى الشوارع، ورفع شعارات موحدة، أو إطلاق هاشتاغ (Hashtag) تطالب بتحتيتهم. حيث يرى الدكتور إيهاب خليفة

¹ Shannon Mortland: Combining Social Media and Traditional Media in a Modern Communication and Leadership Studies, School of Professional Studies, Gonzaga University, (2012), P14.

أن المواقع الاجتماعية باتت تنتظر إليها بعض النظم السياسية على أنها أحد مهددات الأمن القومي للدول، الأمر الذي أدى بهم إلى غلق العديد من المواقع، أو حجبها على المواطنين.¹

لكن في نفس الوقت لا يمكننا القول أن المواقع الاجتماعية استطاعت بمفردها إسقاط الأنظمة العربية، وتتحية رجال وقادة سياسيين، لأن في ذلك إحفاف للثوار الذين ضحوا بأرواحهم سعياً وراء الحرية، إذ تعتبر التقنية مجرد أداة ووسيلة لدفع عجلة الحركات الشعبية وليست سبباً في الحراك الشعبي، الذي كان نتاج ظروف اجتماعية وسياسية واقتصادية التي عملت على إثارة سخط المواطنين.²

-ثالثاً: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل التي غيرت شكل التواصل والتفاعل بين الأفراد في العصر الحديث، ونظراً للانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي الذي أحدث نقلة هامة في عالم التواصل والمعلومات، ونظراً لرغبة الأفراد في التواصل مع الآخرين وتكوين علاقات اجتماعية وصدقات الجديدة عبر العالم، والحاجة للوصول إلى المعلومات التي تشبع رغبتهم في مختلف المجالات، تضاعفت أهمية هذه المواقع، والتي يمكن تحديدها في النقاط التالية:

1- التواصل الاجتماعي وتبادل المعلومات: تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مثالية

للتواصل بين الأفراد، فهي تسمح للأشخاص بالتفاعل مع بعضهم البعض بغض النظر عن المسافات الجغرافية.

¹ إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، (مصر: العربي للنشر والتوزيع، 2016)، ص25.

² نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة زيان عاشور، المجلد 5، العدد 11، جامعة الجلفة، (الجزائر 2013)، ص213.

فتمكن المستخدم من التواصل مع أكثر من عضو في وقت واحد، وتعتطي فرصة للتعرف على مشتركين وأعضاء آخرين تجمع بينهم اهتمامات ومصالح واحدة، وبالتالي تعزز من قدرته على تحقيق مصالحه وغاياته.¹

كما تعزز الروابط الاجتماعية ويزداد التواصل بين الأفراد في المجتمع، بحسب دراسة أجراها الباحث سميث في عام 2021، فإن أكثر من 75% من مستخدمي الإنترنت في العالم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأصدقاء والعائلة،² إضافة إلى سرعة تداول المعلومات والأحداث، بحيث تقوم هذه المواقع بنقل وبث فوري وسريع لكل ما يحدث حول العالم، كون أن المعلومة والخبر أصبح بين أيدي المواطن العادي الذي يقوم بنقلها من خلال ضغط زر على الهاتف النقال الموصول بالإنترنت بسهولة متناهية.

فمواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل ملحوظ في العمليات الاجتماعية من خلال تسهيل وصول الفرد إلى المعلومات وقت حدوثها، وتعطيه الفرصة لتبادل الأخبار حول العالم.³

2- حرية الرأي والتعبير في مواقع التواصل الاجتماعي: فتحت هذه المواقع مجال الحرية أكثر في بث أو إرسال أي محتوى سواء كان مكتوب، أو مسموع، أو مرئي، دون قيود قانونية على عكس

¹ أروى سعيد بني صالح: أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن المجتمعي والوطني في الأردن، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 36، (ماي 2021)، ص8.

² Smith, J. Social Media and Communication in the Digital Age, New York: Academic Press, (2021), p112.

³ Aren, K, Facebook and the technology revolution, Spectrum publication,(New York:2010) .

الإعلام التقليدي، بحيث تمكن المستخدم من التعبير عن آرائه بحرية تامة، ويستطيع تبادل الخبرات والمعارف مع الآخرين¹.

فيمكن القول إن هذه المواقع الاجتماعية استطاعت أن تطرح إعلام بديل، يختلف عن الإعلام التقليدي في إمكانية التفاعل مع الأخبار والأحداث والتعبير عنها بكامل حرية وبدون رقابة، ويكسر احتكار الدولة والحكومات للمعلومة ووسائل الإعلام من خلال ظهور ما يسمى بصحافة المواطن، التي تعطي للجميع فرصة لنقل الأخبار والأحداث والوقائع وبثها بطريقة فورية.

3- التأثير السياسي والمجتمعي: تعد هذه المواقع من الأدوات الأساسية في التفاعل السياسي والتأثير على الرأي العام فمن خلال منصات كالفيسبوك، تويتر، إنستغرام، يمكن للأفراد التعبير عن آراءهم السياسية والمشاركة في الحوارات العامة، لدرجة أن في بعض الحالات كانت هذه المواقع عاملاً مهماً في الحركات الاحتجاجية والثورات السياسية، وهذا ما أكد عليه جون john في دراسته عام 2020، أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير فيما حدث بالشرق الأوسط خلال ما يعرف بأحداث الربيع العربي².

فمن خلال مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن نرفع شعارات ونوحد الآراء في القضايا السياسية، وبالتالي إحداث التأثير والتغيير في الجانب السياسي، ففي العقدين الآخرين أصبحت هذه المواقع المحرك الرئيسي في الساحة السياسية، فقد أتاحت للناشطين السياسيين، الأحزاب، والمنظمات غير الحكومية التواصل مع الجماهير بسرعة وبطريقة أكثر فعالية.

¹ أروى سعيد بني صالح، أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن المجتمعي والوطني في الأردن، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 36، (ماي 2021)، ص8.

² Jhon, M, The Role of Social Media in Political Movements –Cairo–, Political Studies Press, (2020), 67.

- رابعاً: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة.

1. مجال التعليم والتعلم:

لطالما كان التعلم عملية مستمرة للفرد، باعتبارها ظاهرة مركبة، ومع ذلك فإن طرق التعلم واحتياجاته تغيرت مع التطورات التكنولوجية التي مست مجال الاتصال، بحيث قدمت تكنولوجيا الاتصال على رأسها مواقع التواصل الاجتماعي خدمات متميزة في مجال التعليم والتعلم، إذ تم استكشاف تطبيقات في منصات التواصل الاجتماعي في كل من بيئات التعلم الرسمية وغير الرسمية، تساعد الفرد في تلقي العديد من المعارف.

فمنذ بداية القرن الحادي والعشرون، أتاح نمو تكنولوجيا المعلومات والاتصالات القدرة على استخدام أحدث الاتجاهات في المواقع الاجتماعية مثل فيسبوك كوسيلة تعليمية بديلة، واعتبارها جزء لا يتجزأ من المعاهد التعليمية، كون أن الطلاب يستخدمونها للتفاعل أكاديمياً، وجمع المعلومات، والوصول إلى مواد الدورة.¹

وكمثال لذلك نجد كلا من مدرسة Sacred Heart بتازمانيا، ومدرسة Pularumpi في جزيرة Melville، أنشأ برنامج خاص لنقل وتبادل المعلومات سمي Linking Latitude، بحيث يستخدم تلاميذ المدرستين الرسائل الفورية لتبادل المعلومات حول ثقافتهم، وكما يستخدم الشباب من المدرستين مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التفاعل مع المتعلمين في أكثر من أربعين مدرسة أخرى.²

¹ Vikas Kumar, Pooja Nanda: Social Media as a Learning Tool: A Perspective on Formal and Informal Learning, Journal of Education Reform, (April 2022), p04.

² Philippa Collin and others, The Benefits of Social Networking, Literature Review, Cooperative Research Centre for Young People, Technology and Wellbeing Melbourne, (11 April 2011), p13.

لتصبح هذه المواقع مصدرا أساسيا من مصادر التعليم لا غنى عنه للطالب، والمعلم ومصدر للمعلومة لأي شخص آخر¹.

وعليه يمكننا الاعتراف بمواقع التواصل الاجتماعي كبيئة تعليمية خصبة، ولهذا على المؤسسات التعليمية خاصة في الدول العربية بما فيها الجزائر، محاولة الاستفادة من خدماتها واستخدامها خارج نطاق المؤسسات التعليمية، لكسر حاجز الوقت والرسميات بين المعلم والطالب، مما يساعد الطالب على اكتساب مهارات التواصل وإبداء الرأي، التي مساحتها ضيقة داخل المؤسسات التعليمية، وبالتالي إعطاء أهمية لهذه المواقع الاجتماعية، باعتبارها أداة تعليمية جديدة، والعمل على تطوير استراتيجيات التعلم التفاعلي، التي يمكن أن تكون أكثر إنتاجية وكفاءة لمتطلبات المتعلم دائمة التطور، لاسيما مع زيادة عدد مستخدميها من جيل الشباب، الذين يمثلون الجمهور الرئيسية للمؤسسات التعليمية.

2. مجال التواصل:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الابتكارات التكنولوجية التي غيرت بشكل جذري طريقة تواصل الأفراد مع بعضهم البعض، فمن خلالها أصبح بإمكان الأفراد التواصل وتبادل الأفكار والمعلومات، بشكل فوري ومباشر في أي مكان حول العالم، وذلك عبر العديد من التطبيقات كالفيسبوك، منصة X، إنستغرام وغيرها من التطبيقات الأخرى، بالإضافة إلى قدرة الوصول إلى أي مستخدم حول العالم، وأهمية التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي تكمن في:

- **التواصل الفوري والمباشر:** من خلال المنصات مثل الفيسبوك، إنستغرام، تويتر، واتساب،

يمكن للأفراد التواصل بسهولة وبسرعة، سواء كانوا في نفس الدولة، أو في دول أخرى.

¹ إيمان أحمد يوسف، تقنيات التكنولوجيا الحديثة (وسائل التواصل الاجتماعي والنكاء الاصطناعي)، ط1، (الأردن: دار ابن النفيس للنشر والتوزيع، 2021)، ص24.

- تبادل المعلومات والأخبار: مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدرا مهما للأخبار والمعلومات في العديد من المجالات، بحيث ساعدت في نشر الوعي حول قضايا متنوعة مثل السياسية، الصحة، والبيئة.

- تعزيز العلاقات الاجتماعية والمهنية: فضلا على أنها توفر للأفراد فرصة للبقاء على الاتصال مع العائلة والأصدقاء، فهي تتيح للمؤسسات والشركات فرصة للتواصل مع العملاء وتوسيع شبكة علاقاتها.

3. مجال الثقافة وتقديم الأخبار:

تعتبر الوظيفة الإخبارية والتثقيفية من أهم وأقدم الوظائف التي تقوم بها الوسائل الإعلامية في كل الأنظمة الإعلامية باختلاف خطها الافتتاحي، إلا أن الملاحظ في السنين الأخيرة تهميش الأفراد لهذه الوسائل التقليدية، بعد أن أدركوا بأنها أداة بيد النظام الحاكم، أو بيد أصحاب الأموال المالكين، وأنها لم تعد تشبع احتياجاتهم، خاصة وقد أصبح الإنسان أكثر من أي وقت مضى شديد الاهتمام بما يجري من حوله، مقابل انتشار وسائل الإعلام الجديدة، لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي كبديل، التي استطاعت أن تساهم في تدعيم وتوثيق معلومات الجمهور، من خلال نشر تقارير حول الأحداث بخاصة السياسية المدعمة بالصور الحية، ومقاطع الفيديو، وبالتالي مساعدته على إيجاد ارتباط بين الأحداث القائمة، وإحاطته علما بكل ما يحدث في العالم الخارجي من أحداث ووقائع سياسية،

وهذا ما أكدت عليه الدكتورة إيمان أحمد يوسف أن التكنولوجيا بما أفرزته من مواقع للتواصل الاجتماعي ساهمت بشكل ملحوظ في تقديم خدمات في رفع المستوى الثقافي للشعوب، من طباعة والوثائقيات المصورة وصولا إلى النشر من خلال الانترنت الذي ساهم في توفير المعلومة ومعالجتها

وإيصالها إلى قطاعات واسعة، وبثها في وقت قصير، بل ترجمتها لعدة لغات،¹ لتصبح مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصادرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، لا احترافية لاستخدامات مختلفة سياسية ودعائية.

4. مجال التجارة والتسويق:

في ظل عدم قدرة وسائل التسويق التقليدية على إشباع الحاجات المعرفية للعملاء، ولا إشباع الرغبات التسويقية لأصحاب الشركات، وفي ظل فرض شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، انستغرام، يوتيوب، تويتر، وغيرها من الشبكات، نفسها بقوة على حياتنا اليومية، لدرجة أنها أصبحت أسلوب حياة للعديد من مستخدميها، اضطر الكثير من أصحاب الشركات والمؤسسات التجارية كبيرة وصغيرة لاستغلال هذه المواقع، للتواصل مع العملاء، والترويج والتسويق لمنتجاتهم، والسعي لتحقيق الأرباح وبأقل تكلفة.

فالعديد من الدراسات أكدت أن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت الشركات الكبيرة أو الصغيرة في مضاعفة حجم زبائنهم، وزيادة قاعدة العملاء، وتحسين العلاقة التجارية بين الشركة والمستهلك، من خلال دمج عمليات البيع والتسويق وخدمة العملاء عبر هذه الشبكات،² وإتاحة الفرصة للعديد من الشركات للمشاركة في إعلانات مفتوحة مع العديد من شرائح المجتمع، لتدعيم صورتها الذهنية عن طريق التفاعل بين القائمين على صفحاتها ومستخدمي الشبكات الاجتماعية، والعمل على تسويق صورة حية للمؤسسة.³

¹ ايمان أحمد يوسف، مرجع سابق، ص26.

² محمد فلاق: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر - منظور تحليلي-، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد18، جامعة حسيبة بن بوعلي، الجزائر، (جوان 2017)، ص20.

³ حسين محمود هتيمي، مرجع سبق ذكره، ص106.

ففي عام 2006، وضع **Henry Jenkins** مؤسس ومدير برنامج دراسات الوسائط المقارنة في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا، الأساس للظاهرة الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي)، إذ أكد من خلاله أن وسائل الإعلام التقليدية يجب أن تخضع لهذا الواقع الجديد، باعتبار أن استهلاك السلع والخدمات أصبح عملية جماعية مدفوعة بواسطة الذكاء الجماعي.¹

فهناك العديد من الجوانب الإيجابية للمواقع الاجتماعية بالنسبة للشركات، وكذا العملاء نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

1- انخفاض تكاليف العديد من الأنشطة التسويقية التي كانت تدفعها منظمات الأعمال، وتقليل صعوبة الحملات الترويجية.²

2- سهولة الوصول إلى العملاء والمشتريين بالعرض أو الاستقصاء.

3- إيجاد مرجعية فعالة للعملاء للوصول إلى الشركات وتجميع المعلومات عنها.

4- توفير مؤشرات موضوعية للتعرف على الشركات ذات الشعبية الكبيرة من خلال معرفة عدد متابعين صفحتها، وعدد زوارها.³

وبالتالي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي قوة متصاعدة في مجال التجارة، وأداة تسويقية حديثة، تعزز التفاعلية بين الشركات وعملائها، الأمر الذي يساعد على اكتشاف النقائص، والعمل على تطويرها، وتبين مدى شعبيتها من خلال عدد المعجبين والمتابعين لصفحتها، وبالتالي المساعدة

¹ Manuela Teixeira, l'émergence de réseaux sociaux sur le web comme nouveaux outils de marketing, thèse présentée à la faculté des études supérieures et postdoctorales, département de communication, Université d'Ottawa, (2009), p16.

² خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص109.

³ محمد فلاق، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر - منظور تحليلي-، مرجع سابق، ص20.

على بناء وتسويق علامتها التجارية، إلا أن الملاحظ في بعض الدول العربية على غرار الجزائر، فإن التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعية لا زال ضعيفا نوعا ما.

الفصل الثاني: مدخل عام للثقافة السياسية.

- أولاً: الثقافة السياسية بين المفهوم والنشأة.

- ثانياً: أبعاد الثقافة السياسية.

- ثالثاً: مصادر تكوين الثقافة السياسية.

- رابعاً: المفاهيم المشابهة للثقافة السياسية.

أولاً: الإطار المفاهيمي للثقافة السياسية

1- مفهوم الثقافة السياسية:

- المفهوم اللغوي للثقافة: يعرف فريد وجدي في دائرة المعارف ق20 المجلد الثاني

الثقافة لغة: تثقف، يتثقف، ثقافة: فطن وحقق وثقف العلم في أسرع مدة أي أسرع أخذه وثقفه، يتثقفه، ثقفا غلبة في الحق.¹

- المفهوم الاصطلاحي للثقافة: إن التراث العلمي يعكس الكثير من التعريفات التي

ارتبطت بالثقافة ككل، سنشير إلى البعض منها على سبيل الذكر لا الحصر، بحيث أرجع بداية التعريف العلمي لهذا المصطلح إلى كتاب تيلور الذي صدر في القرن التاسع عشر بعنوان "الثقافة البدائية" والذي قدم تعريف أكثر شمولاً للثقافة من حيث هي: "ذلك الكل المركب الذي يشمل على المعرفة، والمعتقد والفن، والأدب، والأخلاق، والقانون، والعرف، والقدرات، والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً أو فرداً في المجتمع"،² وقاموس randan يعرفها بأنها "طرق وأنماط الحياة التي يتم بناؤها وتطويرها من قبل جماعة من أناس ويتم ثوارتها من جيل إلى جيل".³

أما جابي روشيه G.Rocher فيحدد الثقافة على أنها: "مجموعة متداخلة من أساليب التفكير، والمشاعر، والأفعال التي تتشكل بدرجة معينة، والتي تكتسب بواسطة الإعلام والمشاركة من جانب مجموعة من الأفراد، وذلك من أجل وحدة هذه الجماعة وارتباطها بصورة جمعية مميزة".⁴

¹ مالك بن نبي، مشكلة الحضارة مشكلة الثقافة، ترجمة عبد الصبور شاهين، ط1، (سوريا: دار الفكر، 1984)، ص20.

² راسل جاكوب، نهاية اليوتيبيا السياسية والثقافة في زمن اللامبالاة، ترجمة فاروق عبد القادر، د.ط، (كويت: علم المعرفة، 2001)، ص51.

³ بلال خلف السكارنة، أخلاقيات العمل، ط1، عمان- الأردن: دار المسيرة، 2009، ص355.

⁴ عبد الله محمد عبد الرحمن، علم الاجتماع السياسي النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، ط1، (بيروت- لبنان: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 2001)، ص435.

أما طه حسين فيرى أنها: "عامل شامل يحيط بالمجتمع ويستطيع المجتمع أن يغير نظامه الاقتصادي، ونظامه السياسي، وحتى نظامه الديني لكنه لا يستطيع إلا أن يعتمد على عناصر الثقافة المستمدة من تاريخه القديم فينقلها إلى حاضره."¹ ويعرفها حليم بركات بأنها: "مجل رؤية الحياة والكون: تصوراتها، وأساليب التعامل اليومي، والأخلاق والمعتقدات والمهارات والإبداعات والمعارف والمفاهيم."²

وقد ربطت تال كوتبا الثقافة بالمجتمع من جانب وبالشخصية من جانب آخر موضحاً أن الفرد يشرب ثقافة مجتمعه في مراحل نمو شخصيته، والتي تتوافق بدورها مع متطلبات ذلك المجتمع.³ ولعل تعريف العالم الانتربولوجي ادوارد تايلور هو الأكثر شيوعاً بحيث وصفها بأنها: "ذلك الكل المركب الذي يشمل على المعرفة، والمعتقد والفن، والأدب، والأخلاق، والقانون، والعرف، والقدرات، والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضواً أو فرداً في المجتمع"،⁴ بمعنى أنها تشير إلى مجموعة القيم والأعراف الحاكمة لسلوكيات أفراد هذا المجتمع والتي تميزه عن باقي المجتمعات.

¹ محمد عبد الواحد حجازي، الوعي السياسي في العالم العربي، ط1، (الإسكندرية- القاهرة: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007)، ص 36.

² حليم بركات، المجتمع في القرن العشرين-بحث في تغير الأحوال والعلاقات، د.ط، (بيروت- لبنان: مركز الدراسات العربية، 2000)، ص 625.

³ سمير عبدلي، ثقافة الديمقراطية في الحياة السياسية لقبائل اليمن، (بيروت-لبنان: مركز الدراسات الوحدة العربية، 2007)، ص 46.

⁴ جهينة العيسى، كلثوم غانم، علم الاجتماع، ط1، (دمشق- سوريا: الأهلي للطباعة والنشر والتوزيع، 2000)، ص 149.

- الثقافة السياسية: يعد مفهوم الثقافة السياسية من المفاهيم الحديثة نسبياً في عالم السياسة، يرجع ظهوره إلى عام 1956، عندما استخدمه غابريال أ尔蒙د كبعد من أبعاد تحليل النظام السياسي.¹ فهي جزء من الثقافة العامة، تجمع بين الفرد والنسق السياسي من خلال الاتجاهات ونظام المعتقدات التي تميز أفراد مجتمع عن غيره.²

بمعنى أنها جزء من الثقافة بمفهومها العام، وخصائصها هي نفس خصائص الثقافة المطبقة على مستوى السياسة، هذا ما يجعل كلا من المفهومين متداخلين إلى حد كبير. فعرفها الأبراشي على أنها: ثقافة فرعية تتأثر بالثقافة لأشمل، فهذه الأخيرة تؤثر بشكل كبير على ثقافة المجتمع السياسية وتكتسب مقوماتها ويتحدد طابعها من خلال العامة للمجتمع.³

ارتبط مفهومها بالمجال السياسي مع أواخر الخمسينيات وبداية الستينيات من هذا القرن، وبروز دول جديدة عقب الموجة الاستقلالية للعديد من دول العالم، خاصة عقب ظهور المدرسة السلوكية، مشيراً ذلك إلى التحول الجوهرى من دراسة المؤسسات الرسمية إلى دراسة سلوك غير الرسمي الذي يضفي نبض الحياة على هذه المؤسسات.⁴

فالجذور الفكرية لمصطلح الثقافة السياسية والبحث فيه يعود إلى كتابات الأنثروبولوجيين على غرار روث بندكت **Ruth Benedict** ومارجريت ميد **M. Mead** حول الطابع القومي، من خلال الكشف عن القيم والمعتقدات والممارسات الفريدة التي تميز ثقافة ما، فاستعملها كمفهوم كان على يد عالم السياسة الأمريكي "غابريال أ尔蒙د **Gabriel Almond**" في مقاله الذي هدف إلى تصنيف

¹ زين العابدين معو، دور الثقافة السياسية في ترسيخ الديمقراطية في المجتمعات العربية، مجلة العلوم السياسية، العدد الخامس، (2016)، ص 15.

² محمد علي محمد: أصول علم الاجتماع، د.ط، (القاهرة- مصر: دار الجامعات المصرية، 1983، ص 131.

³ إبراهيم أبراشي، علم الاجتماع السياسي، د.ط، (فلسطين: دار الشروق للنشر والتوزيع 1998) ص 31.

⁴ ميكيل توماس وآخرون (ترجمة على سعد الصاوي)، نظرية الثقافة، سلسلة علم المعرفة، العدد 223، (1990)، ص 315.

مقارن للنظم السياسية، فأدخل مفهوم الثقافة السياسية كأحد أبعاد تحليل النظام السياسي، فكل نظام عنده يترسخ حول أنماط محددة من التوجهات التي تضبط التفاعلات التي يتضمنها النظام الاجتماعي، وبالمثل تكون الثقافة السياسية بمثابة التنظيم غير مقنن للتفاعلات السياسية،¹ فقد أشار إليها بأنها النمط الخاص من التوجهات السياسية للأحداث السياسية لأي نظام سياسي محكم.

فإذ بحثنا في مفهوم الثقافة السياسية كمصطلح نجد من عرفها على أنها النظام الذي يرتبط بالمعتقدات والتصورات والقيم التي يمتلكها الفرد والتي تحدد موقفه النظام الحاكم، حيث عرفها لوساي بـ"بأي بأنها: "مجموعة الاتجاهات والمعتقدات والمشاعر التي تعطي نظاما ومعنى للعملية السياسية، وتقدم القواعد المستقرة التي تحكم تصرفات الأفراد داخل النظام السياسي".²

أما دراسو فيعرفها بأنها: "منظومة القيم والأفكار والمعتقدات المرتبطة بظاهرة السلطة في المجتمع".³

أما غابريال ألموند يرى أن الثقافة السياسية على الرغم من أنها تتميز باستقلالية معينة إلا أنها على صلة وثيقة بالثقافة العامة، باعتبار أن السلطة والسياسة تتأثر بالتوجهات والتصورات السائدة، حيث عرفها بأنها مجموعة التوجهات السياسية، والاتجاهات والأنماط السلوكية، التي يحملها الفرد تجاه النظام السياسي ومكوناته المختلفة، واتجاه دوره كفرد في النظام السياسي⁴

¹ علي الدين هلال ونفين مسعد، النظم السياسية العربية، قضايا الاستمرار والتغيير، ط2، (بيروت-لبنان: مركز الدراسات الوحدة العربية، 2002)، ص272.

² معمر محمد الهادي العباني، الثقافة السياسية كمدخل للتحويل الديمقراطي في البلدان العربية -دراسة نظرية- مجلة المعرفة، العدد 13، (مارس 2021)، ص 139.

³ سليمة بن حسين، مفهوم اقتراب الثقافة السياسية عند غابريال ألموند وسيدني فيريا، مجلة المفكر، المجلد 16، العدد 02، (2021)، ص84.

⁴ محسن رمضان جابر، الثقافة السياسية وأثرها على النظام السياسي، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، (جويلية 2016)، ص308.

وبالتالي مصطلح الثقافة السياسية هو مصطلح يشير إلى تلك البيئة أو ذلك المناخ العاطفي والسيكولوجي والقيمي التي تعمل داخله النظم والأنساق السياسية، فكأن الثقافة السياسية على نحو غابريال ألموند هي: "نمط متميز للتوجيه يستوعب بداخله كل نسق سياسي"¹

وعليه يمكن القول الثقافة السياسية هي واحدة من بين أهم الظواهر المثيرة للاهتمام كونها لا تترك أثرا واضحا على مستوى الفعل والممارسة، فقد تكون إما دافعا للتنمية الديمقراطية أو معوقا لها وهذا بالنظر إلى طبيعة الثقافة السائدة في المجتمع، حيث أن النسق الثقافي العام إما أن يساعد على تحقيق الديمقراطية، وإما أنه يكرس سياسية التسلط والهيمنة.²

الملاحظ من خلال تعاريف غابريال ألموند وسيدني فيريرا أن الثقافة السياسية تشمل كل العناصر الإدراكية بمعنى كل ما نعرف، والعناصر العاطفية بمعنى كل ما نشعر، والعناصر التقييمية بمعنى كل ما نعتقد في الشأن السياسي، وتؤلف هذه العناصر في مجملها مكونات الأساسية للثقافة السياسية الخاصة بكل مجموعة من الأفراد، فالعناصر الإدراكية تتمثل في تنمية المعرفة السياسية، من خلال معرفة أسماء القيادات والشخصيات سياسية، معرفة المؤسسات السياسية، مهامها، أدوارها، معرفة الأحداث والقضايا السياسية، إدراك بعض مفاهيم سياسية، أما العناصر العاطفية أو الوجدانية تتمثل في نقل القيم والمعايير والأفكار والعواطف التي يكنها الفرد اتجاه نظامه السياسي أو صانعي القرار، التي تتراوح بين القبول والرفض وبين الانجذاب والاحتقار، وبخصوص العناصر التقييمية فتتمثل في الإيديولوجية التي تؤثر في توجيه السلوك التشكيل مواقف اتجاه النظام السياسي، تغيير

¹ هشام محمود الإقداحي، علم الاجتماع السياسي، د.ط، (الإسكندرية-مصر: مؤسسة شباب الجامعة، 2008)، ص 315-316.

² صليحة كباي، الهوية والثقافة السياسية كمدخل للتحوّل الديمقراطي في الشرق الأوسط، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 46، المجلد ب، (2016)، ص.ص 239-240.

مواقف واتجاهات الطلبة إزاء قضايا وظواهر سياسية معينة، المشاركة في النقاش في المواضيع السياسية، المشاركة في الاجتماعات للأحزاب السياسية الافتراضية، انتماء للأحزاب والجمعيات السياسية، المشاركة في الحملات السياسية كالحملات الانتخابية.

ولشرح أكثر هذا المفهوم هناك مقاربتين أساسيتين في دراسات الثقافة السياسية:

4- المقاربة الذاتية: **Subjectivist Approach** ويمثلها سيدني فيربا الذي يركز على

التوجهات السياسية، مع استبعاد السلوك في تعريفه ثقافة المجتمع السياسية، بأنها "نظام المعتقدات الإمبريقية والرموز التعبيرية والقيم التي تحدد الوضعية التي يحدث فيها الفعل السياسي. وبالتالي توفر التوجه الذاتي للسياسة.¹

5- المقاربة الجماعية: **Collectivist Approach** يقدم أنتوني كوهن تصور للثقافة

السياسية تتشابه فيه المعتقدات والسلوك الفردي في عملية تفاعل تكرارية، فحسب أنتوني كوهن فإن الإطار التأويلي الواسع الذي تتبناه الجماعة أو الفرد هو الذي يسند معنى إلى السلوك السياسي، فالثقافة السياسية التي توجد في المعتقدات السياسية ويعبر عنها من خلال السلوك السياسي، يجري إنشائها من خلال التفاعل الاجتماعي.²

لكن الجمع بين المقاربتين يقدم تصورا أشمل للثقافة السياسية، بحيث يدمج السلوك والتوجهات الشخصية في بناء مفاهيمي، يؤكد الطابع التحفيزي للثقافة من خلال التفاعل بين الوضعيات والسلوك،

¹ S. Verba, Comparative political Culture, in, L. Pye & S. Verba (eds), Political Culture and Political Development (Princeton N.J: Princeton, 1965), p513.

² A. Cohen, The Symbolic Construction of Community, New York, Ellis Horwood Limited, (1985), p18.

ولكل مجتمع مقاربات متباينة لمواضيع والقضايا مختلفة، وتعتمد تلك المقتربات على الكثير من العوامل التي تشكل الثقافة السياسية.¹

- ثانياً: أبعاد الثقافة السياسية.

يمكننا تقسيم عناصر الثقافة السياسية إلى ثلاثة أبعاد أساسية وهي كالآتي:

1- إسهامات المعرفة السياسية في تشكيل الثقافة السياسية.

- **المعرفة:** جاءت في المورد بأنها علم، دراية، مدى إطلاع شخص، أو فهمه، إدراك، وتعني فهم واضح مؤكد لأحد الأشياء، وكل ما يدركه ويستوعبه العقل من خبرة عملية ومهارة،² أما قاموس راندوم هاوس يعرفها بأنها "الإلمام والإدراك للحقائق والفضائل والمبادئ من خلال الدرس والبحث والثقافة العامة"،³ أي أن كلمة المعرفة تطلق على كل ما وصل إلى إدراك الإنسان من مشاعر أو حقائق أو أوهام أو أفكار تسهم في التعرف على البيئة من حوله والتعامل معها،⁴ لدرجة وصول أي منا لفهم الحقيقة التي يمكن أن تسجل في الأدمغة أو يتم تخزينها في وثائق المجتمع، بشرط إحداث سلوكاً فعالاً نحو تحقيق أهداف معينة،⁵ فهي بمثابة السبيل الأكثر نجاحاً لاكتساب منظور واسع للقضايا المختلفة من خلال إدراك خصائص الشؤون المختلفة ويتسع مفهوم الثقافة لكونها ذلك الجو

¹ حسن أحجيج، تحديات الشبكات الاجتماعية الرقمية لنظرية الثقافة السياسية الكلاسيكية، مجلة السياسات العربية، المجلد 11، العدد 63، (جويلية 2023)، ص10.

² إيمان أحمد يوسف، مرجع سبق ذكره، 2021، ص181.

³ فؤاد يوسف قزانجي، السلطة الخامسة، د.ط، (بغداد- العراق: دار الشؤون الثقافية العامة)، 2007، ص75.

⁴ سعيد إسماعيل صيني، قواعد أساسية في البحث العلمي، د.ط، (بيروت- لبنان: مؤسسة الرسالة، 1994)، ص13.

⁵ مي عبد الله، البحث في علوم الإعلام والاتصال من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية، (بيروت-لبنان: دار النهضة العربية، 2011)، ص17.

من العادات والأذواق والقيم التي تؤثر في تكوين شخصية الفرد، وتحدد دوافعه وانفعالاته، وصلاته بالناس والأشياء.¹

مفهوم المعرفة تداخل مع العديد من مجالات الحياة، على غرار المعرفة الدينية، المعرفة العلمية، المعرفة الاقتصادية، وغيرها، إلا أننا سنركز في هذه الدراسة على المعرفة السياسية.

- **المعرفة السياسية:** هي جزء من بنية الثقافة السياسية، إلى جانب القيم السياسية، الأعراف والتقاليد السياسية، والسلوك السياسي²، ويقصد بها ذلك المستوى من المعلومات والمفاهيم والحقائق السياسية التي يمتلكها الفرد والتي يتعامل بموجبها مع القضايا والمشكلات التي تواجهه بأسلوب يتسم بالوعي والحكمة.³

هي مجموعة من المفاهيم والأفكار والتصورات والقضايا التي يكونها الإنسان في حياته اليومية عن العالم الخارجي بكل ما فيه من موجودات وحركات وظواهر مختلفة، لدرجة أنه يكون الفرد ملم بالأحداث السياسية والقضايا المتعلقة بها وفهمه لخلفياتها والمبادئ التي تقوم عليها.

وهي مجموع المعلومات الواقعية المرتبطة بالسياسية المخزنة في الذاكرة طويلة المدى لدى الأفراد، تكون مرتبطة بتراكم المعلومات السياسية للفرد،⁴ إذ تؤدي هذه المعلومات إلى تطوير المهارات المعرفية للفرد، والتي تعتبر ضرورية لفهم الأحداث السياسية والحكم عليها وتقييمها.⁵

¹ أسامة عبد الرحمن، دور الشباب في التنمية الشاملة، (الوحدة العربية: مركز الدراسات، 2019)، ص7.

² Daniela Pastarmadzhieva, Political Knowledge: Theoretical formulation and practical implementation, Trakia Journal of Sciences, Vol, 13, Suppl1, (January,2015), p19.

³ ماهر مفلح الزيادات، محمد إبراهيم القطاوي، مستوى المعرفة السياسية لدى معلمي الدراسات الاجتماعية في الأردن وعلاقته ببعض المتغيرات، مجلة الجامعة الإسلامية -سلسلة الدراسات الإنسانية-، مجلد 10، عدد 2، (2010) ص408.

⁴ Barabas. J.al, The question of political knowledge. American Political Science Review,108, (2014), p 841.

⁵ محمود حسن إسماعيل، التنشئة السياسية -دراسة في دور أخبار التلفزيون، ط1، (القاهرة-مصر: دار النشر للجامعات، 1997)، ص25.

لدرجة القدرة على تقديم إجابات صحيحة ودقيقة حول الإشكالات السياسية، وهذا ما أكد عليه تعريف بودرو ولوبيافي دليل كامبردج للعلوم السياسية التجريبية، بأنها: "مقياس لقدرة المواطن على تقديم إجابات صحيحة لمجموعة محددة من الأسئلة القائمة على الحقائق¹ خاصة وأن قياس مستوى المعرفة للفرد داخل مجتمعه يتم من خلال معرفة مدى قدرة المستجيب لتقديم إجابات صحيحة على مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالجانب السياسي، كمعرفة الفرد بآليات ونظم الحكم المختلفة، الأحداث السياسية المهمة، والشخصيات السياسية البارزة على المستوى المحلي أو الدولي،² وبالتالي فإن المعرفة السياسية هي المكون الثقافي المتراكم والمتعلق بالشأن السياسي لدى الأفراد خلال حقبة زمنية معينة والذي من خلاله يتشكل الوعي والاهتمام بالأنشطة السياسية، والمتمثل بمعرفة الفرد بالمسؤولين القياديين، المعرفة بالمؤسسات السياسية وبطريقة عملها، وأخيراً بكيفية تكوين الآراء بشأن القضايا السياسية³.

وهذا يعني أنها مثابة الطريق الذي يسلكه الفرد لفهم المناخ السياسي وما يحركه، وإدراك مختلف فئات المجتمع للواقع السياسي والتاريخي والظروف والمشاكل التي تحيط به داخل القطر الوطني أو العالمي، بحيث تتضمن مجموعة من الحقائق التي تخص الشأن السياسي، من معلومات وأحداث وشخصيات ومؤسسات سياسية، فبناء المعرفة السياسية قائم على نشر المعلومات والمعرف بين الناس

¹ Daniela Pastarmadzhieva, op.cit, p18.

² خالد محمد الفضالة، مستوى المعرفة السياسية لدى طلبة كلية التربية الأساسية في دولة الكويت في ضوء بعض المتغيرات، جامعة الأزهر، كلية التربية بالقاهرة، مجلة التربية، العدد 189، الجزء 02، (يناير 2021)، ص 41.

³ سمير العبدلي، ثقافة الديمقراطية في الحياة السياسية لقبائل اليمن (دراسة ميدانية)، ط1، (بيروت-لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2007)، ص 145.

وتدعيم آرائهم وزيادتها، فهي جزء من الثقافة السياسية، تساعد المواطن على الإدراك والتفاعل تدريجياً مع المعلومات والأخبار والقيم المنقولة له.¹

أما عملية بناء المعرفة السياسية فتتم من خلال:

- الأسرة: تعد الإطار المرجعي الأول المناط به تكوين معارف الفرد وتشكيلها وفقاً للثقافة السائدة في الأسرة، إذ يرى الدكتور محمود إسماعيل في كتابه التنشئة السياسي: دراسة في دور أخبار التلفزيون، أن الأسرة أحد أهم المؤسسات الاجتماعية والسياسية، التي لها مهمة تعليم القيم والاتجاهات واكتساب المعرفة والثقافة ذات الطبيعة السياسية، فإذا كان الأب شخصاً سلطوياً في علاقته بأفراد الأسرة فمن المحتمل أن تغرس لدى الأبناء قيم الإكراه والسلبية والفردية، أما إذا تميز بالديمقراطية فستغرس لديهم قيم الحرية والاهتمام والجماعية.²

فالأسرة تعتبر أول نمط للسلطة يعايشه، إذ يكتشف في هذه المرحلة طبيعة السلطة على الأقل نمط السلطة الذي يسود داخل البيت.³

لهذا يمكننا القول إن المصدر الأول والأساسي لعملية بناء المعارف لدى الفرد منذ نشأته هي الأسرة كونها الإطار المرجعي الأول للطفل، بحيث تكون عملية البناء مستمرة وبصورة انسيابية غير محددة بإطار مكاني أو زمني، لدرجة أنها تساهم في بناء شخصية الفرد وتثقيفه، خاصة وأن الفرد يعيش معظم مراحل العمرية وسط العائلة، الأمر الذي يجعله مهياً للقبول وللاستجابة لأي معرفة،

¹ طه عبد العاطي نجم، أنور بن محمد الرواس، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية، مجلة الدفاتر السياسية والقانون، مسقط- عمان، العدد 4، (جانفي، 2011)، ص46.

² ليلي عبد الستار علم الدين، تنمية الوعي السياسي لطلاب الجامعة في مصر -دراسة تحليلية-، مجلة التربية والتنمية، العدد 4، مصر، (أوت 1993)، ص19.

³ أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياس دوره في السياسة العامة، (القاهرة: دار غريب للطباعة، د.ت)، ص170.

لدرجة يكون هناك تأثير وتشابه كبير في المعرفة والقيم والاتجاهات والسلوكيات بين الآباء وأبنائهم، وتعمق من شعوره بالانتماء للمجتمع.

- **المؤسسات التعليمية:** تعد من الوسائل الرسمية التي تعمل على بناء المعرفي للأفراد، فإلى جانب الأسرة تعمل هذه المؤسسات على غرس قيمة المواطنة، فهي تلعب دورا إيجابيا في إمداد الطلبة بالمعلومات والخبرات التي تساعدهم في فهم مشاكل المجتمع والعمل على تثقيفهم سياسيا، فمن خلال المناهج والبرامج التعليمية التي تتبعها هذه المؤسسات يمكن للطلاب أن يكتسب مفاهيم سياسية تساعده في تطوير أفكاره سياسية، وتكوين اتجاهات سياسية، وبالتالي يمكننا القول أن المؤسسات التعليمية تساهم في رفع مستوى المعرفة السياسية للطلبة، وأنها تلعب دور فعال في صنع القرار السياسي في المجتمع.

- **وسائل الإعلام:** تعتبر وسائل الإعلام رافدا لا ينضب للمعرفة السياسية، إلا أن السنوات الأخيرة برزت وسائل الاتصال الاجتماعية بفضل طرحها للعديد من المعلومات السياسية باختلاف الآراء ووجهات النظر، وعدم تقيدها بأبعاد زمنية محددة للحصول على المعلومة وبثها، استطاعت استقطاب العديد من المتلقين بالأخص فئة الشباب لاستقاء معلوماتهم عن الأحداث والقضايا السياسية من خلالها، ومن تم الحكم عليها بالخطأ أو الصواب وبالتالي تكوين المعرفة السياسية.

أما بخصوص التأثيرات المعرفية للثقافة السياسية يمكن أن نقول لها جانبيين الإيجابي بحيث تؤثر زيادة المعلومات التي تطرحها وسائل الاتصال باختلاف أشكاله، على معتقدات الشباب فتجعله ملم بالأحداث السياسية ومدرک للقضايا السياسية التي تدور من حوله والتي تكون لها تأثيرات على مجتمعه، أو الجانب السلبي المتمثل في نقص المعلومات التي يتعرض لها المتلقي من خلال هذه الوسائل مما يؤدي إلى عدم كفايتها لدى الشباب لفهم الأحداث والوصول للتفسير الصحيح لهذه الأحداث.

2- البعد الوجداني للثقافة السياسية.

- المفهوم اللغوي للقيم: من قوم وقام المتاع بكذا أي تعدلت قيمته به. والقيمة الثمن الذي يقوم المتاع، أي يقوم مقامه، وقومت المتاع جعلت له قيمة. والقيمة في اللغة العربية تأتي بمعان عدة:
- معنى التقدير، فقيمة هذه السلعة كذا، أي تقديرها كذا.
- بمعنى الثبات على أمر، نقول فلان ما له قيمة، أي ما له ثبات على أمر.
- بمعنى الاستقامة والاعتدال، يقول الله تعالى: "إن هذا القرآن يهدي للتي هي أقوم" أي يهدي للأمر أكثر قيمة.¹

ونفس الشيء بالنسبة للغة الفرنسية فنجد أن القيم والتي هي جمع لكلمة القيمة Valeur لها معاني: الصلاح أو الصلاحية Validités، الكمية Valeur، والأهمية أي كل شيء له أهمية² Importance accordée a quelque chose.

يرى المنجد في اللغة والإعلام أن القيمة جمع قيم، وتعني الثمن الذي يعادل المتاع، وأن القيم هي كل ذي قيمة.³

أما ابن منظور يجد أن القيمة واحدة القيم وأصله الواو لأنه يقوم مقام الشيء، والقيمة ثمن الشيء بالتقويم تقاومه فيما بينهم، وإذا انقاد الشيء واستمرت طريقته فقد استقام لوجهه، ويقال كم قامت ناقتك أي كم بلغت.⁴

¹ جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم، ط1، (الأردن: الدار المنهجية للنشر والتوزيع، 2015)، ص77.

² La rousse de poche, La rousse édition miss a jour, (2003), p45.

³ يوسف المعلوف، وآخرون، المنجد في اللغة والإعلام، ط27، (بيروت-لبنان: دار المشرق، 1984)، ص664.

⁴ ابن منظور أبو الفضل جمال الدين، لسان العرب، الجزء الثاني، (بيروت- لبنان: دار صادر، د.ت)، ص500.

وبالنسبة لإبراهيم أنيس فيرى أن قيمة الشيء تعني قدره، وقيمة المتع تعني ثمنه، وجمع القيمة هو القيم. فيقال: مالي فلان قيمة أي ماله ثبات ودوام على الأمر، وأمر قيم أي مستقيم، ويقال هذا الكتاب قيم يعني ذو قيمة، أما بالنسبة للأمة القيمة فتعني الأمة المستقيمة المعتدلة.¹

- **المفهوم الاصطلاحي للقيم:** هي جزء من ثقافة أي مجتمع، التي لها قدرة على تحديد وتنظيم النشاط الاجتماعي لكافة أفراد المجتمع، إذ أكدت الدراسات أن كل الجماعات التي تمتلك قيم متشابهة يكون التفاعل بين أفرادها بدرجة أفضل من الجماعات التي تتكون دون اعتبار لنسق القيم لدى أعضائها.²

أما القيم بالمعنى الفلسفي تطلق على كل ما هو معياري مطلق لا يرتبط بزمن أو منفعة، والقيم متنوعة بتنوع موضوعها، فهناك قيم عقلية كالوصول إلى الحقيقة والموضوعية في الطرح والبعد عن المنفعة الشخصية، وهناك قيم اقتصادية كالربح والانتفاع والاستغناء عن الآخرين، ومثل ذلك القيم السياسية كالمنافسة الشريفة في الوصول إلى الحكم، وعليه فإن القيمة يقصد بها الأحكام المعيارية الموجهة للسلوك الجمعي نحو الخير التي تراه هذه المجموعة.³

فالقيم اصطلاحاً هي اتجاهات وميول الأفراد لأوضاع معينة تحركهم في البيئة المحيطة، أو هو اعتقاد وعمل فرد من منطلق معين، فيمكن من خلالها التعرف على اتجاهات بشكل أفضل،⁴ أي أنها

¹ إبراهيم أنيس، المعجم الوسيط، الجزء الثاني، (القاهرة: دار المعارف)، 1973، ص774.

² بشير معمري، التغيير في ارتقاء القيم لدى مجموعات عمرية مختلفة من الجنسين، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 15، دار الهدى، الجزائر، (جوان 2001)، ص8.

³ حسن الخطاف، منظومة القيم وتجلياتها في النظام الإسلامي السياسي، مجلة مقاربات، العدد 09، المجلس الإسلامي السوري، (يناير 2021)، ص16.

⁴ أسعد بن ناصر بن سعيد الحسن، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، العدد (169) الجزء (3)، جامعة الأزهر، مصر، (جوان، 2016)، ص331.

المبادئ والأفكار، والأفعال المقصودة التي يقوم بها الفرد أو الجماعة في الواقع الاجتماعية المختلفة، والتي تمثل معنى بالنسبة لهم، وتصبح معيار للحكم على الأشياء.¹

وتعرف أيضا بأنها مجموعة من القوانين والأهداف والمثل العليا التي توجه الإنسان سواء بعلاقته مع العالم المادي أو الاجتماعي أو السماوي،² ولعل تعريف تالكوت بارسونز في كتابه (الشخصية والبناء) يعد من أكمل التعريفات للقيم الذي عبر عنها كالتالي: "هي تصورات توضيحية لتوجيه السلوك في الموقف الانفعالي تحدد أحكام القبول أو الرفض تتبع من التجربة الاجتماعية وتتوحد بها الشخصية، وهي عضو مشترك في تكوين البناء الاجتماعي والشخصية الفردية، وقد تكون واضحة تحدد السلوك تحديدا قاطعا، أو غامضة متشابهة تجعل الموقف ملتبسا.³

- القيم السياسية:

بما أن السياسة هي بمثابة المفتاح لحل الأزمات، ولها دور في التوجهات الاقتصادية والاجتماعية عامة، ودور عام في الثقافة المجتمعية، فإن القيم السياسية تتحكم في تفاعلات المجتمع على كل المستويات الاجتماعية،⁴ فهي جانباً أساسياً من الثقافة العامة للمجتمع، تتضمن توجهات تنظم النشاط السياسي والاجتماعي لكافة الأفراد، لها أصول اجتماعية اقتصادية وثقافية، تكون مرتبطة بزمان معين، وتخضع للظروف التي يعيشها المجتمع، وتتطور بتطوره، لذلك نجد أن الاختلاف

1 محمد أحمد محمود إبراهيم، القيم الاجتماعية كما تعكسها ثورة كربلاء، (العراق: مركز الأبحاث العقائدية، 2012)، ص25.

² جبران مسعود، الرائد في اللغة، (بيروت، 1986)، ص470.

³ عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، ط1، (عمان-الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع)، 2014.

⁴ إيمان محمد عيد عطية، وآخرون، تأثير منظومة القيم السياسية على الفكر والنتاج المعماري في مصر، العدد 2، (أفريل 2022)، ص236.

في تشكيل المعايير والقيم وأنماط التضامن الاجتماعي نتيجة اختلاف بنية المجتمعات،¹ إذ تعتبر محور التصور الإيديولوجي والمرجع القياسي لمجموعة الأفكار والمبادئ المرتبطة بتطور العالم السياسي.²

فالقيمة السياسية هي اهتمام الفرد بالحصول على القوة والسيطرة، بهدف التحكم في الأشياء والأشخاص ويعبر عنها الفرد بالنشاط والعمل السياسي وحل مشكلات الجماهير، ويتمتع أفراد هذه القيمة بروح قيادية يستعطون التأثير على غيرهم، من هؤلاء الإداريين والسياسي،³ حيث يستخدمها للحكم على الأشياء المادية أو المعنوية، والمقصود بذلك أنها قدرة الفرد يحمل مبادئ وقيم سياسية على أداء دوره في العملية السياسية، وانتمائه للأحزاب والمنظمات السياسية القائمة، وتبيان موقفه اتجاه مختلف القضايا والمشكلات السياسية، والعمل على تغيير الواقع السياسي بما يخدم مصلحته ومصلحة مجتمعه.

وهذا ما أكد عليه تعريف الدكتور صلاح قنصوه بأنها: "اهتمام الفرد بالنشاط السياسي والعمل السياسي وحل مشكلات الجماهير"، بحيث يتميز الأفراد الذين تسود عندهم هذه القيمة بالقيادة في نواحي الحياة المختلفة ويتصفون بقدرتهم على توجيه غيرهم، ويسعون إلى السيطرة والتحكم في الأشخاص والأشياء.⁴

¹ حميد خروف، القيم من منظور اجتماعي، مقاربة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة منتوري قسنطينة، عدد 20، (سبتمبر 2003)، ص 70.

² أحمد فؤاد رسلان، نظرية الصراع الدولي، هيئة الكتاب، (القاهرة، 1986)، ص 120.

³ بوعطيط سفيان، القيم الشخصية في ظل التغير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، جامعة منتوري قسنطينة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم النفس العمل والتنظيم، 2011_2012)، ص 82.

⁴ صلاح قنصوه، نظرية القيمة في الفكر المعاصر، (لهاجرة-مصر: دار الثقافة، 1981)، ص 34.

كما تعرف بأنها: "المعايير التي من خلالها يتم تفضيل مختلف أشكال السلوك السياسي وطرق التدابير العامة للحياة، وتكون بارزة في مختلف المؤسسات السياسية مثل الدولة، السلطات، المؤسسات، الأحزاب السياسية، ومؤسسات المجتمع المدني، كالجمعيات، وتلك المعايير هي التي توضح للناس ما هو مصلحة مما ليس كذلك، وما هو حسن مما هو سيء، وما هو مشروع مما ليس مشروع،¹ فهي بمثابة بناء معرفيا أخلاقيا ينظم أفكار الفرد ومعتقداته وسلوكه اتجاه الذين يتفاعل معهم، وتمثل أهدافا مثالية حيث يسعى الأفراد للعمل وفقها، كما يسعى النظام السياسي إلى العمل على نشرها لتحقيق الاستقرار بين أعضاء المجتمع،² وقد تكون هذه القيم إيجابية أو سلبية لكل ما هو مرغوب أو غير مرغوب فيه، ويمثلها الفرد بصورة صريحة أو ضمنية تنعكس أثارها على سلوكه فتحدد مجرى حياته، وتتجلى من خلالها ملامح شخصيته.³

تعتبر القيم السياسية معيار الحكم على كل ما يؤمن به مجتمع ما من المجتمعات البشرية، ويؤثر في سلوك أفرادها، إذ من خلاله يتم الحكم على شخصية الفرد ومدى صدق انتمائه لمجتمعه بكل أفكاره ومعتقداته وأهدافه وطموحاته،⁴ وارتباط الأفراد بوطنهم يدفعهم إلى الاهتمام بقضايا مجتمعهم والمشاركة في الشؤون التي تخدم مصالحهم، فكلما زاد هذا الارتباط والانتماء للأمة، ازدادت المشاركة من قبل الأفراد من أجل السير في طريق التقدم الاجتماعي،⁵ لدرجة أنها تعكس الشعور بالهوية الوطنية والانتماء للوطن وتساهم في إعداد الفرد تجاه المشاركة السياسية.

¹ لخضر بن يحي، مفهوم القيم: دراسة دلالية ووظيفية، مجلة البلاغ الحضاري، العدد 10، (2021)، ص 26.

² سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم -دراسة ميدانية لطلاب مدارس الثانوية- ط1، (القاهرة- مصر: إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2004)، ص-ص 65-66.

³ أحمد علي كنعان، أدب الأطفال والقيم التربوية، (دمشق- سورية: دار الفكر، 1995)، ص134.

⁴ هبة المجدي المتولي علي، القيم التي تعكسها المسلسلات الأجنبية بقنوات الأطفال المتخصصة وأثرها على الطفل المصري، (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2018).

⁵ سعود الهلال الحربي، التربية والقيم السياسية، ط1، (الكويت: دار الناشر المتميز، 2002)، ص15.

فالقيم السياسية تعمل على تكوين الشخصية الاجتماعية للفرد وتوعيته سياسيا، بالتشجيع على ممارسة النشاط السياسي، من خلال البث في النفوس قوة محرّكة نحو المشاركات السياسية المختلفة والاهتمام بقضايا المجتمع.

وعليه يمكننا القول أن القيم السياسية ، تمثل جانبا رئيسيا من الثقافة السياسية للمجتمع، فهي من المحددات الرئيسية للسلوك السياسي، إذ تعمل على تنظيم النشاط السياسي لجميع الأفراد، تمثل المعتقدات، الأفكار، والمبادئ، والقواعد التي تعطي للأفراد حتى يكونون فاعلين داخل مجتمعهم، من خلال توجيه السلوك السياسي للفرد حتى يتوافق مع المصلحة العامة للمجتمع باعتبار أنها امتداد للسلوك الاجتماعي، كما أنها تعمل على تنظيم وتأطير العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع، بحيث تجعلهم كتلة واحدة تجنباً للتفكك والانحيار الذي قد يصيب المجتمعات، كما أنه تضبط علاقة المؤسسات ببعضها البعض، وعلاقتها بالأفراد، وتضبط علاقة الدولة بغيرها من الدول، لذا يسعى كل نظام سياسي إلى العمل على نشر القيم التي تتوافق مع المصلحة العامة لتحقيق الاستقرار داخل المجتمع.

3- البعد السلوكي للثقافة السياسية.

1 - الاتجاهات السياسية:

1 - الاتجاه اصطلاحاً: الاتجاه عبارة عن نزعة أو ميل إلى القيام أو رد فعل إيجابي أو سلبي أو محايد نحو الأشخاص أو الأفعال أو القيم والأفكار أو المعلومات أو الأحداث أو الأوضاع¹، ويكون هذا الميل والاستعداد منظم للاستجابة مرغوب أو غير مرغوب فيها تجاه موضوع أو حالة معينة.²

¹ جبريل بن حسن العريشي، مرجع سبق ذكره، ص 91.

² Niky Hayes: Foundation of psychology, (London: Thomas Nelson & Sons Ltd, 1996,) p603.

فمفهوم الاتجاه الذي ينتمي بالأساس إلى علم النفس الاجتماعي، عرفه عالم النفس "جوردن ألبورت" بأنه: حالة الاستعداد العقلي أو التأهب العصبي والنفسي، التي تنتظم من خلال خبرة الفرد، وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد، لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة في الجانب السياسي.¹

- **الاتجاه السياسي:** تعد الاتجاهات السياسية إحدى أبعاد الثقافة السياسية، ونتائج التنشئة السياسية، حيث تؤدي عملية تكوين الثقافة السياسية إلى بناء الموقف، والسلوك اللذين يتشكلان من خلال المعارف والقيم والعادات والمعتقدات.²

كما تعني حالة الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنتظم من خلاله خبرة الشخص وتكون ذات تأثير توجيهي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف.³

- **السلوك السياسي:** يعتبر من أهم مداخل علم السياسة الجديدة، فقد بدأ بإحياء الاهتمام السيكولوجي في الدراسات السياسية، حيث يدرس مساهمة الناس السياسية والاتجاهات والمعاني والقيم خلف التنظيمات السياسية والقانونية القائمة.⁴

- **المشاركة السياسية:** تشير موسوعة العلوم السياسية إلى أن المشاركة السياسية عبارة عن أنشطة إدارية يزاولها أعضاء المجتمع بهدف اختيار حكامهم وممثليهم والمساهمة في صنع القرارات

¹ محسن جابر، الثقافة السياسية وأثرها على النظام السياسي، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، العدد السابع، (2016)، ص 319.

² أمين المشاقبة، دينا شقير، نظريات التنشئة السياسية والثقافة السياسية، مجلة الهرم عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، (2017)، ص-ص 50-51.

³ محمد توفيق سلام، التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، (القاهرة- مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015)، ص 19.

⁴ عبد الكافي، إسماعيل عبد الفتاح، معجم مصطلحات عصر العولمة: سياسية، اقتصادية، اجتماعية، نفسية، إعلامية، (القاهرة- مصر: الدار الثقافية للنشر 2004)، ص 107.

والسياسات بشكل مباشر أو غير مباشر،¹ في حين ذهب عالم الاجتماع فليب برو إلى تعريفها على أنها: جميع الأنشطة الفردية أو الجماعية التي يقوم بها الأفراد وعن طريقها يتم التأثير على سير وعمل النظام السياسي.²

- ثالثاً: مصادر تكوين الثقافة السياسية.

يعتبر ارتفاع مستوى ثقافة الأفراد بمتغيرات الحياة السياسية، مطلب أساسي لتقدم المجتمعات سياسياً، وعلى اعتبار أن الثقافة السياسية هي مجموعة من المعارف، القيم، واتجاهات سياسية التي تتيح للفرد المشاركة في الحياة السياسية، وحل القضايا السياسية السائدة في بلده في بعض الأحيان، تعددت مصادر تكوينها، فنجد المؤسسات الأولية المتمثلة في الأسرة والمؤسسات التعليمية، والمؤسسات المباشرة المتمثلة في الأحزاب ومؤسسات المجتمع المدني، فضلاً على المؤسسات الإعلامية سواء كانت تقليدية أو جديدة (مواقع التواصل الاجتماعي)، والتي من خلالها يكتسب الفرد معلوماته، ويغرس بها قيمه، ويكون مواقفه واتجاهاته الفكرية والسياسية، التي تؤثر في سلوكه وممارساته السياسية.

1- المؤسسات الأولية: (الأسرة-المؤسسات التعليمية)

- الأسرة: تعتبر أول مؤسسة للتأهيل الاجتماعي يوجهها الفرد، ويعتبر التأثير السياسي أبرزها، بحيث تتدخل بشكل مباشر أو غير مباشر في تشكيل توجهات الطفل نحو السلطة، بحيث تزوده بمهارات التعامل السياسي، وتجعل أكثر استعداد للمشاركة بفاعلية في النظام السياسي، فمثلاً انصياح الطفل للقرارات الجماعية للعائلة يمكن أن توجه أدائه المستقبلي كتابع سياسي، كما أن مشاركته

¹ محمد محمود ربيع، إسماعيل صبري، موسوعة العلوم السياسية، (الكويت: جامعة الكويت، 1994)، ص14.

² باية بن جدي، السعيد ملاح: المشاركة السياسية كألية تحقيق التنمية السياسية والممارسة الديمقراطية في الوطن العربي، مجلة الحوار الفكري، المجلد 12، العدد 14، ديسمبر (2017)، ص640.

المبكرة في عملية صياغة القرارات العائلية قد تزيد من إحساس الطفل بالأهلية السياسية political competence، بحيث تشكل الأسرة التوجهات السياسية المستقبلية بالتأكيد على القيم الثقافية، والتعليمية، والانجازات المميزة، فقد أثر تزايد اهتمام النساء بالنشاط السياسي بعمق على وظيفة العائلة كعامل تأهيل اجتماعي وسياسي، الذي يزيد من معارفهم السياسية، والتزامهم السياسي، والانغماس بحماس في الحياة السياسية¹.

وكون أن الأسرة تعتبر هيئة اجتماعية، يمكننا القول إنها تعد من أقوى المصادر في تشكيل الثقافة السياسية، باعتبار أن هناك سهولة للوصول إلى أعضاء الأسرة المستهدفين، فهي أول وأهم مكان يتعرع فيها الفرد، كما أن عملية تلقين الفرد وتكوينه سياسيا هي عملية مستمرة تتم على مدار 24 ساعة، وبصورة تلقائية، فضلا على أهم سبب وهو الثقة الموجودة بين أفراد الأسرة والتي تفتح المجال للاستجابة والتقبل كل ما يتلقاه الأفراد الذين يتم تثقيفهم سياسيا، وهذا ما يجعل للأسرة دور قوي وفعال في التكوين السياسي، وبالتالي يجعل منها نقطة الانطلاق الأول نحو المجال السياسي لدى أفرادها.

- المؤسسات التعليمية:

تعتبر المؤسسة التربوية والتعليمية وحدة اجتماعية يساعد جوها بدرجة كبير في تشكيل إحساس التلميذ بالفاعلية الشخصية وتحديد نظرتها باتجاه البناء الاجتماعي القائم، بحيث تلعب دور مهم في عملية التثقيف السياسي، بواسطة المواد التي تدرس كالتاريخ والتربية الوطنية وهو ما يقود إلى تعريف الفرد بإنجازات حكومة بلده، وزرع مشاعر الحب والولاء الوطني، وتعميق إحساس الطالب بالفخر

¹ غابريال ألموند، بنجهامباويل، ترجمة هشام عبد الله، السياسيات المقارنة في وقتنا الحاضر نظرة عالمية، ط1، (الأردن: الدار الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، 1998، ص63).

والانتماء القومي،¹ فالأشخاص المتعلمون هم أكثر إدراكاً لأثر الحكم على حياتهم، وهم أكثر اهتماماً بالسياسية، ولديهم معلومات أوفى عن العملية السياسية ويلتزمون بتشكيل أوسع من النشاطات في سلوكهم السياسي، وقد أثبتت آثار التعليم هذه في دراسات عن التوجهات السياسية عند أمم عديدة.

تساهم المدرسة في تغيير النظام الثقافي التقليدي من خلال التنقيف السياسي والنظام المدرسي ذاته، عن طريق تدريس مقررات تزرع بالعناصر الثقافية الجديدة التي يدعو لها النظام. خاصة لو كان المدرس مؤمناً بقيم النظام السياسي، فهذا يعطيه القدرة على غرسها في نفوس الطلاب والعكس صحيح.² فيمكننا القول أن المؤسسات التعليمية تعتبر من أبرز الأبنية التي يعول عليها النظام السياسي للاضطلاع بمهمة تعديل قيم واتجاهات الأفراد كي تصبح ملائمة للتغيير السياسي والاجتماعي المطلوب.³ فلا يخفى على أحد أن المؤسسات الثقافية والتربوية كالمدارس، والمعاهد، والجامعات، والمكتبات، والمراكز البحث العلمي، لها دور مؤثر في نشر الأفكار والقيم الوطنية والقومية، وترسيخها في نفوس المتعلمين، وحثهم على الالتزام بها والتصرف بموجبها، كما يمكنها التصدي للتحديات العقائدية والفكرية التي تواجه الوطن العربي.⁴ فالجامعات مثلاً تعد أهم المؤسسات

¹ ثامر كامل محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، دراسة معاصرة في إستراتيجية إدارة السلطة، ط1، (الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2004)، ص128.

² كمال المنوفي: مفهوم الثقافة السياسية -دراسة نظرية تأصيلية- مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية، 2008، د.ب، ص42.

³ ثامر كامل محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، -دراسة معاصرة في إستراتيجية إدارة السلطة، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2004، ص128.

⁴ إحسان محمد الحسن، علم الاجتماعي السياسي، (الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 2005)، ص267.

الوطنية المؤهلة للقيام بدور سياسي وطني لأنها تجمع أكبر عدد من المثقفين الطلاب والأساتذة، ولقد ارتبط تاريخ الجامعات منذ نشأتها بتاريخ الحركات الثقافية والوطنية.¹

لكن في ظل التحديات التي تفرضها العولمة الثقافية وتنوع مصادر تشكيل الثقافة السياسية، لابد للمؤسسات التعليمية في مجتمعاتنا العربية أن تقدم دورها بالشكل المطلوب بدأ بالمواد والدروس المقدمة، وصولاً إلى الرسائل الجامعية المطروحة، والأنشطة التي تقوم بها كالملتقيات والمؤتمرات العلمية، وذلك لتثقيف الشباب سياسياً، خاصة هذه الفئة التي تحتاج إلى جرعات توعوية تعينها على رفع مستوى إدراكهم المعرفي بالقضايا السياسية، وترسيخ قيم سياسية تساعد في رفع الوعي بمدى أهمية المشاركة في العملية السياسية، من خلال تزود الشباب بميكانيزمات ومهارات التفكير السليم للتعامل مع القضايا السياسية المعقدة، والبحث عن الحلول.

2- المؤسسات المباشرة: (الأحزاب السياسية-جماعات الضغط)

يعرفه هارولد لازويل Harold Lasswell الحزب السياسي بأنه: "المنظمة المختصة بتقديم المرشحين والقضايا السياسية تحت اسمها في الانتخابات".²

يمكن أن يوضح لنا هذا التعريف مدى مساهمة الأحزاب السياسية في بناء التوجه المعرفي للثقافة السياسية، وذلك من خلال تزويد المواطنين بالمعلومات السياسية التي تمكنهم من إدراك بعض المفردات السياسية، ومعرفة أسماء المؤسسات السياسية والأدوار التي تقوم بها، ومساعدتهم في تكوين رؤية واضحة عن الأحداث والقضايا السياسية.

¹ عبد الرزاق محمد أبو جزر، دور الفضائيات الفلسطينية في تعزيز الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة، (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر غزة، كلية الأدب والعلوم الإنسانية، برنامج دراسات الشرق الأوسط، غزة، 2011)، ص 42.

² علي محمد شمش، العلوم السياسية، (لبيبا: الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع، 1997)، ص 86.

كما أنها تعمل على غرس مجموعة من القيم والمعايير السياسية والاتجاهات العامة بين المواطنين من خلال عملها الحزبي والشعبي، فهي تعمل على جذب المواطنين نحو الاهتمام بالمسائل العامة بدلا من الفردية، وتعمل على غرس أنماط سلوكية تتعلق بالعملية السياسية، ومنها تعلم ممارسة الديمقراطية، بما فيها انتخابات، ومحاورات ونقاشات، وتقبل الرأي الآخر، والعمل الجماعي للتوصل إلى نتائج سياسية¹.

فالأحزاب السياسية تعتبر من المؤسسات الهامة التي تقوم بهذا الدور من خلال تكوين رؤية المواطن نحو المجتمع والسياسة عبر صحافتها أو ما تقوم به من نشاط تثقيفي². القائم على دورين دعم الثقافة السياسية السائدة، وخلق ثقافة سياسية جديدة³.

تشكل الأحزاب السياسية قناة رئيسية لنقل المعلومات السياسية إلى الأفراد من خلال نشاطاتها المختلفة، فهي تساهم في زيادة الوعي السياسي، وتوفير الفرص للمواطنين لفهم القضايا السياسية والنقد البناء للمؤسسات السياسية⁴، فهي تعد من المصادر الأساسية التي من خلالها يكتسب المواطنون معلومات سياسية شاملة، وذلك من خلال الاجتماعات، المؤتمرات، المنشورات، ووسائل الإعلام التي تستخدمها الأحزاب، فيتعرف الفرد على السياسات والبرامج الحزبية، ما يساعدهم على اتخاذ قرارات مستنيرة في الانتخابات والمشاركة السياسية بشكل عام، فتعزز هذه المعرفة قدرة الأفراد على فهم

¹ عبد الرحمن حمدي عبد المجيد، الأحزاب السياسية ودورها في تعزيز الثقافة السياسية والديمقراطية، (مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع، 2018)، ص 65.

² إيمان محمد محسن، وظائف الأحزاب السياسية في نظم التعددية المقيدة دراسة حالة التجمع في مصر، (مصر: مؤسسة الأهل للنشر والتوزيع، 1995)، ص 52.

³ عبد الرحمن حمدي عبد المجيد: مرجع سابق، ص 65.

⁴ سعيد عبد الله: الأنشطة الحزبية ودورها في نشر الثقافة السياسية، مجلة الدراسات الاجتماعية والسياسية، العدد 12، (2018)، ص 113.

القضايا السياسية المعقدة والتفاعل معها،¹ خاصة وأن هذه الأحزاب تقوم بتوظيف الحملات الانتخابية لنشر المعرفة السياسية، من خلال تسليط الضوء على البرامج والسياسات التي تتبناها خلال هذه الحملات، مستعينة بوسائل الإعلام المختلفة، والملصقات لتوجيه الرسائل السياسية إلى الجمهور، فضلا على المناظرات السياسية بين الأحزاب التي تعد مناسبة هامة لزيادة المعرفة والوعي بالقضايا السياسية.²

لكن دور الحزب في مضمار التغيير الثقافي رهن بالإيديولوجية والتنظيم الحزبي والقيادة الكارزمية، فلا بد للحزب من إيديولوجية غير محافظة (إيديولوجية تنشد تحويرا جذريا) حتى يكون قادرا على خلق الثقافة السياسية الجديدة، فكلما ارتبط الحزب بالقيادة كارزمية كلما زادت مقدرته على إحداث التطوير الثقافي المنشود.³

ويمكن القول إن دور الأحزاب السياسية في زيادة المعرفة السياسية لا يتوقف عند تقديم البرامج الانتخابية فقط، بل يشمل تدريب الأفراد على فهم العملية السياسية والتفاعل مع القضايا السياسية، فتعد الأحزاب السياسية من أبرز المؤسسات الفاعلة في أي نظام سياسي، حيث تمثل الآلية التي يتم من خلالها تنظيم الأفكار والمصالح السياسية للأفراد والجماعات، فهي تعمل على تنمية المعرفة السياسية لدى أعضائها بصفة خاصة، والمواطنين بصفة عامة، الأمر الذي يساهم في تكوين ونشر الثقافة السياسية بين فئات المجتمع المختلفة.

¹ حسين البدوي، الحزب السياسي والمشاركة السياسية، تأثير الأحزاب في نشر الوعي السياسي، مجلة السياسة والحكم، العدد 20، (2017)، ص 26.

² سعيد عبد الله، الأنشطة الحزبية ودورها في نشر الثقافة السياسية، مرجع سبق ذكره، ص 118.

³ كمال المنوفي: مفهوم الثقافة السياسية -دراسة نظرية تأصيلية-، مرجع سبق ذكره، ص 47.

3- المؤسسات الإعلامية (التقليدية والجديدة).

تعد المؤسسات الإعلامية من أبرز العوامل المؤثرة في تشكيل المعرفة السياسية لدى الأفراد، وذلك من خلال إتاحة فرصة الوصول إلى المعلومات السياسية، ما يساعد على فهم الأحداث السياسية.

إذ تعتبر وسائل الإعلام أهم مصدر لتشكيل الثقافة السياسية عند الأفراد، فهي بمثابة مؤسسات ثقافية فاعلة تساهم في صياغة موقف الرأي العام المتوافق مع الطبيعة الثقافية للمجتمع وبلورة معارفه السياسية واتجاهاته وقيمه وتحديد وجهة تفكيره السياسي،¹ من خلال تقديم مجموعة من الأخبار والمعلومات على مدار 24 ساعة، إلا أن هذه معلومات كانت مفلترة باعتبار أن وصولها كان مرتبطا بالسياسة التحريرية للقنوات الإعلامية وتوجهاتها، الأمر الذي يحد من رفع مستوى المعرفة السياسية لدى الجمهور المتلقي.

لكن مع ظهور ما يسمى بالإعلام الرقمي، ووسائل الإعلام الجديدة بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي استطاع المتلقي إشباع رغباته حول الأحداث والأخبار والمعلومات السياسية، وهذا ما أكدت عليه الدكتورة مروة محمد عبد المنعم التي ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي واكبت الأحداث والتطورات الحاصلة في العالم بوجه عام، فأصبحت وسيلة ماثرة في تشكيل الثقافة السياسية، كما دفعت الشعوب نحو الاطلاع على أنماط مختلفة للعلاقة بين المواطن والسلطة، وسياسيات الحكم.²

وذلك من خلال توسع الوصول إلى المعلومات السياسية، فالمواقع الاجتماعية تعد أداة قوية لنقل المعلومات السياسية بشكل فوري وسريع إلى عدد كبير من الأفراد، فبفضلها أصبح بإمكان الأفراد الاطلاع على الأحداث السياسية الوطنية والدولية بمجرد وقوعها، فإمكانية الوصول الفوري إلى

¹ قزادري حياة: الصحافة والسياسة، (الجزائر: مؤسسة طاكسيج كوم للنشر، 2008)، ص5.

² مروة محمد عبد المنعم، الثقافة السياسية والاستقرار السياسي: دراسة حالة دولة الإمارات العربية المتحدة (2004-2020)، مجلة كلية السياسية والاقتصاد، العدد الحادي عشر، (جويلية 2021)، ص15.

الأخبار والتحليلات يساعد بشكل كبير في زيادة اهتمام المواطنين بالقضايا والأحداث السياسية، وبالتالي زيادة في المعرفة السياسية.¹

فإذا لاحظنا في وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية نجد أن التدفق المستمر للمعلومات صعودا ونزولا من قبل هذه المؤسسات سواء التقليدية أو الجديدة عمل على تزويد المواطنين بالمعلومات السياسية، بحيث لعبت دور مهم في تكوين المعارف السياسية، وترسيخ القيم السياسية لديهم، الأمر الذي ساعد المواطن وبشكل كبير في بناء ثقافته السياسية، لكن وعلى الرغم من المزايا الكبيرة لوسائل الإعلام في تعزيز المعرفة السياسية، إلا أن هناك تحديات تواجه هذا الدور، وتتمثل في وجود المعلومات المظلمة والأخبار الكاذبة التي يتم تداول في مواقع التواصل الاجتماعي والتي من شأنها التأثير وبشكل سلبي على زيادة المعرفة السياسية، خاصة في الدول الأقل حرية وديمقراطية، لهذا نأمل بتقديم محتوى سياسي صادق بعيد عن التزييف، خاصة في ضوء التغيرات السريعة التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال، فأصبح لازم على المؤسسات الإعلامية العربية أن تضطلع بدور كبير في رفع مستوى المعرفة السياسية بتقديم معلومات سياسية كافية للمواطن تشبع رغباته، وهذا لإعداد جيل مثقف سياسي قادر على الاندماج والمساهمة في الحياة السياسية.

رابعا: المفاهيم المشابهة للثقافة السياسية.

إن مفهوم الثقافة السياسية يتداخل مع الكثير من المفاهيم والمصطلحات السياسية الأخرى، مثل الوعي السياسي، التنشئة السياسية، والتنمية السياسية، فكل منهم يتقفا على مفهوم مشترك بينهما وهو المعتقدات والمبادئ المتعلقة بالنظام السياسي، ولكن هناك فروقات بين هذه المفاهيم تتجسد في النظرة

¹ Shirky C, The Political Power of Social Media, Foreign Affairs, p45.

الخاصة لكل مفهوم، فحسب مفهوم الوعي السياسي، أما الثقافة السياسية هي إفراز لهذا الوعي وتنتظر لهذه المعتقدات التي ترتبط بالنظام السياسي، بصورة شاملة وواقعية.

ولعل العلاقة بينهما تظهر من خلال التساؤل الذي يفرض نفسه على كل من يتصدى لدراسة الثقافة السياسية وهو كيف تتشكل الثقافة السياسية في المجتمع؟ ولماذا تختلف القيم والاتجاهات السياسية داخل المجتمع الواحد؟ ولعل تفسير ذلك يعود إلى التباين في طبيعة التنشئة السياسية التي يتلقاها الأفراد والجماعات.

1- التنشئة السياسية:

- التعريفي اللغوي للتنشئة: في قاموس لسان العرب لابن منظور أنها من فعل نشأ ينشأ ونشوءا ونشاء ونشأة وأنشأ الله الخلق أي ابتداء خلقهم، والناشئ هو الحدث الذي جاوز حد الصغر، والشاب الذي بلغ قامة الرجل، وارتفع عن حد الصبا إلى الإدراك أو قرب منه، فنشئ وأنشئ أي ربيا ويقال نشأه يعني رباه.¹

- التعريفي الاصطلاحي للتنشئة: يعود استعماله كمصطلح في بداية الأربعينات من القرن العشرين، حيث استخدمه كل من أوجبون ونيمكوف سنة 1940 في كتابهما "علم الاجتماع" وكان لظهور هذا المصطلح وشيوع استعماله في الدراسات الاجتماعية كبديل لمصطلح التعليم Education، مما جعل استخدام مصطلح التعليم ينحصر ويقل بريقه القديم، وهذا التحول يعد نقلة هامة في المنظور الاجتماعي، ويعبر عن الانتقال من الفيلسوف الأخلاقي إلى العالم الاجتماعي،² فالتنشئة كمصطلح يطلق على عملية توجيه الكائن البشري الذي يولد عاجزا وجاهلا، واكتسابه لثقافة

¹ أبو الفضل جمال الدين محمد بن منظور، لسان العرب، المجلد الأول، (بيروت-لبنان: دار صادر للنشر، د.ت)، ص-ص 170.171.

² خالد عطا الله عبد الحق زغراد، تأثير التنشئة السياسية لحركة الإخوان المسلمين على السلوك السياسي لأفرادها، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 04، العدد 3، (2021)، ص 783.

الجماعة التي يعيش بينهما، وطرق السلوك، والتفكير فيها حتى ينمو ليصبح فردا يقوم بدوره الفعال كعضو في جماعته.¹

- التنشئة السياسية

مفهوم التنشئة السياسية، وجد اهتمام ملحوظ من جانب العديد من علماء السياسة والاجتماع والنفس، فهناك من يرجع جذور الاهتمام بالتنشئة السياسية إلى أفكار أفلاطون، والتي ركز فيها على أهمية تربية النشئ في المدينة الفاضلة أو في المجتمع اليوناني القديم، أم في العصور الحديثة، فقد اهتم الكثير من علماء السياسة من أمثال تشارلز ميريham **C. Merriam**، الذي حاول أن يتعرف على كيفية حدوث عمليات التنشئة السياسية، في العديد من الدول الأوروبية خلال القرن العشرين على غرار ألمانيا، فرنسا، وبريطانيا.²

أما في القرن الثامن عشر أكد روسو على ضرورة الاهتمام بالتنشئة السياسية، فإلى غاية الخمسينيات من القرن العشرين لم يتبلور مفهوم التنشئة السياسية، وكان يتداخل مع مفهومي التعليم والتربية، واهتم به فيما بعض علماء الاجتماع والنفس، ويعتبر هيربرت هايمان **Herbert Hyman** أول من صاغ هذا المصطلح سنة 1959 في كتاب **Politicalsocialization** وأكد أن الاهتمام به جاء مصاحبا للدراسات المتعلقة بالسلوك السياسي.³

فتعرف التنشئة السياسية على أنها إحدى الوظائف الهامة للنظام السياسي حيث أنها تسهم في الحفاظ على الهوية السياسية للمجتمع وتسهم في تحقيق تماسك الجسد السياسي كما أنها تشكل مصدرا

¹ نورا مسعد نايف وادي، الصحافة المسجدية في محافظات غزة ودورها في التنشئة السياسية، (رسالة تخرج لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة-فلسطين، 2014-2015)، ص 89.

² عبد الله محمد عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 446.

³ كريمة عدمان، حماش لحسين، التنشئة السياسية من منظور علم النفس الاجتماعي، مجلة المفكر، المجلد 05، العدد 02، (2021)، ص 485.

من مصادر توليد الخبرات السياسية التي يحتاج إليها النظام السياسي في قيامه بعمله،¹ بحيث تختلف طبيعة التنشئة السياسية من مجتمع لآخر حسب الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة، فهي مرتبطة بحد كبير بطبيعة النظام السياسي السائد وما يتبناه من إيديولوجيا وسياسيات وأساليب في تنظيم حياة الناس وتوجيههم نحو أهدافه، لذلك لا تأخذ نفس النمط والأسلوب، وإنما تختلف طرقها وأساليبها باختلاف الظروف السياسية والاقتصادية.²

كما عرفها فيصل السالم بأنها: كيفية تعلم الفرد المعايير الاجتماعية عن طريق مختلف مؤسسات المجتمع، ومحمد علي محمد يعرفها على أنها: عملية مستمرة ودائمة لا تتوقف عند مرحلة الطفولة أو المدرسة، فالخبرات السياسية للفرد مع الحكومة والأحزاب عوامل هامة في تحقيق التنشئة السياسية، أما عبد الهادي الجوهري يرى أنها: شرطا ضروريا لنشأة الفرد داخل المجتمع السياسي، مثل المشاركة السياسية.³

وتعرف أيضا على أنها: عملية استقرار الثقافة السياسية ومحصلتها النهائية هي مجموعة من الاتجاهات والمعارف والقيم والمستويات والمشاعر نحو النظام السياسي وأدواره المختلفة، وبالتالي هي العملية التي من خلال تتشكل القيم والمواقف والمهارات السياسية التي تنتشر في أوساط المجتمع،⁴ ومن خلال هذه العملية يكتسب الفرد معلومات ومشاعر ومعتقدات متنوعة تساعد على فهم وتقييم

¹ محمد سعد أبو عامود، النظم السياسية في ظل العولمة، ط1، (الإسكندرية- القاهرة: دار الفكر الجامعي، 2008)، ص28.

² علي مصباح محمد الوحيشي، دور الإعلام الجديد في التنشئة السياسية، دعم ثقافة المواطنة، ترسيخ الثقافة الدستورية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد16، (2015)، ص280.

³ عبيد رشيد، صوالحية منير، التنشئة السياسية في الأحزاب الجزائرية الواقع والتحديات، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 04، العدد 03، (2021)، ص1043.

⁴ كريم بلقاسي، التنشئة السياسية والمواطنة، مجلة الحضارة الإسلامية، العدد 24، (2014)، ص162.

والارتباط بالبيئة السياسية المحيطة به وبالتالي تساعده في النضوج السياسي،¹ حيث تسعى كافة مؤسسات المجتمع (الأسرة، المدرسة، وسائل الإعلام، وغيرها) من خلالها إلى إكساب الفرد المعايير الاجتماعية والسياسية المختلفة.²

تعددت تعريفات التنشئة السياسية بقدر تعدد من تناولها إلا أنه يمكن أن نشمّلها في اتجاهين رئيسيين هما³:

4- الاتجاه الأول: يرى أنها عملية يتم بموجبها تلقين الفرد القيم والمعايير والأهداف السلوكية المستقرة في ضمير المجتمع بما يضمن بقاءها، حيث عرفها كينيث لانجتون الذي يقول إنها تعبر في أوسع مضامينها عن كيفية نقل المجتمع لثقافته السياسية من جيل لجيل.

5- الاتجاه الثاني: ينظر إليها أنها عملية يكتسب من خلالها الفرد تدريجياً هويته الشخصية التي تسمح له بالتعبير بحرية، ويرى التنشئة كمؤشر لتعديل الثقافة السياسية السائدة في المجتمع، أو خلق ثقافة جديدة، ومن أتباع هذا الاتجاه تشارلز هارنجتون الذي يرى أنها تعني بعملية تعلم القيم والاتجاهات السياسية ذات المغزى السياسي.

ومنه يمكن تحديد أساسيات مفهوم التنشئة السياسية في العناصر التالية⁴:

- التنشئة السياسية في جوهرها عملية تعلم.
- عملية مستمرة بتعرض لها الفرد من الطفولة إلى الشيخوخة، وبدرجات متفاوتة.

¹ مولود زايد الطيب، التنشئة السياسية دورها في تنمية المجتمع، ط1، (عمان - الأردن: المؤسسة العربية الدولية للتوزيع، 2001)، ص12.

² سمير خطاب، مرجع سبق ذكره، ص28.

³ محمود حسين إسماعيل، التنشئة السياسية دراسة في دور أخبار التلفزيون، ط1، (القاهرة - مصر: دار النشر للجامعات، 1997)، ص22.

⁴ قنفود مرزاق، دور الأحزاب في عملية التنشئة السياسية في دول المغرب العربي دراسة مقارنة بين حزبي حزب جبهة التحرير الوطني والتجمع الدستوري الديمقراطي التونسي، (رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2011-2012)، ص41.

- التنشئة السياسية شرط ضروري لنشاط الفرد داخل المجتمع السياسي.

يمكننا القول إن الترسيم لقيم الثقافة السياسية يعتمد على مجموعة من الشروط الأساسية أهمها نشر الوعي السياسي، والتنشئة السياسية من خلال استحضار دورها المحوري في التربية واكتساب ثقافة سياسية، فمن خلال التنشئة السياسية ننقل الثقافة السياسية ونتوارثها.

وإذا بحثنا على جوهر العلاقة بين الثقافة السياسية والتنشئة السياسية نجدها تكمن فيما يلي:

تمثل الثقافة السياسية مجموعة من القيم والأفكار والمعتقدات السياسية التي توجد في مجتمع ما تميزه عن غيره من المجتمعات، وترتبط التنشئة السياسية بالثقافة السياسية ارتباطاً عضوياً، وتمثل هذه الأخيرة النسق العام الذي تتفاعل فيه التنشئة وتستمد منه مضمونها الاجتماعي والسياسي.¹

2- الوعي السياسي.

- مفهوم الوعي: هو المعرفة والإدراك والتنبه والفهم للنفس والعلم الخارجي ولانتماء الاجتماعي، وينتج عن التأمل للعالم الموضوعي والعمل والفعل الاجتماعي بكل أوجهه، ويؤدي إلى اتخاذ مواقف فردية وجماعية عملية، أي أنه مرتبط بالسلوك، وتلعب اللغة دوراً مهماً في عملية الوعي،² أي أنه حالة عقلية تشمل إدراك الفرد لذاته وللبيئة المحيطة به، وينتج عن تفاعل مستمر بين التأمل العقلي والممارسة الاجتماعية، ويعد سلوك الإنسان انعكاساً لهذا الوعي، بينما تلعب اللغة دوراً محورياً في تشكيله والتعبير عنه ضمن السياق الاجتماعي والثقافي.

¹ صبيحة عبد اللاوي، أثر التنشئة السياسية على الممارسة الديمقراطية، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 07، العدد 01، (مارس 2022)، ص 179.

² رمضان بن بخمة، شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، المجلد 01، العدد 01، (2015)، ص 239.

ويعرف أيضا على أنه الرؤية الشاملة بما تتضمنه من معارف وقيم واتجاهات تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ومشكلاته منها والتي تدفعه للتحرك من أجل تغييرها.¹ يعكس هذا التعريف الوعي كأداة تحليلية تمكن الفرد من فهم واقع مجتمعه، بما فيه من قضايا وتحديات، ويمنحه دافعا ذاتيا للتحرك نحو التغيير. فهو ليس مجرد إدراك نظري، بل وعي ناقد يقترن بالفعل والإصلاح.

ويشار إلى الوعي بوصفه حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلي أو وجداني، وتأسيسا على هذا يتجلى الوعي الإنساني في صور شتى تتباين بتباين المجال المدرك أو موضوع الوعي، ويعرف الإنسان أشكال متنوعة من الوعي، كالديني الأخلاقي، السياسي،² حيث يوضح هذا التعريف أن الوعي يتشكل بحسب ما يدركه الإنسان، فهو ليس موحدًا بل تتعدد صورته بحسب السياق، فقد يكون وعيا دينيا أو سياسيا أو أخلاقيا، مما يعكس تنوع اهتمامات الفرد واستجاباته لما يحيط به.

وعليه يمكن تقديم تعريفات للوعي حسب بعض التخصصات:

- **التعريف النفسي:** شعور الكائن الحي بنفسه أو محيطه، تقسم مظاهر الوعي إلى المعرفة، الوجدان، والإرادة.

- **التعريف الاجتماعي:** إدراك الفرد لنفسه والبيئة المحيطة به، والوظائف الفعلية والجسدية فضلا على إدراك خصائص العالم الخارجي على أساس أنه عضو في جماعة، ويكون نتيجة للفعل الاجتماعي.

¹ إبراهيم محمد علي مرجونة، الحجاز في العصر الإسلامي، ط1، (مصر: دار التعلم الجامعي، دت)، ص43.

² خالد هدار، سعاد عيساني، دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 04، العدد 02، (2019)، ص299.

- التعريف الفلسفي: عرفه جون لوك بأنه إدراك ما يخطر بعقل الإنسان، وانعكاسات

لملاحظات الشخص.¹

أما الوعي السياسي: فهو مصطلح مركب من كلمتين الوعي ونعني به إدراك الفرد والسياسي ونعني به المجال الدراسة، أما الوعي السياسي فهو إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الإقليمي والدولي، ومعرفة الظروف السياسية التي تحيط به، والقوى الفاعلة ومؤثرة في صناعة القرار وطنيا وعالميا.² أي أن يكون لدى الفرد فهم لما يحدث في بلده والعالم من تطورات سياسية، وأن يدرك كيف تتخذ القرارات ومن يؤثر فيها، إضافة إلى معرفة طبيعة التفاعلات بين القوى السياسية المختلفة وتأثيرها على حياته اليومية ومستقبل المجتمع.

كما تم تعريفه على أنه معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته، وقدرته على التصور الكلي للواقع المحيط به كحقيقة كلية مترابطة العناصر، وليس كوقائع منفصلة، وقدرته على تجاوز خبرات الجماعة الصغيرة التي ينتمي إليها ليعانق خبرات ومشكلات المجتمع السياسي الكلي.³

يمكن تفسيره أيضا كعنصر رئيسي في التعاطف لأنه يدور حوله في الأساس ما يشعر به الفرد اتجاه السياسية العامة والحكومة، كما أنه يعزز وعي الشعب بأعمال الحكومة السياسية، وقد يكون

¹ عثمان فضل السيد أحمد فضل السيد، مستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، مجلة الرائد في الدراسات السياسية، المجلد 02، العدد 04، (2021)، ص90.

² ماهر حوامدة، محمد أمين حامد، دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى طلبة المدارس، مجلة العلوم التربوية، المجلد 45، العدد 04، (2018)، ص25.

³ خالد هدار، سعاد عيساني، دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 04، العدد 02، (2019)، ص300.

فعالا لصانعي السياسات لأنه يثير الوجدان السياسي للمواطنين، بحيث يعتقد العديد من العلماء أنه مصدر لزيادة المشاركة السياسية التي تعتبر فعالة لتنمية الدول.¹

وبالتالي هو حالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة، ويتخذون من هذه القضايا موقفا معرفيا ووجدانيا في أن واحد.²

يعكس الوعي السياسي رؤية استيعابية للأفراد تجاه قضاياهم السياسية، التي تشمل معرفتهم السياسية ومستوى وعيهم بالمفاهيم السياسية التي تؤثر بشكل فعال وإيجابي في القضايا السياسية والاجتماعية، مما يؤدي في النهاية إلى التغيير الإيجابي المنشود، فقد أشار العديد من الباحثين إلى أنه من غير المنطقي أن نحكم على مستوى الوعي السياسي الفردي دون قياس درجة معرفته السياسية، كما يمكن قياسه من خلال مستوى الدافع لديه للمشاركة السياسية وليس من خلال اهتمامه بالأحداث السياسية.³

فهو أحد المفاهيم المرتبطة بالمعرفة السياسية للناس في أي مجتمع، يمثل الفهم الأساسي للناس للعمليات السياسية في مجتمعهم المحلي أو الدولي، وتعتبر التغيرات السياسية التي تحدث وتأثيرها السلبي والإيجابي من أهم العوامل التي تحدد مستويات الوعي السياسي للأفراد في المجتمع، وقد ازداد الاهتمام الفردي بمفهوم الوعي السياسي بشكل كبير في العديد من البلدان لما له من أهمية، خاصة في المجتمعات الديمقراطية.

¹ Emmanuel Opeyemi Olowo, Role of social networking and media in political awareness in public, iosr journal of mobile computing & application, volume 5, issue 4, (2018), p6.

² رأفت مهند عبد الرزاق، عبد الرزاق الدليمي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43، ملحق 02، (2016)، ص 1301.

³ Ra'ad Abdel Kareem al-Awamleh, Nader Ibrahim Bani Nasur, Mohammad-Nour Husai, Bani Irshid, Political Awareness AmongThe Hashemite University students, Human and Sciences, Volume 47, No.03, (2020), p315.

فبالنظر إلى تعريف كل من الثقافة السياسية والوعي السياسي نذكر أن الثقافة السياسية هي إفراز للوعي السياسي، ومنتج تراكمي له، ومن ثم نجد أن العلاقة بينهما علاقة شراكة، وتغذية متبادلة، وتأثير متبادل، فالوعي السياسي الراهن يصب في الثقافة السياسية، والثقافة السياسية تشكل قاعدة معرفية للوعي السياسي.¹

ولعل العلاقة بينهما تظهر من خلال التساؤل الذي يفرض نفسه على كل من يتصدى لدراسة الثقافة السياسية وهو كيف تتشكل الثقافة السياسية في المجتمع؟ ولماذا تختلف القيم والاتجاهات السياسية داخل المجتمع الواحد؟ ولعل تفسير ذلك يعود إلى التباين في طبيعة التنشئة السياسية التي يتلقاها الأفراد والجماعات.

3- التنمية السياسية:

- مفهوم التنمية:

حسب تعريف الأمم المتحدة فالتنمية هي "مجموعة من الوسائل والطرق التي تستخدم من أجل توحيد جهود الأهالي والسلطات العامة، بهدف تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي في المجتمعات القومية والمحلية، والعمل على خروجها من عزلتها، لتشارك بشكل إيجابي في الحياة القومية وتساهم في التقدم العام للبلاد."²

فيما ذهب هوبوس L.T. Hobhouse في كتابه Social Development إلى أن التنمية مفهوم شامل ومعقد حيث يشتمل على زيادة الإنتاج بحيث يؤدي ذلك إلى تلبية المتطلبات الجديدة والعدالة في التوزيع ووفرة الخدمات لكل مواطن كما تعني أيضا دعم العلاقات الإنسانية باعتبارها تنمية

¹ فايد العليوي، الثقافة السياسية ف دول مجلس التعاون الخليجي، د.ط، رؤية تركية، (2015)، ص178.

² علي غربي وآخرون، تنمية المجتمع من التحديث إلى العولمة، ط1، (القاهرة-مصر: دار الفجر النشر والتوزيع، 2003)، ص32.

الناس في علاقاتهم المتبادلة بين الأفراد، وهي حركة إدارية تعتمد على المزيد من الخبرة والتجربة والمعرفة على أسس علمية لدعم الرخاء والرفاهية للشعوب.¹

ويؤكد لوسيان باي على أهمية الاتصال في عملية الاتصال باعتبارها وسيلة يمكن للمجتمع من خلالها تعلم المهارات والأفكار والعلاقات والاتجاهات، وعلى فعاليته ودوره في عملية التنمية التي تتحقق وتعزز عندما يجد الأفراد في وسائل الاتصال ما يربط بينهم وبين هويتهم،² وخيار قرار التنمية هو بالأصل خيار قرار سياسي، فالتنمية في جوهرها "تخطيط والتخطيط بدوره هو إرادة سياسية تتبع من مفهوم الاختيار من جهة والفاعلية النظامية من جهة أخرى" ومن ثم فإن مشكلة التنمية أولاً وقبل كل شيء هي مشكلة سياسية. وبذلك تكون المؤسسات السياسية هي المسئولة نظرياً وعلمياً عن اتخاذ قرار التنمية.³

- التنمية السياسية: بدأت الملامح الأولى لظهور مفهوم التنمية السياسية تتضح في أعقاب الحرب العالمية الثانية وأوائل الخمسينيات من القرن الماضي، نتيجة لاتساع دوائر البحث العلمي وامتداد نشاط الدارسين خارج نطاق العالم الغربي ليشمل مجتمعات العلم الثالث، وكذلك بسبب الثورة التي أحدثتها المدرسة السلوكية في معطيات البحث في العلوم السياسية والعلوم الاجتماعية، وبالتالي

¹ عبد النبي عبد الله الطيب، الإعلام والتنمية مشكلات وقضايا، ط1، (الهرم، القاهرة- مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014)، ص.ص 21- 22.

² عبد الغفار رشاد القصبي، الاتصال والتنمية السياسية، ط1، (البحرين: معهد البحرين للتنمية السياسية، 2008)، ص-ص 40-41.

³ وداد غزلاني، التنمية السياسية، إشكالية المفهوم والتوظيف في الفكر الغربي والعربي، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 09، (2014)، ص 27.

اتخذ مفهوم التنمية السياسية أبعاداً نظرية ومنهجية أفرزت ظهور عدة اجتهادات وتصورات لتحديد مفهوم التنمية السياسية.¹

واختلف تعريفها، بحيث استعلا هذا المفهوم هنتجتون Hintington ودومينجيز Domingez، بعدة طرق²:

1- **التعريف اللغوي:** ويعني ربطها بالتحديث السياسي أي أنها تشير إلى عملية الانتقال من المرحلة التقليدية إلى المرحلة العصرية الصناعية، وعليه فهي عبارة عن النتائج السياسية للتحديث.

2- **من حيث المقصد:** تعني الانتقال إلى الأهداف المرجوة التي يراها النظام السياسي مثل الديمقراطية، الاستقرار، الشرعية، المشاركة، التعبئة، العدالة والحرية.

3- **التعريف الوظيفي:** يقصد به اكتساب النظام نفس مميزات العملية السياسية في المجتمع الصناعي الغربي المعاصر، وما يرتبط بهذه الخصائص من مؤسسات وعمليات وممارسات وقيم سياسية متطورة.

أما نبيل السمالوطي فقد قدم مؤشرات للدلالة على مفهوم التنمية السياسية مثل³:

– تحقيق المساواة، أي المساواة بين جميع المواطنين وهذا على اختلاف المواطنين اختلاف أصولهم وانتماءاتهم.

– مشاركة الجماهير في صنع القرارات ديمقراطياً، وهذا بتوفير نظم برلمانية والمؤسسات الدستورية والقانونية.

¹ الحسين وآخرون، التنمية السياسية ودورها في الاستقرار السياسي في دولة الكويت خلال فترة 2000، (الأردن: دار المنظومة الرواد في قواعد المعلومات العربية، 2019)، ص14.

² ياسين ربوح، الأحزاب ودورها في التنمية السياسية بالجزائر (1996-2008)، (رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، الجزائر، 2009)، ص.ص 47-48.

³ بياضي محي الدين، تأثير العولمة على التنمية السياسية في المغرب، (أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم السياسية، بسكرة، 2018-2019)، ص106.

- عدم تجميع السلطات في يد شخص أو مجموعة والفصل بينهما.
- حق الجماهير في الاعتراض والمتابعة والمراقبة لأجهزة السلطة، ويكون من خلال المؤسسات الشرعية.

- نمو قدرات الجماهير على إدراك مشكلاتها الحقيقية والتعامل معها بصورة رشيدة وتحقيق وحدة المجتمع وتكامله السياسي، بواسطة نظم شبه سياسية أكثر كفاءة.

ومن خلال ما تقدم يمكن استخلاص سمات التنمية السياسية على النحو التالي:

- 1- عملية طويلة، يعني تتطلب فترة طويلة للانتقال من المجتمعات التقليدية إلى المجتمعات الحديثة.

- 2- عملية تطويرية تمر بمراحل، ترتبط بالجوانب الوظيفية والبنائية والثقافية.

- 3- عملية ديناميكية أي أنها مستمرة لا تتوقف عند حد معين من أجل تحقيق التقدم.

- 4- عملية غرضية تتضمن حكماً تقويمياً، أي أنها تتطلع إلى تحقيق تحولات في كافة جوانب الحياة السياسية.

- 5- عملية ترتبط بعامل الإرادة، وهذا يأتي من أن السياسة في جوهرها ترتبط بشكل مباشر أو غير مباشر بصنع القرارات التي تؤثر في مختلف جوانب الحياة.¹

وإذا بحثنا على جوهر العلاقة بين الثقافة السياسية والتنمية السياسية نجد أنها تكمن فيما يلي: تمثل الثقافة السياسية مجموعة من القيم والأفكار والمعتقدات السياسية التي توجد في مجتمع ما تميزه عن غيره من المجتمعات، أما التنشئة السياسية ترتبط بالثقافة السياسية ارتباطاً عضوياً، وتمثل هذه الأخيرة النسق العام الذي تتفاعل فيه التنشئة وتستمد منه مضمونها الاجتماعي والسياسي.

¹ هاشم أحمد العيسمي، أثر الإصلاح الاقتصادي على التنمية السياسية: دراسة مقارنة، المغرب والأردن 2001-2017، د.ط، (الأردن: دار المنظومة الرواد في قواعد المعلومات العربية، الأردن، 2019)، ص-ص 36-37.

الفصل الثالث: العلاقة بين الفيسبوك وتنمية الثقافة

السياسية، في ظل الممارسة الافتراضية.

- أولاً: مفهوم الفيسبوك والتطور التاريخي له
كموقع اجتماعي.

- ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي ورفع مستوى
المعرفة السياسية لدى الشباب.

- ثالثاً: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز
القيم السياسية لدى الشباب.

- رابعاً: تأثير الفيسبوك على الاتجاهات السياسية.

أولاً: مفهوم الفيسبوك والتطور التاريخي له كموقع تواصل اجتماعي.

1- الفيسبوك كموقع اجتماعي.

عبارة عن موقع اجتماعي على الانترنت يستجيب لخدمة بسيطة وهي بناء العلاقة بين مستخدمي الانترنت، إذ يسمح لمستخدميه بنشر المحتوى وتبادل الرسائل مع بعضهم البعض، ويعتبر ثاني أكثر مواقع الويب زيارة في العالم بعد Google، وهو الموقع الأكثر استخداماً في العالم من قبل عامة الناس، ومن قبل المختصين¹

هو أشهر موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت يساعد الأشخاص على الاتصال بالآخرين مجاناً، إذ ينشئ المستخدمون ملفاً يتضمن صوراً واهتمامات شخصية ويتبادلون رسائل عامة وخاصة ويقومون بتكوين مجموعات من الأصدقاء لتبادل الآراء والأفكار،² إذ يعتبر من أكبر شبكات التواصل الاجتماعي يتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين كالشركات أن يبرزوا أنفسهم وأن يعززوا مكانتهم عبر أدوات الموقع، والتواصل مع الأشخاص الآخرين ضمن نطاقه.³ ويعد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً، حيث يرتاده حوالي ملياري مستخدم حول العالم شهرياً.⁴

¹ Mathieu Troillet, Avantages et inconvénient des réseaux sociaux, en particulier "facebook", pour la promotion dans les secteurs socioprofessionnels, mémoire pour l'obtention du diplôme ES De maitre-esse, p6

² سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، (الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2020)، ص8.

³ وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، (الخرطوم-السودان: مدونة شمس النهضة، 2010)، ص06.

⁴ حسن أحمد قمحية، مرجع سبق ذكره، ص25.

2- الفيسبوك من منظور تاريخي.

انطلق الموقع بمسماه الحقيقي (feedback) في فبراير 2004، وهو موقع يتبع شركة الفيسبوك الخاصة، يسمح بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع تصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية محددة أو مدرسة معينة، كما أنه يعمل على تكوين مجموعات من الأصدقاء، ويساعدهم على تبادل المعلومات والصور ومقاطع الفيديو، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، ويساعد على الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع نفسه، أما تسمية Facebook مرجعها يعود إلى اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالاغتراب.¹

فكرة إنشاء الموقع الاجتماعي فيسبوك ترجع إلى مارك زوكربيرج وهو طالب جامعي، وقد لقي إقبال هائل، بحيث بلغ عدد مشتركيه في ديسمبر من عام 2004، مليون مشترك، وبعد مرور عام فقط وصل عدد مستخدميه إلى خمس ملايين ونصف مليون مشترك، ليرتفع عددهم إلى 12 مليون مشترك في ديسمبر 2006، وسجل في عام 2007 وجود أكثر من 70 مليون شخص، أما في أبريل 2008 فاق عدد مشتركيه فيه 120 مليون،² وفي جويلية 2009 شهد موقع فيسبوك نموا سريعا، بحيث أعلن مسؤول الموقع مارك زوكربيرج أن الفيسبوك جمع 300 مليون مستخدم من انطلاق

¹ رقاد حليلة، أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة اللغوية للطلبة الجامعيين، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، مستغانم، 2016-2017)، ص 11.

² ليلي أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، (عمان، الأردن: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2012)، ص ص 50-51.

الموقع من عام 2004، ليصل إلى 400 مليون مستخدم بعد أقل من سنة وبتحديد في جانفي

2010.¹

3- آليات التواصل عبر الفيسبوك وأبرز خدماته.

3-1 آليات التواصل.

- الرسائل: تتيح هذه الخاصية فرصة لكل فرد يمتلك حساب على الفيسبوك إرسال الرسائل سواء للأشخاص المتواجدون في قائمة الأصدقاء، أو لم يكن في القائمة.²، حيث تعد خاصية الرسائل إحدى أبرز أدوات التواصل الفوري التي يوفرها موقع فيسبوك لمستخدميه، حيث تمكن الأفراد من تبادل الرسائل النصية والصوتية، بالإضافة إلى الصور ومقاطع الفيديو، في بيئة تفاعلية وسهلة الاستخدام. وتتيح هذه الخاصية للمستخدمين إرسال واستقبال الرسائل مع الأفراد المدرجين ضمن قائمة الأصدقاء، وكذلك مع غير الأصدقاء، وذلك وفقا لآلية تصفية تعتمد على إعدادات الخصوصية وخوارزميات النظام.

- التعليقات: هي آلية من آليات التواصل تساهم في التفاعل مع المحتوى عبر الفيسبوك ويصبح مرئيا بشكل أكبر، إذ تعد أداة تواصل مباشرة لتفاعل مع الأصدقاء، أو مع صفحات إخبارية، سياسية، دينية. أو مع الشخصيات المشهورة كالسياسيين، رجال الدين، الرياضيين، الفنانين، وغيرهم، حيث أن المتابعين أصبحوا بإمكانهم التواصل مع هؤلاء الشخصيات من خلال مشاركة التعليقات التي يتم كتابتها على المنشورات.

¹ مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي -دراسة في موقع الفيسبوك-، ألفا للوثائق، قسنطينة-الجزائر، (2015)، ص165.

² ماهر عودة الشمالية، وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، (عمان -الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015)، ص212.

وفي الكثير من الأحيان تكون هذه التعليقات أهم من المنشور الأصلي، لأنها تعطي للقارئ نظرة سريعة عن الموضوع، ووجهة نظر الرأي العام عنه.

فضلا على ميزة تصنيف التعليقات بحيث بإمكان أي مستخدم تشغيل ميزة تصنيف التعليقات تلقائيا، بمعنى أن التعليقات الأكثر ملائمة له ستظهر أولا، أو التعليقات التي تحصل على أكبر عدد من الإعجاب، أو الردود، أو تعليقات الأصدقاء الأكثر تفاعل مع المنشورات.

- **الإعجاب:** تعتبر من الإيماءات السريعة والسهلة للتواصل مع الآخر، وقد أصبحت تضم أكثر من اختيار، فضلا على زر أعجبنى، تم إضافة زر أضحكني، زر أحزنني، زر أغضبني، لذا كل شخص بحاجة إلى تحديد مشاعره بدقة أكثر قبل أن يختار الإيماء المناسبة لشعوره، وتعتبر كلها آلية من آليات التواصل والتفاعل مع الأصدقاء الصفحة، أو المجموعات والصفحات التي يتبعه المستخدم، فإذا ضغط أحدا على زر لايك فيعتبر رد إيجابي على المنشور، فكأنه يقول مثلا أعجبنى هذا المنشور، وأوافق عليه، وأدعمه، أما إذا ضغط على زر أغضبني فيعتبر رد سلبي على المنشور، فكأنه يقول لم أعجب بهذا المحتوى، ولا أوافق عليه، ولا أرغب في دعمه، وإذا قمت بكتابة منشور على صفحتك خاصة إذا كان عام، فإنه تبعا للإعدادات الافتراضية، يستطيع أي شخص تسجيل الإعجاب به، حتى لو لم يكن ضمن قائمة الأصدقاء، والإعجاب سمح للمستخدمين بتأييد أو اعتراض على المحتوى، فيمكن اعتباره بديلا لمستويات أعمق من التفاعل.

- **الإشارة Tags:** متاحة هذه الخاصية في الصور والفيديو والنوت وتعني إمكانية لفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم بذكر الاسم المستعمل في الفيسبوك، في صورتك أو مقطع الفيديو المحمل عبر الفيسبوك، أو أي منشور على حسابك أو على الفيسبوك، وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي

تحديث جديد في الصورة مثلاً،¹ يعني أنها تسمح للمستخدمين وضع علامات التي تقوم برفعها إلى حساب على فيسبوك، وتدل هذه العلامة على أن أصدقائك موجودين في الصورة بحيث تظهر هذه الصورة في صفحة أصدقائك المعلن عليهم فيها، ولكن المشكلة أن الكثير من المستخدمين يستعملون هذه الخاصية لتنبية الآخرين بالصورة من دون أن يكونوا موجودين، أو بدون أخذ موافقتهم.² وتتم استخدام الإشارة Tag أي إضافة علامة إلى شخص ما في منشوراتك، أو منشورات أصدقائك، أو منشورات في المجموعات والصفحات، بدأ بكتابة اسمه مع التأكد من كتابة الحرف الأول من اسمه بأحرف كبيرة، أو كتابة رمز @ ثم كتابة اسم الصفحة، ثم اختر ملفه الشخصي من القائمة التي تظهر.

3-2 التفاعلية كأبرز خدمة للفيسبوك:

كلمة التفاعلية Interactivity مركبة من كلمتين في الأصل اللاتيني inter وتعني بين أو فيما بين، و actives وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه يترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية بما معناه ممارسة بين إثنين أو تبادل وتفاعل بين شخصين.³ تعد التفاعلية من أهم وأبرز السمات التي تتميز بها وسائل الإعلام الجديدة، بل إن تلك الوسائل يشار إليها في العديد من الكتابات العلمية بالوسائل التفاعلية تمييزاً لإمكانياتها التقنية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية التي تعني من ضعف وندرة التفاعلية.⁴

¹ وائل مبارك خضر فضل الله، المرجع نفسه، 2001، ص16.

² شفيق حسنين، مواقع التواصل الاجتماعي، (القاهرة: دار الفكر، 2014)، ص185.

³ مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، ط1، (عمان- الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015)، ص133.

وتعرف بأنها: "اتصال مزدوج الاتجاه يحدث بين مستخدمين إثنين أو مجموعة من المستخدمين، أو يجري بين بين المستخدم والآلة، ويتم في بيئة واقعية أو افتراضية تمكن من تبادل الرموز الصوتية أو المرئية أو كليهما معا.¹

فهي الأدوات والتطبيقات التي تتوفر في المواقع الاجتماعية، وتتيح للمستخدم أكبر قدر من المشاركة في عملية الاتصال والاختيار الحر من المحتوى والتفاعل معه، كما تتيح للمرسل والمستقبل الرد والاستجابة.²

وبالتالي تتيح للمستخدم الحرية الكاملة في انتقاء المواد الإعلامية المقدمة له من المواقع الاجتماعية حسب رؤيته الخاصة التي قد تلتقي أو لا تلتقي مع رؤية مقدم هذه المواد، وتسمح له التفاعلية أيضا بمناقشة هذه المواد مع المنتجين والمستخدمين وتأييد هذه المواد أو رفضها أو عرض وجهة نظره تجاهها بكل حرية ودون قيود.³

وهناك أربع خصائص اتصالية للتفاعلية تتسم بها وسائل الإعلام الجديدة وهي:⁴

1. تغير أسلوب الاتصال.

¹ شيرين سلامة السعيد الدسوقي، العوامل الاتصالية المؤثرة على التفاعلية لدى مستخدمي فيسبوك، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 16، (أكتوبر 2018) ص2.

² حاتم علي حيدر، استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العامة في اليمن، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015)، ص46.

³ عبد الله سليمان أبو بكر، استخدام التفاعلية في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو المحتوى الصحفي، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، مصر، 2017)، ص-ص 5-6.

⁴ Peters, Linda: The New Interactive Media, One to One but Whom to Whom? Marketing Intelligence & Planning, 16(n01), p24.

2. الوجود الاجتماعي.

3. التحكم في محتوى الاتصال.

4. التحكم في طريقة الاتصال.

فالفرد في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك مثلا يكون مستقبل وقارئ، مرسل وكاتب ومشارك، فهي تعطي حيزا للمشاركة الفعالة من المشاهد والقارئ.

- أنماط التفاعل: أكد بيلز أن للتفاعلية أنماط مختلفة تتمثل في¹:

- التفاعل السلبي: يضم عدد من المراحل تتميز بالاستجابات السلبية والتعبيرات الدالة على عدم الموافقة.

- التفاعل الايجابي: وهو الاستجابة الإيجابية وتقديم المساعدة أو تشجيع الأفراد وتوطيد التماسك والتفاعلات، وفي هذه الحالة يكون التأثير من فرد إلى آخر ومن جماعة إلى أخرى.

- التفاعل المحايد: يضم المراحل المتعلقة بالأسئلة والأجوبة وطلب المعلومات عن الأفراد وإبداء الرأي والتفسيرات.

وعليه يمكننا القول أن هذه الخدمة أضافت بعدا جديدا لأنماط وسائل التواصل الاجتماعية، فغيرت في طبيعة الجمهور، ألغت سلبية الفرد في التعامل مع المعلومات والمضامين الإخبارية، فانتقل من مجرد متلقي إلى صانع محتوى، وذلك من خلال التعليقات على الأخبار، أو إعادة نشر الصور والفيديوهات المنشورة، أو المشاركة في كتابة الأخبار ونشرها، وبالتالي يمكن اعتبار أن الفيسبوك ساهم في تحويل الاتجاه الإعلامي من خطي (أي من المرسل إلى المتلقي) إلى ثنائي الاتجاه، بحيث يسمح

¹ عبد الله رشدان، اجتماع التربية، د.ط، (عمان - الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999) ص171.

لطرفي العملية الاتصالية بتبادل الأدوار، كما استطاع إلغاء سيطرة وسائل الإعلام التقليدية على المادة الإخبارية.

4- إيجابيات وسلبيات الفيسبوك:

1- الإيجابيات:

1-1 مجانية الاستخدام: واحد من أكبر إيجابيات الفيسبوك هي مجانية الاستخدام، حيث سمح للملايين من الأشخاص حول العالم بالتواصل مع بعضهم البعض، والبقاء على اتصال مع الأصدقاء والعائلة، فعلى سبيل يسمح Messenger للمستخدمين بالردشة فأي وقت وفي أي مكان.¹

1-2 سهولة التواصل: من أبرز الإيجابيات التي يقدمها الفيسبوك هي سهولة التواصل بين الناس، حيث يتيح القدرة على الاتصال الصوتي والمرئي وبشكل دائم مع جميع الأصدقاء القدامى القريبين بالمسافة والبعدين، وكذلك الجدد من مختلف الدول، فضلا على إمكانية بناء العلاقات، وتبادل الآراء والأفكار مع الآخرين، بطريقة أكثر مرونة وسهولة، مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية.

1-3 تكوين الصداقات: يتيح موقع الفيسبوك للمستخدمين الفرصة لتكوين صداقات جديدة والتواصل بين المستخدمين من خلال إمكانية إضافة بعضهم إلى قائمة الأصدقاء والتفاعل مع المنشورات، بالإضافة إلى إمكانية التواصل مع بعض عن طريق الدردشة والمكالمات من خلال تطبيق Messenger.² والاطمئنان على أخبار الأقارب والأصدقاء غير الافتراضيين.

¹ محمد سالم دويل، ما هي سلبيات وإيجابيات الفيس بوك على الشباب والمجتمع، ط1، (دار السعد، 2022)، ص2.

² ألاء مشهور الزين، تأثيرات شبكة الفيسبوك في السلوك الاجتماعي لدى الطلبة الجامعات الأردنية -دراسة ميدانية-، (رسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ديسمبر 2024)، ص13.

1-4 سرعة الحصول على المعلومات: جعل الفيسبوك عملية الحصول على المعلومات والأخبار سهلة، وعملية تداولها سريعة، وطريقة تقديمها سهلة الفهم، وذلك من خلال متابعة أخبار الشخصيات المشهورة، كالشخصيات السياسية، الاقتصادية، والفنية، وأخبار المؤثرين، والعاملين في المجالات الدينية والاجتماعية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء الشخصيات حسابات على الفيسبوك ينشرون من خلاله أخبارهم، أفكارهم، وجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا.¹

1-5 ربط المستخدمين بالعلامات التجارية: فمن خلال الصفحات والمجموعات، يمكن للمستخدمين متابعة شركاتهم المفضلة والانضمام إلى محادثات حول الموضوعات ذات الصلة، وقد سمح ذلك للشركات بالوصول إلى جمهور أكبر وبناء علاقات مع عملائها، كما يوفر الفيسبوك أيضا منصة رائعة للشركات للإعلان عن منتجاتها وخدماتها.²

2- السلبيات: إن سوء استخدام موقع الفيسبوك من قبل المستخدم يترتب عنه العديد من السلبيات نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

1-2 التنمر الإلكتروني: هو ظاهرة وسلوك استفزازي انتشر مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، على رأسها الفيسبوك، حيث يستغل الشخص هذا الموقع بهدف ممارسة العنف اللفظي، والمضايقة من قبل بعض الأشخاص السيئين، إذ غالبا ما يخفون هويتهم الشخصية، باستخدام حسابات مزيفة وأسماء مستعارة، فالفيسبوك يسهل على هؤلاء الأشخاص إيذاء أشخاص آخرين بطرق متعددة، من الشتائم، التحقير، السخرية، إطلاق الألقاب، وفي بعض الأحيان يصل الأمر إلى التهديد، والتشهير، ويكون ذلك من خلال التعليقات، أو إرسال رسائل عدوانية.

¹ لعجال عفيفة، الإعلام الجديد وظاهرة الفيسبوك بين تأثير وتزييف الوعي الجماهيري، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 08، العدد 01، (جانفي 2023)، ص281.

² محمد سالم دويل، مرجع سبق ذكره، ص2.

2-2 الإدمان على الفيسبوك وهدر الوقت: أصبح غالبية مستخدمي الفيسبوك أشبه بالأسرى لهواتفهم النقالة، بحيث يقضي المستخدمون جل أوقاتهم في تصفح الملفات الشخصية للمستخدمين، والصفحات والمجموعات المشاركين بها، وتبادل التعليقات، ومشاهدة مقاطع ريلز، مما يؤدي إلى هدر الوقت خاصة لفئة الشباب والطلبة الجامعيين، بحيث ينشغلون عن دراستهم ومستقبلهم الأمر الذي يؤدي إلى إضعاف تحصيلهم العلمي وتراجع دراستهم.

كما يؤدي هذه الإدمان أيضا إلى الكثير من المشاكل النفسية، والمشاكل الصحية التي تسبب العظام، والعمود الفقري، نتيجة الانحناء الدائم على الأجهزة لأوقات طويلة.

2-3 انتقال الحياة الاجتماعية من الواقع إلى المواقع: بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الذي أفرادها أدمنوا استخدام موقع الفيسبوك، والتواصل على المجتمعات الافتراضية،¹ إذ ساهم الفيسبوك بشكل كبير في ضعف الحياة الاجتماعية، وقلة التواصل الفعلي بين الناس، وقد وصل الأمر إلى العلاقات الأسرية، إذ سبب العديد من المشاكل والتشتت الأسري.

2-4 انتهاك خصوصية المستخدمين: فسياسة إدارة الفيسبوك واضحة في مجال حماية خصوصية المستخدمين، فعند فتح أي شخص حساب على الفيسبوك، فإدارة الفيسبوك تعطي شروط للمستخدم من ضمنها عدم ضمان خصوصية المستخدمين، وقد عبروا عن ذلك بما يلي: "رغم أننا نتيح لك ضبط خيارات خصوصية تحد الوصول إلى صفحتنا، الرجاء الانتباه إلى أنه لا توجد تدابير أمنية مثالية أو غير قابلة للاختراق، فلا يمكننا التحكم بتصرفات المستخدمين الآخرين الذين قد اختاروا

¹ لعجال عفيفة: مرجع سبق ذكره، ص 281.

مشاركة صفحاتك ومعلوماتك معهم لذا لا يمكننا أن نكفل، ولا نستطيع أن نكفل أن محتوى المستخدم الذي ننشره على موقع لن يشاهده أشخاص غير مرخصين".¹

- ثانيا: مواقع التواصل الاجتماعي ورفع مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب.

إن التطورات والتغيرات السياسية التي عاشها المجتمع الجزائري عامة، والشباب الجزائري خاصة، الذي يعتبر أكثر شريحة في المجتمع، عاشت مختلف مراحل الحكم من الاستقرار السياسي إلى الصراعات السياسية، وجد نفسه ضمن سياق عالمي جديد أفرز وسائل جديدة لإنتاج ونشر المعلومات وتبادلها، وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، التي باتت من أكثر وسائل الإعلام الجديدة تأثيرا وقبولا لدى الشباب، وأكثر وسيلة تبت وتنتشر الأخبار، مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية التي غالبا ما تفرض على الجمهور المتلقي رؤية تتماشى مع سياستها التحريرية، لاسيما أن الشباب بحاجة لمعرفة ما يدور حوله من أحداث سياسية.

وفقا لذلك فإن تنوع وتعدد وسائل الإعلام تعد من المتطلبات الأساسية لرفع مستوى معرفة الشباب بقضايا مجتمعه، والتحديات التي تواجههم، وعلى هذا الضوء سنحاول معرفة مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي-باعتبارها وسيلة إعلامية جديدة- من خلال المضامين السياسية المنشورة، في تزويد الشباب الجامعي بالمعلومات والمعرفة السياسية. ويتلخص السؤال في: ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في رفع مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي؟

1- مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لنشر الأخبار السياسية:

لا شك أن مواقع التواصل الاجتماعي أضعفت بيروقراطية الإعلام التقليدي، وسيطرة الشركات المالكة للقنوات الإعلامية على الأخبار المنشورة، من خلال تحرير المتلقي من وسائل التوجيه

¹ عوكي أوليغ، فايسبوك للجميع، ط1، (بيروت-لبنان: الدار العلمية للعلوم ناشرون، 2009)، ص65.

الإعلامي، والقضاء على احتكار المعلومات، لدرجة أن الخبر بات يصل إلى الصحفي من شبكات التواصل الاجتماعي مثله مثل أي مواطن عادي، ويمكن تلخيص دور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لنشر الأخبار في ثلاث نقاط¹:

- أولاً: تسهيل الحصول على المعلومات وهي لا تزال جديدة من مصادرها المباشرة.
- ثانياً: تسهيل إيصال المعلومات إلى الجمهور دون التحكم في مرورها، وتوفير المعلومات الصحيحة.

- ثالثاً: التمكن من إيصال الرسالة الإعلامية بالشكل الذي يريده المرسل، دون تدخل موجه من أبطرة الإعلام، وحرية انسياب الإعلامي وتسريع وصول المعلومات، مع حرية انتقاء المعلومات التي يراها أقرب إلى الحقيقة.

2- المستخدم وعلاقته بصناعة المحتوى السياسي:

لا شك أن مواقع التواصل الاجتماعي تمكنت إلى حد بعيد من فتح الانسداد في سياسيات الإعلام التقليدي نظير ما وفرته للمستخدم من حرية لتلقي الأخبار التي تشبع حاجاته الإعلامية والمعرفية من جهة، والمشاركة في صناعة الأخبار ونشرها من جهة أخرى، لدرجة أن دور المتلقي لم يعد يقتصر على فهم وتفكيك رموز الرسائل الاتصالية فقط، وإنما صناعة محتوى، وقد أطلق على هذه الممارسة عدة تسميات على غرار الإعلام التشاركي، صحافة المواطن، وغيرها من الأسماء.

فقد عرفت صحافة المواطن بأنها: الصدفة التي جعلت من المواطن قادراً على توثيق حدث ما وقع أثناء تواجده في المكان، ومع وسائل التواصل التكنولوجية المتاحة للجميع استطاع هذا المواطن

¹ علي عبد الفتاح، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، (عمان - الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر، 2019)، ص124.

أن يتحول إلى مراسل من الميدان ناقلا للمعلومات للفضاء الإلكتروني،¹ فالمواطن هنا يقوم بدور الصحفي الذي ينقل الأخبار من مواقع الأحداث الحية مستخدما كافة الوسائل التكنولوجية المتاحة لعرض الخبر بصورة واقعية.²

فمع ظهور ما يسمى بصحافة المواطن تحولت صناعة ونشر المحتوى الإخباري من الكل إلى الكل بعدما كان بث المعلومة يتم من الفرد إلى المجموعة، فلم يعد الصحفي الوحيد القائم على عملية إنتاج الأخبار، بل أصبح بإمكان المواطنين باختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية المساهمة في تشكيل وإنتاج الأخبار ودعمها بالصور والفيديوهات الحية ونشرها، وهذا ما أكد عليه موقع الأخبار اوماي نيوز Ohmy News، الذي أطلق في العام 2000 في كوريا الجنوبية، والذي يعتبر من أشهر نماذج صحافة المواطن الذي تقوم فكرته على "إزالة الوسيط" بين القارئ والصحيفة، أي إلغاء المحررين والصحافيين، ليكون بذلك القراء هم من يحررون الأخبار والمقالات وهم من يقرأها ويقيمونها. تحت شعار: "الصحافيون ليسوا فصيلا فريدا من البشر، وأي مواطن باستطاعته أن يكون مراسلا صحفيا"³.

ففي ظل الرؤى الحديثة للعمل الإعلامي لم تعد مواقع التواصل الاجتماعي تقتصر على اهتمام الجمهور بالتواصل فقط بل باتت فضاء جديدا للعمل السياسي، فأصبحوا رجال السياسة يفضلون نشر أخبارهم على شبكات التواصل الاجتماعي قبل إرسالها إلى القنوات الإعلامية، بل ويستثمرونها في

¹ تلا حلاوة، صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية، (مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت)، 2015، ص 06.

² حسني نصر، وسائل الإعلام الجديدة: أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج للصحافة الإلكترونية، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع)، 2013، ص 121.

³ فتيحة بوغازي، الرأي العام الإلكتروني في ظل الإعلام الجديد: صحافة المواطن نموذجا، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 17، (2016)، ص 115.

إنتاج المعنى المتضمن في الخطاب الاتصالي بدون أن يصاحب ذلك نقاش حول أخلاقيات المهنة، وهذا ما يوضح الدور الكبير الذي تلعبه هذه المواقع الاجتماعية، إذ باتت تحتل أهمية كبيرة كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار، ووسيلة لكتابة ونشر الأخبار ودعمها بالصور والفيديوهات الحية، لدرجة أصبح الفرد يملك وسيلته الخاصة للتعبير عما يحلو له من المضامين والأخبار على نطاق عالمي ليتحول بذلك من متلقي للأخبار إلى صانع وناشر المحتوى.

3- الفيسبوك كمصدر للمعلومات والأخبار السياسية:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز وأسرع وسائل الإعلام الجديد التي أحدثت تغييرات جذرية في طريقة الحصول على الأخبار والمعلومات، وفي السنوات الأخيرة أصبحت هذه المواقع المصدر الرئيسي للعديد من الأفراد للحصول على الأخبار لاسيما السياسية، والتفاعل معها، من خلال استغلال إمكانيات الإنترنت للوصول إلى جمهور واسع في وقت قياسي.

فمواقع التواصل الاجتماعي لعبت دورا مهما في تقديم المعلومات والأخبار المتعددة والمتنوعة، والتي تتميز بالكثرة والضخامة، فهي توفر حالة من الغنى بالمعلومات تمنح المستخدمين فرصة لتبني أفكار جديدة غير واردة في خاطرهم، وكذلك عرض أفكارهم على الآخرين، كما وفرت للشباب فرصة للحصول على المعلومات بسهولة، وتبادل الأفكار وإعادة دور الشباب بعد أن فقدوه لفترة طويلة في إطار انحسار المعلومات لدى النخبة، وانحسار التحرك العام لدى قادة الرأي في المجتمع.¹

وباعتبار أن هذه المواقع الاجتماعية على غرار تويتر وفيسبوك ويوتيوب تعتبر أحد وسائل الإعلام الجديد فقد أكد بعض الباحثين أنها تمكن الجمهور من معرفة الكثير من القضايا والأحداث من

¹ الصديق الصادقي العامري، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، مجلة مركز السلطان قابوس العالي للثقافة والعلوم، ضمن أعمال مؤتمر أسبوع التقارب والوثام الإنساني - الرابع، (فبراير 2015)، ص176.

خلال الشهود المباشرين الذين شاهدوا ورأوا تلك الأحداث، كما يمكن للجمهور مناقشة هؤلاء الشهود مباشرة،¹ لدرجة أن وسائل إعلامية باتت تعيد نشر موادها المقروءة والمرئية والمسموعة، على صفحاتها على الفيسبوك بالإضافة إلى قيام بعض كتاب الرأي بإعادة نشر مقالاتهم على صفحاتهم الخاصة، بل أصبح المراسلون والصحفيون يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي على رأسها الفيسبوك في جمع المادة الإخبارية وذلك من خلال²:

1- البحث عن قصص إخبارية من خلال الفيسبوك.

2- متابعة مشاركات الأصدقاء وتحديثاتهم.

3- متابعة تعليقات القراء.

4- الانضمام للمجموعات والتفاعل معها.

فبفضل التغيير الكبير في الشكل العام في تلقي المعلومات والأخبار لم تعد المعلومة حكرا على وسائل الإعلام التقليدية، وإنما أصبحت المواقع الاجتماعية التي تلاحق الفرد في كل مكان، تقدم له الذي يحتاجه ولا يحتاجه من المعلومات، فأصبح الفرد مثل النجم الذي يسبح في فضاء مليء بالمعلومات، شديد الالتصاق بالمعلومات، وعليه يمكننا القول أن الانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجا لتطور في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، الذي ساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات التي نالت كل مجالات، نتيجة سرعة نقل الأخبار والمعلومات بطريقة سهلة وممتعة، حول جميع المواضيع والقضايا بما فيها القضايا السياسية.

¹ عبد الملك عبد العزيز الشلهوب، مدى اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع: دراسة مسحية في مدينة الرياض، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الآداب والعلوم الإنسانية، العدد الرابع، السعودية، (2020)، ص77.

² خديم خيرة، استخدام الصحفيين لشبكة الفيسبوك كمصدر للأخبار -فرص الاستثمار وهران التحقق من المحتويات، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الأول، العدد 1، 2، (جوان 2017)، ص-ص 243-244.

فوسائل الإعلام والاتصال عامة تلعب دوراً مهماً في تزويد الفرد بالمعلومات العامة والسياسية وتساهم في توعية المواطن بالقضايا القومية والعالمية،¹ ومواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها أحد وسائل الاتصال الحديثة ساهمت في تمكين الأفراد نشر وتوزيع الأخبار السياسية بسهولة وسرعة، لدرجة أنها أصبحت تؤثر على الرأي العام السياسي، فيمكن أن تستخدم هذه المواقع لنشر حملات سياسية مدعومة من جهات أو جماعات معينة بهدف التأثير على توجهات الأفراد في المسائل السياسية، كالانتخابات، بحيث تستخدم منصة الفيسبوك أو تويتر للتأثير على الناخبين من خلال الحملات الدعائية، التلاعب بالمعلومات، الترويج للمحتوى المضلل.

لكن وعلى الرغم من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار عامة والأخبار السياسية خاصة، إلا أن هناك تحديات تواجه استخدامها في هذا السياق، ومن أبرز هذه التحديات ما يلي:

- **المعلومات المضللة:** بفضل غياب الرقاب على محتوى مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن للأخبار الكاذبة أن تنتشر بسرعة وتؤثر على الرأي العام بطريقة سلبية.
- **التلاعب بالانتخابات:** فيمكن أن تتدخل جهات خارجية أو جماعات ذات مصالح خاصة في نشر أخبار زائفة للتأثير على الانتخابات وسير العملية السياسية.
- **الفيسبوك وتنمية المعرفة السياسية لدى الشباب:**

مما لا شك فيه أن الإعلام وباختلاف أشكاله يعمل على بناء الإدراك المعرفي السياسي، من خلال بث الأخبار والوقائع السياسية على المستوى الوطني، القومي، وحتى الدولي، فالإعلام يبني

¹ أمينة خميس الظاهري، عائشة عبد الله النعيمي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للمرأة الكويتية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 21، العدد 01، الإمارات العربية المتحدة، (أفريل 2005)، ص315.

الإدراك المعرفي من خلال حاجة الفرد إلى المعرفة السياسية التي تساعد في بناء إدراكه،¹ لاسيما أن كمية المعلومات والمعارف، تنظم المعرفة للشؤون السياسية للأفراد،² وهذا ما أكدت عليه دراسة أتكين **Atkin** و **جالواي Galway** و **نيمان Nyman** التي ركزت على فرضية مفادها: أن تعرض لوسائل الإعلام يزيد من المعرفة السياسية التي تعرضها الوسائل الإعلامية، وأن هذه المعرفة تزيد أيضا من حجم التعرض لوسائل الإعلام بطريقة عكسية.³

فمن خلال البرامج السياسية التي يتم عرضها عبر وسائل الإعلام ويتم استقبالها من خلال المتلقي، يستطيع هذا الأخير تفسير وتحليل الأحداث السياسية مما يؤدي إلى زيادة المعرفة لديه التي ستؤدي بدورها إلى الوصول إلى درجة الوعي بما يحيط به من أحداث.⁴

إن مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فيسبوك لم تعد مجرد وسيلة للترفيه وتكوين الصداقات من مختلف بلدان العالم فقط، وإنما عمل الواقع الافتراضي على التغيير في مجتمع المعرفة والمعلومات بسرعة مهولة، فأصبح له دور كبير في تشكيل المعارف السياسية، بسبب ما تقدمه من المعلومات في مساحة افتراضية تجعل المستخدم قادر على انتقاء ما يحتاج من معلومات تشبع رغباته المعرفية، خاصة وأنها تطرح بشكل يومي ملايين من الأخبار، وقادر على التعبير بحرية عن رأيه، وفتح نقاشات حول مواضيع سياسية مثيرة وحساسة.

¹ حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري، (عمان - الأردن: دار أسامة، 2010)، ص 361.

² دافيد باتريكهوتون: ترجمة ياسمين حداد: علم النفس السياسي، (بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2015)، ص 404.

³ وليدة حدادي: وسائل الإعلام والقيم السياسية لدى النخبة المثقفة في الجزائر -دراسة ميدانية-، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 3، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، قسم الاتصال والعلاقات العامة، 2014-2015)، ص 273.

⁴ بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، (عمان - الأردن: دار أسامة، 2011)، ص 99.

فيمكننا القول عمل الفيسبوك بشكل ما على توعية مستخدميه، عبر تزويدهم بكم هائل من الأخبار والمعلومات، وطرح التصورات والآراء السياسية المختلفة، من أجل بناء خلفية معرفية تمكنهم من تشكيل فكر سياسي واع وسليم.

وهذا ما أكد عليه **جون هيرمان** بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر وسيلة إعلامية لإثارة الجدل والنقاش الديمقراطي، نظرا لطبيعتها التفاعلية، وعدم القدرة على السيطرة والرقابة على محتواها، وعدم تقييدها بالحدود الجغرافية والسياسية،¹ لاسيما أن اهتمام الأفراد بتلقي المعلومات والأخبار السياسية لم يعد يقتصر على المستوى الوطني فقط، فكما أشار **محمود عودة** بأن المعرفة السياسية لدى الأفراد لم تقتصر على معرفة سياسية بحث في ظل تطور وسائل الإعلام وانتشارها بل انفتحت على العالم الخارجي لتهتم بمشكلاته وقضاياها.²

وهذا ما أكدت عليه دراسة **Hyuksookim, Yejin Kim, Doohwang Lee** بأن هناك صلة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمعرفة السياسية، وأن هذه المواقع أصبحت مصدرا مهما للمعلومات السياسية فهي تسهل عملية تبادل المعلومات، ومكنت الأفراد من مشاركة المعلومات مع بعضهم البعض منذ منتصف الأول من عقد الحادي والعشرين، إذ أفاد مركز بيو للأبحاث (2012) أن 34% من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي نشروا أفكارهم أو تعليقاتهم

¹ بن عون منى، مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، جامعة تبسة، ص 471.

² محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، ط2، (الكويت: ذات السلاسل، 1989)، ص 393.

الخاصة حول القضايا السياسية، واستخدمها 33% لإعادة نشر المحتوى السياسي التي نشرها في الأصل شخص آخر¹.

- ثالثاً: دور فيسبوك في تعزيز القيم السياسية للشباب.

تقود مرحلة البناء المعرفي بالقضايا والأحداث والوقائع السياسية إلى مرحلة الاهتمام والمتابعة والتأثر بها، ولا شك أن هذا الانتقال يتأثر بأنماط استخدام وسائل الإعلام لاسيما الوسائل الإعلامية الجديدة الذي أصبح يشكل عصب الحياة المعاصرة، بحيث أثر بشكل ملحوظ في الشباب بما فيهم الطلبة الجامعيين باعتبارهم عماد المستقبل، والفئة القادرة على صناعة التغيير في المجتمع، لذا وجب على هذه الوسائل وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي إبراز أهمية القضايا السياسية وتشكيلها بذهن الجمهور، والتركيز على غرس قيم سياسية لديهم، التي تؤدي دوراً مهماً في تنشئتهم وتنقيفهم سياسياً، وغرس فيهم بذور حب الوطن والانتماء إليه لدرجة تجعله قريب من بيئته ليحقق بذلك قيم المواطنة والعدالة والحرية والمشاركة، التي تعتبر من أهم مؤشرات القيم السياسية، والقادرة على تحقيق قيمة الدفاع عن حقوق وواجبات المواطن.

ونظراً لما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات وأخبار سياسية وخدمات هائلة، أصبح الاهتمام بتناول دورها في غرس القيم السياسية مطلباً ضرورياً للشباب من طلبة جامعيين، وغيرهم من المهتمين بالشأن السياسي، وعليه يمكننا طرح التساؤل التالي: ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم السياسية لدى الطلبة الجامعيين المهتمين بالشأن السياسي؟

¹ Hyuksookim, Yeojin Kim, Doohwang Lee, Understanding the Role of Social Media in Political Participation: Intergrating Political Knowledge and Bridging Social Capital from the Social Cognitive Approach, International Journal of Communication, N: 14, (2020), p 4805.

- مواقع التواصل الاجتماعي وبث القيم السياسية:

باعتبار أن القيم السياسية هي القيم التي يحاول النظام السياسي في أي مجتمع بثها وتأكيدا في نفوس أعضاء المجتمع لإبراز هوية المجتمع وتحقيق الاستقرار بين مختلف فئاته مستعينا في ذلك بكل المؤسسات المعنية لتحقيق هذا الهدف،¹ فإن الوسائط الاتصالية عملت على تدعيم القيم السياسية، فنجدته ينشط بكثرة في الدعاية والتوجيه السياسي، الذي يكون داعما لتوجه الدولة، فغالبا ما كانت وسائل الإعلام تقوم ببث القيم السياسية التي تتوافق مع طبيعة النظام الحاكم،² كما لها دور في انتقاء وتسليط الضوء على بعض الأحداث، أو الشخصيات السياسية، دون غيرها،³ باعتبار أن القيم السياسية تهتم بالسلوك السياسي للقادة والقائمين على السلطة، كما تساعد على فهم الأفكار السياسية والأنماط السلوكية المتعلقة بها، وهذا ما جعل البعض يرى أنها تهتم بميول الفرد للسيطرة والقوة في الأشياء والأشخاص،⁴ لكن بوجود مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت إعلاما مشاركا للإعلام التقليدي، فإن العديد من القادة والسياسيين سارعوا لإنشاء العديد من الصفحات والمجموعات في فيسبوك من أجل نشر برامجهم على مدار 24 ساعة، مستخدمين جميع أساليب الجذب التي تدفع الشباب إلى تبني نفس أفكارهم وبرامجهم السياسية، وضع العديد من علماء الاجتماع مجموعة من القيم السياسية وصنفها كل واحد منهم حسب أهميتها بالنسبة لتخصصاتهم، وفي هذه الدراسة حاولنا إبراز أربع قيم سياسية يعتقد أنها الأكثر تداولاً بين أفراد عينة الدراسة، وهذا ما لمسناه من خلال

¹ سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم، الطبعة 1، مرجع سبق ذكره، ص 65.

² أحمد سباعي، الإعلام التلفزيوني ودوره في التحول الديمقراطي في الوطن العربي قناة الجزيرة نموذجا، (أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية، الجزائر، 2018)، ص 126.

³ محمد فوزي شهاب الدين، دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني، (البحرين: معهد البحرين للتنمية السياسية)، 2017، ص 16.

⁴ صلاح الدين عرفة محمود، التوجهات القيمية في محتوى مناهج الدراسات الاجتماعية بالمرحلة الإعدادية، مجلة البحث في التربية وعلم النفس، جامعة المنيا، (جانفي 1994)، ص 134.

الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها، وهي: قيمة الحرية، قيمة الهوية، قيمة المواطنة، قيمة المساواة والعدالة.

1- مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز قيمة الحرية:

تعد الحرية أحد أهم القيم السياسية، ويقصد بها إيمان بالحرية في الحياة السياسية، وتعرف بأنها قيمة إنسانية تعني غياب القيود والتحديات، ويكون الأفراد أحرار حيث لا يوقفهم أحد عن متابعة أهدافهم أو القيام بما يرغبون القيام به. إذ تنقسم إلى: الحرية الموضوعية وهي الحرية القانونية والسياسية، والحرية الذاتية وهي الحرية الأخلاقية أو الذاتية.¹

وقيمة الحرية تعني شعور المواطن بأنه حر في كافة التعاملات داخل الدولة، وذلك في إطار القانون والدستور، وفي ضوء عادات وتقاليد المجتمع، الأمر الذي يرفع من قبول المواطن لقرارات السلطة السياسية،² وتشمل حرية التنقل داخل الوطن، وممارسة الشعائر الدينية، وحق التعبير عن الرأي سلمياً،³ وهذا ما سنركز عليه في هذه الدراسة، باعتبار أن حرية التعبير هي واحدة من أبرز القيم السياسية التي تعززها مواقع التواصل الاجتماعي، التي ساهمت في إحداث تغييرات كبيرة في الطريقة التي يتم بها نشر وتبادل الأفكار والمعلومات.

¹ أحمد محمد العايدي، قياس هبة الدولة في ضوء القيم السياسية الحالة المصرية نموذجاً (2015- 2019)، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 25، العدد 03، (جويلية 2024)، ص293.

² أحمد محمد العايدي، قياس هبة الدولة في ضوء القيم السياسية الحالة المصرية نموذجاً (2015- 2019)، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 25، العدد 03، (جويلية 2024)، ص293.

³ الحافظ سعيد، المواطنة حقوق وواجبات، (الجيزة- مصر: مركز ماعت للدراسات القانونية والدستورية، 2007)، ص21.

- مفهوم حرية الرأي والتعبير:

لعبت مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة دوراً محورياً في تعزيز حرية الرأي والتعبير، باعتبارها من الحقوق الأساسية التي تكفل للأفراد حق التعبير عن آرائهم ومعتقداتهم دون الخوف من الملاحقة، حيث أتاح هذا الفضاء الافتراضي لكل مستخدم فرصة التعبير عن أنفسهم ومشاركة أفكارهم بكل سهولة، لتصبح مواقع مثل الفيسبوك، منصة X، إنستغرام، أدوات حيوية للنقاش العام، ومجالاً لتبادل الأفكار السياسية والاجتماعية والثقافية.

ويقصد بها الاعتقاد في الأمر بالظن الغالب بوصفه نتيجة للنظر والتفكير فيما توصل إليه العقل بالتفكير والتأمل، فهي حق الفرد في اعتناق الآراء دون مضايقة،¹ فلا توجد قيود على حرية الرأي فكل شخص حر في تبني الأفكار والآراء التي يريدها ولا يستطيع أحد حرمانه من هذا الحق،² ولقد عبرت المحكمة الدستورية العليا عن أهمية حرية التعبير في أحد أحكامها بقولها، "تمثل حرية التعبير في ذاتها قيمة عليا لا تنفصل الديمقراطية عنها، إنما تؤسس الدول على ضوءها مجتمعاتها صونا لتفاعل مواطنيها معها، بما يكفل تطوير بنيانها وتعميق حرياتها".³

فحرية التعبير ومواقع التواصل الاجتماعي مؤسسان على مبدأ شامل يتجاوز إطار الدول، ولكل منهما خصوصياته، فحرية التعبير واحترام حقوق الإنسان تتطلب تضامناً دولياً كاملاً، يتجاوز سيادة

¹ فراس يحيى عبد الجليل، حرية التعبير عن الرأي كما قررها القرآن الكريم، مجلة الأنبار الإسلامية، المجلد الأول، العدد 03، 2009، ص 151.

² بن حفاف سارة، حرية الرأي والتعبير في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 04، العدد 03، (سبتمبر 2019)، ص 333.

³ محمد أحمد سلامة مشعل، الذكاء الاصطناعي وأثاره على حرية التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 77، (سبتمبر 2021)، ص 465.

الدولة بمفهومها الجامد¹، إذ تعتبر واحدة من الدعائم الأساسية في مفهوم الحجريات الرقمية، حيث توجد الكثير من التطبيقات التي تتيح أدوات تمكن المستخدمين من التعبير عن آرائهم، على غرار الفيسبوك، منصة X، إنستغرام، وغيرها، فعلى حد تعبير أحد الباحثين أن شبكة الإنترنت أعطت للجميع صوتاً.²

وتعني أيضاً حرية التعبير عن الآراء واعتناق الأفكار عن طريق الحديث أو المواد المكتوبة أو الأعمال الفنية بدون رقابة، أو قيود حكومية شريطة لا تمس مضامين هذه الآراء والأفكار، مما قد يعتبر انتهاكاً للقوانين، وأعراف الدولة، أو المجموعة التي سمحت بحرية التعبير، ولا تحرض على العنف والكرهية،³ ويصاحب حرية الرأي والتعبير على الأغلب بعض أنواع الحقوق والحدود مثل حق حرية العبادة، وحرية الصحافة، وحرية التظاهرات السلمية، ولا تسيء لأي منها، وحرية التعبير عن الرأي تفتح بوابات الإبداع والتجديد، وغلق هذه البوابات يعني فقدان المجتمع لطاقت متففيه ومفكرية⁴.

- مظاهر حرية التعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- التمكين الرقمي: في عالم يتسم بالتحويلات السريعة، أين تقيد بعض الحكومات حرية التعبير عبر وسائل الإعلام التقليدية، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منصة مفتوحة للجميع، بحيث تتيح

¹ Patrick Daillier et Alain Pellet : Droit international public, Paris, LG.DJ : 7eme édition, (2002), p464.

² محمد أحمد سلامة مشعل، الذكاء الاصطناعي وأثاره على حرية التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص ص 465، 466.

³ دينا بنت شاكر الشريف، الوعي بالضوابط التربوية لممارسة حرية التعبير عن الرأي على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي والقيود الواردة عليها في النظام السعودي، مجلة الدراسات وبحوث التربية النوعية، المجلد 09، العدد 01، (يناير 2023)، ص 226.

⁴ سفيان بن حميدة، حرية الرأي والتعبير قراءة في المفهوم، المجلة العربية لحقوق الإنسان، العدد الرابع، 1997، ص 10.

للمستخدم إمكانية التعبير عن أنفسهم في الفضاء العام، وتقديم الآراء والتفاعل مع الآخرين، حول قضايا متنوعة، من سياسية، اجتماعية، ثقافية، دينية، وغيرها من القضايا.¹

- الحركات الاجتماعية والسياسية: من المنصات الرقمية إلى الشوارع، تعتبر من أبرز الأدوار التي لعبتها مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز حرية التعبير هو دعم الحركات الاجتماعية والسياسية، فقد أظهرت العديد من الدراسات أن هذه المواقع كانت أدوات رئيسية في تمكين الحركات السياسية والاجتماعية مثل أحداث ربيع العربي، ففي هذه الحركات تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات لتنظيم الاحتجاجات، نشر الأخبار بسرعة، وتنظيم الحملات العالمية للتوعية بالقضايا المجتمعية، وبذلك أصبحت هذه المواقع فضاء يتيح للأفراد فرصة التعبير عن مواقفهم واعتراضاتهم، سواء عبر المنشورات، الصور، مقاطع الفيديو، أو إعادة نشر محتوى.²

إذ أضحت مواقع التواصل الاجتماعي مجالا للاحتجاجات الجماهيرية، ومجالا للدعايات الانتخابية وطرح البرامج الانتخابية، لتصبح هذه المواقع بوابات للممارسة السياسية، حيث هناك العديد من منظمات المجتمع المدني، كالأحزاب السياسية قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي عبر المواقع الاجتماعية، تروج من خلال هذه المواقع للبرامج والسياسيات التي تتبناها، وهناك بعض النقابات والجمعيات الأهلية استغلته أيضا في زيادة التواصل بين أفرادها بكل حرية.³

- زيادة تنوع الإعلام: في العديد من الدول تهيمن وسائل الإعلام التقليدية على تقديم الأخبار والمعلومات، وغالبا ما تكون هذه الوسائل موجهة لخدمة مصالح معينة، في مقابل تعمل مواقع

¹ Philip N,Howard, Muzammil, M, Hussain, opti, p26.

² Zenep Tufekci :Twiter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest, Yale, University Press, 2015, p56.

³ وليد رشاد زكي: نظرية شبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، سلسلة قضايا إستراتيجية، 2012، ص08.

التواصل الاجتماعي على تعزيز التنوع الإعلامي، كما أنها توفر فضاء مفتوح للعديد من الأصوات التي لم يكن لها مكان في الإعلام التقليدي، ونتيجة لذلك فإن الأفراد أصبحوا قادرين على استهلاك المعلومات من مصادر متنوعة، وهو ما يعزز حرية التعبير.¹

وعليه يمكننا القول إن مواقع التواصل الاجتماعي قد غيرت بشكل جذري من طريقة التعبير عن الآراء والأفكار في العصر الحديث، بحيث وفرت مساحة واسعة للأفراد للتعبير عن أنفسهم، وتعبير عن أفكارهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم لاسيما السياسية، فأصبح من السهل على الأفراد باختلاف خلفياتهم الفكرية، أن يكونوا مصدرا للمحتوى السياسي فيشاركون أفكاره السياسية، سواء عبر المنشورات أو مقاطع الفيديو، ويعبرون عن آرائهم بشأن القضايا الراهنة، وتبادل المعلومات بطرق لم تكن ممكنة من قبل، ويشاركون في النقاشات العامة، وحتى الجماعات السياسية والنشطاء الحقوقيين، والمنظمات المدنية التي تسعى إلى نقل قضاياهم إلى جمهور واسع، استفادوا من هذه الميزة بشكل كبير، بنشر أفكارهم ومعتقداتهم السياسية.

2- مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز قيمة العدالة والمساواة:

- مفهوم العدالة:

ينطلق راولز في تعريفه للعدالة بأنها المبدأ القائم على الإنصاف، فالعدالة أن ينصف كل فرد الآخر في معاملته معه من جهة، وينصف الفرد أفراد المجتمع في معاملته معهم من جهة أخرى،² فهي الأساس الأول لكل المؤسسات الاجتماعية والشرط الجوهري الذي لا يمكن تجاوزه، والذي من خلالها

¹Zittrain, J, L, The Future of The Internet and How to Stop It, Yale University Press,2008, p102.

²محمد طارش، وآخرون، العدالة في الفكر السياسي الغربي المعاصر، جون رولز وويل كيميكا نموذجاً، مجلة العلوم السياسية، عدد 54، (2018)، ص285.

تقبل المؤسسات أو ترفض وتستبدل بمؤسسات أخرى عادلة،¹ فالعدالة هي أحد أهم مؤشرات القيم السياسية، وتعرف بأنها الاحترام الدقيق للشخص وحقوقه، ويرمز لها بالميزان المتساوي الكفتين.²

- مفهوم المساواة:

تعد المساواة من أهم مرتكزات العدالة، إذ تؤدي إلى إزالة التمايز بين الطبقات، الأمر الذي يقود إلى المزيد من الحرية والمساواة بين الناس، كما أن بين المساواة والحق السياسي علاقة قوية، فإذا اختفى أحد الإثنين لن تأخذ الثانية وقتاً طويلاً قبل أن تختفي تلقائياً،³ وتشتمل قيمة المساواة على المساواة في العمل والتعليم والجنسية والمعاملة المتساوية أمام القانون.⁴

أما قيمة العدالة والمساواة تعني الإيمان بأن الحقوق والواجبات السياسية يجب أن تخضع لمبدأ العدالة والمساواة، وألا يكون التمييز فيها، إلا على أساس الكفاءة.

3- مواقع التواصل الاجتماعي منصة لتشكيل الهوية السياسية:

تعتبر الهوية السياسية جزءاً من الهوية الاجتماعية التي تشمل القيم، المعتقدات، والولاء السياسي، التي تحدد موقف الفرد اتجاه الأحداث والممارسات السياسية، فهي تتكون من خلال تفاعل

¹ كريمة عباسي، جدلية العدالة والمساواة في النظرية السياسية المعاصرة -دراسة في نظرية العدالة لجون راولز-، مجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 11، العدد 01، (جانفي 2022)، ص 297.

² أحمد محمد العايدي، قياس هيبة الدولة في ضوء القيم السياسية الحالية المصرية نموذجاً (2015-2019)، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 25، العدد 03، (جويلية 2024)، ص 294.

³ كريمة عباسي، جدلية العدالة والمساواة في النظرية السياسية المعاصرة -دراسة في نظرية العدالة لجون راولز-، مجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 11، (العدد 01)، (جانفي 2022)، ص 298.

⁴ الحافظ سعيد، مرجع سبق ذكره، ص 21.

الفرد مع المعلومات التي يحصلها عليها عبر وسائل الإعلام، والمجتمع الذي ينتمي إليه، بالإضافة إلى خبراته الشخصية في الممارسة السياسية.¹

فمصطلح الهوية السياسية يشير إلى التصورات والمواقف التي يحمها الأفراد اتجاه قضايا سياسية معينة، بما في ذلك الانتماء إلى حزب سياسي، أو تأييد لمواقف معينة مثل حقوق الإنسان، العدالة الاجتماعية، وقد تكون شديدة التأثير على حياة الأفراد، إذ تحدد كيفية رؤية الأفراد للمجتمع والسياسة، وللأحداث السياسية والتوجهات المستقبلية، وتتشكل هذه الهوية من خلال مجموعة من العوامل على غرار الأسرة، الخلفية الثقافية، التعليم، وسائل الإعلام، بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، منصة X، إنستغرام، تيك توك.

أصبحت هذه المواقع الاجتماعية منصة قوية لتشكيل الهوية السياسية للأفراد والجماعات، بحيث وفرت بيئة تفاعلية تتيح للأفراد فرصة للتعبير عن الآراء بكل حرية والتفاعل مع الأفكار المختلفة للمحتوى السياسي سواء عبر التعليقات أو الإعجاب، والانضمام إلى جماعات وأيديولوجيات سياسية معينة عبر هذه المنصات، هذا ما يعزز شعورهم بالتمكين السياسي، مما يؤدي إلى تعزيز الانتماء السياسي، وبناء هوية سياسية متماسكة قائمة على التعبير الحر والنقاش المفتوح.

وقد ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي الأفراد في بناء هويتهم السياسية من خلال:

- التفاعل مع المحتوى السياسي:

إن مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، منصة X، إنستغرام، أصبحت منصات رئيسية لمتابعة الأفراد الأخبار والتفاعل مع الأحداث السياسية، فهي توفر إمكانيات للتفاعل المباشر مع

¹ Manuel Castells, Networks of Outrage and Hope: Social Movement in the Internet Age, Cambridge, Polity Press, 2012, p33.

الأحداث السياسية، مما يعزز فهم الأفراد للقضايا الوطنية والعالمية وهذا ما يساهم في بناء هوية سياسية لمستخدميها، وحسب Fombonne فإن الاستهلاك اليومي للأخبار السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعزز من تطور الهوية السياسية بشكل سريع، بحكم أن الفرد يستطيع متابعة الأحداث السياسية لحظة وقوعها ويتفاعل مع أفراد ذو وجهات نظر متنوعة.¹

وهناك أنماط للتفاعل مع المحتوى السياسي:

- 1- التفاعل من خلال الإعجاب: إذ يساهم التفاعل السريع من خلال ضغط زر الإعجاب على الأخبار السياسية في زيادة انتشارها في مختلف الصفحات والمجموعات.
 - 2- التعليق والمشاركة: يساهم الأفراد بشكل كبير في نشر الأخبار السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال التعليق على المنشورات، ومشاركتها مع الأصدقاء، وهذا ما يبرز قدرتهم على التأثير في الرأي العام، حيث يمكن للمنشور أو مشاركة للمنشور أن يؤثر في الكثير من الأفراد.
 - 3- النقاشات الجماعية: تتيح مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة للأفراد للمشاركة في نقاشات سياسية حية، مختلفة ومتنوعة، التي قد تخلق بيئة رقمية من الحوار حول القضايا السياسية، وبهذا يكون قد تفاعلوا مع الأخبار والمحتوى السياسي.
- وعليه يمكننا القول من خلال متابعة الأخبار والتفاعل مع المحتوى السياسي عبر هذه المواقع، يتعرض الأفراد لأراء وأيديولوجيات متنوعة، مما يسهل عليهم تشكيل آراءهم الخاصة وتحديد هويتهم السياسية.

¹ Eric Fombonne, Social Media and Political Identity Formation, Journal of Political Science, 12, (2018), p60.

- الانضمام إلى مجموعات سياسية وفتح النقاشات:

الانخراط في المجموعات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، يوفر للأفراد مساحات لمناقشة القضايا السياسية، وتشاركهم في تشكيل آراء جماعية تؤثر على مواقفهم السياسية، وبالتالي خلق نوع من الهوية الجماعية التي تؤثر في الهوية السياسية للأفراد، فالمجموعات التي تروج لقيم وأيديولوجيات سياسية معينة تجعل الأفراد أكثر تفاعلاً مع نفس الأيديولوجيات وتزيد من تبنّيهم لنفس القيم.

فمن خلال هذه المجموعات يتمكن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من مناقشة قضايا سياسية متنوعة وتبادل الآراء المختلفة، التي قد تؤدي إلى تعميق القنوات السياسية للأفراد وخلق هوية سياسية مرتبطة بهذه المجموعات أو الحركات، كما يمنح الانضمام إلى مجموعات سياسية منصة للتفاعل مع آخرين ذوي اهتمامات سياسية مشابهة، مما يعزز من الانتماء إلى قوى سياسية معينة، وبالتالي تبني هوية سياسية متماسكة.¹

فالتفاعل مع القضايا السياسية ضمن مجموعات عبر هذه المواقع، يمكن أن يعزز من الشعور بالانتماء إلى مجموعات ذات اهتمامات سياسية مشتركة، ما يساعد في بناء هوية سياسية مشتركة بين الأفراد.

- التحفيز على العمل السياسي: تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً محورياً في تحفيز

الأفراد على المشاركة في الأنشطة السياسية، فقد أكدت دراسات عديدة أن هذه المواقع تستخدم بشكل

¹ Zenep Tufekci ,Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest, Yale, University Press, (2015), p120.

واسع في التحفيز على المشاركة في الانتخابات، المظاهرات، الحركات السياسية وحملات التوعية السياسية، مما يساهم في بناء هوية سياسية نشطة وملتزمة.

ومن أبرز الطرق التي تساهم بها المواقع الاجتماعية في تحفيز الأفراد على العمل السياسي هي:

- إتاحة الفرصة للنقاشات السياسية: مواقع التواصل الاجتماعي توفر لمستخدميها منصة حرة لفتح النقاشات السياسية العامة، والتعبير عن الآراء السياسية، وهذه النقاشات لا تساعد فقط في زيادة الوعي السياسي بل تشجع أيضا الأفراد على الانخراط الفعلي في النشاطات السياسية، والقضايا السياسية.

- تنظيم العمل السياسي: تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، منصة X بشكل واسع لتنظيم الحملات الانتخابية، وتحفيز المواطنين على المشاركة في الأحداث السياسية، وهذا ما أشارت إليه **Asef Bayat** بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعد أداة مهمة وقوية لتنظيم الاحتجاجات والتظاهرات في عصرنا الحالي.¹

- تحديات بناء هوية سياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

على رغم من إيجابية مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز بناء الهوية السياسية لمستخدميها، إلا أن هنالك العديد من التحديات التي تواجهها أبرزها:

- انتشار المعلومات المغلوطة والمضللة: ففي دراسة التي أجراها **Kaplan and**

Haenlein أكد أن الخوارزميات التي تحرك مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي إلى تعزيز الفقاعة

¹ Asef Bayat, Life as Politics: How Ordinary People Change the Middle East, Second Edition, Stanford University Press, (2013), p120.

المعلوماتية، حيث يتعرض الأفراد فقط للمحتوى الذي يتوافق مع مواقفهم السياسية،¹ وهذا يعني أن هذه المواقع يمكن أن تقوم فقط بعرض المحتوى الذي يتماشى مع آراء المستخدمين السياسية، مما يؤدي إلى تقوية مواقفهم السياسية، الأمر الذي قد يؤدي إلى تطرف الآراء السياسية، وتضييق الرؤية السياسية، مما يعوق بناء هوية سياسية متنوعة وشاملة.

- **الاستقطاب السياسي:** أظهرت العديد من الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تعزز الاستقطاب السياسي، فدراسة **Allcott, Gentzkow** مثلاً أكد أن النقاشات الجماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر يمكن أن تؤدي إلى تعزيز الفجوة السياسية بين الأفراد، وتصلب المواقف،² فغالبا ما تساهم في تعزيز الاستقطاب السياسي بين الفئات الاجتماعية المختلفة، خاصة عندما تصبح النقاشات السياسية موجهة نحو تعزيز الانقسام بين الأفراد، فإنها تؤدي إلى تضييق نطاق الهوية السياسية، ويصبح الأفراد أقل انفتاحا على تبني وجهات النظر المختلفة.³

خاصة عندما تركز هذه المواقع على تعزيز الآراء المتطرفة، الذي يعزز الصور النمطية للأطراف دون الأخرى ويعيق النقاش السياسي البناء، وبالتالي يعيق بناء هوية سياسية متماسكة وثابتة.

وعليه يمكننا القول أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة مهمة في بناء الهوية السياسية لمستخدميها خاصة فئة الشباب كونهم الأكثر تأثر وتأثير في هذه المواقع، فتأثيرها لم يقتصر على استهلاك الأخبار السياسية، بل شمل أيضا التفاعل مع هذه الأخبار، والانضمام إلى المجموعات

¹ Andreas Kaplan and Michael Haenlein ,Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizons, 53, (2012), p62.

² Chasse Allcott, Matthieu Gentzkow, Social Media and fake News in the 2016 Election, Journal of Economic Perspectives, 31, (2017), p215.

³ Eric Fombonne, op ti, p58.

السياسية، والمشاركة في الحوارات والنقاشات، وتشكيل آراء وتكوين مواقف سياسية، الأمر الذي يساهم في تعميق الانتماء السياسي، ومن تم تشكيل هوية سياسية تختلف عن تلك التي كانت تتشكل عبر القنوات الإعلامية التقليدية.

4- مواقع التواصل الاجتماعي وغرس قيمة المواطنة:

1- تعريف المواطنة:

- المواطنة في اللغة: ينسب المواطنة في اللغة العربية إل الوطن، وهو المنزل الذي يقيم فيه الإنسان، والجمع أوطان، ويقال وطن بالمكان وأوطن به أي أقام، وأوطنه اتخذته وطنا، وأوطن فلان أرض كذا أي اتخذها محلا ومسكنا يقيم فيه.¹

- المواطنة اصطلاحاً: تم تعريفها في قاموس علم الاجتماع على أنها: "علاقة اجتماعية تقوم بين فرد طبيعي ومجتمع سياسي (دولة)"، ومن خلال هذه العلاقة يقدم الطرف الأول الولاء، ويتولى الطرف الثاني الحماية،² ويحدد هذه العلاقة قانون تلك الدولة وبما تتضمنه تلك العلاقة من واجبات وحقوق متبادلة، وعلى الرغم من أن مفهوم المواطنة حديث نسبياً، فلم يظهر إلا بعد الثورة الفرنسية سنة 1789، إلا أن معناه قد تم تناوله من قبل أفكار الفلاسفة والمفكرين الاجتماعيين سابقاً.³

¹ سامر مؤيد عبد اللطيف، المواطنة وإشكالياتها في ظل الدولة الإسلامية، مجلة الفرات، العدد 07، العراق، (2011)، ص94.

² معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، الطبعة 04، (2004)، ص470.

³ فهد إبراهيم الحبيب، تربية المواطنة: "الاتجاهات المعاصرة في تربية المواطن" جامعة الملك سعود، (دت)، ص03.

يشير مصطلح المواطنة (Citizenship) إلى المساهمة في حكم الدولة ما على نحو مباشر أو غير مباشر، كما يستخدم أحيانا للدلالة على العملية أو الحالة التي يعد الفرد بمقتضاها مواطنا لمجرد انه يعيش في رحاب دولة معينة، أو ينتمي إليها ويخلص لها، ومن تم يحظى بالحماية.¹

وتشير إلى الشعور بالانتماء والولاء للوطن وللقيادة السياسية التي هي مصدر الإشباع للحاجات الأساسية وحماية الذات من الأخطار المصيرية،² فهي مجموعة المعايير والأحكام والمعتقدات التي تعمل كموجهات للسلوك، وضوابط للتفكير الناجم عن التفاعل بين الإنسان و الأرض وما ينشأ عن هذا التفاعل من الالتزام بالحقوق والواجبات في شتى مناحي الحياة (السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، القانونية، والثقافية)، وما يتضمنه ذلك من قيم الولاء والانتماء والشهادة والتضحية وترجمة ذلك إلى مواقف سلوكية ومهارات أدائية وصولا إلى تكوين المواطن الصالح،³ إذ تعتبر أداة تسهم في تقدم المجتمعات وتطورها، وتعكس العادات والتقاليد والقيم والاتجاهات الإيجابية.⁴

¹ إبراهيم قلواز، غربي محمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 03، العدد 06، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشيري، تيسمسيلت، الجزائر، (ديسمبر 2018)، ص205.

² علي الدين هلال، نفين مسعد، النظم السياسية العربية، قضايا الاستمرار والتغيير، مركز الوحدة العربية، بيروت، 2000، متاح عبر: <https://www.aljazeera.net/politics/2004/10/3> يوم المعايينة: 11-أوت-2021.

³ كلثوم محمد إبراهيم الكندي، مزنة سعد خالد العازمي، قيم المواطنة في كتب التربية الإسلامية للمرحلة الثانوية في دولة الكويت (دراسة تحليلية)، مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية، المجلد 05، العدد1، الكويت، (جانفي 2013)، ص318.

⁴ حميد بن مسلم بن سعيد السعيد، تعرف دور شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز أبعاد المواطنة، مجلة كلية التربية، العدد 43، الجزء 3، (2019)، ص115.

لكن مفهوم المواطنة على الصعيد المعاصر أصبح يتضمن جانبين، جانب تقليدي وجانب افتراضي، فالأول تمثل المواطنة فيها علاقة قانونية بين الإنسان ودولته القومية، فيكون المرء متمتعاً بحقوقه وواجباته كمواطن في المجال المدني والسياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي.¹

أما الجانب الافتراضي فيعني المواطنة الافتراضية Virtual Citizenship التي تتجلى في ممارسة حقوق وواجبات المواطن في المجتمع الافتراضي، وهي تتزوج بين المواطنة المقننة والمواطنة الحرة، فماذا نعني بالمواطنة الافتراضية؟²

2- المواطنة الافتراضية: فتحت مواقع التواصل الاجتماعي المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة عبر الإنترنت والتي أطلق عليها مصطلح المواطنة الافتراضية Virtual Citizenship فعند الحديث عن المواطنة لا يغيب البعد السياسي إذ ارتبطت بحقوق وواجبات اجتماعية سياسية النشأة،³ كما أنها تعني توظيف أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال الرقمي في توليد وجمع وتصنيف وتحليل ومعالجة ونقل وتداول كل البيانات والمعلومات والمعارف المتعلقة بممارسة قيم الديمقراطية وآلياتها المختلفة، بغض النظر عن نوع هذه الديمقراطية وقالبها الفكري ومدى انتشارها ومستوى نضجها وسلامة مقاصدها وفعاليتها.⁴

¹ أماني محمد طه، فاروق جعفر عبد الحكيم، تربية المواطنة بين النظرية والتطبيق، (القاهرة- مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 2013)، ص 19.

² Willem Schinkel: The Virtualization of Citizenship, Critical Sociology, vol 38, n2, (March 2010), p265.

³ وليد رشاد زكي، نظرية شبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا، مرجع سبق ذكره، ص 08.

⁴ مجموعة من المؤلفين، شباب اليوم في ظل المواطنة وأزمة الهوية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، (برلين 2019)، ص 151.

فيمكننا القول إنها ممارسة لقيمة المواطنة في الفضاء الافتراضي، وهناك قضايا انتقلت من الواقع إلى المواقع، التي تعبد بوابة جديدة لتحقيق المواطنة بشكلها الافتراضي، مع الأخذ بعين الاعتبار أن قضايا المواطنة الافتراضية، هي قضايا عالمية المنشأة وحلية الردود والنتائج.

3- مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي جديد لممارسة المواطنة:

المواطنة ليست مجرد علاقة قانونية بين الفرد والدولة، بل هي أيضا علاقة اجتماعية وسياسية تشمل الوعي بالقضايا الوطنية والمشاركة في صناعة القرار، فبفضل مواقع التواصل الاجتماعي يمكن القول أن المواطنون أصبحوا قادرين على التعبير عن آرائهم بحرية تامة، ومشاركة تجاربهم، والمشاركة في الحملات الاجتماعية والسياسية، والمطالبة بحقوقهم، وبالتالي أصبحت هذه المواقع فضاء يمارس من خلاله المواطنة بمفهومها الافتراضي.

وتتحقق المواطنة عبر وسائل الإعلام الجديدة ليس فقط من خلال التعبير عن المواطنين وقضاياهم، وإتاحة المعلومات وتفسيرها، ومراقبة مختلف سلطات الدولة، وإنما من خلال اتساع المجال العام للنقاش وفتح الحوار الفعال بين مختلف أطراف المجتمع،¹ فكما يرى البعض أن الفضاء الافتراضي سمح بظهور مواطنة افتراضية، وعزز من ممارسة الحقوق السياسية وبالتالي الديمقراطية، حيث تمكن المواطن باستعمال هذه الوسائط من الوصول إلى المعلومة ومناقشتها بكل حرية،² مما ساعد في نشر ثقافة سياسية مشاركتية، ففي دراسة أجريت في مركز (Research Centre Pew) عام 2020، تبين أن 55% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية يتفاعلون مع المحتوى السياسي بشكل يومي، كما أن 60% من هؤلاء المستخدمين يعتقدون أن مواقع

¹ خالد منصر، دور الإعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد 01، (نوفمبر 2015)، ص142.

² المرجع نفسه ص 145.

التواصل الاجتماعي تعزز الديمقراطية عن طريق زيادة المشاركة السياسية، مما يشير إلى التأثير الكبير الذي تحدثه هذه المواقع في تعزيز المواطنة من خلال تمكين الأفراد من التعبير عن آرائهم والمشاركة في المناقشات السياسية.¹

4- مخاطر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على قيمة المواطنة: تقوم قيمة

المواطنة على مبدأ حقوق وواجبات المواطن، التي يجب أن تدعم بالقيم والمبادئ الأخلاقية، والتي غالبا ما تكون مغيبة في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل انتشار العنصرية، الأخبار الكاذبة، دعم الطائفية، وغيرها، الأمر الذي أصبح يشكل خطرا على مفهوم المواطنة، ولعل أبرز مخاطرها تتمثل في:

أ- الأحداث المتعمدة: وتعني تسبب في خلق أحداث بطريقة عمدية ومخطط لها تسعى لتحقيق مصالح وأهداف شخصية، وعادة ما تلعب دور سلبي على القيم لاسيما قيمة المواطنة، في خضم عمل مواقع التواصل الاجتماعي على خلق أحداث تسيطر على اهتمامات المواطن.

ب- الأخبار الكاذبة: (Fake News) تقوم مواقع التواصل الاجتماعي في الكثير من الأحيان بتزييف الحقائق وتوجيه الرأي العام نحو معلومات وأخبار كاذبة، بحيث يؤكد غابريال ألmond وسيدني فيربا أن هناك اعتقاد ينتشر في الأمم جديدة في العالم وهو أن كل إنسان عادي لديه صلة وثيقة بالسياسية، لذا ينبغي له أن يكون مشاركا ومنخرطا في النظام السياسي.²

وعليه يمكننا القول إن مواقع التواصل الاجتماعي على رأسها فيسبوك ومن خلال ما تقدمه من معلومات حول الأحداث والقضايا السياسية التي تزيد من اهتمام وميول الشباب بالبيئة السياسية، في

¹ Pew Research Centre, Social Media Use in 2020, (2020), p14.

² Gabriel Almond & Sidney Verba, The Civic culture, Political Attitudes and Democracy in Fire Nation (Princeton, N.J: Princeton University Press, (1963), P4.

تعزيز القيم السياسية، فاستخدامها لم يعد يقتصر على الترفيه والتواصل المستمر بين الشباب، ولكن اتجهت نحو جذبهم إلى ضرورة إحداث التغيرات السياسية، لاسيما بعد أحداث الربيع العربي 2011.¹ فالملاحظ أن السياسيون استفادوا من هذه المواقع الذين رأوا فيها ساحات وجب استغلالها ليوضحوا سياساتهم، ويدافعوا عن أفكارهم، ويمارسوا الدعاية السياسية مجانا.

- رابعا: تأثير الفيسبوك على الاتجاهات السياسية.

تعتبر الاتجاهات السياسية من أهم نواتج عملية التنشئة والتثقيف السياسية، ومن أهم دوافع ضبط وتوجيه السلوك السياسي للفرد، ولعل الوسائل الإعلامية الجديدة عملت بشكل خاص على تشكيل اتجاهات سياسية لدى مستخدميها تساعد على تكيف المشكلات والقضايا السياسية، فمواقع التواصل الاجتماعي بما فيها فيسبوك لعبت في الآونة الأخيرة دورا لا يقل أهمية على وسائل الإعلام التقليدية في التأثير على الاتجاهات السياسية للشباب المهتم بالشأن السياسي، من خلال دعم الاتجاهات المرغوبة وتغيير غير المرغوبة منها، فلم تعد مجرد وسيلة للتواصل والترفيه، وإنما أصبحت أداة فعالة في صناعة الرأي العام، والتأثير على الأفكار والتوجهات السياسية للفرد، سواء بحفاظ عليها وعلى الرؤى السياسية أو تغييرها.

ومن خلال تركيز المواقع الاجتماعية على المواضيع والأخبار السياسية خاصة في ظل تزايد الأحداث السياسية في المناطق العربية، استطاعت إلى حد ما توسيع أفاق هذه الفئة من الشباب وتركيز اهتماماتهم وانتباههم على المحتوى السياسي، ورفع من مستوى تطلعاتهم السياسية، التي تدفع

¹ وليدة حدادي، وسائل الإعلام والقيم السياسية لدى النخبة المثقفة في الجزائر -دراسة ميدانية-، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 3، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، قسم الاتصال والعلاقات العامة، 2014-2015)، ص 273.

إلى بناء اتجاهات سياسية، الأمر الذي يتطلب منا دراسة تأثير هذه المواقع على الاتجاهات والسلوكيات لدى الشباب المستخدم لها، انطلاقاً من السؤال التالي: إلى أي مدى أثرت مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك - على الاتجاهات والسلوكيات السياسية للشباب الجامعي؟

1- دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الاتجاهات السياسية أو تغييرها:

إن دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الاتجاهات السياسية أو تغييرها لدى الجمهور المتلقي يختلف بحسب درجة استخدام هذه المواقع، ودرجة التعرض للمحتوى السياسي، فمواقع التواصل الاجتماعي وما تمتلكه من حرية في تأذيه وظيفتها من تحرير ونشر ومشاركة الآخرين، عملت على تشكيل اتجاهات سياسية لدى مستخدميها من الشباب، من خلال تطوير عملية المشاركة السياسية والعمل على تحديثها، إلا أن أصبحت تمارس انطلاقاً من موقعه الافتراضي.

فمواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً هاماً في المجتمع، حيث احتلت مكانة هامة في مختلف التفاعلات الاجتماعية والسياسية داخل المجتمعات ذات النظم الديمقراطية التي تعمل على خلق وعي سياسي لدى الأفراد، عن طريق تزويدهم بالأخبار والمعلومات عن القضايا والأحداث السياسية المعاصرة التي تهم الشباب الجامعي، وبالتالي تساعد في تشكيل ودعم الاتجاهات السياسية أو تغييرها، ومن ثم التأثير في السلوك والفكر السياسي، الذي انعكس صورته في الشارع السياسي.

وهذا ما أكد عليه ريتشارد داوسن وآخرون بأن وسائل الإعلام تستطيع تشكيل التوجهات

السياسية من خلال توفير معلومات جديدة وخلق صور جديدة عن القادة السياسيين.¹

¹ ريتشارد داوسن، وآخرون، التنشئة السياسية - دراسة تحليلية-، ترجمة مصطفى عبد الله أبو قاسم خشم، ومحمد الزاهي المغربي، ط1، (بنغازي: جامعة قاريونس، 1990)، ص249.

لاسيما أن توجهات الآراء السياسية في الشبكات الاجتماعية باتت مؤشر لرصد الرأي العام، لدرجة الاعتراف بأن هذه المواقع أصبحت البديل لمعرفة توجهات المجتمع،¹ وباعتبار أن المشاركة السياسية تعتبر من أبرز مؤشرات الاتجاهات السياسية سنركز في هذه الدراسة على دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية.

2- مواقع التواصل الاجتماعي ودعم المشاركة السياسية:

- مفهوم المشاركة السياسية:

عرفتها دائرة المعارف الأمريكية بأنها: "كل نشاط تطوعي يشارك في الأفراد من أجل اختيار الحكام، أو صياغة السياسة العامة، أو صنع القرارات السياسية سواء كان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر".²

وعرفها كل من صموئيل هنتجون Samuel Huntington وجون نلسون Joan Nelso

بأنها: "ذلك النشاط الذي يقوم به المواطنون العاديون بقصد التأثير في عملية صنع القرار، سواء كان النشاط فردياً أو جماعياً، منظماً أو عفواً، شرعياً أو غير شرعي، فعالاً أو غير فعالاً"،³ في حين يرى كل من سيدني فيبرا Sidney Vebra ونورمان ني Norman Nie إن المشاركة السياسية، هي تلك النشاطات الشرعية التي يمارسها المواطنون والتي تهدف بصورة أو بأخرى إلى التأثير على

¹ ماجد أحمد الزامل، مواقع التواصل الاجتماعي ونشر الوعي السياسي والثقافي، الحوار المتمدن، العدد 7418، أكتوبر 2022.

² Sill.d (Ed), Political participation in international encyclopedia as the social science, velum 12, the macmillan company, united state of amerce, p232.

³ Sammuel P Huntington, JoanNelso: No Easy Choice Political Participation in Developing Countries, University Press, Cambridge, (1996), p3.

اختيار شخصيات الحكومية أو التأثير على الأفعال التي يقومون بها،¹ فهي إحدى المبادئ الأساسية في بناء الحكم الرشيد وهي من العلاقات الدالة على رشاده، ومن المؤشرات الدالة على كفاءته،² بحيث يلعب الفرد من خلالها دورا في الحياة السياسية لمجتمعه، إذ يساهم كل فرد داخل مجتمعه في ممارسة حقوقه المدنية والسياسية، وتكون لديه الفرصة لأن يساهم في مناقشة الأهداف العامة لذلك المجتمع، وتحديد أفضل الوسائل لإنجازها، وقد تتم هذه المشاركة من خلال أنشطة سياسية مباشرة أو غير مباشرة،³ كالانضمام إلى الأحزاب والاتحادات المهنية والنقابية، الترشح للمناصب العامة، والحق في تولي المناصب، والتصويت في الانتخابات الرئاسية والبرلمانية والمحلية، ومن تم المشاركة في الحملات الانتخابية، وفي كل نشاط يأخذ مجراه ضمن الحياة السياسية للمجتمع.⁴

وهذا ما يحقق مساهمة أوسع للشعب في رسم السياسات العامة وصنع القرارات واتخاذها، وتنفيذها يعبر عن المظهر الرئيسي للديمقراطية.⁵

3- مواقع التواصل الاجتماعي وتعزيز قيمة المشاركة السياسية:

إن قدرة الأشخاص على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة مثل فيسبوك، منصة X، يوتيوب، وإنستغرام، قد زادت من تنوع الطرق التي يمكن من خلالها المشاركة في الحياة السياسية،

¹ Sidney Vebra, Norman H. nie, Jae-on Kim: participation and political Equality, University Cambridge, (1998), p46.

² أمين عواد مشاقبة، هشام الخلايلة، الإصلاح السياسي والمشاركة السياسية في الأردن، (عمان: منتدى الفكر العربي، 2016)، ص73.

³ جلال عبد الله معوض، أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي، المستقبل العربي، العدد 55، (1983)، ص109.

⁴ علي أسعد وطفه، وآخرون: الوعي السياسي، الاتجاهات النظرية المفسرة له والمفاهيم المرتبطة به، مجلة بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، العدد 91، سبتمبر 2023، مركز بحوث الشرق الأوسط، ص139.

⁵ قندوز عبد القادر، دور الإعلام في التنشئة السياسية، مجلة دفاتر السياسية والقانون، المجلد 2، عدد 3، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، (2010)، ص 94.

حيث غيرت هذه المواقع الاجتماعية الطريقة التي يتفاعل بها الناس مع الأحداث السياسية، حتى أصبحت من أبرز أدوات لتعزيز المشاركة السياسية، وذلك من خلال فتح المجال للمواطنين للتعبير عن آرائهم، التفاعل مع القضايا السياسية المهمة، والمشاركة في الأنشطة الانتخابية بشكل أكثر فعالية وسهولة.

ظهور مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى ظهور مجموعة متنوعة من الأنشطة السياسية التي يشار إليها الآن بالمشاركة السياسية، والتي تصنف من الأشكال غير التقليدية للمشاركة السياسية والمعروفة أيضا بغير المؤسسية.

فيمكننا اليوم استخدام العديد من ميزات لهذه المواقع من أجل القيام ببعض الأنشطة السياسية سواء بالطرق المباشرة أو غير مباشرة، فمثلا يمكننا من خلال فيسبوك تسجيل مقاطع فيديو تعبيرية، كتابة منشورات سياسية تحفيزية على الحائط الشخصي، أو حائط الأصدقاء، ومشاركة الرأي السياسي، والانضمام إلى المجموعات السياسية، أو تصبح معجبا بصفحة السياسيين، أو نشر التعليق على منشورات الأصدقاء حول السياسة، وفي توتر مثلا يتم نشر تغريدات سياسية، أو إعادة تغريدها، والرد عليها في التعليق، ومتابعة حسابات تويتر السياسية، أو حتى المشاركة في استطلاعات الرأي والتصويت الإلكتروني.¹

¹ AichatAbdulruaf, Mohd Sobhi Ishak, Norsiah Abdul Hamid: Social Media and Youth Online Political Participation: Perspectives on Cognitive Engagement, New Media and Mass Communication, vol 44, (2015), p8.

3-1 أبرز مظاهر المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

أ- تعزيز التفاعل السياسي:

خلقت مواقع التواصل الاجتماعي منابر للمناقشات السياسية، حيث يمكن للمواطنين التفاعل مع بعضهم البعض، ومع المنظمات السياسية، وحتى مع القادة السياسيين، وهذا التفاعل يسهم في بناء الوعي السياسي، ويشجع المواطنين على المشاركة في الفعاليات السياسية مثل الانتخابات والمظاهرات.¹

ب- ظهور الحركات الاجتماعية والمظاهرات السياسية:

في عصرنا الحديث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، إنستغرام، تويتر، أدوات حيوية في تشكيل الحركات الاجتماعية والمظاهرات السياسية على المستوى العالمي، فلم تعد وسيلة للتواصل الاجتماعي فقط، وإنما أضحت ساحة لتبادل الأفكار السياسية، تنظيم الاحتجاجات، لتحقيق تغيرات اجتماعية وسياسية.

ومقارنة مع العديد من الاحتجاجات والمظاهرات السياسية التقليدية للحركات الاجتماعية التي تقودها منظمات عضوية يمكن التعرف عليها تحت لافتات مشتركة وأطر هوية جماعية، فإن التشكيلات الجماعية التي يتم وسطها رقميا كانت أكبر حجما، وأكثر انتشارا، فقد لاحظنا نجاحا

¹ Brian D. Loader, DanMercea, Youth, social media, and political participation: A Case study of the UK. Information, communication and society, 14, (2011), p347*366.

مدهشا في توصيل رسائل سياسية بسيطة مباشرة إلى الجماهير الخارجية، باستخدام تقنيات رقمية شائعة مثل فيسبوك أو تويتر.¹

ويبدو من المؤكد أن هذه الوسائل أصبحت تلعب دورا محوريا في اندلاع احتجاجات السياسية والاجتماعية حول مختلف القضايا والأحداث في مختلف دول العالم.²

- دعم مواقع التواصل الاجتماعي الحركات الاجتماعية والمظاهرات السياسية من خلال:

- التنظيم والتنسيق للمظاهرات السياسية:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم الأدوات التي تستخدمها الحركات السياسية في العصر الحالي لتنظيم وتنسيق للمظاهرات السياسية، فظهورها أدى إلى تغيير جذري في الطريقة التي يتم بها تنظيم هذا النوع من الحركات الاجتماعية والسياسية.

ففي السابق، كانت الحركات الاجتماعية تعتمد بشكل رئيسي على وسائل الإعلام التقليدية، والاتصال الشخصي، وعلى اللقاءات المباشرة، أو المنشورات الورقية، لشرح أهدافها وتنظيم فعاليات، لكن اليوم وبفضل ظهور هذه المواقع استطاع النشطاء من تنسيق الفعاليات بسرعة هائلة، والتواصل مع مجموعات واسعة، وتحديد مواقع وأوقات الاحتجاجات بشكل فعال، مما جعل الاحتجاجات أكثر انتشارا، وبالتالي أكثر تأثيرا،³ فأحد أبرز مزايا مواقع التواصل الاجتماعي هو قدرتها على تسهيل التنسيق بين المشاركين في المظاهرات، فيمكن للمنظمين تحديد مكان وموعد المظاهرة، ومن ثم نشر

¹ W. Lance Bennett, Alexandra Segerbeg: The Logic of Connective Action: Digital Media and The Personalization of Contentious Politics, Information, Communication and Society, 15, 01 June 2012, p742.

² حسين محمد نصر، من الانترنت إلى الشارع: دور وسائل الإعلام الاجتماعية في ثورة 25 يناير 2011 في مصر، مجلة الأدب والعلوم الاجتماعية، القاهرة، (2013)، ص 38.

³ Todd Gitlin, Occupy Nation: The Roots, the Spirit, and the Promise of Occupy wall Street, HarperCollins, (2013), p157.

هذه المعلومة في وقت قياسي، ووصولها السريع إلى أعداد ضخمة من الناس، وبالتالي تتمكن الحركات الاحتجاجية من خلال هذه المواقع من التحشيد والتفاعل مع مئات الآلاف من الناس في ساعات قليلة.¹

فيما يلي أمثلة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنظيم الحركات والمظاهرات السياسية:

- احتجاجات إيران 2009: بعد الانتخابات الرئاسية الإيرانية في جويلية 2009، التي اعتبرها الكثيرون غير نزيهة، استخدم المحتجون "تويتر" بشكل مكثف لتنظيم المظاهرات والتعريف بتفاصيل القمع الذي تعرض له المتظاهرون، حيث استخدم النشطاء الهاشتاغات للتواصل وتنظيم الفعاليات في الوقت الفعلي، مما جعل تويتر أحد الأدوات الأساسية في الاحتجاجات التي عرفت باسم "الثورة الخضراء"²

- ثورات الربيع العربي: تعتبر من أبرز الأمثلة على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنظيم وتنسيق المظاهرات السياسية، حيث يرى البعض أن هذه المواقع الاجتماعية خصوصا فيسبوك وتويتر ويوتيوب، كانت المحرض الرئيسي لثورات الربيع العربي، فقد أجرى برنامج الحكمة والابتكار في كلية دبي للإدارة الحكومية، استبياناً وزع على كل مستخدم فيسبوك في تونس ومصر، خلال شهر مارس 2011، وشارك فيه 126 شخصا من مصر، و105 من تونس، وفي كلا البلدين ذهب مستخدمو فيسبوك إلى أنه استخدم أساس لرفع الوعي في بلدانهم بشأن الحركات الشعبية 31%،

¹ ZenepTufekci: op.cit, 2015, p102.

² Philip N,Howard,Muzammil, M, Hussain, optic, p72.

ونشر المعلومات إلى العالم بشأن الحركات الاحتجاجية 33%،¹ وبالتالي ساهم فيسبوك في تنظيم وتنسيق للحركات والمظاهرات السياسية.

ج- المشاركة في الحركات والمظاهرات السياسية:

عملت مواقع التواصل الاجتماعي باختلافها على تحفيز الحركات الاجتماعية والمظاهرات السياسية، حيث شهدنا في السنوات الأخيرة كيف أن العديد من الحركات السياسية كانت بمثابة "ظواهر رقمية" نمت عبر المواقع وانتقلت عبر الشوارع، كثورات الربيع العربي 2011،² التي تعتبر واحدة من أبرز الأمثلة على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الحركات الاجتماعية، والتي اجتاحت دولا مثل تونس، مصر، ليبيا، وسوريا، في تلك الفترة استخدم الشباب في العالم العربي منصات مثل فيسبوك وتويتر لتنظيم الاحتجاجات ضد الحكومات الاستبدادية، ومشاركة قصصهم عن القمع والفساد،³ إذ أثبتت هذه المواقع أنها تعزز المشاركة السياسية، فبفضل المعلومات السياسية التي تقدمها هذه المواقع يصبح مستخدميها أكثر وعيا بالاحتياجات الاجتماعية والسياسية.⁴

فأصبحت بذلك مواقع التواصل الاجتماعي على رأسها فيسبوك أداة رئيسية في تنظيم المظاهرات السياسية والاحتجاجات، سواء من خلال النصوص أو التغريدات، أو نشر مقاطع فيديو.⁵

¹ الإعلام الاجتماعي والحراك المدني: تأثير فيسبوك وتويتر، تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار الثاني، 2011، ص 6.5.

² Manuel Castelles,) opt ic, p 56.

³ Philip N, Howard, Muzammil, M, Hussain, Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring, Oxford University Press, (2013), p211.

⁴ Hyuksookim, Yeojin Kim, Doohwang Lee, op.cit., p 4804.

⁵ W. Lance Bennett, Alexandra Segerbeg, The Logic of Connective Action: Digital Media and The Personalization of Contentious Politics, p744.

فمن خلال هذه المواقع، يستطيع الأفراد نشر المعلومات بسهولة والتنسيق مع الآخرين، الأمر الذي يساهم في ظهور الحركات الاجتماعية أو الاحتجاجات السياسية بشكل أكثر فعالية مما كان في السابق، فهذه المواقع سمحت للشباب بالوصول إلى مساحة عامة يمكنهم التفاعل ومناقشة القضايا السياسية بشكل حر من خلالها.

4- مواقع التواصل الاجتماعي وتحفيز المشاركة السياسية:

إن الربط بين المشاركة السياسية ومفهوم السياسة يؤدي إلى تنوع المفاهيم التي أعطيت للمشاركة السياسية، فإذا قصدنا بالسياسة علم الدولة أي أنها تقتصر على ما له من علاقة بالمؤسسات الدولة وبالعلاقة الحاكمين بالمحكومين، تصبح المشاركة السياسية في عملية اتخاذ القرار السياسي أو التأثير على متخذي هذا القرار وتقتصر تجسيدها في عملية التصويت في الانتخابات،¹ ففيسبوك مثلاً يعتبر من أهم وسائل الدعاية الانتخابية على الانترنت، وتعد مميزات مثل إنشاء الصفحات، أو إرسال الرسائل أو إضافة مقاطع صوت، أو فيديو ذات أهمية كبيرة لمسؤولي الدعاية على الانترنت الذين يقومون باستغلال جميع الفرص من أجل كسب المزيد من المعجبين والمشجعين للمرشح الانتخابي، بحيث تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى منصة مهمة لشن الحملات الإلكترونية في السباق الرئاسي مثلاً، سواء كانت المؤيدة لمرشح ما أو المعارضة له أو الداعية إلى المقاطعة أو التي تستهدف شن الحرب النفسية بالعمل على وقف المسار السياسي، الأمر الذي نقل الحملات الانتخابية من الحائط والشارع إلى ساحات الشبكات الاجتماعية، مستفيدة باتساع قاعدة

¹ إبراهيم أبراش، علم الاجتماعي السياسي، مقارنة اسيتمولوجية، مكتبة الدار المنارة، غزة، (2001)، ص 139.

المستخدمين وبسهولة توظيف الرسائل الإعلامية في عملية التأثير في الناخبين ودفعهم إلى المشاركة السياسية.¹

لهذا يلجأ كثير من مسؤولي الدعاية لعمل صفحة شخصية رسمية للمرشح وتكون هذه الصفحة هي المعبر عن أفكار المرشح وأهدافه وبرنامجه، وكذلك التواصل بينه وبين أنصاره والمعجبين به،² فهو يعمل على إشراك المواطنين بشكل مباشر في الأنشطة السياسية،³ كالتوعية السياسية، تسهيل الوصول إلى المعلومات الانتخابية، التفاعل المباشر بين المواطنين والمرشحين، تأثير المؤثرين الرقميين على الرأي العام.

4-1 التوعية السياسية: تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من الأدوات الفعالة في نشر الوعي السياسي، حيث يزداد الوعي بالقضايا السياسية من خلال النقاشات والمحتوى السياسي الذي ينشر يوميا، وفي هذا الصدد أظهرت دراسة **Peterson** أن استخدام هذه المواقع الاجتماعية في الحملات الانتخابية يساعد في توعية المواطنين بالقضايا السياسية بشكل أكثر فعالية من وسائل الإعلام التقليدية، حيث أشارت الدراسة أن 60% من الناخبين في الانتخابات الأمريكية عام 2020 استقبلوا أخبارا سياسية عبر مواقع مثل فيسبوك وتويتر.⁴

4-2 تسهيل الوصول إلى المعلومات الانتخابية: وفرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي أدوات لتسهيل عملية الوصول إلى المعلومات الانتخابية، مثل جداول الانتخابات، مواقع مراكز

¹ شريف درويش اللبان، الانتخابات في عصر الانترنت: الدعاية السياسية في الانتخابات السياسية، المركز العربي للبحوث والدراسات، مقال منشور، جريدة بوابة نيوز الإلكترونية، (الأحد 18 ماي 2014).

² محمد سيد ريان، الفيس بوك والثورة المصرية، (مصر: كتاب الجمهورية للنشر)، ص220.

³ Shepard, Alicia: The Journalism Watergate Inspired Is Endangered Now, The New York Time, (13 June 2013), p16.

⁴ Petersonm, D, Social Media and Political Awareness, Journal of Political Communication, 45 2, (2020), p112.

الاقتراع، وكيفية التسجيل في الانتخابات، فوفقاً لدراسة **Taylor**، فإن هذه الأدوات الإلكترونية ساعدت في تسهيل الإجراءات الانتخابية وتقليل العوائق أمام الناخبين، مما أدى إلى زيادة 15% في المشاركة الانتخابية في بعض من البلدان.¹

وعليه إن مواقع تواصل الاجتماعي، ومن خلال نشرها للمعلومات عن الانتخابات ساعدت العديد من الناخبين في معرفة كيفية التسجيل في الانتخابات، أوقات الاقتراع، تساهم هذه الميزات في تسهيل العملية الانتخابية للمواطنين، خاصة في الدول التي تعتمد على أنظمة معقدة للتسجيل في الانتخابات، الأمر الذي ساهم في تقليل العوائق التي تمنع من المشاركة.

3-4 التفاعل المباشر بين المواطنين والمرشحين: توفر مواقع التواصل الاجتماعي مساحات

للتفاعل المباشر بين المواطنين والمرشحين، وهو ما يعزز الشعور بالمشاركة، وهذا ما أكدت عليه دراسة **Smith** أن الحوارات المباشرة بين المواطنين والمرشحين على المواقع مثل فيسبوك وتويتر ساعدت في تعزيز الثقة بينهم، وزيادة المشاركة الانتخابية، ففي الانتخابات الأمريكية لعام 2020 أشارت ما نسبته 45% من الناخبين إلى أنهم شاركوا في الانتخابات بسبب التفاعل مع المحتوى السياسي عبر هذه المواقع،² كما تمكن المرشحين السياسيين أيضاً من استخدام هذه المواقع للتفاعل مع الناخبين، والرد على استفساراتهم، وحشد التأييد لحملاتهم الانتخابية.

فيمكن القول إن المواطنون تمكنوا من خلال هذه المواقع من متابعة الأحداث السياسية، طرح الأسئلة، ومشاركة آرائهم مباشرة مع المرشحين، الأمر الذي ساهم في تقوية العلاقة بين المرشحين

¹ Taylor, M: Social Media and Voter Registration: How Technology is Changing Elections, International Political Reviews, 67, (2023), p203.

² Smith J, The Role of Social Media in Elections: A New Era of Political Campaigning, Political Science Quarterly, 56, (2021), p98.

والمجتمعات المحلية، مما أدى إلى تعزيز الشعور بالمشاركة وزيادة دافعية الأفراد للمشاركة في العملية الانتخابية.

4-4 تأثير المؤثرين الرقميين على الرأي العام: يسمون أيضا influencers حيث أصبحوا

جزءا أساسيا من الحملات الانتخابية الحديثة، فالأشخاص الذين يمتلكون متابعين كثر عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، إنستغرام، تويتر، تيك توك، يمكنهم التأثير بشكل كبير على قرارات الناخبين، وهذا ما أثبتته دراسة **Johnson** أن المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي لعبوا دورا كبيرا في حث الشباب على المشاركة في الانتخابات الأمريكية عام 2020، من خلال نشر رسائل سياسية، أو تحفيز المتابعين على التوجه إلى صناديق الاقتراع، حيث أكد 30% من الناخبين الشباب أن المؤثرين الذين يتابعونهم حفزتهم على المشاركة في الانتخابات¹.

وبالتالي يمكننا القول إن هناك فئة جديدة من الأشخاص الذين أصبحوا يشكلون قوة مؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي، بحكم أن لديهم عدد كبير من المتابعين فهم قادرون على التأثير على الرأي العام، من خلال نشر محتوى سياسي يحفز متابعيهم على المشاركة في الانتخابات، كأن يقوم مشهور بنشر فيديو يحث فيه متابعيه على التصويت لصالح مرشح ما، الأمر الذي يساعد في زيادة المشاركة الانتخابية، ويعتبر هذا الأسلوب فعالا بشكل خاص في الانتخابات التي تخص جيل الشباب.

- لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في نشر مجموعة من الاتجاهات السياسية بين الشباب، بحيث دفعتهم لتبني مجموعة من السلوكيات السياسية سواء ايجابية أو سلبية، مما جعلها بيئة متنامية تلعب دورا في تشكيل الثقافة السياسية، نظرا لقدرتها على التأثير واستمالة العقل وإثارة العواطف

¹ Johnson, L, Influencers and Their Impact on Voter Behavior, Journal of Digital Politics, 14, (2022), P56.

لدى مستخدميها من فئة الشباب، من خلال استخدام عناصر فنية قادرة على جذب الانتباه مثل المؤثرات السمعية والبصرية والحركية في الصور والفيديوهات، عن طريق عناصر أساسية نذكر منها على سبيل الذكر لا الحصر: استغلال البنية التحتية المعلوماتية الافتراضية التي تتميز بسرعة نشر الأخبار والمعلومات السياسية بدون وجود الرقابة، إقبال الشباب على استخدام هذه المواقع بشكل كثيف، نشر خطابات سياسية تتسم بالضغط والحماسية، معتمدين على كلمات يستخدموها الشباب في حواراتهم اليومية، بالإضافة إلى بعض الكلمات المحفزة تدفع الشباب للمشاركة الفعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، لدرجة تحليل القضايا السياسية المعقدة والحكم عليها وتحديد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها، لكن هذا لا يخفي عنا أن هذه تتأثر بطبيعة النظام السائد في كل دولة.

وهذا ما أكد عليه سمية حوادسي في مقالها حول جدلية دور مواقع التواصل الاجتماعي: بين نشر الوعي السياسي والاجتماعي وثقافة العنف والتطرف الإرهابي في المجتمع العربي، بأن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الديمقراطية، وتعزيز قيم المشاركة السياسية، وصنع القرار السياسي، يرتبط بفلسفة النظام السياسي الذي تعمل في ظله، ودرجة الحرية التي تتمتع بها داخل البناء الاجتماعي، فهي تعكس طبيعة العلاقة بين المجتمع والدولة، وبين النخبة والجماهير.¹

وقد توصلت دراسة Hyuksookim, Yejin Kim, Doohwang Lee إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات لتبادل ونشر المعلومات السياسية، وتجعلهم أكثر دراية بالسياسة. وفي نهاية المطاف، يصبح هؤلاء المستخدمون المطلعون متحمسين للمشاركة في

¹ سمية حوادسي، جدلية دور مواقع التواصل الاجتماعي: بين نشر الوعي السياسي والاجتماعي وثقافة العنف والتطرف الإرهابي في المجتمع العربي، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية، العدد 16، متاح عبر موقع: <https://jilrc.com/archives/8602> تاريخ المعاينة: 2022-02-17.

السلوكيات السياسية، مثل المشاركة في الانتخابات، والتبرع بالمال للحملات السياسية، والاتصال بالمسؤولين، والتطوع في الجماعات السياسية.¹

وبالتالي فإن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل ما في تغيير مواقف واتجاهات مستخدميها إزاء قضايا وظواهر سياسية معينة، واكتساب سلوكيات سياسية ساعدت على القضاء على ثقافة الخوف التي كانت تعاني منه مجتمعات الدول العربية وساهمت في تحديد مستوى مشاركتهم في الحياة السياسية.

¹ Hyuksookim, Yeojin Kim, Doohwang Lee, op.cit, p 4804.

الجانف التطفق للدراسة

1. التعريف بعينة الدراسة وخصائصها حسب متغيرات الدراسة:

تضم عينة الدراسة 380 مفردة من مجتمع البحث الكلي، والتي تم تحديدها بعد استخدام معادلة ستيفن ثامبسون، اشتملت العينة على طلبة جامعة جيلالي اليابس بمختلف كلياتها، والتي تم اختيارهم وفقا لما رأيناه يخدم أهداف الدراسة من جهة، ويتماشى مع طبيعة المعاينة غير احتمالية قصدية من جهة أخرى، فقمنا بتوزيع 380 استمارة استبيان وبعد الفرز لم نقم بإلغاء أي استمارة نظرا لاكمالها في الإجابة.

- متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: مواقع التواصل الاجتماعي، -الفيسبوك أنموذجا-.

- المتغير التابع: الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

- المتغير الوسيط: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك، الاشباعات السياسية المحققة.

2- اختبار الصدق والثبات:

تعد خطوة التحقق من صدق أداة البحث من المراحل الأساسية في بناء الاستبيان، لما لها من دور في ضمان قياس الأداة لما وضعت لقياسه بدقة وموضوعية، حيث تم إعداد استبيان لقياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي، تضمن (39) فقرة موزعة على خمسة محاور رئيسية تعكس أبعاد الموضوع المدروس.

وللتأكد من صدق الأداة، تم اعتماد الصدق الظاهري وصدق المحتوى، وذلك من خلال عرض الصيغة الأولية للاستبيان على نخبة من الأساتذة المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية، قصد تحكيم فقراته من حيث وضوح الصياغة، ودقة المعنى، ومدى ارتباطها بمحاور الدراسة وأهدافها.

وبناء على الملاحظات والتوصيات المقدمة من السادة المحكمين، أجريت التعديلات اللازمة على بعض الفقرات بالحذف أو الإضافة أو إعادة الصياغة، بما يضمن صلاحيتها للاستخدام في الدراسة الميدانية.

- أما فيما يتعلق بثبات الاستبيان: فقد تم التحقق من خلال احتساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha لقياس الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان، وهو من أكثر الأساليب الإحصائية شيوعاً في البحوث الاجتماعية والإنسانية لقياس الثبات، خصوصاً عند التعامل مع أدوات تتضمن استجابات متعددة لفقرات تقيس بعداً أو مفهوم واحداً. حيث قمنا في إطار الدراسة الاستطلاعية بتوزيع الاستمارة على عينة مكونة من 70 مفردة، ثم جرى تغريغ البيانات في برنامج SPSS، وحساب معامل الثبات باستخدام ألفا كرونباخ لجميع محاور الأداة مجتمعة، فكانت النتيجة 0.82، وهي قيمة تعد مقبولة وتؤهل الأداة للاستخدام في البحث.

3 - خصائص عينة الدراسة :

سيتم فيما يلي عرض الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة بهدف توضيح توزيع أفرادها حسب مجموعة من المتغيرات الأساسية ذات الصلة بموضوع البحث، على غرار الجنس، والعمر، والمستوى الدراسي، والتخصص الأكاديمي.

جدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع.

المتغير	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	152	40
	أنثى	228	60
	المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

الجانب التطبيقي للدراسة

يبين لنا الجدول رقم (01) أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة هم من الإناث، بمجموع 228 أي ما يعادل 60%، مقابل نسبة متوسطة من فئة الذكور والتي قدرت بـ 40% مثلثتها 152 مفردة، ويمكن تفسير الهيمنة العددية للإناث إلى الواقع الديموغرافي السائد على مستوى الكليات الجامعية، حيث يلاحظ ارتفاع في نسبة الإناث المسجلات مقارنة بالذكور، خاصة وأن عدد الإناث في المجتمع الجزائري في ارتفاع مستمر وهذا ما تعبر عنه العديد من الإحصائيات، في حين تراجع نسبة الذكور قد يعود إلى تفضيل هؤلاء الانخراط في الحياة المهنية بدل مواصلة الدراسة، خاصة الفئة التي ترغب في الانضمام إلى المؤسسات العسكرية والتي تكون مقيدة بفئة عمرية ما بين 18-22 سنة وهي نفس سنوات الدراسة، الأمر الذي قد انعكس على توزيع العينة المدروسة.

جدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب المرحلة العمرية.

المرحلة العمرية	التوزيع	ك	%
18-22 سنة	170	44.73	
23-26 سنة	150	39.47	
27-30 سنة	45	11.84	
31-35 سنة	15	3.94	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (02) أن المرحلة العمرية التي تتراوح ما بين (18-22 سنة) احتلت المرتبة الأولى في نسب استخدام الفيسبوك، وذلك بنسبة 44.73 % أي 170 مفردة، أما مرتبة الثانية كانت للفئة العمرية ما بين (23-26 سنة) مثلثتها 150 مفردة أي ما يعادل 39.47%، في حين المرتبة الثالثة كانت للفئة ما بين (27-30 سنة) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.84% مثلثتها 45 مفردة، وفي المرتبة

الجانب التطبيقي للدراسة

الأخيرة وبنسبة جد ضعيفة قدرت ب 3.94% جاءت المرحلة العمرية التي تتراوح ما بين (30-35 سنة) ب 15 مفردة فقط.

تعكس هذه النتائج بوضوح أن شريحة الشباب، وتحديدًا الفئتين العمريتين (18-22 سنة) و(23-26 سنة) تمثل النسبة الغالبة في استخدام الفيسبوك، وهو ما يعكس انخراطا كبيرا للشباب في بداية المرحلة الجامعية أو ما بعدها مباشرة في الفضاء الرقمي، ويمكن إرجاع السبب إلى الكفاءة الرقمية العالية لهذه الفئة، والانخراط المبكر في استخدام هذه المواقع، خاصة أن الفيسبوك هو وسيلة أساسية للتواصل، الترفيه، ومعرفة المستجدات لهذه الفئة العمرية، وبالتالي قد يعتبرون الفاعلون الرئيسيون في التفاعل مع المحتوى الرقمي على مواقع التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها الفيسبوك في هذه الدراسة. وبخصوص التراجع الملحوظ في نسب الاستخدام لدى الفئات الأكبر سنا، وتحديدًا الفئتين العمريتين (27-30 سنة) و(31-35 سنة) يمكن إرجاع السبب إلى الانشغال بالحياة المهنية والعائلية، وبالتالي ليس هناك وقت لتصفح الفيسبوك للمدة زمنية طويلة، أو إلى توجه هذه الفئات نحو منصات رقمية أخرى تتلاءم مع اهتماماتهم المختلفة.

جدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي لأفراد عينة الدراسة.

التوزيع	ك	%
المستوى التعليمي		
ليسانس	260	68,42
ماستر	120	31.57
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (03) توزيع أفراد عينة الدراسة على حسب المستوى التعليمي، حيث تبين النتائج أن أغلب أفراد العينة مستواهم التعليمي هو ليسانس بنسبة 68.42% مثلتها 260 مفردة، أما المستوى التعليمي ماستر احتل المرتبة الثانية بنسبة 31.57% مثلتها 120 مفردة.

تشير هذه النتائج إلى أن فئة حملة شهادة الليسانس تشكل الأغلبية داخل العينة المدروسة. وهو ما يتماشى مع خصائص الفئة الأكثر استخداما للموقع كما ورد في الجدول الخاص بالفئة العمرية الأكثر استخداما للفيسبوك، ويمكن إرجاع السبب إلى أن هذه الفئة عادة ما تكون أكثر تفاعلا مع وسائل التواصل الاجتماعي، وأكثر عرضة للتأثر بالمحتوى الرقمي سواء كان ترفيهي، ثقافي، اجتماعي، ديني، أو سياسي، في المقابل تمثل فئة الماستر نسبة أقل لكنها معتبرة (حوالي الثلث)، وهي فئة يفترض أنها تمتلك مستوى أعلى من التحليل والنقد، وقد تكون أكثر وعيا بالمحتوى الرقمي المتداول عبر الفيسبوك. وعليه يمكن القول إن الأفراد ضمن الفئات التعليمية الجامعية (ليسانس - ماستر) يلجؤون إلى الفيسبوك، لتحقيق إشباعات قد تتعلق بالترفيه، أو التواصل، أو المعرفة، أو التعبير السياسي، أو من أجل الانخراط في النقاش العام.

جدول رقم (04): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الكلية.

الأقسام	التوزيع	ك	%
التكنولوجيا	30	7.89	
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية	66	17.36	
هندسة كهربائية	25	6.57	
كلية الآداب واللغات والفنون	60	15.78	
علوم دقيقة	15	3.94	
علوم طبيعية والحياة	29	7.63	
علوم اقتصادية، التجارية وعلوم التسيير	31	8.15	
كلية الحقوق والعلوم السياسية	80	21.05	
الصيدلة	19	5	
كلية الطب	14	3.68	
جراحة الأسنان	11	2.89	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (04) توزيع أفراد عينة الدراسة على حسب كليات جامعة جيلالي اليابس، حيث كل من كلية العلوم السياسية والعلوم الإنسانية والاجتماعية احتل المراتب الأولى والثانية، في المرتبة الأولى جاءت كلية العلوم السياسية بنسبة مئوية قدرت ب 21.05% مثلتها 80 مفردة، والعلوم الإنسانية والاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة 17.36% مثلتها 66 مفردة، أما المرتبة الثالثة كانت لكلية الآداب واللغات والفنون بمجموع 60 مفردة أي ما يعادل 15.78%، والمرتبة الرابعة كانت لقسم العلوم التجارية بنسبة مئوية قدرت ب 13.15% مثلتها 50 مفردة، وبنسب جد متقاربة جاءت في المرتبة الرابعة والخامسة والسادسة كلية التكنولوجيا بنسبة قدرت ب 7.89% مثلتها 30 مفردة، وكلية علوم طبيعية والحياة بنسبة 7.63% أي ما يعادل 29 مفردة، وكلية الهندسة الكهربائية بنسبة 6.57% مثلتها

25 مفردة، في حين المراتب الأخيرة كانت لكل من كلية الصيدلة بنسبة 5%، كلية علوم دقيقة بنسبة 3.94%، كلية الطب بنسبة 3.68%، وكلية جراحة أسنان بنسبة 2.89%.

تشير هذه المعطيات إلى أن كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكلية العلوم السياسية يحتلان المرتبة الأولى من حيث عدد أفراد العينة، ويعد هذا التمثيل العالي منطقيا بالنظر إلى الصلة المباشرة بين تخصص هذه الكليات على غرار علوم الإعلام والاتصال، علوم سياسية، وبين موضوع الدراسة. أما الكليات مثل علوم اقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، التكنولوجيا، علوم طبيعية والحياة جاءت في المراتب المتوسطة وهذا ما يدل على أن هذه الفئات تعد ركائز هامة في تحليل الثقافة السياسية، حيث توفر خلفيات نظرية متنوعة يمكن أن تساهم في زيادة الفهم حول أنماط استخدام الفيسبوك والتفاعل مع المحتوى السياسي التي يطرحه.

في حين سجلنا تمثيل منخفض في تخصصات مثل علوم الدقيقة، الصيدلة، كلية الطب، جراحة أسنان ما قد يعكس حجمهم داخل الكلية، أو محدودية ارتباط المباشر لطلبة هذه التخصصات مع موضوع الدراسة. ويمكن إرجاع سبب هذا التفاوت إلى:

- **أولا: الفروقات في حجم الكليات وعدد الطلبة المسجلين:** فمن الأسباب البنيوية التي لا يمكن إغفالها أن بعض الكليات مثل كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية تكون أكبر من حيث عدد المسجلين مقارنة بكليات أخرى مثل الهندسة الكهربائية، أو تكنولوجيا وهذا ما لمسناه من خلال إجراء هذه الدراسة، بحيث يقدر عدد الطلبة المسجلين في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية سنة 2024 حوالي 4632 طالب وبالتالي، فإن الفرص الإحصائية للاختيار من كلية كبرى أكبر بطبيعة الحال، وهذا ما انعكس على نسبة التوزيع الكلي للعينة.

- **ثانيا: طبيعة التخصص ومدى تقاطعه مع موضوع الدراسة:** فطلبة العلوم الإنسانية والاجتماعية والآداب والفنون غالبا ما يكون لديهم اهتمام بدراسة الظواهر المجتمعية والثقافية والسياسية، سواء من

الناحية النظرية أو التطبيقية، ويكون لديهم وعي أكبر بالسياقات السياسية والاجتماعية، مما يجعلهم أكثر اهتماما وميولا للمواضيع المتعلقة بالثقافة السياسية ومواقع التواصل الاجتماعي، خاصة أن المقررات الدراسية غالبا ما تتضمن محاور تتعلق بالثقافة، الإعلام، الرأي العام، الحركات الاجتماعية، والتحول الرقمي، مما يعزز تفاعلهم مع مضمون الدراسة. أما التخصصات التقنية والعلمية (تكنولوجيا، هندسة كهربائية) يركز طلبة هذه التخصصات على الجوانب التطبيقية والرياضية والعلمية الدقيقة، التي لا تتقاطع بشكل مباشر مع مواضيع ذات بعد سياسي أو اجتماعي. وهذا ما قد يؤدي إلى نوع من العزوف أو اللامبالاة النسبية إزاء المشاركة في هذا النوع من الدراسات.

- **ثالثا: الاستجابة للمشاركة في هذا النوع من الدراسات:** فالدراسات الإنسانية أو الاجتماعية تكون على الأغلب دراسة كمية وبالتالي تعتمد على الاستبيان، وطلبة التخصصات الإنسانية والاجتماعية يميلون إلى الانخراط في هذا النوع من البحوث بشكل أكبر بسبب قدرتهم على التحليل المنهجي، مقابل عزوف طلبة التخصصات العلمية عن المشاركة في هذه الدراسات باعتبارها غير ذات صلة مباشرة بتخصصهم، مما يؤثر على نسبة تجاوبهم.

- وعليه يمكن القول التفاوت في توزيع أفراد العينة حسب الكلية لا يعكس فقط اختلافات في بنية العينة، بل يشير إلى فروقات معرفية (القدرة على التحليل)، وسلوكية (الاستجابة للمشاركة) بين فئات الطلبة الجامعيين، التي تعود إلى طبيعة التكوين الأكاديمي، والاهتمامات الشخصية، وهذا ما يفسر كيف تسهم الخلفية التخصصية في توجيه استخدام مواقع التواصل نحو تشكيل الثقافة السياسية.

4- عرض ومناقشة نتائج الدراسة

- **عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمحور الأول: عادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك.**

يتناول هذا المحور النتائج المتعلقة بعادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لموقع فيسبوك، مسلطا الضوء على السلوكيات الرقمية المعتمدة أثناء استخدامه، ويركز التحليل على عناصر متعددة، منها الوقت

الجانب التطبيقي للدراسة

المخصص للاستخدام، الفترات المفضلة للتصفح، المعدل الزمني اليومي، طبيعة الأنشطة التي تقوم بها عينة الدراسة، والهوية الرقمية التي يعكسها تفاعلهم مع المنصة.

جدول رقم (05): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة استخدام موقع الفيسبوك.

الكلية	التوزيع	ك	%
أقل من سنة	5	1.31	
من 1-2 سنة	17	4.47	
من 3-4 سنوات	59	15.52	
من 5-6 سنوات	134	35.26	
أكثر من 6 سنوات	165	43.42	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

في إطار تحليل عادات وأنماط استخدام أفراد عينة الدراسة موقع الفيسبوك، يوضح لنا الجدول رقم

(05) أن ما نسبته 43.42% يستخدمون الفيسبوك لأكثر من 6 سنوات مثلتها 165 مفردة، أما 134

مفردة تراوحت مدة استخدامهم في الفترة الممتدة ما بين 5-6 سنوات أي ما يعادل 35.26%، في حين

59 مفردة من عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك لمدة زمنية تراوحت ما بين 3-4 سنوات وذلك بنسبة

قدرت بـ 15.52%، و 17 مفردة عبرت أن مدة استخدامها للفيسبوك تتراوح ما بين 1-2 سنة، جاءت

بنسبة 4.47%، وبنسبة جد ضئيلة 1.31% جاءت فترة أقل من سنة مثلها 5 مفردات.

ويمكن تفسير النتائج كالتالي:

- أولاً: غلبة الاستخدام الطويل لموقع الفيسبوك من قبل أفراد عينة الدراسة: إذ يتبين أن النسبة

الأكبر كانت للأفراد الذين يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من 6 سنوات، وهي نسبة دالة على قوة العلاقة

بين المستخدم والموقع، فالاستخدام المطول يعكس مدى تفاعل المستخدم مع محتوى المواقع المتنوع من ثقافي، اجتماعي، ديني، وسياسي الذي هو محور دراستنا، وغيرها من المواضيع.

- **ثانياً: ضعف نسبة المستخدمين الجدد:** مثلتها الأفراد الذين لم تتجاوز مدة استخدامهم سنتين، ما يدل على أن الفيسبوك ليس جديداً على العينة، هذا ما قد يساعدنا في جمع بيانات حول دور الفيسبوك في تشكيل الثقافة السياسية من الفئة المستخدمة للفيسبوك بشكل مطول ومنتظم، لا من مستخدمي عرضيين.

وعليه يمكن القول إن هذه المعطيات تكشف عن وجود علاقة استمرارية بين أفراد العينة وبين استخدام موقع الفيسبوك، ما يعزز إمكانية تأثير هذا الموقع على البناء المعرفي لديهم، وبلورة تصوراتهم ومواقفهم بصفة عامة، والمواقف السياسية بصفة خاصة، بشكل مباشر أو غير مباشر، فالمستخدمون القدامى قد يكون لديهم شبكات أصدقاء أوسع، متابعين أكثر، منشورات أكثر، منخرطين في صفحات ومجموعات أكثر.

جدول رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب مدة تصفح موقع الفيسبوك

التوزيع	ك	%
مدة التصفح		
دائماً	220	57.89
أحياناً	130	34.21
نادراً	30	7.89
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (06) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة تصفحهم موقع الفيسبوك، حيث تظهر معطيات وجود تفاوت واضح في وتيرة التصفح، فغالبية أفراد عينة الدراسة، يتصفحون موقع الفيسبوك بشكل دائم، وذلك بنسبة مئوية قدرت بـ 57.89% مثلتها 220 مفردة، في حين قدرت نسبة الأفراد الذين

يتصفحونه بين الحين والآخر ب 34.21% مثلثها 130 مفردة، ونجد في المقابل أن احتمال نادرا سجلت أدنى مرتبة بنسبة 7.89% من أفراد العينة مثلثها 30 مفردة.

تعكس نتائج الجدول ما يلي:

- **أولا: الاستخدام الدائم للموقع:** ويمكن إرجاعه إلى سهولة الامتلاك، فالملاحظ في الوقت الحالي أن الكل يمتلك الهواتف الذكية المحمولة المزودة بالإنترنت المحمول، الأمر الذي يسهل عليهم الوصول إلى شبكات التواصل الاجتماعي على غرار الفيسبوك وتصفحها بشكل دائم، وهذا ما أكدت عليه دراسة قام بها اتحاد **GSMA** ومعهد أبحاث مجمع الهاتف المحمول التابع لشركة NTTDOCOMO عن الاستخدام المتنامي للهواتف الذكية المحمولة من قبل الأفراد التي تتراوح أعمارهم من 8-18 عام حيث توصلت إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعية على الهواتف الذكية الأكثر شيوعا من بين الاستخدام التي يقوم بها هؤلاء،¹ أو بسبب تعدد وتنوع الاستخدام، فالفيسبوك اليوم لم يعد وسيلة للتواصل مع الأهل والأصدقاء، والتعارف، والترفيه فقط، وإنما مصدر لاكتساب المعارف من خلال المنشورات أو الوصول إلى العديد من المكتبات التي تحمل العديد من الكتب والدراسات العلمية بلغات مختلفة تساعد الطالب على تطوير إمكانياته الفكرية والمعرفية.

- **ثانيا: الاستخدام المحدود للموقع:** تشير النتائج إلى أن الفئة الذي نادرا ما تستخدم الفيسبوك تمثل الأقلية، مما قد تعكس تحفظا اتجاه الموقع، وقد يرجع السبب إلى الاعتماد على مطالعة الكتب، والأساتذة في الجامعات للحصول على المعلومات والمعارف بدل الاعتماد على الفيسبوك، وغالبا ما ترى هذه الفئة أن الفيسبوك ليس مصدر موثوق للمعلومة، أو يرجع السبب إلى تفضيل وسائط اتصالية أخرى كمنصة X، الإنستغرام، سناب شات، تيك توك وغيرها من المواقع الاجتماعية.

¹ عمر أوسامة، "تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال والاعتراب الرقمي للطلاب الجامعي"، (أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال الطور الثالث، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم- الجزائر، 2017-2018)، ص165.

- تأسيساً على ما سبق يمكننا القول إن الفيسبوك نتيجة لسهولة امتلاكه وتنوع خدماته أصبح جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية، فاستخدامه الكثيف والدائم من قبل الشباب، وخصوصاً الطلبة الجامعيين، قد يشكل بيئة خصبة لتشكيل المعارف السياسية.

جدول رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب الفترات المفضلة لاستخدام موقع الفيسبوك.

التوزيع	ك	%
الفترات المفضلة		
صباحاً	140	36.84
مساءً	90	23.68
ليلاً	180	47.36
لا يوجد وقت مفضل	250	65.78
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج **spss (v22)** اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (07) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب فترات المفضلة لاستخدام الفيسبوك، حيث يتضح من خلال النتائج أن غالبية أفراد عينة الدراسة ليست لديهم وقت مفضل لاستخدام الفيسبوك، وذلك بنسبة قدرت ب 65.78% مثلتها 250 مفردة، في حين أن 180 مفردة أي ما يعادل 47.36% يتصفحون الفيسبوك ليلاً، واحتلت هذه النسبة المرتبة الثانية، أما المرتبة الثالثة كان للأفراد الذين يتصفحون الفيسبوك صباحاً بنسبة قدرت ب 36.84% مثلتها 140 مفردة، أما المرتبة الأخيرة كانت لاحتمال مساءً بنسبة 23.68%، مثلتها 90 مفردة.

ويمكن تفسير النتائج على النحو التالي:

- **أولاً: هيمنة الاستخدام غير المرتبط بوقت معين:** وهذا ما يوضح طبيعة الاستخدام العرضي أو المستمر طيلة اليوم، مما يعكس درجة عالية من تغلغل الفيسبوك في الحياة اليومية لأفراد عينة الدراسة،

الجانب التطبيقي للدراسة

وقد يرجع السبب إلى رغبة الأفراد في التواصل الدائم، أو معرفة المستجدات اليومية خاصة أن الفيسبوك يتميز بالآنية والفورية في نشر الأخبار.

- **ثانياً: ارتفاع نسبة الاستخدام الليلي:** ويمكن إرجاع سببه إلى ارتباط هذه الفترة بوقت الفراغ أي بعد الانتهاء من العمل أو الدراسة، مما يزيد من احتمالية تفاعلهم مع المنشورات والتعليقات.

- **ثالثاً: الاستخدام المحدود في فترات الصباح والمساء:** ويمكن إرجاع السبب إلى أن هذه الفترات تعتبر فترات الدراسة أو العمل، وبالتالي يكون الوقت ضيق الأمر الذي قد يحد من عمق الاستخدام والتفاعل مع المضامين، أو يكون الأمر متعلق بانشغال الأفراد بالالتزامات الشخصية أو العائلية، وغالبا هذه الفئة في هذه الفترة تستهلك محتوى قصير وسريع (مثل العناوين أو المنشورات القصيرة أو الفيديوهات القصيرة). لكن على رغم من محدودية الاستخدام في هذه الفترات، إلا أن النسبة تؤكد على أهمية الموقع لدى أفراد العينة، فعلى الرغم من انشغالاتهم إلا أنهم يتصفحون الفيسبوك.

- وعليه يمكننا القول الاستخدام المتواصل للفيسبوك هو السمة الأبرز لدى أفراد العينة، وهو ما يدل على أن هذا الموقع أصبح ضمن الروتين اليومي لأفراد عينة الدراسة، الأمر الذي يعزز من فرص تعرضهم المستمر لمضامين سياسية وثقافية مختلفة، سواء بقصد أو دون قصد.

جدول رقم (08): توزيع أفراد عينة حسب المعدل الزمني لاستخدام موقع الفيسبوك.

التوزيع	ك	%
المعدل الزمني للاستخدام		
من ساعة إلى ساعتين	23	6.05
2-4 ساعات	59	15.52
5-6 ساعات	121	31.84
أكثر من 6 ساعات	177	46.57
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح لنا الجدول رقم (08) متوسط الاستخدام اليومي لموقع الفيسبوك لأفراد العينة، بحيث توصلنا إلى أن 6.05% أي ما يمثل 23 مفردة من عينة الدراسة يتراوح متوسط استخدامهم اليومي للفيسبوك ما بين ساعة إلى ساعتين، وما نسبته 15.52% أي ما يمثل 59 مفردة من عينة الدراسة يستخدمونه ما بين 2-4 ساعات، ونسبة جد متقاربة نجد من يستخدمونه من 5-6 ساعات وذلك بنسبة 31.84% بمجموع تكرار 121 مفردة، أما النسبة الأكبر لمتوسط الاستخدام كانت لاحتمال أكثر من 6 ساعات مثلتها 177 مفردة أي ما يعادل 46.57%.

تعكس نتائج الجدول ما يلي:

- **أولاً: هيمنة الاستخدام المكثف:** ويمكن إرجاع السبب إلى امتلاك أوقات فراغ لاسيما لدى فئة الإناث المهيمنة على عينة الدراسة، والانتشار الواسع للهواتف الذكية المزودة بشبكات الجيل الرابع والخامس، أو راجع إلى أن موقع الفيسبوك يتميز بالأنية في نقل الأخبار، وهذا ما يشبع رغبات المستخدم في الحصول على المستجدات في أسرع وقت، أو إلى وجود التفاعلية التي تسمح لهم بالدخول في نقاشات تخص الشأن العام، فالاستخدام الطويل للفيسبوك قد لا يعكس فقط سلوك التلقي، بل أيضا إنتاج المحتوى، المشاركة في النقاشات العامة، والتعبير عن المواقف.

- **ثانياً: ضعف فئة الاستخدام المحدود:** وهذا ما يعكس أهمية الفيسبوك في الكثير من المجالات كالتي التعليم التسويق، والثورة التي أحدثها في طريقة التواصل، فلم يعد مجرد موقع للتواصل الاجتماعي، بل مركز عالمي يتبادل فيه المستخدمون الأفكار ويشاركون لحظات حياتهم ويتفاعلون مع المحتوى العالمي، فوفقاً لإحصائيات 2025 هناك أكثر من 2.9 مليار مستخدم نشط شهرياً، و2 مليار مستخدم نشط يومياً،

الجانب التطبيقي للدراسة

وبالتالي تشير هذه الإحصائيات أن الفيسبوك لا يزال واحداً من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى مدى انتشاره وتأثيره الكبير.¹

وعليه يمكننا القول أصبح الفيسبوك جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية، واستخدامه تحول من موقع ترفيهي إلى فضاء تفاعلي دائم، ومصدر مهم للمعلومة، خاصة لدى الطلبة الجامعيين لما يوفره من سرعة في الوصول إلى المعلومات المرغوب فيها، ومنح الطالب فرصة عدم التنقل إلى المكتبات من خلال توفير العديد من الصفحات خاصة بالمكتبات الإلكترونية والمواقع العلمية.

جدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب الأماكن المفضلة لاستخدام الفيسبوك.

التوزيع	ك	%
مكان الاستخدام		
المنزل	70	18.42
الكلية	40	10.52
مقهى الانترنت	30	7.89
أينما تتوفر الانترنت	240	63.15
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج **spss (v22)** اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (09) مكان استخدام أفراد عينة الدراسة لموقع الفيسبوك، فجاء احتمال أينما توفر الانترنت في المرتبة الأولى بنسبة 63.15% مثلتها 240 مفردة، أما المرتبة الثانية كانت للمنزل مثلتها 70 مفردة أي ما يعادل 18.42%، في حين الاستخدام داخل الكلية جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 10.52%، مثلتها 40 مفردة، وفي المرتبة الأخيرة وبنسبة جد متدنية كانت لاحتمال مقهى الانترنت بنسبة 7.89%، ب 30 مفردة.

ويمكن تفسير النتائج التالية على النحو التالي:

¹Naveen Kumar, Facebook Users Statistics (2025) – New Worldwide Data, 08 May 2025, View 06 Juillet 2025, at 00:38.

- أولاً: هيمنة الاستخدام اللامكاني للفيسبوك: تبرز هذه النسبة تحولاً كبيراً نحو الاستخدام غير المرتبط بمكان ثابت، بل مرتبط بتوفر الانترنت، إذ أصبح الأفراد لا يقيدون استخدامهم بمكان محدد، بل يربطونه أكثر بتوفر الشبكة، الأمر الذي يعكس هيمنة الهواتف الذكية وولوج الإنترنت عبر شبكات الجيل الرابع والخامس على الاستخدام.

- ثانياً: تراجع الأماكن التقليدية في استخدام الانترنت: (المنزل، الكلية، مقهى الانترنت)، فعلى الرغم من أنه يعتبر مجال خاص للتواصل الرقمي، لكنه لم يعد المكان الوحيد أو الأساسي لتصفح موقع الفيسبوك بالنسبة لأفراد عينة الدراسة، فهناك تراجع كبير في الاعتماد على هذه الأماكن التي تعتبر تقليدية، والتي كان ارتباطها بالشبكات غير المستقرة سابقاً، والتي تم تعويضها حالياً بالإنترنت المحمول، والواي فاي العام.

وعليه يمكننا القول إن استخدام الفيسبوك أصبح أكثر تحراً من القيود المكانية، الأمر الذي يعكس بشكل واضح مدى أهمية الموقع، وتغلغله في الحياة اليومية، لدرجة بات جزء لا يتجزأ من السياقات الاجتماعية المختلفة، مما يعكس أيضاً الدور الذي باتت تلعبه الهواتف الذكية والانترنت المحمول كأدوات أساسية للتفاعل الرقمي لدى المستخدمين.

- النتائج المتعلقة بالمحور الثاني: دوافع استخدام الفيسبوك، والإشباعات السياسية المحققة.

يركز المحور الثاني على دوافع استخدام عينة الدراسة لموقع فيسبوك، والإشباعات السياسية التي تحققت من خلال تفاعلها مع المحتوى السياسي على الفيسبوك، حيث يهدف هذا المحور إلى التعرف على الأسباب التي تدفع عينة الدراسة لاستخدامه، بالإضافة إلى قياس مدى تحقيقهم للإشباعات السياسية مثل زيادة المعرفة، المشاركة في النقاشات، وكذا تحليل الاتجاهات العامة لعينة الدراسة فيما يتعلق بأهدافهم وتوقعاتهم من استخدام الفيسبوك.

جدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الفيسبوك.

الدوافع	التوزيع	ك	%
التواصل مع الأصدقاء	300	78.94	
التعليم والتثقيف	200	52.63	
نقاشات تخص الوضع العام	160	42.10	
التسلية والترفيه	280	73.68	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (10) قياس مستوى دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك، إذ قمنا بتحديد 04 دوافع، دافع اجتماعي، ودافعين معرفي، وواحد ذاتي، فالملاحظ من النتائج المتحصل عليها، ميول أفراد عينة الدراسة نحو استخدام الفيسبوك لدافع التواصل مع الأصدقاء بنسبة قدرت ب 78.94% مثلتها 300 مفردة، وفي المرتبة الثانية جاء دافع التسلية والترفيه بنسبة مئوية قدرت ب 73.68% مثلتها 280 مفردة، فما عبرت 200 مفردة من المبحوثين أن دافعهم الرئيسي من الاستخدام هو التعليم والتثقيف بنسبة قدرت ب 52.63%، أما المرتبة الأخيرة فكانت لدافع نقاشات تخص الوضع العام بنسبة 42.10% مثلتها 160 مفردة.

يمكن تفسير النتائج المتحصل عليها على النحو التالي:

- أولا: سيطرة الدافع الاجتماعي والذاتي: تفوق الدافع الاجتماعي المتمثل في التواصل مع الأصدقاء يعتبر أمر طبيعي كونه يتماشى مع طبيعة الفيسبوك كشبكة اجتماعية بامتياز، انطلاقتها كانت من أجل التواصل مع الأصدقاء، واستخداماتها الأولى كانت لتعزيز العلاقات الاجتماعية والحفاظ على الروابط بين الأفراد، أما الدافع الذاتي المتمثل في "التسلية والترفيه" يمكن إرجاعه إلى حاجة الطلبة للهروب من ضغوط الحياة والدراسة عبر محتوى ترفيهي خفيف.

- ثانيا: ارتفاع نسبة الدافع المعرفي: المتمثل في (التعليم والتثقيف، والدخول في نقاشات سياسية عامة)، إذ كان له حضور جيد بنسبة تجاوزت النصف وهو مؤشر يدل على استخدام موقع الفيسبوك من قبل المبحوثين كوسيلة للوصول إلى المعلومات والمحتوى المعرفي، سواء كان أكاديميا أو تثقيفيا، وبالتالي تحقيق الإشباع المعرفي لدى أفراد عينة الدراسة، وهذا ما أشار إليه عودة سليمان عودة إذ يرى أن العديد من الدراسات تؤكد على تأثير استخدام تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال في تحصيل الطلبة وزيادة دافعهم للتعليم وتنمية قدرات التفكير من خلال المعلومات المتحصل عليها.¹

- ووفقا لنظرية الدراسة "الاستخدامات والإشبعات"، يتبين لنا أن أفراد عينة الدراسة يسعون من خلال استخدام الفيسبوك إلى:

- 1- تحقيق إشباع اجتماعية (التواصل) وذاتية (الترفيه) بالدرجة الأولى، من خلال تدعيم علاقاتهم الاجتماعية والحفاظ عليها، من جهة، والترويج عن النفس وكسر الروتين من جهة ثانية.
- 2- تحقيق إشباع معرفية، مما يشير إلى وعي معرفي لدى الطلبة في توظيف الفيسبوك كمصدر للمعلومة والمعرفة الأكاديمية أو الثقافية، واهتمامهم بفاعلية النقاش السياسي عبر الفضاء الرقمي.

والملاحظ من هذه النتائج أنها تتوافق مع فروض نظرية الاستخدامات والإشبعات التي تؤكد على أن الفرد فاعل نشط يختار الوسيلة والمحتوى التي تشبع حاجاته الخاصة، وبالتالي هو الذي يستخدم وسائل الاتصال وليس وسائل الاتصال هي التي تستخدمهم.²

¹ عودة سليمان عودة مراد: واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعوائق استخدامها في التدريس لدى معلمي ومعلمات مدارس تربية لواء الشوبك، الأردن، البلقاء للبحوث والدراسات، المجلد 17، العدد 01، جامعة البلقاء التطبيقية، (2014)، ص 110.

² إبراهيم قائد أحمد: استخدامات الطلبة اليمنيين للفيسبوك والإشبعات المتحققة منه، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 9، العدد 26، (مارس 2017): ص 06.

جدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المواضيع التي ينتقوها من خلال الفيسبوك.

طبيعة المواضيع	التوزيع	ك	%
سياسية	230	60.52	
اجتماعية	260	68.42	
ثقافية	187	49.21	
رياضية	137	36.05	
دينية	150	39.47	
التسلية والترفيه	220	57.89	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

سعيًا من خلال الجدول رقم (11) معرفة أكثر المواضيع التي تثير انتباه أفراد عينة الدراسة أثناء استخدامهم موقع الفيسبوك، حتى نوضح علاقة أفراد عينة الدراسة بطبيعة المحتوى الذي يقدمه الفيسبوك، فجاءت المواضيع الاجتماعية في سلم الترتيب ب 260 مفردة أي ما يعادل 68.42%، و 230 مفردة من المبحوثين أي ما يعادل 60.52% يهتمون بالمواضيع السياسية، يليها مواضيع خاصة بالتسلية والترفيه التي جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت ب 57.89% ومثلتها 220 مفردة من المبحوثين، وبنسبة قدرت ب 49.21% من عينة الدراسة تستخدم الفيسبوك لمتابعة المواضيع الثقافية مثلها 187 مفردة وكانت في المرتبة الرابعة، وبالنسب جد مقارنة جاءت المواضيع الدينية في المرتبة ما قبل الأخيرة بنسبة قدرت ب 39.47% مثلها 150 مفردة، والمرتبة الأخيرة للمحتوى الرياضي بنسبة 36.05% بمجموع 137 تكرار.

يمكن تفسير النتائج على النحو التالي:

- أولاً: تصدر المواضيع الاجتماعية والسياسية لسلم الاهتمام: الأمر الذي يعكس دور منصة

الفيسبوك كفضاء عام للتفاعل الاجتماعي والمجتمعي، هذا ما يتماشى مع النظرية البنائية الاجتماعية

(Social Constructivisme) التي ترى في الإعلام وسيلة لبناء الواقع الاجتماعي من خلال التفاعل المتبادل¹، ولأنه أصبح مصدرا موازيا وربما بديلا لوسائل الإعلام التقليدية في استسقاء المعلومة السياسية، ومعرفة المستجدات السياسية، حيث يرى محمد بن سعود البشر أن الشريحة الأكبر من الجماهير التي تستخدم وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم هي الشريحة التي تهتم بالرسائل ذات الطابع السياسي.²

- ثانيا: الاهتمام بالمواضيع الترفيهية والفكاهية: تبرز الطبيعة الترفيهية المهيمنة على كثير من محتوى عبر الفيسبوك، فعلى الرغم أنها لا ترتبط مباشرة بالثقافة السياسية، إلا أن خلط الترفيه بالسياسة بات أحد أساليب التأثير الجديدة، خصوصا من خلال المحتوى الساخر أو "الميمز" السياسي.

- ثالثا: الاهتمام النسبي بالمواضيع الثقافية: فقد قاربت النسبة من النصف، مما يشير إلى اهتمام الطلبة عينة الدراسة باكتساب المعرفة، ورفع مستوى ثقافتهم، وهذا ما قد يعكس وجود بعد معرفي ثقافي مهم، يسهم في تشكيل معارف سياسية على المدى الطوي، خاصة وأن المعرفة السياسية هي مجموع المعلومات الواقعية المرتبطة بالسياسية المخزنة في الذاكرة طويلة المدى لدى الأفراد، تكون مرتبطة بتراكم المعلومات السياسية للفرد.³

-رابعاً: قلة الاهتمام بالمواضيع الدينية والرياضية: تراجع المواضيع الدينية إلى المراتب الأخيرة يشير إلى انخفاض الاهتمام النسبي بهذا النوع من المواضيع، الذي يمكن تفسيره بعدم ثقة المستخدمين بالفيسبوك لأخذ المعلومات الدينية، التي تحتاج إلى دقة والتحري، أو بقلة عرض المحتوى الديني على

¹ النظرية البنائية الاجتماعية: ترى أن الواقع الاجتماعي والمعرفة لا يوجدان بشكل مستقل عن الأفراد، بل يتم بناؤهما اجتماعيا من خلال اللغة والعلاقات، والتفاعل الاجتماعي اليومي، اللذان يعطيان للأشياء والأحداث معنى اجتماعي مشترك. للمزيد للمعلومات أنظر:

Peter L. Berger & Tomas Luckmann, The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge, (Penguin Books, USA, 1966).

² محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، طبعة إلكترونية ثانية، (الرياض: مكتبة العبيكان للنشر، 2017)، ص61.

³ Barabas.J,al, The question of political knowledge, Op. cit., p 841.

المواقع مما يقلل من نسبة التفاعل معها، أما بخصوص المواضيع الرياضية يمكن إرجاع سببه إلى أن معظم أفراد عينة الدراسة هم من فئة الإناث وبالتالي ليس لديهم اهتمام كبير بالمواضيع الرياضية مقارنة بفئة الذكور، أو أن الاهتمام بالرياضة قد يكون موجها لمواقع أخرى أكثر تخصصا.

- وبالتالي ووفقا لنظرية الاستخدامات والإشباع، يتضح أن الطلبة الجامعيين عينة الدراسة يسعون إلى:

1- تلبية احتياجاتهم الاجتماعية من خلال استخدام الفيسبوك، كالتفاعل الاجتماعي اليومي مع الأصدقاء والعائلة، ومشاركة التجارب اليومية.

2- تلبية احتياجاتهم الذاتية المتعلقة بالترفيه والمرح، بحيث يعتبرون الفيسبوك وسيلة لتخفيف الضغوطات اليومية.

3- تلبية احتياجاتهم المعرفية في مختلف المجالات سواء الثقافية، الدينية، أو الرياضية من خلال استخدام الفيسبوك.

وعليه يمكننا القول الفيسبوك هو فضاء متعدد الأبعاد من حيث الاستخدامات، مع أولوية واضحة للبعد الاجتماعي والسياسي والترفيهي، بالإضافة إلى وجود طابع تعددي للمحتوى يساعد مستخدميه من أفراد عينة الدراسة في تلبية احتياجاتهم المختلفة من خلاله، بما في ذلك التواصل الاجتماعي، الحصول على المعلومات السياسية، الترفيه، وتعزيز المعرفة الثقافية.

جدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب مدى متابعة المضامين السياسية عبر الفيسبوك.

الفترة	التوزيع	ك	%
دائما	200	52.63	
أحيانا	110	28.94	
نادرا	70	18.42	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يتضح من خلال الجدول رقم (12) أن النسبة الأعلى من أفراد العينة والتي قدرت ب 52,63% يتابعون المضامين السياسية بشكل دائم مثلتها 200 مفردة، في حين حوالي 29% من العينة مثلتها 110 مفردة يتابعون المضامين السياسية أحيانا، وهناك نحو 70 مفردة أي ما يعادل 18.94% نادرا ما يتابعون المضامين السياسية.

تعكس نتائج الجدول ما يلي:

- أولا: تصدر الاهتمام الدائم بمتابعة المضامين السياسية: تشير هذه النسبة إلى وجود عدد كبير من طلبة عينة الدراسة تعتبر الفيسبوك وسيلة رئيسية لاستهلاك المحتوى السياسي اليومي، ويمكن تفسير ذلك انطلاقا من الدور المتزايد الذي بات يلعبه هذا الموقع في توسيع نطاق المعرفة السياسية من خلال نقل المعلومات السياسية بشكل أني وفوري، أو مساهمته في فهم أعمق للقضايا المطروحة من خلال توفير مساحات لتسهيل النقاش وتبادل الآراء، أو راجع إلى أن هذه الفئة تعتبر السياسة جزءا من حياتها اليومية، وبالتالي تكون منخرطة بعمق في الشأن السياسي، الأمر الذي يجعل الفيسبوك مصدرا مهما خاصة لفئة الشباب في متابعة الأخبار السياسية.

- ثانيا: وجود متابعة متقطعة للمضامين السياسية: تشير هذه النسبة إلى وجود فئة قد تتأثر بالمحتوى السياسية لكن دون التزام دائم بالمتابعة، ويمكن تفسير ذلك بأن هناك شريحة من المستخدمين

متردة تتفاعل مع المضامين السياسية بحسب الأحداث أو الظرف السياسي السائد (مثل الانتخابات، الأزمات السياسية)، أو المتابعة تكون مرهونة بطبيعة المحتوى السياسي ومدى جاذبيته.

- **ثالثاً: ضعف فئة عدم متابعة المضامين السياسية:** تشير نسبتها إلى وجود فئة قليلة تظهر عدم اهتمامها بمتابعة المواضيع السياسية عبر الفيسبوك، ويمكن إرجاع السبب إلى عدم الثقة في المحتوى السياسي المعروض على الموقع، أو اللامبالاة والعزوف عن الانخراط السياسي، أو أنهم يرون أن استخدامات الفيسبوك تقتصر على الأغراض الترفيهية والاجتماعية.

- **وبالتالي إن معطيات الجدول توضح أن الفيسبوك يمثل منصة رئيسية لاستهلاك المضامين السياسية، مع التفاوت في مستويات التفاعل بين المستخدمين، ومصدر رئيسي لمتابعة الأخبار السياسية ومعرفة المستجدات في الساحة السياسية، لدرجة أن المتابعة من خلاله أصبحت تتم بشكل دائم من قبل الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة-، وبالتالي يمكننا القول إن استخدام الفيسبوك في متابعة المضامين السياسية ساهم في تحويل مستخدميه من مجرد مستهلك عابر للمحتوى إلى مستهلك متابع دائم للمسائل السياسية، التي قد تسهم في:**

1- تعزيز المعرفة السياسية.

2- تشكيل المواقف والاتجاهات.

3- تعزيز المشاركة أو حتى النقد السياسي.

جدول رقم (13): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أهمية المنشورات السياسية للفيسبوك لمعرفة مستجدات الساحة السياسية.

التوزيع الفترة	ك	%
كبيرة	173	45.52
متوسطة	157	41.31
قليلة	50	13.15
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يتبين من خلال الجدول رقم (13) أن النسبة الكبيرة من أفراد عينة الدراسة يقرون بأهمية المنشورات السياسية التي يتعرضون لها عبر الفيسبوك، حيث أفاد 45.52% بمجموع تكرار 173 مفردة، أن هذه المنشورات ذات أهمية كبيرة، في حين عبر 157 مفردة أي ما يعادل 41.31% عن الأهمية المتوسطة لهذا النوع من المحتوى، أما 13.15% مثلتها 50 مفردة فقط، اعتبروا أن المنشورات السياسية ذو أهمية قليلة.

تشير نتائج الجدول إلى:

-أولا: تصدر الاستهلاك الإيجابي والتلقي المتدبر للمنشورات السياسية: حيث لاحظنا أن غالبية أفراد العينة تولي أهمية كبيرة لهذه المنشورات، ويمكن إرجاع السبب إلى التحول في أنماط الاستهلاك الإعلامي من الوسائل التقليدية (صحف، إذاعة، تلفزيون) إلى الرقمية (الفيسبوك، منصة X، يوتيوب، إنستغرام، تيك توك...)، حيث تسهم منصة الفيسبوك في بناء معارف سياسية من خلال تعزيز الوصول السريع للمعلومات، وتعدد مصادرها، وإتاحة التفاعل والمشاركة من جهة، وفي تنوع أنماط التلقي من جهة أخرى فيوجد أفراد يهتمون بتتبع الأخبار والوصول إلى الحقائق كاملة، وهذا ما يسمى بالتلقي المتدبر الذي يعتبر النمط الذي يفضل فيه صاحبه الوصول إلى كامل معاني المقصودة في الخطابات وغير

المقصودة¹، كما يوجد فئة من المبحوثين تولي اهتمام متوسط بالمنشورات السياسية، مما يعني أن هذه الفئة لا تستهين بالمحتوى السياسي ولكن لا تعتبره ذو أولوية، ويمكن أن يكون السبب تفاعلها المرتبط بالسياق السياسي أو بالحاجة إلى الانتماء أو التفاعل السياسي في فترات محددة، كالانتخابات، الأزمات السياسية، وغيرها من الأحداث.

- ثانيا: ضعف نسبة عدم الاهتمام بالمنشورات السياسية: على الرغم من تسجيل نسبة قليلة ممن لا يهتمون بالمحتوى السياسي، إلا أنها تشير إلى وجود فئة قد لا ترى في هذا المحتوى ما يحقق حاجاتها، أو أنها تفضل نوعا آخر من المحتوى الرقمي، كالمحتوى الترفيهي أو الاجتماعي، ويمكن القول أيضا أن هذه النسبة القليلة تدل على أن الاهتمام بالسياسة عبر الفيسبوك ليس هامشيا عند الأغلبية.

وعلى ضوء النظرية المؤطرة للدراسة "الاستخدامات والإشباعات" (Uses and Gratifications Theory)، يمكن تفسير نتائج الدراسة، بأن هناك استهلاك إيجابي وتلقي مقصود من قبل أفراد العينة، وأن استخدامهم للفيسبوك من أجل تحقيق إشباعات معينة تتوافق مع حاجاتهم المعرفية. فالنسبة العالية التي تقرر بالأهمية الكبيرة للمنشورات السياسية، قد يجدون في هذا النوع من المحتوى إشباعا لحاجاتهم المعرفية، مثل فهم القضايا السياسية، متابعة الأحداث الجارية، وتكوين رأي سياسي مستقل، وهذا ما يتوافق مع نتائج الجدول رقم (10 - 11) التي تلخص نتائج فاعلية المستخدم في اختيار وتوظيف الوسائل والرسائل حسب حاجاته ورغباته الخاصة.

تأسيسا على ما سبق يمكن القول يلعب الفيسبوك دورا محوريا في عرض المحتوى السياسي على غرار الخطابات السياسية، الأخبار السياسية، المناظرات السياسية، منشورات الأحزاب السياسي، الفيديوهات السياسية الساخرة، واهتمام مستخدميه بتلقي هذا النوع من المحتوى من خلاله، لدرجة أنه بات يشكل أداة أساسية في تفاعل الأفراد مع القضايا العامة، إذ أن حوالي 87% من عينة الدراسة الفئتين

¹ الشريف مرزوق، نظرية التلقي وأطروحاته، مجلة النص، المجلد 07، العدد 01، (2021): ص208.

"درجة الاهتمام كبيرة" و"درجة الاهتمام متوسطة" يعترفون بأهمية المحتوى السياسي المنشور. مما يعكس مكانة منصة الفيسبوك كفاعل رئيسي في إنتاج وتداول المحتوى السياسي، لاسيما في ظل التراجع النسبي لدور وسائل الإعلام التقليدية في هذا السياق، إذ يرى الكثير أن القنوات الإعلامية الرسمية لا تعكس الواقع وتحجب بعض الحقائق، نذكر على سبيل المثال التعتيم الإعلامي في وسائل الإعلام الأمريكية بخصوص توابيت القتلى من الجنود الأمريكيين في العراق، التي تصل إلى الولايات المتحدة كل يوم تقريبا، إلا أن الحكومة نصحت بعدم تصوير هذه المراسم بحجة عدم جرح مشاعر أهل الجنود، ولكن السبب الحقيقي هو الخوف من انقلاب الرأي العام ضدها¹.

جدول رقم (14): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أكثر المواضيع السياسية متابعة عبر الفيسبوك.

نوع المواضيع	ك	%
المواضيع السياسية الدولية	120	31.57
المواضيع السياسية العربية	192	50.52
المواضيع السياسية الوطنية	299	78.68
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (14) نوعية المواضيع السياسية التي تثير اهتمام أفراد العينة أثناء استخدام موقع الفيسبوك، أين تبين أن 299 مفردة أي ما يعادل 78.68% من المبحوثين يهتمون بالمواضيع السياسية الوطنية، في حين نالت المواضيع العربية المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 50.52% مثلتها 192 مفردة، ثم تاليها المواضيع الدولية بنسبة 31.57% ومثلتها 120 مفردة من عينة الدراسة. تشير نتائج الجدول أعلاه إلى:

¹ مصطفى مراح، المعالجة الإخبارية التلفزيونية بين المهنية وتضليل الرأي العام، مصداقية، المجلد 01، العدد 01، (ديسمبر 2019): ص 89.

- أولاً: سيطرة المواضيع السياسية ذات الطابع الوطني: حيث أصبح الفيسبوك لا يستخدم فقط كأداة للتواصل الاجتماعي، وإنما كمنصة لاستهلاك الأخبار والنقاشات السياسية الخاصة بالشؤون الدولية، ما يعكس قرباً عاطفياً وواقعياً مع الأحداث السياسية التي تمسهم، ولعل هذا راجع إلى ارتباط المستخدمين الوثيق بالشأن السياسي المحلي، باعتباره الأقرب إلى واقعهم اليومي والأكثر تأثيراً على حياتهم المباشرة، سواء على مستوى السياسات الاقتصادية أو القرارات الحكومية أو القضايا الاجتماعية، ما يدفع المستخدمين إلى متابعته بشكل كبير ومحاولة التأثير فيه أو التفاعل معه عبر التعليق، النشر، أو إعادة التوجيه، تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة **مريم عبد اللوش** التي توصلت إلى أن الأخبار السياسية الوطنية من أكثر القضايا والمواضيع السياسية متابعه من طرف المبحوثين بنسبة 25.50%.¹

- ثانياً: الانفتاح النسبي على القضايا العربية: قد يرجع السبب إلى الشعور بالهوية والانتماء الإقليمي والعربي لدى المستخدمين، الذي يتجاوز حدود الدولة، ويدفعهم للارتباط بالقضايا العربية لدرجة الشعور بأنها جزء من قضاياهم، مثل الصراعات الإقليمية، التحولات السياسية في دول الجوار، أو راجع إلى الارتباط العاطفي الإنساني، فمشاهدة المعاناة، القصف، الحصار، التي يعيشها إخوانهم العرب (فلسطين - سوريا - السودان - اليمن..)، فعلى سبيل المثال ما يحدث في غزة إضافة إلى الحصار الشامل على قطاع غزة، اتبعت إسرائيل سياسة التجويع كأسلوب من أساليب الحرب، من خلال منع الإمدادات، واستهداف البنية التحتية للغذاء مثل المخازن وطواحين الدقيق، وتدمير الأراضي الزراعية، لكن بفضل مواقع الاجتماعية -الفيسبوك- التي ساهمت في نشر المعلومات عن معاناة أهل غزة تولد اهتمام وتفاعل قويا من قبل الشعوب العربية، فالملاحظ في الأشهر الماضية كثافة نشر ومشاركة هذه المأساة لحظة بلحظة على منصة الفيسبوك.

¹ مريم عبد اللوش، نجم الدين عيوني، الاتصال السياسي عبر الفيس بوك من وجهة نظر منخرطي الأحزاب السياسية، مجلة المعيار، مجلد 28، العدد 02، (مارس 2024): ص710.

- ثالثاً: ضعف متابعة المواضيع السياسية الدولية: انخفاض نسبة متابعة الأخبار الدولية نسبياً والتي لا تترقى إلى مستوى الاهتمام بالمواضيع الوطنية أو العربية، يمكن رده إلى ضعف الارتباط العاطفي أو الثقافي، فالأفراد غالباً لا يشعرون بأن القضايا الدولية تسهم مباشرة، على عكس القضايا الوطنية أو العربية، أو إلى صعوبة فهم السياقات السياسية الدولية، التي غالباً ما تتطلب خلفية معرفية مسبقة، أو إلى غياب تغطية المواضيع الدولية باللغة العربية، فالمحتوى الدولي غالباً لا يترجم، أو لا يقدم بلغة مبسطة تصل لكافة المستخدمين، أو يمكن إرجاع السبب إلى محدودية اهتمام الجمهور المحلي بمتابعة القضايا السياسية ذات الطابع العالمي، والتي قد ترى على أنها بعيدة عن الأولويات اليومية.

وحسب المنظور النظري، تعزز هذه النتائج الطرح الذي تقدمه نظرية الاعتماد على وسائل

الإعلام

(Media Dependency Theory) : اتي تفترض أن الأفراد يميلون للاعتماد على الوسيلة الإعلامية التي توفر لهم معلومات ذات الصلة بحياتهم اليومية، خاصة في الأزمات أو التغيرات السياسية، إذ تختلف المجتمعات وفقاً لدرجة استقرارها السياسي، فكلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام¹ (هنا الوسيلة هي الفيسبوك)، وهذا ما يفسر اهتمامهم المرتفع بالشأن الوطني، حيث تظهر النتائج أن الأفراد يميلون إلى استخدام الوسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاتهم المعلوماتية والمعرفية في السياقات التي يشعرون فيها بالتهديد أو التغيير، وهي حالات تنطبق بشكل واضح على السياق السياسي المحلي.

- وعليه يمكننا القول، في ظل تزامن الطرح السياسي عبر الفيسبوك، نلاحظ أن هناك أولوية للقضايا السياسية الوطنية لدى أفراد عينة الدراسة، في التفاعل السياسي الرقمي، ما يعكس التوجه إلى

¹ Melvin, L, Defleur, Sandarac, J. Ball Rokeach, Theoris of Mass communication, (U.S.A: N y, long man, 5 Th Ed, 1989), p240.

الجانب التطبيقي للدراسة

محلّية الثقافة السياسية الرقمية، ووجود انفتاح نسبي على القضايا السياسية العربية، وهذا ما يوضح البعد القومي والإقليمي في الانشغالات السياسية للطلبة الجامعيين -عينة الدراسة-، مقابل ضعف في الاهتمام بالقضايا السياسية الدولية، نتيجة غياب الارتباط الثقافي والعاطفي مع الأحداث الدولية، وبالتالي يمكن اعتبار الفيسبوك وسيلة فعالة في تعزيز المعرفة بالقضايا السياسية خاصة على المستوى الوطني والعربي، لكن لا يبدو أنها فعالة في تقديم القضايا على المستوى الدولي.

جدول رقم (15): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أنواع المنشورات السياسية المفضلة لديهم.

التوزيع	ن	%
أنواع المنشورات السياسية		
نصوص قصيرة	249	65.52
فيديوهات	186	48.94
مقالات	90	23.68
صور وفيديوهات ساخرة memes	158	41.57
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح لنا الجدول رقم (15) أنواع المنشورات السياسية المفضلة لدى المبحوثين، حيث يتبين أن النصوص القصيرة احتلت المرتبة الأولى كشكل المنشور السياسي الذي يثير اهتمامهم أثناء تصفح الفيسبوك بنسبة مئوية قدرت ب 65.52% بمجموع 249 تكرار، تليها في المرتبة الثانية الفيديوهات بنسبة قدرت ب 48.94% مثلتها 186 مفردة، أما الصور والفيديوهات الساخرة فاحتلت المرتبة الثالثة بنسبة 41.57% مثلتها 158 مفردة، في حين 90 مفردة من المبحوثين أي ما يعادل 23.68% تهتم بقراءة المقالات السياسية أثناء تلقيهم للمضامين السياسية.

يتضح من خلال نتائج الجدول ما يلي:

- أولاً: تفوق النصوص القصيرة كمنشور سياسي المفضل: تعكس هذه النتيجة التحول في بنية الفكر الإنساني وأسلوب تعامله مع تلقي المعارف، كاستجابة لتطورات مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها منصة الفيسبوك التي تركز على عرض المحتوى السريع المصمم بدكاء لجذب انتباه المستخدم في ثواني معدودة كالنصوص القصيرة، وبالتالي أصبح الفرد يستهلك المعلومة السريعة، ويمكن إرجاع السبب إلى طبيعة المحتوى، فالنصوص القصيرة لديها القدرة على توصيل عدد كبير من الأفكار والمعلومات السياسية بسرعة، خاصة في ظل الزخم المعلوماتي التي تتميز به منصة الفيسبوك، مما يضطر المستخدم إلى استهلاك المحتوى السريع دون قراءة معمقة أو تحليل نقدي وهذا ما يتماشى مع ثقافة التمرير السريع، التي تقلل من قدرة المستخدم على التفاعل مع النصوص الطويلة، أو إلى ضيق الوقت مقابل الرغبة في الإشباع المعرفي الفوري خاصة أن عينة الدراسة تتكون من طلبة جامعيين يقضون معظم وقتهم في الدراسة، وهذا مما يعزز ميلهم نحو المحتوى القصير.

- ثانياً: ارتفاع نسبة الاهتمام بالفيديوهات: مما يعكس أهمية الوسائط المتعددة (النص، الصوت، الصورة) الذي يتميز بها الفيسبوك في جذب الانتباه، ويمكن إرجاع السبب إلى كثرة طرح الفيديوهات خاصة في فترات الحملات السياسية، سواء لشرح البرامج أو نقد الخصوم، أو نقل خطابات سياسية، وسهولة المشاركة، فيمكن إعادة نشر الفيديو بسهولة، مما يساهم في انتشار الواسع، وبالتالي يجد المستخدم نفسه مضطر لمشاهدة هذه الفيديوهات، أو نظراً لما يوفره من سهولة في الفهم فالفيديو يلخص الأحداث السياسية المعقدة في دقائق، والتأثير البصري والعاطفي -الصوت والصورة- يعزز الفهم وترسيخ المعلومات في الذهن، وبالتالي يمكن اعتبار الفيديوهات من أبرز الوسائط التي يعتمد عليها الطلبة

الجامعيين لمتابعة الأخبار السياسية، باعتبار أن هذه الفيديوهات تمثل الطريقة الأمثل للوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين بفضل البساطة والسهولة التي تتميز بها أثناء إنتاج محتوى¹.

- **ثالثا: الصور والفيديوهات الساخرة (Memes):** مما يعكس أهميتها كأداة تعبيرية سياسية، ويمكن إرجاع السبب دخول ثقافة الـ"ميمز" كوسيط تعبيرى جديد عن الواقع السياسي إلى اعتماده على الطابع الكوميدي كأداة للنقد السياسي جديد، فغالبا ما تستخدم لتمرير رسائل سياسية معقدة، أو لتسليط الضوء على تناقضات سياسية أو سلوكيات مثيرة للجدل بطريقة ساخرة، أو نظرا إلى الجاذبية البصرية والعاطفية بحيث تجمع بين الصوت والصورة مما يعزز من تأثيرها على المتلقي، كما أنها تحفز المستخدمين على التعليق أو حتى إنتاج ميمز مضاد.

- **رابعا: ضعف تفضيل المقالات السياسية:** إذ يشير أن المستخدم يفضل المحتوى السريع مثل الفيديوهات الميمز، القصص الصغيرة على حساب المقالات الطويلة التي تعتمد على التفسير والتحليل، ويمكن إرجاع السبب إلى صعوبة اللغة والخطاب المستخدم في المقالات السياسية، فكثير من المقالات السياسية تكتب بلغة نخبوية معقدة ينفر المتلقي العادي منها، أو إلى التشكيك في موضوعية المحتوى، ففي ظل الاستقطاب السياسي ينظر العديد من المتلقين أن بعض المقالات السياسية هي عبارة عن محتوى دعائي خاصة إذا كانت منشورة من قبل جهات إعلامية منحازة، أو راجع إلى بحث المستخدم عن كل ما هو لحظي وسريع.

هذا ما قد يترتب عنه آثار سلبية كتراجع دور الصحافة خاصة أن المقال السياسي كان يعد أحد أعمدة الصحافة الجادة، وتراجعه يضعف من مكانة الإعلام التقليدي، انتشار الخطاب الشعبي الذي

¹محمود عياد، الاستهلاك الرقمي للفيديوهات القصيرة: الحاجات، الدوافع والاشباع، -دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفيسبوك، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 19، العدد 01، (جانفي 2025): ص 1265.

الجانب التطبيقي للدراسة

يساهم في انتشار الأخبار الكاذبة، تراجع التحليل النقدي والاعتماد على المحتوى السريع الذي يؤدي إلى الفهم السطحي للأحداث السياسية.

بناء على ما سبق يمكننا القول، يميل مستخدمي الفيسبوك من أفراد عينة الدراسة نحو استهلاك محتوى سياسي يتسم بالإيجاز، البساطة، والقدرة على الانتشار السريع، بدلا من الإطالة والتحليل، وإلى المحتوى الذي يعتمد على التأثيرات البصرية من (نص، صوت، وصورة)، والمحتوى الساخر البعيد عن الجدية والعمق الذي يؤدي دورا مزدوجا من جهة يبسط الموضوع السياسي، ومن جهة أخرى يشجع المتلقي على التفاعل من خلال السخرية أو النقد غير المباشر. وهذا ما يتماشى مع آليات التلقي الحديثة التي تفرضها البيئة الرقمية، وطبيعة المستخدم الذي يميل إلى المحتوى القابل للاستهلاك الفوري، وردود الفعل الفورية، والإيجاز، والرسائل السياسية السريعة التي يمكن فهمها ومشاركتها فورا، وغالبا ما تكون هذه الرسائل موجهة للتأثير في الرأي العام أو التعبئة السياسية السريعة.

جدول رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب أسباب اعتمادهم على الفيسبوك سياسيا.

التوزيع	ك	%
أسباب اعتماد على الفيسبوك		
ينقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية	163	42.89
سرعة نقل الأخبار والتحديث	224	58.94
الطرح الجريء للمواضيع السياسية	196	51.57
يهتم بالرأي والرأي الآخر	167	43.94
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (16) سبب تفضيل استخدام أفراد عينة الدراسة الفيسبوك لمعرفة آخر المستجدات السياسية، إذ جاء لاحتمال الذي ينص على أن الفيسبوك سريع في نقل الأخبار وتحديثها المرتبة الأولى بنسبة 58.94% ما يمثل 224 مفردة، واحتمال جراءة الموقع في طرح مختلف المواضيع

في المرتبة الثانية ونسبة 51.57% مثلتها 196 مفردة، أما في المرتبة الثالثة جاء احتمال الاهتمام بالرأي الآخر ونسبة قدرت بـ 43.94% بمجموع 167 تكرار، في حين المرتبة الأخيرة كان لاحتمال أنه ينقل الواقع السياسي بمصادقية وذلك بنسبة قدرت بـ 42.89% مثلتها 163 مفردة.

تأسيساً على ما سبق يمكننا أن نستنتج ما يلي:

- أولاً: تصدر سرعة نقل الأخبار وتحديثها سلم الترتيب: تشير هذه النسبة إلى وجود إدراك واضح لدى الطلبة - عينة الدراسة - أن الفيسبوك يمثل مصدراً فورياً وسريعاً لنقل المعلومات السياسية، مما يعكس أهمية خاصية الأنوية والفورية في تفضيل المستخدم الأداة الاتصالية، وهذا ما توصلت إليه نتائج دراسة محمود فتحي الفروخ بأن معظم الصحفيين الفلسطينيين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات لتمييزها بالفورية والسرعة في نقل الأخبار والأحداث لحظة بلحظة.¹
- ثانياً: جرأة الموقع في طرح مختلف المواضيع واهتمامه بالرأي والرأي الآخر: قد تدل نسبتهما العالية على أن الفيسبوك أولاً يعد مجالاً مفتوحاً للنقاشات السياسية المتنوعة، حتى تلك التي قد تكون محظورة في الإعلام التقليدي، مما يعزز من دوره كفضاء عام يعكس تنوع الآراء والمواقف، وثانياً يعتبر وسيلة تهتم بالرأي والرأي الآخر، وتتيح التفاعل مع وجهات نظر متعددة، وهو مؤشر إيجابي على وجود وعي أولي بأهمية التعددية.

- ثالثاً: ضعف احتمال نقل الواقع السياسي بمصادقية: الأمر الذي يعكس وجود تحفظ أو شك في مصداقية المعلومات السياسية المتداولة على الفيسبوك، خاصة مع ظهور مصطلح الأخبار الكاذبة (Fake News) والتي عرفت في قاموس كامبريدج للغة الانجليزية، بأنها: "قصص كاذبة تبدو وكأنها

¹ محمود فتحي الفروخ، العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث - مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية -، المجلد 06، العدد 03، (مارس 2022): ص 158.

أخبار، تنتشر على الانترنت أو تستخدم وسائط أخرى، وعادة ما يتم انتشارها للتأثير على الآراء السياسية،¹ وهذا ما أكدت عليه نتائج دراسة Han Luo, MengCai, and Ying Cui التي توصلت إلى أن الفيسبوك ساهم في انتشار المعلومات المضللة التي ساهمت بدورها في تضليل الجمهور ودفعهم إلى اتخاذ قرارات خاطئة.²

- وعليه يمكن القول استخدام الفيسبوك لمتابعة المستجدات السياسية يركز بدرجة أساسية على الخصائص التقنية والوظيفية للمنصة، وليس فقط على مضمونها. فالسبب الأكثر حضورا في تفضيل المنصة، هو "سرعة نقل الأخبار وتحديثها"، مما يعكس إدراك الطلبة للدور الذي يلعبه الفيسبوك كوسيط اتصالي لحظي، يوفر تدفقا مستمرا للمعلومات السياسية من مصادر متنوعة. وهذا الاستخدام البراغماتي يشير إلى تحول في سلوك المستخدم، من الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية التي تتسم أحيانا بالبطء أو الرقابة، إلى منصات تفاعلية تحقق الاستجابة الفورية لاحتياجاته المعرفية.

- كما تؤكد النتائج أيضا أن أفراد العينة لا يبحثون فقط عن المعلومة، بل عن المعلومة غير الخاضعة للفلتر أو الرقابة، مما يعزز دور الفيسبوك كمنصة تكسر فيها القيود التقليدية على المضامين السياسية.

¹محمود عبد الله مكاوي، لأخبار الزائفة Fake News بين الإعلام التقليدي والرقمي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 19، العدد 2، (أفريل 2020): ص 243.

²Han Luo, Meng Cai, and Ying Cui, Spread of Misinformation in Social Network, Analysis Based on Weibo Tweets, Hindawi Security and Communication Networks, Volume 2021, p20.

جدول رقم (17): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب دوافع متابعة الصفحات السياسية عبر الفيسبوك.

الدوافع	التوزيع	ك	%
اكتساب معارف سياسية	261	68.68	
محاولة نشر ومشاركة الأصدقاء مواضيع وقضايا سياسية	169	44.47	
مجرد الاطلاع	190	50	
أخرى تذكر	39	10.26	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح لنا الجدول رقم (17) دوافع متابعة أفراد عينة الدراسة الصفحات السياسية عبر الفيسبوك، أين تبين أن 261 مفردة أي ما يعادل نسبة مئوية قدرت بـ 68.68%، يتابعون الصفحات السياسية لتحقيق إشباعات معرفية سياسية، أما احتمال مجرد الاطلاع على الأخبار السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 50% بمجموع 190 تكرار، وبالنسبة لمحاولة نشر ومشاركة الأصدقاء مواضيع وقضايا سياسية جاءت في المرتبة الثالثة ونسبة قدرت بـ 44.47% مثلتها 169 مفردة، في حين 29 مفردة أي ما يعادل 10.26% ذكروا إشباعات أخرى تمثلت في: الرغبة في الانخراط السياسي الرقمي من خلال متابعة الصفحات السياسية خاصة التي تجسد موافقي وانتماي السياسي، المشاركة في النقاشات العامة من خلال الرموز التعبيرية أو التعليقات على المنشورات، البحث عن تحليلات وتفسيرات سياسية من أجل تكوين رأي سياسي، المقارنة بين المحتوى السياسي عبر الفيسبوك والمحتوى السياسي على الوسائل الإعلامية، التفاعل مع منشورات الأصدقاء فهناك العديد من أصدقائي مهتمين بالشأن السياسي، معرفة القرارات الحكومية الجديدة خاصة أن الحكومة في الفترة الأخيرة أصبحت تصدر قرارات بشكل يومي، الحاجة إلى التعبير خاصة الانتقادات، متابعة بعض الشخصيات مثل: الرئيس عبد المجيد تبون، الناشط السياسي

والإعلامي سمير بلعربي، الدكتور أمين بلغيث، أستاذ جامعي ومفكر سياسي فوضيل بومالة، أمير DZ، المعارض السياسي كريم طابو.

وبالتالي توضح معطيات الجدول ما يلي:

- **أولاً: تفوق الدافع المعرفي لمتابعة الصفحات السياسية:** تعكس هذه النتيجة الوعي السياسي المتزايد لدى الطلبة -عينة الدراسة-، بأهمية الفيسبوك كمصدر بديل للمعلومات، ويمكن إرجاع السبب إلى خاصية الفيسبوك التي توفر كميات هائلة من المعلومات دون الحاجة إلى أطر بحث مطولة، والحصول على الأخبار الفورية والآنية المدعمة بالصور والفيديوهات، وإمكانية عرض الأحداث بالتفاصيل ومن عدة مصادر، تنوع المصادر (رسمية، مستقلة، شعبية)، وهذا ما يعزز فكرة أن جمهور الفيسبوك لم يعد يستهلك المحتوى السياسي بشكل سلبي أو ترفيهي فقط، بل يبحث عن توسيع الفكر واكتساب المعارف السياسية.

- **ثانياً: الاكتفاء بالاطلاع كممارسة غير تفاعلية:** تشير نسبتها إلى وجود نمط من الاستخدام القائم على الاستهلاك المعلوماتي السلبي، حيث يكتفي أفراد العينة بمتابعة المحتوى السياسي دون المشاركة الفعلية فيه، وهو ما يمكن إرجاعه إلى الزخم الإخباري المتواصل الذي يوفره الموقع، إذ يجد المستخدم نفسه أمام كم هائل من الأخبار والمعلومات التي تنشر بشكل مستمر وأني، فيضطر إلى الاكتفاء بالاطلاع والمراقبة دون الإسهام في النقاش العام.

- **ثالثاً: وجود تفاعل نسبي:** يدل على التحول من مجرد الاستهلاك إلى المشاركة والنشر السياسي كفعل اتصالي، وقد يرجع السبب إلى تطور دور الجمهور من متلقي سلبي إلى مشارك فاعل في الخطاب السياسي الرقمي، سواء من خلال الإعجاب بالمنشورات، أو مشاركتها مع الأصدقاء الرقميين، أو إبداء الرأي من خلال الرموز التعبيرية والتعليقات، وهذا ما تبين من خلال تعبير أفراد العينة عن دوافع أخرى لمتابعة الصفحات السياسية، أو نتيجة الرغبة في المشاركة في إنتاج المحتوى السياسي، في عام 2006،

وضع **Henry Jenkins** مؤسس ومدير برنامج دراسات الوسائط المقارنة في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا، الأساس للظاهرة الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي) بحيث يرى أن هذا التطور لا ينطبق على التكنولوجيا فقط، بل أيضا على أبعاد اجتماعية وثقافية. وبحسبه نحن نشهد ثورة ثقافية تكمن صفتها الأساسية في رغبة الأفراد في المشاركة الفعالة في إنتاج المحتوى على المنصات الإعلامية المختلفة.¹

- رابعا: دوافع أخرى: مثلت نسبة قليلة ضمن سلم الترتيب، ما قد يشير إلى محدودية تنوع دوافع متابعة الصفحات السياسية من قبل المبحوثين، على الرغم من تخصيص خانة لهم للتعبير عن دوافع لم تطرح من قبلنا.

- ووفقا للنظرية المؤطرة للدراسة -الاستخدامات والاشباعات-:تتماشى هذه الدوافع مع الإشباعات الاجتماعية والإعلامية في نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث يسعى الأفراد إلى التواصل الاجتماعي والمشاركة في الخطاب السياسي، وبخصوص الحضور القوي للدافع المعرفي في استخدام الفيسبوك سياسيا يعكس تحولا في طبيعة العلاقة بين المستخدم والمحتوى السياسي الرقمي، بحيث أصبح المتلقي شريكا فاعلا في تشكيل إدراكه السياسي، وهذا ما يتقاطع مع ما توصلت إليه دراسة عبد الحليم كنعان، التي بينت أن الغالبية العظمى من الشباب يتابعون المحتوى السياسي على فيسبوك بغرض الفهم والتحليل السياسي، مع بروز سلوك المشاركة في القضايا العامة كدليل على وعي سياسي رقمي متنام.²

بناء على ما سبق، يمكن القول أن الفيسبوك لا يمثل فقط منصة ترفيهية أو إخبارية، بل أصبح أداة فعالة في تعزيز المعرفة السياسية من خلال تمكين الأفراد من الوصول إلى المعلومات السياسية،

¹Manuela Teixeira, L'émergence de Réseaux Sociaux sur Le Web Comme Nouveaux Outils de Marketing, Thés Présentée à la Faculté des Etudes Supérieures et Postdoctorales, Département de Communication, (Université d'Ottawa,2009), p16.

² عبد الحليم كنعان، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 27، (2018): ص189.

والانخراط في النقاشات، وصياغة الرأي العام، مما يفرض على الباحثين وصناع السياسات إدراك طبيعة التحولات التي تشهدها الفضاءات الاتصالية الجديدة ومدى تأثيرها على البنية الثقافية والسياسية للمجتمع. وهذا ما يتوافق مع نتائج دراسة طه عبد العاطي نجم، أنور بن محمد الرواس¹، حيث خلصت أن 45.40% من أفراد عينة الدراسة تحقق إشباع رغباتهم في المعرفة السياسية، إذ أكدت أن المواقع الإلكترونية تساهم في إشباع رغبات المبحوثين وحاجاتهم السياسية.

جدول رقم (18): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رؤيتهم للمضامين السياسية عبر الفيسبوك.

التوزيع	ك	%
نوع المضامين السياسية		
تواصل سياسي افتراضي	227	59.73
حواري معلوماتي	176	46.31
حرية التعبير	214	56.31
أخرى تذكر	26	6.84
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (18) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب كيفية رؤيتهم للمضامين السياسية التي يتلقونها عبر موقع الفيسبوك، حيث تشير البيانات إلى أن أعلى نسبة تمثيل كانت لاحتتمال التواصل الافتراضي السياسي وقدرت ب 59.73% مثلتها 227 مفردة، أما احتتمال حرية الرأي والتعبير جاءت المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 56.31% بمجموع 214 تكرار، في حين المرتبة الثالثة كانت لاحتتمال حواري معلوماتي بنسبة مئوية قدرت ب 46.31% ما يمثل 176 مفردة، أما 26 مفردة أي ما يعادل 6.84% قدموا إجابات أخرى نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر: تعزيز العلاقات

¹ طه عبد العاطي نجم، أنور بن محمد الرواس، حول العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية، مجلة دفا تر السياسة والقانون، العدد 04، (جانفي 2011): ص80.

الاجتماعية، التسلية والترفيه، البحث عن فرص العمل، التسويق الرقمي، فتح بث مباشر، البحث عن مصادر معلومات.

وبالتالي توضح النتائج المتحصل عليها ما يلي:

- أولاً: تصدر احتمال التواصل السياسي الافتراضي: يمكن إرجاع السبب إلى:

- 1- التغيرات الطارئة على النماذج الكلاسيكية للتواصل السياسي، في سياق الشبكات الرقمية، حيث أثرت بشكل مباشر على طريقة التواصل، وعلى الأدوات المتاحة أمام الشباب عامة وفئة الطلبة خاصة.
- 2- اعتبار الفيسبوك أداة بديلة عن القنوات التقليدية المقيدة.
- 3- أو إلى إدراك الطلبة للدور الذي تتيحه هذه المنصات في التعبير عن المواقف والآراء دون قيود تقليدية. خاصة أن الفيسبوك كموقع اجتماعي قد يعطي فرصاً لمستخدميه (مجتمع مدني، جهات سياسية، أو مؤسسات سياسية) للتفاعل والتأثير والمشاركة في النقاشات، لدرجة أنه أصبح منبرا رئيسيا للتعبير السياسي، وهذا ما يبرز دوره في تعزيز إشراك المستخدمين في الحياة السياسية دون الحاجة إلى التواجد المادي.

- ثانياً: ارتفاع نسبة احتمال حرية الرأي والتعبير: يمكن إرجاع السبب إلى:

- 1- غياب أو ضعف الرقابة الفعلية، ففي ظل قلة حدة الرقابة الإلكترونية مقارنة بالإعلام التقليدي يشعر المستخدم بحرية أكبر للتعبير عن الرأي السياسي خاصة ضمن دوائر الأصدقاء والحسابات الخاصة.

2- الخبرات السابقة مع القضايا العامة، فالتفاعل الدائم مع قضايا مجتمعية يمنح المستخدم ثقة

أكبر في إيصال آرائهم بحرية مطلقة.

3- اقتران الاستخدام السياسي للمواقع بحرية التعبير، خاصة مع اتساع مساحة هذه الحرية بشكل كبير مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك- إذ أصبح فضاء مفتوح يسمح بتبادل الرأي والتعبير السياسي، وهذا ما يعزز من مشاركتهم في النقاشات السياسية ويزيد من وعيهم بالقضايا العامة.

ثالثاً: ارتفاع نسبي لاحتمال حوار معلوماتي: يشير إلى ميل متزايد لطلبة الجامعيين -أفراد العينة- للانخراط في تفاعلات مبنية على تبادل الأفكار والمعلومات، بدلاً من مجرد تلقيها بشكل سلبي، ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- الطبيعة التفاعلية لمنصة الفيسبوك، التي تشجع المستخدمين على النقاش المعرفي حول القضايا السياسية، وفتح حوارات معلوماتية.

2- تنوع المحتوى السياسي، والذي يثير الجدل ويحفز المتلقي على التفاعل، أو بسبب ارتفاع مستويات الوعي السياسي الرقمي لدى المبحوثين مما يعزز رغبتهم في التأثير والمشاركة. وهذا ما يؤكد على أن الفيسبوك ليس مجرد منصة لنقل المعلومة، بل فضاء للتفكير المستقل، وبناء معرفة سياسية.

ثالثاً: قلة التعبير عن دوافع أخرى: تشير هذه النسبة إلى وجود فئة حتى لو كانت قليلة ترى أدواراً أخرى للفيسبوك في السياق السياسي، ما قد يعكس تصورات نوعية خاصة، ربما تتصل بأبعاد رمزية، ثقافية أو ترفيهية في العمل السياسي، أو حتى رفضاً للموقع كأداة سياسية.

- الملاحظ من نتائج الجدول أن هناك تقارب في نسب الاحتمالات الثلاثة الأولى، وهذا ما يدل على تعددية الأدوار التي يؤديها الفيسبوك في المجال السياسي، وعلى تعدد احتياجات المستخدم الذي أصبح لا يوظف هذه المواقع في اتجاه واحد فقط، بل يجمع بين التفاعل، التعبير، وتلقي المعلومة ضمن ممارسة اتصالية افتراضية.

- وعليه يمكننا القول إن الفيسبوك يلعب دوراً رئيسياً في اكتساب معارف سياسية، عبر ثلاث مسارات رئيسية وهي:

1- التفاعل /2- التعبير / 3-الحصول على المعلومة. وهذا ما تفسره ترتيب نسب التمثيل التي

توزعت على هذه الوظائف.

جدول رقم (19): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإشباعات السياسية المحققة

التوزيع	ك	%
الإشباعات السياسية		
التعبير بحرية مطلقة حول القضايا السياسية	248	65.26
فتح النقاش السياسي حول القضايا المهمة	202	53.15
الخروج من دائرة الصمت والتحييد الإعلامي للقضايا السياسية	189	49.73
أخرى تذكر	31	8.15
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

سعيًا من خلال الجدول رقم (19) قياس الدافع الرئيسي لتوجه الطلبة نحو استخدام موقع الفيسبوك، وبالتالي معرفة الإشباعات التي يحققها من وراء هذا الاستخدام، وعلى هذا الأساس تم تحديد ثلاث دوافع، وتركنا المجال للتعبير عن دوافع أخرى من خلال تخصيص خانة أخرى تذكر، وكانت النتائج كالتالي: أول دافع لاستخدام المبحوثين للفيسبوك هو أن الفيسبوك يعطي لمستخدميه فرصة التعبير بحرية مطلقة حول القضايا السياسية بنسبة 65.26% بمجموع 248 تكرار، وثاني دافع كان فتح النقاش السياسي حول القضايا المهمة بنسبة 53.15% مثلتها 202 مفردة، يليها في المرتبة الثالثة بنسبة 49.73% وبمجموع 189 تكرار احتمال الخروج من دائرة الصمت والتحييد الإعلامي للقضايا السياسية ذات الأولوية، أما ذكر دوافع أخرى جاءت في المرتبة الأخيرة مثلتها 31 مفردة أي ما يعادل 8.15% نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر: التسلية والترفيه، التواصل مع الأهل المتواجدون في الغربة، التواصل مع الزملاء، البحث عن الأصدقاء خاصة من خارج الوطن، معرفة المستجدات الطارئة،

متابعة الأخبار الرياضية، متابعة صفحات شخصيات مشهورة، معرفة المرشحين في الانتخابات وبرامجهم السياسية.

نستنتج من خلال هذه البيانات ما يلي:

- أولاً: هيمنة الدافع التعبير بحرية حول القضايا السياسية على سلم الدوافع: مما يشير إلى مستوى عالي من الارتباط بين الاستخدام الرقمي والرغبة في التأثير السياسي غير المؤسسي، حيث باتت المنصات الرقمية -الفيسبوك- تشكل بالنسبة للكثير من المستخدمين بديلاً فعالاً عن المساحات التقليدية المحدودة للتعبير السياسي، ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- غياب المنابر الحرة، وتضييق المجال العام، مما يدفع المستخدمين للبحث عن بدائل رقمية للتعبير، خاصة أن الشباب الجامعي آراءهم لا تسمع في المؤسسات الرسمية، الأمر الذي يجعل الفيسبوك مساحة مفتوحة لإيصالها.

2- طبيعة المنصة، التي توفر أدوات تقنية سهلة مثل النشر الفوري، التصوير، والبت المباشر مما يعزز رغبة المستخدم في التعبير السريع والحر.

3- التأثير بالمشاهير والنشطاء السياسيين: الذين قد يستخدمون المنصات بحرية، مما يشجع الأفراد على التعبير بطريقة مشابهة خاصة عند رؤية نماذج ناجحة. وبالتالي يعزز ثقة المستخدمين بدور الفيسبوك كمنصة للتعبير السياسي الحر، وهذا ما يتوافق مع نتائج دراسة علا عمر باوزير، علي منعم القضاة، حول استخدام الفيسبوك وتأثيره على التحصيل الدراسي للمراهقين، حيث توصلت إلى أن أغلب أفراد العينة يعتبرون استخدام موقع الفيسبوك يلبي لديهم حاجة التنفيس والتعبير بكل حرية بنسبة قدرت ب 72.30%.¹

¹ علا عمر باوزير، علي منعم القضاة، استخدام الفيسبوك وتأثيره على التحصيل الدراسي للمراهقين -دراسة وصفية ميدانية على عينة من طلبة المدارس الأساسية والثانوية في مدينة عدن، مجلة الرسالة، العدد 01، (مارس 2019): ص 89.

- ثانيا: ارتفاع نسبة احتمال فتح النقاش السياسي: قد تشير إلى وجود وعي لدى أفراد عينة الدراسة بأهمية التفاعل السياسي والنقاش العمومي حول القضايا الوطنية أو العربية أو الدولية، وبأهمية استخدام الفيسبوك كمساحة للحوار العام، قد يرجع السبب إلى:

1- التفاعل الجماعي والتغذية العكسية الفورية عبر الفيسبوك، إذ تدفع الطلبة الجامعيين إلى المشاركة في النقاشات السياسية.

2- ارتباط المحتوى السياسي بالواقع اليومي، فالأحداث السياسية غالبا ما تمس حياة الأفراد، مما يحفز الشعور بالمسؤولية والرغبة في الحوار والمناقشة.

3- نضج الوعي السياسي، خاصة أن عينة الدراسة تمثل الطلاب الملتحقون بمؤسسات التعليم العالي وبالتالي قادرين على بدء الحوار السياسي بدون تردد.

وهذا ما يؤكد أن فيسبوك لا يستخدم فقط كمصدر للمعلومات بل كوسيلة للمشاركة السياسية والنقاش الديمقراطي، فالإنترنت وما أفرزته من وسائل ومواقع اجتماعية ذات طبيعة ديمقراطية، كانت قادرة على رفع القيود والمحددات على حرية التعبير، بالإضافة إلى طرح الآراء السياسية على وسائل التواصل الاجتماعي الذي دفع بالعديد من المتابعين لتبنيها.¹

- ثالثا: الخروج من دائرة الصمت الإعلامي: قد تعكس رغبة فئة معتبرة من المبحوثين في كسر هيمنة وسائل الإعلام التقليدية والخروج من منطق التهميش أو التحييد الإعلامي لبعض القضايا، ويمكن رد السبب إلى التحول في البنية الإعلامية، فمواقع التواصل الاجتماعي بما فيها الفيسبوك أصبحت بديلا علميا للإعلام التقليدي الخاضع لقيود سياسية أو اقتصادية، خاصة وأن الفيسبوك يتيح إمكانية تكوين

¹ جمال سند السويدي: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، الطبعة الرابعة، (2014)، ص53.

مجتمعات رقمية صغيرة (مثل المجموعات أو الصفحات الطلابية) تضم أفراد يتقاسمون الاهتمامات السياسية المشتركة ضمن فضاء يعتبر أمن نسبيا للنقاش والتفاعل السياسي.

- رابعاً: ضعف ذكر دوافع أخرى: قد يدل ذلك على أن الأقلية من المبحوثين لم يكتفوا بالدوافع المذكورة، بل عبروا عن وجود دوافع أخرى، أغلبها كانت أقل ارتباطاً بالشأن السياسي المباشر، مثل بناء العلاقات، متابعة الشخصيات العامة، أو حتى الترفيه، هذا ما يعكس تنوع استخدامات الموقع.

ووفقاً لنظرية الاستخدامات والإشباع: يسعى الأفراد لاستخدام الوسائط التي تشبع احتياجاتهم. وفي حالة أفراد عينة الدراسة، فإن الحاجة إلى التعبير الحر، والتفاعل السياسي، وتبادل وجهات النظر، تدفعهم لاستخدام الفيسبوك كوسيلة لإشباع هذه الحاجات في ظل تقصير الإعلام التقليدي في تغطية قضاياهم الوطنية أو العربية، أو الدولية. وعليه يمكننا القول إن وسائل التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها فيسبوك، تعد منصات بديلة وفاعلة للتعبير السياسي الحر، خصوصاً في البيئات التي تعاني من محدودية التغطية الإعلامية التقليدية أو تحيزها، وإن هناك تحول كبير في أنماط استقبال واستهلاك المعلومة فالعلاقة بين المستخدم والوسيلة لم تعد علاقة تلقي فحسب وإنما أصبحت علاقة تفاعلية، حيث يشارك المستخدم في صناعة الرسالة الإعلامية وتداولها، من حيث فتح النقاش السياسي حول قضايا كان ممنوع فتحها حتى في الإعلام التقليدي.

- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمحور الثالث: مساهمة الفيسبوك في زيادة المعرفة السياسية للطلاب الجامعي.

يتناول هذا المحور مساهمة الفيسبوك في تعزيز المعرفة السياسية لدى عينة الدراسة، من خلال التعرف على طرق انتقائه للمعلومات السياسية وطبيعتها، والدوافع التي تقف وراء متابعته للصفحات ذات الطابع السياسي. كما يوضح التحليل الإشباعيات التي يحققها الطلبة نتيجة مشاركات أصدقائهم للمنشورات

السياسية، ومدى إلمامهم بأسماء القيادات والشخصيات السياسية التي يتعرفون عليها عبر الفيسبوك. ومن خلال ذلك تتضح الصورة الكاملة لكيفية إسهام الفيسبوك في زيادة المعرفة السياسية لدى عينة الدراسة.

جدول (20): توزيع أفراد العينة حسب طريقة انتقاء المعلومات السياسية عبر الفيسبوك.

طريقة الانتقاء	التوزيع	ك	%
بنقة كاملة	63	16.57	
باننقائية	207	54.47	
بحذر	110	28.94	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (20) طريقة انتقاء أفراد عينة الدراسة المعلومات السياسية أثناء تعرضهم للمحتوى السياسي عبر الفيسبوك، حيث توضح النتائج أن أغلب مفردات الدراسة تتعامل باننقائية أثناء انتقائها للخبر أو المعلومة السياسية وذلك بنسبة مئوية قدرت ب 54.47% وبمجموع تكرار 207 مفردة، أما 110 مفردة أي ما يعادل 28.94% تنتقي الأخبار السياسية بحذر، في حين 63 مفردة فقط أي ما يعادل 16.57% تأخذ المعلومة السياسية عبر الفيسبوك بنقة كاملة، وتعتبر هذه النسبة ضعيفة مقارنة بالنسب الأولى.

وبالتالي تظهر النتائج ما يلي:

- أولاً: غلبة الانتقائية في اختيار المعلومات السياسية: تعكس هذه النتيجة توجهها نحو انتقاء

المحتوى الذي يتوافق مع المواقف السياسية أو القناعات الشخصية للأفراد، ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- الرغبة في تأكيد القناعات الذاتية، بحيث يميل الأفراد إلى التفاعل مع المحتوى الذي يدعم

وجهات نظرهم، ويتجاهلون ما يعارضها للتشكيك المعرفي.

2- خوارزميات فيسبوك، التي تعمل على الانتقائية، من خلال عرض محتوى مشابه لما سبق التفاعل معه، أو بسبب عدم ثقة أفراد عينة الدراسة بشكل مطلق في المحتوى السياسي المطروح عبر الفيسبوك، بل يختارون ما يعتقدون أنه موثوقا.

هذا ما يشير إلى وجود وعي نقدي لدى المستخدمين، يدفعهم إلى تصفية المعلومات قبل قبولها أو التفاعل معها، نظرا للخصائص البيئية الرقمية الجديدة، التي تفرض على الأفراد دورا نشطا في عملية تلقي المعلومات، بدلا من أن يكونوا متلقين سلبيين، لكن هذا قد يترتب عنه انعكاسات سلبية تتمثل في: تراجع التنوع المعرفي وزيادة الاستقطاب السياسي داخل الفضاءات الرقمية، ضعف القدرة على التحليل النقدي للمواقف المخالفة، وتعزيز النزعة الأحادية في بناء معرفة السياسية.

- ثانيا: التعامل بحذر مع الأخبار السياسية: يشير إلى وجود فئة لا تزال في مرحلة بين الوعي النقدي والثقة المحدودة، تدرك أهمية التمييز بين المحتوى الموثوق والمضلل، وقد يرجع السبب إلى:

1- الخوف من التأثير بالمعلومات المضللة، خاصة أن الفيسبوك يعد من أكثر المنصات التي تنتشر فيها الأخبار غير الدقيقة بسرعة فائقة.

2- زيادة الوعي بأهمية التحقق من المعلومات قبل تفاعل معها أو إعادة نشرها، لاسيما أن المعلومات الزائفة تستمر في التأثير على معتقدات الأفراد وخياراتهم، حتى بعد إثبات زيفها، مما يضعف قدرتهم على اتخاذ قرارات دقيقة، الأمر الذي يدفع الأفراد للحذر في التلقي، فالعديد من الدراسات والأبحاث المتخصصة كشفت أن الأفراد يميلون في كثير من الأحيان إلى الإبقاء على استخدام معلومات

ثبت خطرهما بشكل قاطع، وذلك حتى عندما يكونون على وعي تام ويتذكرون جيدا أن تلك المعلومات زائفة ولا أساس لها من الصحة.¹

3- الخوف من ترتب الآثار النفسية السلبية للمستخدم، فالتعرض المتكرر لأخبار السياسية من حروب وصراعات يؤدي إلى القلق، الحزن، والإرهاق النفسي، ما يجعل البعض يحد من استهلاك الأخبار السياسية، وفي هذا الصدد يرى عبد العزيز اليوسف أن التعامل مع أخبار السياسة والصراعات والحروب يتطلب ما يمكن تسميته بأدبيات التلقي، وهي مجموعة من السلوكيات الذهنية والمعرفية التي ينبغي أن يتحلى بها أي متابع يسعى إلى فهم ما يجري بعمق، لا مجرد التفاعل العاطفي. ومن هذه الأدبيات: التثبيت أي التحقق من المصادر، فهم السياق أي ربط الحدث بسياقه التاريخي والسياسي والجغرافي، الفصل بين الرأي والخبر فالكثير من المتلقين لا يميزون بين ما هو معلومة مؤكدة، وما هو تفسير أو موقف.²

- ثالثا: ضعف انتقاء المعلومات السياسية بثقة كاملة: يعكس تدني مستوى الثقة المطلقة بهذا الموقع، كمصدر موثوق للأخبار السياسية. ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- كثرة المعلومات وتضارب المصادر، فكثافة المحتوى السياسي وتعدد مصادره يجعل الفرد ينتقل بين المصادر دون القدرة على التحقق من مصداقيتها، وبالتالي يضعف الثقة في اختيار مصدر واحد، مما يؤدي إلى ارتباك معرفي.

¹ أرقام، كيف تؤثر المعلومات المضللة على عملية اتخاذ القرار؟، متاح عبر الموقع: <https://www.argaam.com/ar/article/articledetail> تم المعاينة يوم 10 جويلية 2025، على سا: 17:00.

² عبد العزيز اليوسف، الحدث السياسي وفوضى تلقي الأخبار، نشر في: 27 جون 2025، 11:38، متاح عبر موقع العربية: <https://www.alarabiya.net/saudi-today>، تم التصفح يوم 10 جويلية 2025، على سا: 17:41.

2- الخوف من الوقوع في الخطأ السياسي، فبعض المستخدمين يتجنبون اتخاذ موقف واضح أو مشاركة محتوى سياسي أو انتقاء محتوى معين بسبب الخوف من الانتقاد أو التبعات الاجتماعية أو القانونية.

وعليه يمكننا القول إن الفيسبوك، يلعب دورا في بناء المعرفي السياسي للشباب عامة والطلبة خاصة ليس من خلال فرض معلومات سياسية معينة، بل من خلال دفعهم إلى ممارسة نوع من التفكير الانتقائي. فالفيسبوك لم يعد مجرد وسيلة لتمرير المعلومات السياسية، بل أصبح فضاء تفاعليا يدفع الأفراد إلى انتقاء المعلومات بما يتوافق مع قناعاتهم أو معاييرهم الخاصة للثقة والمصادقية.

جدول (21): توزيع أفراد عينة حسب طبيعة المعلومات التي يستقيها عبر الفيسبوك.

طبيعة المعلومات	التوزيع	ك	%
الأخبار السياسية العاجلة والتغطية الإخبارية	250	65.78	
اللقاءات المباشرة للساسة عبر صفحات الفيسبوك	262	68.94	
منشورات سياسية لقادة الرأي المؤثرين	108	28.42	
أخرى	21	05.52	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

سعيًا من خلال الجدول رقم (21) معرفة طبيعة المعلومات التي يتلقونها أفراد العينة عند استخدامهم لموقع الفيسبوك في السياق السياسي، وقد توصلنا إلى: أن احتمال اللقاءات المباشرة للساسة عبر صفحات الفيسبوك، جاء في المرتبة الأولى وبنسبة قدرت بـ 68.94% بمجموع تكرار 262 مفردة، أما بالنسبة لاحتمال الأخبار السياسية العاجلة احتلت المرتبة الثانية بمجموع 250 مفردة أي ما يعادل 65.78%، في حين احتلت منشورات سياسية لقادة الرأي المؤثرين المرتبة الثالثة بنسبة مئوية 28.42%

أي ما يعادل 108 مفردة، يليها في المركز الأخير احتمالات أخرى تذكر بنسبة 5.52% أي ما يمثل 21 مفردة، عبروا عن نشاطات أخرى تمثلت في:

نشاطات النشطاء السياسيين، المحتوى التفاعلي والشعبي، الفيديوهاات الساخرة، الصور الرمزية (memes)، التعليقات العامة، متابعة الصفحات الرسمية للقنوات الإعلامية.

يتضح من خلال هذه النتائج ما يلي:

- أولاً: سيطرة متابعة اللقاءات المباشرة للساسة عبر الفيسبوك: هو مؤشر على الاهتمام المتزايد بالمضامين ذات الطابع التفاعلي والمباشر التي يبيت فيها الخطاب السياسي بشكل مباشر وغير مفلتر، ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- اعتماد السياسيين على المنصات التفاعلية المفتوحة بدل الوسائل الإعلامية التقليدية، من أجل القيام بالبت المباشر لإيصال رسائلهم وبرامجهم السياسية، وهذا ما أكدت عليه دراسة عصام الدين محمد التي توصلت إلى أن خاصية البث المباشر في فيسبوك أثبتت فعاليتها في تشكيل الرأي العام، خصوصاً في الأزمات السياسية، حيث أتاحت نقل الأحداث لحظة بلحظة، وخلقت مساحة تفاعلية بين الجمهور والمحتوى السياسي، كما حدث في نموذج السودان.¹

2- رغبة المستخدم في كسر الوساطة الإعلامية التقليدية، فللقاءات المباشرة على الفيسبوك تتيح للجمهور الوصول إلى السياسيين دون تدخل من الصحافة أو القنوات الرسمية، هذا ما يعزز من الشعور بالشفافية ويمنح المستخدمين فرصة لفهم الخطاب السياسي من مصدره الأصلي.

3- الرمزية السياسية والبصرية التي تمنحها الفيسبوك، فظهور السياسيين بالصوت والصورة يضفي طابعاً رسمياً ومقنعاً، ويعزز من حضورهم الرمزي في الفضاء الرقمي، وبالتالي يزداد الاعتماد

¹ عصام الدين محمد، فعالية خاصية البث المباشر في الفيسبوك في تشكيل الرأي العام ورصد الأخبار -أحداث السودان الأخيرة أنموذجاً-، مجلة الدراسات الإعلامية -المركز الديمقراطي العربي- العدد 09، برلين، ألمانيا، (نوفمبر 2019): ص31.

على الفيسبوك كمنصة للتواصل السياسي المباشر، الأمر الذي قد يساعد في تقوية ثقافة الحوار السياسي الافتراضي، خاصة أن هذا النوع من اللقاءات قد يسهم في تشكيل الرأي العام، وتكوين معرفة أولية حول السياسات العامة، البرامج الانتخابية، أو الأزمات السياسية، لكن لا يمكن إغفال أن هذا النوع من المعرفة غالبا ما يكون أحاديا ومرتبطا بخطاب سياسي موجه، مما قد يحد من تنوع المعرفة وتوازنها.

- ثانيا: الأخبار السياسية العاجلة والتغطية الإخبارية: تعكس نسبتها المرتفعة استمرارية اعتماد الطلبة الجامعيين على الفيسبوك كمصدر سريع وفعال لمعرفة آخر التطورات خصوصا في الأحداث السياسية الطارئة، من خلال الصفحات الإخبارية أو مشاركة الأخبار في صفحات رسمية لقنوات إعلامية، وقد يرجع السبب إلى:

1- خاصية الفورية والآنية للفيسبوك في نقل الخبر، خاصة وأن الإيقاع السريع يتماشى مع طبيعة المستخدمين الذين يفضلون الخبر السريع، أو إلى سهولة المشاركة والتفاعل من خلاله، فالخبر السياسي العاجل يمكن تداوله بضغطة زر، وهذا ما يمنح لأي مستخدم دورا تفاعليا في نشر المحتوى السياسي.

2- طبيعة الأزمات والتغيرات السياسية المتسارعة، ففي ظل السياقات السياسية غير المستقرة، يصبح الوصول إلى الخبر العاجل ضرورة لفهم المشهد واتخاذ مواقف فورية، خاصة أثناء الأحداث الطارئة كالاحتجاجات، التغيرات الوزارية، التي تولد فضولا للمعرفة المباشرة، وهذا ما يعكس دمج المستخدمين بين الاستخدام الإخباري والاستخدام التفاعلي للموقع، وتركيزهم على القيمة الإخبارية الآنية للفيسبوك، ما قد يعزز فهمهم لسير الحياة السياسية والاهتمام بالشأن العام

- ثالثا: تأثير منشورات قادة الرأي السياسيين: تعكس نسبتها المتدنية ضعف تأثير النخب الفكرية على المعرفة السياسية لدى الشباب، على الرغم من اعتبار قادة الرأي أحد المحاور المهمة في

تشكيل الرأي العام في الوسائل الإعلامية التقليدية، إلا أن تأثيرهم على فيسبوك بات محدوداً، وقد يرجع السبب إلى:

1- ظهور المؤثرين الرقميين، مع ظهور المنصات الاجتماعية برز ما يعرف بالمؤثرين الذين يتمتعون بجمهور واسع وتفاعل مباشر، مما أدى إلى تقلص دور قادة الرأي التقليديين الذين يعتمدون على الخطاب التحليلي أو الرسمي.

2- تغير نمط التلقي عند الطلبة -عينة الدراسة-، حيث يفضل المحتوى القصير، البصري، العاطفي، بينما تميل منشورات قادة الرأي إلى الطابع التحليلي أو الأكاديمي، مما يقلل من جاذبيتها في بيئة رقمية سريعة الإيقاع، وفي هذا الصدد أكدت دراسة **نادية لمهيدي** أن شبكات التواصل الاجتماعي أفرزت نمطاً جديداً من قادة الرأي يعرف بالمؤثرين، الذين باتوا ينافسون بل ويتفوقون على قادة الرأي التقليديين في التأثير على الجمهور، خاصة في السياق السياسي الرقمي.¹ وهذا ما أكدت عليه نسبة متابعة الأخبار العاجلة، وبالتالي قد يعكس هذا التغير وجود ثقافة اتصالية سريعة على المنصة، أو ضعف الثقة في بعض الآراء الفردية مقابل المحتوى الرسمي، أو على وجود ميل نحو التفاعل مع المحتوى غير الرسمي أكثر من التحليلي، مما قد يساهم في انتاج معرفة سياسية آنية.

- رابعاً: قلة التعبير عن احتمالات أخرى: قد تعكس هذه النتيجة وجود مضامين غير المصنفة ضمن الاحتمالات السابقة (كالتعليقات العامة، أو الصفحات الساخرة، أو التحليلات غير الرسمية)، إلا أن حجمها المحدود يشير إلى اكتفاء أفراد العينة بالاقتراعات المقدمة.

- وعليه يمكننا القول يميل مستخدمي فيسبوك من طلبة الجامعيين -عينة الدراسة- بشكل واضح إلى استهلاك المحتوى السياسي في صيغته المباشرة، سواء من خلال النقل الحي أو الأخبار العاجلة،

¹ نادية لمهيدي، المؤثرون: قادة الرأي الجدد القادمون من الشبكات التواصل الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد 08، (أوت 2019): ص 259.

التي تعد ضرورية باعتبار أنها تؤثر على القرارات اليومية للمستخدم، وتسهم في فهم التغيرات السياسية المفاجئة من مصدرها الأصلي، وتساعد في اتخاذ مواقف سياسية في ظل الأحداث المتسارعة، أما بخصوص النقص في الاعتماد على قادة الرأي يشير إلى فجوة بين المستخدمين والمصادر الفكرية التحليلية، وهو ما يعكس وجود معرفة سياسية تقوم على التتبع اللحظي للأحداث.

جدول (22): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب دوافع الانخراط الصفحات السياسية عبر الفيسبوك.

نوع القضايا	ك	%
تحديد رأي خاص حول القضايا السياسية المطروحة	99	26.05
مناقشة المواضيع الممنوع مناقشتها في وسائل الإعلام	249	65.52
التعبير بحرية مطلقة عن رأيي الخاص	272	71.57
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

توضح النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم (22)، أن التعبير بحرية مطلقة عن الرأي الخاص حضي بأعلى نسبة مئوية وقدرت ب 71.57% عبر عنها 272 مفردة من العينة، أما مناقشة المواضيع الممنوع مناقشتها في وسائل الإعلام فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 65.52% ما يمثل 249 مفردة، في حين حضي احتمال تحديد رأي خاص حول القضايا السياسية المطروحة المرتبة الأخيرة بنسبة 26.05% مثلتها 99 مفردة، نستنتج من خلال البيانات المقدمة ما يلي:

- أولا: غلبة احتمال التعبير بحرية مطلقة عن رأيي الخاص: هذا ما يدل أن المبحوثين يرون في الفيسبوك فضاء يتيح لهم حرية التعبير دون قيود التي كانت تفرض عادة في وسائل الإعلام التقليدية، وقد يرجع السبب إلى:

1. إمكانية إخفاء الهوية، فاستخدام الطلبة -عينة الدراسة- أسماء مستعارة وحسابات مجهولة كما بينته نتائج الدراسة المتعلقة بنوع الهوية المستخدمة- يقلل من شعورهم بالخوف من تبعات التعبير العلني، سواء كانت اجتماعية أو قانونية، ويمنحهم جرأة أكبر في طرح آرائهم بحرية.

2. الطابع الشخصي للحسابات، الحسابات عبر الفيسبوك تدار من قبل الأفراد أنفسهم، مما يمنحهم السيطرة الكاملة على المحتوى، وهذا ما يعزز الإحساس بالملكية الفكرية والحرية في التعبير، وبالتالي للفيسبوك دور مهم في كسر احتكار الرأي وتمكين الأفراد من المشاركة الفعالة في هذه المنصة. وهذا ما يتوافق تماما مع نتائج الجدول رقم (19) بحيث عبروا الأغلبية أن الدافع الأساسي من استخدام الفيسبوك هو التعبير بحرية حول القضايا السياسية.

وعليه يمكننا التأكيد على ديمقراطية المعلوماتية للفيسبوك في الحصول على الأخبار والمعلومات ونشرها دون سلطة أو رقابة، وهذا ما أكدت عليه لامية طالة في مقالها إذ اعتبرت مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" إعلاما بلا وسيط يتيح المجال للأفراد للتعبير عن آرائهم ونقل رسائل إلى مؤسسات وجماعات أخرى.¹

- ثانيا: ارتفاع نسبة مناقشة مواضيع ممنوع مناقشتها عبر وسائل الإعلام التقليدية: وقد يرجع السبب إلى:

1- وظيفة الفيسبوك التعويضية أو المكملة للإعلام التقليدي، خاصة في طرح المواضيع السياسية الحساسة، إذ تناول هذا الطرح محمود فتحي الفروخ من خلال دراسته، بأن الوسائط الاجتماعية الجديدة قد تصبح بديلا للوسائل التقليدية كونها أتاحت الكثير من حرية الرأي والتعبير للشباب في ظل

¹ لامية طالة، نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، العدد 10، وهران، (جوان 2018)، ص 178.

عجز وسائل الإعلام التقليدية بذلك، لدرجة أن الإعلام الجديد أصبح هو الفاعل والمؤثر والأقوى في العلاقات الاجتماعية، الثقافية، والإنسانية.¹ الأمر الذي دفع بالعديد من الوسائل التقليدية للاعتماد على هذه المواقع، ونشر محتواها الإعلامي بالشكلين (التقليدي-الجديد).

2- امتلاك الأداة التعبيرية، كالهاتف الذكي أو اللوحات الإلكترونية المزودة بخدمة الجيل الرابع أو الخامس، فلم يعد التعبير حكرًا على المؤسسات الإعلامية بل أصبح متاح لكل فرد يمتلك هاتف ذكي ويستخدم الفيسبوك، وهذا ما أدى إلى ظهور ما يعرف بصحفي المواطن الذي يناقش قضايا غير مطروحة في الإعلام الرسمي

- ثالثًا: ضعف احتمال تحديد رأي خاص حول القضايا السياسية: قد يعكس وجود نوع من التردد أو التحفظ لدى المبحوثين في تقديم آراء ومواقف سياسية صريحة عبر الفيسبوك، على الرغم من أنه يتميز بالحرية في التعبير عن الرأي ومناقشة المواضيع الحساسة. ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- غياب الثقة في جدوى التعبير وإبداء الرأي، خاصة إذا اعتقدوا أن آرائهم دون أهمية وغير شائعة بين جماعاتهم، وهذا ما يتوافق مع نتائج دراسة محمود فتوح التي توصلت إلى أن الأفراد يميلون إلى عدم التحدث علنًا عن القضايا السياسية أو بين عائلاتهم وأصدقائهم وزملائهم في العمل ظنًا منهم أن وجهة نظرهم لا تحظى بالقبول الواسع وبالتالي تؤدي إلى العزلة الاجتماعية.²

2- التأثير السلبي لمنصة الفيسبوك، فعلى الرغم أنها تتيح مساحة للتعبير وإبداء الرأي الخاص، إلا أن كثرة المعلومات المضللة والاستقطاب الرقمي قد يمنع الفرد من تكوين رأي مستقل.

- وبالتالي يمكن القول توفر منصة الفيسبوك مساحة لمستخدميها للتعبير عن آرائهم السياسية بحرية مطلقة، مما قد يعزز من مشاركتهم السياسية، كما تتيح مناقشة المواضيع السياسية قد تكون

¹محمود فتحي الفروخ، مرجع سبق ذكره، ص151.

²Hampton, et al, Social media and the Spiral of Silence, Pew Research Centre, Washington, DC, August 26, 2014, p3.

ممنوعة في وسائل الإعلام التقليدية، وهذا ما يعزز لتنوع في النقاش السياسي، لكن على الرغم من حرية التعبير، ووجود مساحات لمناقشة المواضيع إلى أننا نلاحظ من هذه النتائج وجود تباين بين هذه الحريات وبين تشكيل مواقف سياسية واضحة، ما يدل على وجود فجوة بين الاستخدام التفاعلي للفيديو وبين التمكين السياسي الفعلي للطلبة الجامعيين.

جدول (23): توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات المحققة بمشاركة أصدقاء للمنشورات السياسية

التوزيع	ك	%
الإشباعات المحققة		
معرفة آخر المستجدات حول الأوضاع السياسية الجزائرية	270	71.05
الحصول على معلومات أكثر فيما يخص الوضع السياسي	194	51.05
التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا السياسية	164	43.15
لم يحقق أي إشباع	09	2.36
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (23) طبيعة الإشباعات المتحققة لدى أفراد العينة نتيجة مشاركة أصدقاء الفيسبوك بعض المنشورات السياسية في حسابهم الخاصة، أين تبين أن 270 من المبحوثين صنفوا معرفة آخر المستجدات حول الأوضاع السياسية الجزائرية في المرتبة الأولى بنسبة 71.05%، فيما صنف احتمال الحصول على معلومات أكثر فيما يخص الوضع السياسي في المرتبة الثانية بنسبة 51.05% أي بمعدل 194 مفردة، أما احتمال التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا السياسية جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 43.15% مثلتها 164 مفردة من مجموع مفردات عينة الدراسة، في حين 09 مفردات من عينة الدراسة لم يتحقق لديها أي إشباع وذلك بنسبة 2.36%.

الملاحظ من خلال هذه النتائج:

- أولاً: هيمنة الإشباع الإخباري والمعرفي: حيث تشير نسبتها إلى أن أغلب المستجوبين يستخدمون الفيسبوك كمصدر رئيسي لمتابعة التطورات السياسية خاصة الوطنية، وبالرجوع إلى الجدول رقم (19) نجد أن أزيد من نصف المبحوثين يتابعون الصفحات السياسية عبر الفيسبوك لتحقيق إشباعات معرفية، ما قد يدل إلى التحول التدريجي في وظيفة الفيسبوك من اجتماعية إلى إخبارية، ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- سهولة الوصول إلى المعلومات، فالفيسبوك يتيح لهم متابعة الصفحات الإخبارية، الشخصيات العامة، والمجموعات المتخصصة، مما يوفر تدفقا مستمرا للمعلومات.

2- التحديث اللحظي للأخبار، إذ تحدث الأخبار عبر الفيسبوك بشكل فوري وأني، مما يجعله مصدرا أسرع من الإعلام التقليدي في تغطية الأحداث الجارية، وهذا ما قد يعكس رغبة الطلبة-عينة الدراسة- في رفع مستوى وعيهم، وبالتالي تحقيق الإشباع المعرفي، فالشباب الجامعي في مرحلة الدراسة ترتبط أغلب احتياجاتهم بالجانب المعرفي. وهذا ما أكدت عليه دراسة هارون منصر حيث توصلت النتائج إلى أن الإشباعات التي تحققها صحافة الموبايل للطلبة عينة الدراسة في المجال الإخباري تأتي بالدرجة الأولى.¹

ثانيا: وجود انفتاح على الرأي الآخر: ما يدل على رغبة أفراد العينة في التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا السياسية، والتفاعل مع الرأي والرأي الآخر، وبالتالي خروج المستخدم من دائرة فقاعات الرأي "Filtre Bubble". ويمكن إرجاع السبب إلى:

¹ هارون منصر، الوظيفة الإخبارية لصحافة الموبايل: دراسة في الاستخدامات والإشباعات المحققة لعينة من الطلبة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 06، العدد 02، (جوان 2022): ص331.

* يعرف اصطلاحا ب فلتر فقاعة هو مفهوم صاغه الباحث الأمريكي Eli Pariser ويقصد به حالة من العزل المعلوماتي يعيشها مستخدم الإنترنت نتيجة خوارزميات على مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بتحديد ما يظهر للمستخدم نتيجة: إعجاباته السابقة، مشاركاته، الأصدقاء الذين يتفاعل معهم، المواقع التي يزورها، للمزيد من المعلومات انظر إلى:

Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: Penguin Press, 2011.

1- منصة الفيسبوك توفر تنوع في مصادر المعلومات وتعدد وجهات النظر، فالمستخدم يتعرض لمحتوى من مصادر مختلفة (رسمية، مستقلة، فردية)، مما يعزز الإشباع المعرفي من خلال المقارنة بينهم.

2- التنوع الثقافي والفكري للمحتوى، يضم الفيسبوك مستخدمين من خلفيات متعددة، مما يعرض الفرد لآراء ومعتقدات مختلفة هذا التنوع يحفز الفضول المعرفي ويشجع على تقبل الآخر.

3- الطبيعة التفاعلية أو الحوارية للفيسبوك، فخاصية التعليقات والمناقشات تتيح التفاعل المباشر مع وجهات نظر مختلفة، الأمر الذي قد يعكس وجود وعي سياسي نقدي، لاسيما أن انخراط الشباب في المجال السياسي لا يتطلب فقط الإلمام بالمعلومات، بل أيضا القدرة على مقارنة وجهات النظر وتحليلها، وهذا ما أكدت عليه مينا فايرال في مقال حول سمات الانخراط السياسي وأهميته، حيث تشير إلى اهتمام الفرد بمتابعة القضايا العامة والأحداث السياسية الجارية لاسيما الوطنية، خاصة بعد بلوغه مرحلة عمرية تتسم بالنضج الفكري-الشباب الجامعي-، والذي قد يتحول إلى الاشتراك في بعض المناقشات وتبادل الآراء.¹

- ثالثا: ضعف عدم تحقيق أي إشباع معرفي: هناك فئة محدودة جدا صرحت بعدم تحقق إي إشباع معرفي نتيجة مشاركة أصدقاء الفيسبوك المنشورات السياسية عبر الفيسبوك، ما يدل على أن الغالبية ترى في هذا الموقع أداة فعالة لإشباع حاجات معرفية سياسية.

وعليه يمكننا القول إن الفيسبوك لا يستخدم فقط في الإطار الترفيهي أو التواصل، بل تحول إلى وسيلة مهمة في تكوين الفرد سياسيا، وهذا ما يعكسه تنوع الإشباع المعرفي:

- الوصول إلى ثقافة سياسية "إخبارية" من خلال الحصول علنا لأخبار الآنية.

¹ مينا فايرال، سمات الانخراط السياسي وأهميته، نشر يوم 29 مارس 2025. تم تصفح يوم: 04 جويلية 2025، سا: 14:04 متاح عبر الموقع: <https://menaviral.com/>

الجانب التطبيقي للدراسة

- الوصول إلى ثقافة سياسية "تقديية" من خلال التفسير والتحليل.

- الوصول إلى ثقافة سياسية "تعددية" من خلال الانفتاح على الرأي الآخر.

جدول (24): توزيع أفراد العينة حسب مدى معرفة أسماء الشخصيات السياسية عبر الفيسبوك

الفترة	التوزيع	ك	%
كثيرا	233	61.31	
قليلا	67	17.63	
لم نستقد	80	21.05	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

حاولنا من خلال الجدول رقم (24) معرفة درجة استفادة أفراد عينة دراسة من استخدام الفيسبوك

في معرفة أسماء الشخصيات والقيادات السياسية، أين تبين أن أكثر من نصف العينة بنسبة 61.31%

من المجموع الكلي، ومثلتها 233 مفردة، استفادوا من الموقع، في حين أن 21.05% ما يمثل 80

مبحوث لم يستفيدوا من الفيسبوك لإشباع هذه الحاجة، أما 67 مفردة من عينة الدراسة أي ما يعادل

17.63% استفادوا لكن بدرجة قليلة.

من خلال هذه البيانات يتضح لنا:

- أولا: ارتفاع نسبة الاستفادة من الفيسبوك في معرفة أسماء الشخصيات السياسية: تشير إلى

هيمنة واضحة لاستخدام الفيسبوك كمصدر للتعرف على أسماء قيادات وشخصيات سياسية، ويمكن

إرجاع السبب إلى:

1- استخدام السياسيين الفيسبوك لتعزيز حضورهم الإعلامي والتعريف بأسمائهم، فالكثير منهم

يستخدمونه كمنصة رئيسية لإطلاق حملاتهم الانتخابية، مما يضمن انتشار أسمائهم على نطاق واسع.

2- المتابعة المباشرة للصفحات الرسمية، إذ نجد العديد من السياسيين والأحزاب ينشئون صفحات رسمية على الفيسبوك لنشر أخبارهم ومواقفهم، والمستخدمون يتابعون هذه الصفحات، مما يرسخ أسماءهم في ذاكرتهم السياسية.

3- التفاعل الجماهيري والمشاركة في النقاشات، يتيح الفيسبوك خاصية التعليق والمشاركة في المحتوى السياسي، مما يخلق بيئة نقاش سياسي نشطة، تتداول فيها أسماء شخصيات سياسية، أخبارهم، تصريحاتهم في منشور أو تعليق، مما يعزز من ظهورهم المتكرر، وبالتالي تترسخ أسمائهم لدى الطلبة المستخدمين للفيسبوك. هذه النتيجة تؤكد أن فيسبوك لا يستخدم فقط في الترفيه أو التواصل الشخصي، بل أصبح وسيلة من وسائل زيادة المعرفة السياسية.

- ثانيا: عدم الاستفادة من الفيسبوك في معرفة أسماء الشخصيات السياسية: بحيث هناك فئة قليلة من المستخدمين الذين لا يعتمدون على الفيسبوك كمصدر معرفي في هذا الجانب، لأسباب قد ترجع إلى:

1- الاستخدام الترفيهي للفيسبوك أكثر من السياسي، فبعض المستخدمين يركزون على المحتوى الترفيهي والاجتماعي، ويتجاهلون الصفحات السياسية.

2- ضعف الثقة بالمحتوى السياسي المنشور، الكثير من المستخدمين يشكون في مصداقية المعلومات السياسية على الفيسبوك، خاصة مع كثرة انتشار الشائعات والأخبار الزائفة.

3- ضعف الثقافة الرقمية أو السياسية لدى بعض المستخدمين، فعدم القدرة على التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة، أو عدم الاهتمام بالشأن السياسي يؤدي إلى ضعف الاستفادة. لكن على الرغم من قلة نسبة عدم الاستفادة، إلى أن وجودها يشير إلى أن استخدام الفيسبوك لأغراض سياسية ليس عاما أو موحدا عند كل المستخدمين.

- ثالثاً: الاستفادة المحدودة من الفيسبوك في معرفة أسماء الشخصيات السياسية: تعكس وجود

فئة ترى في الموقع مصدراً للمعلومات، لكن بفعالية أقل. قد يعود السبب إلى:

1- قلة ظهور المعلومات السياسية بشكل دائم، بسبب خوارزميات الفيسبوك التي تقوم بتحديد ما

يظهر للمستخدم نتيجة: إعجاباته السابقة، مشاركاته، الأصدقاء الذين يتفاعل معهم، المواقع التي يزورها بكثرة.

2- وجود محتوى سياسي، لكنه غير كافٍ للوصول إلى هذا النوع من الإشباع.

3- الاعتماد على وسائل إعلام تقليدية أو مصادر أخرى، يرونها أنها أكثر ثقة ومصداقية من

المنصات الاجتماعية -الفيسبوك-.

وعليه يمكننا القول هناك تحولاً في وظائف المواقع الاجتماعية، حيث لم يعد الفيسبوك أداة ترفيه

فحسب، بل أصبح فاعلاً في المجال السياسي المعرفي، إذ أصبح يشكل مصدراً مهماً للمعلومات

السياسية، لاسيما فيما يتعلق بالتعرف على أسماء وصور القيادات السياسية، وبالتالي تؤكد هذه النتائج

على الفرضية التي تنص على أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في زيادة المعرفة السياسية لدى

الطلبة عينة الدراسة، من خلال تسهيل الوصول إلى المعلومات السياسية والتعريف بالشخصيات

السياسية.

جدول رقم (25): توزيع أفراد حسب الشخصيات السياسية التي تم التعرف عليها من خلال الفيسبوك

التوزيع	ك	%
الشخصيات السياسية		
شخصيات جزائرية	255	67.10
شخصيات عربية	233	61.31
شخصيات عالمية	118	31.05
لا أتابع شخصيات سياسية	21	5.52
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

توضح بيانات الجدول رقم (25) التوزيع النسبي للأشخاص الذين يتابعون شخصيات سياسية جزائرية، عربية، وعالمية عبر الفيسبوك، أو الذين لا يتابعون أي شخصيات سياسية، حيث أظهرت النتائج أن غالبية المبحوثين يتابعون الشخصيات السياسية الجزائرية وجاء هذا الاحتمال في المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب 67.10% مثلتها 255 مفردة، أما 233 مفردة أي ما يعادل 61.31% تهتم بمتابعة الشخصيات السياسية العربية وجاء هذا الاحتمال في المرتبة الثانية، في حين احتمال متابعة الشخصيات العالمية جاء في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب 31.05% مثلتها 118 مفردة، أما 21 مفردة أي ما يعادل 5.52% عبروا عن اهتمامهم بمتابعة الشخصيات السياسية.

يتضح من خلال هذا التوزيع أن:

- أولاً: هيمنة الطابع الوطني في معرفة الشخصيات السياسية: حيث حظيت الشخصيات

السياسية الجزائرية باهتمام أكثر، ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- تركيز الصفحات الرسمية على الشخصيات الوطنية، إذ تعتمد على نشر أخبار هذه الشخصيات خاصة تلك التي تتقلد مناصب سيادية أو تثير الجدل العام بشكل مكثف، مما يمنحها مساحة أكبر في التداول الرقمي، وبالتالي تترسخ هذه الأسماء أكثر من غيرها.

2- الاستهلاك المكثف للمحتوى السياسي الوطني عبر الفيسبوك، من خلال التفاعل مع

منشورات السياسيين الجزائريين، عن طريق التعليق، إعادة النشر، وربما حتى المشاركة في الحملات الانتخابية الرقمية.

3- تفاعل الطلبة الجامعيين بشكل كبير مع القضايا الوطنية، خاصة القضايا التي تمسهم

جميعاً، مثل السياسات العامة، الإصلاحات، أو التعديلات الدستورية، وهذا التفاعل يؤدي إلى تداول أسماء الشخصيات الوطنية المرتبطة بهذه القضايا، مما يعزز من حضورهم في النقاشات الرقمية، الأمر

الذي يعكس ارتباط المستخدمين بالسياسة الوطنية في الجزائر واهتمامهم بالأحداث والتطورات السياسية الداخلية.

- **ثانياً: وجود اهتمام معرفي سياسي قومي:** قد يشير إلى اهتمام كبير من قبل المبحوثين في متابعة الشخصيات السياسية العربية عبر الفيسبوك، هذا ما قد يعكس ترابطاً ثقافياً وسياسياً مشتركاً بين الشعوب العربية خاصة في ظل النزاعات والأزمات السياسية والإنسانية التي تعيشها بعض الدول العربية، وقد يرجع السبب إلى:

1- الشعور بالانتماء العربي، فالملاحظ أن أفراد العينة يميلون إلى متابعة الشخصيات السياسية أمثال إسماعيل هنية، يحي السنوار، مروان عيسى، حسن بيكر، وغيرها من الأسماء التي تمثل قضايا الأمة، مثل القضية الفلسطينية، الوحدة العربية، أو حقوق الإنسان في العالم العربي.

2- الفيسبوك كمنصة عابرة للحدود، إذ يتيح للمستخدمين متابعة شخصيات من مختلف الدول العربية بسهولة، مما يعزز من تداول أسماء الشخصيات العربية المؤثرة، وبالتالي يوسع دائرة الاهتمام السياسي خارج النطاق الوطني

3- وجود وعي سياسي عربي، ويتجسد في تفاعل المستخدمين مع شخصيات سياسية عربية، ربما بسبب القضايا المشتركة (فلسطين، التطبيع، الحريات، الثورات، إلخ). هذا السلوك العملي يعزز الوعي السياسي علة مستوى الإقليم الذي تصنعه وتتداوله المواقع الاجتماعية وعلى رأسها الفيسبوك.

4- التفاعل مع القضايا القومية والرموز التاريخية، ففي أوقات الأزمات أو الأحداث الكبرى، يزداد تداول أسماء الشخصيات العربية التي تمثل مواقف قومية أو تاريخية، وهذا التفاعل يعزز من حضورهم في النقاشات عبر المنصات الافتراضية ويزيد من الاهتمام بمعرفة أخبارهم ومواقفه.

- ثالثاً: ضعف متابعة الشخصيات العالمية: على الرغم من أن نسبتها أقل من النسب السابقة (الشخصيات الجزائرية- العربية)، إلا أن 31.05% تشير إلى وجود اهتمام نسبي بشخصيات سياسية دولية، وقد يرجع السبب إلى:

1- الفيسبوك يوفر إمكانية فتح حسابات رسمية لشخصيات سياسية، مما يسهل عملية متابعتها ومتابعة أخبارها وتصريحاتها، وبالتالي زيادة الوعي بالتوجهات السياسية الدولية، خاصة أن هذا النوع من المتابعة يمثل جزءاً مهماً من البناء المعرفي السياسي للمستخدمين.

2- تأثير الشخصيات الدولية في السياسات الداخلية، فبعض الشخصيات الدولية تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر في السياسات الداخلية للدول، مما يدفع الجمهور لمتابعة أخبارها وآخر تصريحاتها، كالرئيس الأمريكي دونالد ترامب، فمتابعة تصريحاته تعد مهمة، نذكر على سبيل المثال تصريحه عن رفع العقوبات المفروضة على سوريا في 13 ماي 2025 خلال منتدى الاستثمار السعودي في الرياض، والذي قبل بترحيب واسع من قبل جميع الشعوب العربية، حيث حظي باهتمام عربي واسع سواء من قبل وسائل الإعلام التقليدية، أو مواقع التواصل الاجتماعي

3- تغطية إعلامية مكثفة للشخصيات الدولية، تنتشر وسائل الإعلام الوطنية أو العربية أو العالمية باستمرار أخبار وتصريحات الشخصيات الدولية، ويتم إعادة تداولها عبر الفيسبوك لحظة بلحظة، فهذا العرض المتكرر يرسخ الأسماء في الذاكرة المستخدم المتلقي للمضامين السياسية، ويزيد من فضولهم للتعرف على خلفياتهم ومواقفهم.

- رابعاً: ضعف نسبة عدم متابعة الشخصيات السياسية عبر الفيسبوك: مثلتها فئة صغيرة، قد تكون غير مهتمة بالشأن السياسي بشكل عام، وبالتالي يمكن القول إن هذه النسبة المنخفضة تدل على أن الاهتمام بمتابعة الشخصيات السياسية والرغبة في معرفة أخبارهم تمثل جزءاً أساسياً من النقاشات الافتراضية اليومية.

الجانب التطبيقي للدراسة

وبالتالي يمكننا القول يميل الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة- إلى متابعة الشخصيات السياسية، هذا ما يشير إلى أن الفيسبوك لا يستخدم فقط كمصدر للتواصل والترفيه، بل أصبح أداة فعالة في تشكيل المعرفة السياسية متعددة المستويات - وطنية، عربية، بالدرجة الأولى وأداة مفتوحة على الخارج، فنسبة المستخدمين الذين يهتمون بالشخصيات السياسية العالمية، تدل على أن هذه المنصة توفر مساحة لزيادة الوعي بالتوجهات السياسية الدولية وتسهم في تشكيل معرفة سياسية مفتوحة وغير محدودة جغرافيا.

جدول (26): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستفادة من الفيسبوك في معرفة أسماء المؤسسات السياسية.

التوزيع	ك	%
كثيرا	280	73.68
قليلا	33	08.68
لم أستفد	67	17.63
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يظهر الجدول رقم (26) مدى استفادة أفراد عينة الدراسة من استخدام الفيسبوك في معرفة أسماء المؤسسات السياسية، وقد اتضح من خلال النتائج أن 280 مبحوث من المجموع الأصلي أي بنسبة مئوية قدرت ب 73.68% استفادوا كثيرا من هذا الاستخدام، في حين نسبة 8.68% والتي مثلتها 33 مفردة استفادوا بشكل قليل من هذا الاستخدام، أما ما نسبته 17.63% بمجموع 67 مفردة عبروا أنهم لم يستفيدوا من هذا الاستخدام في معرفة أسماء المؤسسات السياسية.

ومن خلال ما سبق نستنتج ما يلي:

- أولا: هيمنة الاستفادة من الفيسبوك في معرفة أسماء المؤسسات السياسية: تشير النسبة على وجود فئة كبيرة استفادت من الفيسبوك في معرفة أسماء المؤسسات السياسية، وهذا ما يعكس دور

هذه المنصة في زيادة المعرفة السياسية لدى المستخدم، ويمكن تفسير هذه النتيجة من خلال الأسباب التالية:

1- النشاط الرقمي المكثف للمؤسسات السياسية، فالكثير من المؤسسات أصبحت تهتم بامتلاك صفحات رسمية خاصة بيهم على الفيسبوك، من أجل خلق نوع من التواصل مع الجمهور المستخدم خاصة فئة الشباب، واستغلال تلك الصفحات من أجل نشر بياناتها الرسمية، أخبارها، برامجها، وتغطية أنشطتها خاصة المتعلقة بالأعمال الخيرية، مما يساهم في انتشار أسمائها، وبالتالي تسهيل على المستخدمين معرفة أسماءهم، ومتابعتهم والتفاعل معهم.

2- سهولة الوصول إلى الصفحات الرسمية، إذ تتيح هذه الخاصية للمستخدمين متابعة الصفحات الرسمية للمؤسسات السياسية، مما يضمن تدفقا مباشرا للمحتوى الرسمي، الذي يساعد في ترسيخ أسماء هذه المؤسسات لديهم.

3- كثرة التفاعل مع المنشورات المؤسسات السياسية، إذ يتيح الفيسبوك إمكانية تفاعل مستخدميه مع منشورات هذه المؤسسات من خلال التعليقات والمشاركات، مما يؤدي إلى تكرار ظهور اسم المؤسسة وتداوله بينهم، وبالتالي ترسيخ الأسماء ذاكرتهم.

- **ثانيا: ضعف نسبة عدم الاستفادة من الفيسبوك في معرفة أسماء المؤسسات:** فربع عينة الدراسة (26.31%) لم تستعد كثيرا أو لم تستعد إطلاقا من الفيسبوك في هذا المجال، وقد يعود السبب إلى:

1- اختلافات في التفضيلات والاستخدامات، حيث يفضل البعض استخدام الفيسبوك لأغراض ترفيهية أو اجتماعية دون التركيز على الجانب السياسي، هذا ما يضعف من فرص التعرف على أسماء المؤسسات السياسية.

2- قلة الوعي السياسي بالمؤسسات السياسية، عدم امتلاك الوعي الكافي بأهمية هذه المؤسسات، يجعلهم غير قادرين على التفاعل مع المحتوى السياسي أو حتى التمييز بين المؤسسات السياسية.

3- ضعف الترويج للمؤسسات السياسية لنشاطاتها، العديد من المؤسسات لا تبادر إلى استخدام استراتيجيات ترويج فعالة على الفيسبوك، سواء من خلال المحتوى المرئي أو الحملات التفاعلية، مما يؤدي إلى محدودية الوصول لصفحاتها وعدم تبلور صورة واضحة عنها لدى المستخدم.

وبالتالي تظهر هذه النتيجة أن الفيسبوك لا يستخدم فقط للتواصل الاجتماعي، بل أصبح أداة استراتيجية في ترسيخ أسماء المؤسسات السياسية لدى الطلبة أفراد عينة الدراسة، من خلال التفاعل المباشر، سهولة الوصول إلى المعلومات الخاصة بالمؤسسات السياسية، والتغطية الإعلامية المستمر، مما يعزز أهميته كأداة لزيادة المعرفة السياسية، وهذا ما يتعارض مع دراسة صليح محمد السلطي، عبد المطلب غالب حول المعرفة السياسية للشباب الجامعي (دراسة مقارنة بين الأردن وليبيا) التي خلصت أن مستوى إدراك الطلاب بالمؤسسات السياسية من خلال وسائل الإعلام الجديدة متوسط بنسبة 48.4%، مع الاختلاف في البلدين فبالنسبة لطلبة الجامعة الليبية كان متدني مقارنة مع طلاب الجامعة الأردنية.¹

جدول رقم (27): توزيع أفراد العينة حسب المؤسسات السياسية المتعرف عليها من خلال الفيسبوك

التوزيع	ك	%
المؤسسات السياسية		
المؤسسات الرسمية	178	46.84
الأحزاب السياسية	146	38.42
المنظمات المدنية والسياسية	93	24.47

¹Salih Mohamed Alsalti, Abd ulmutallab Ghanem, The Political Knowledge of University Students – A Comparative Study between Jordan and Libya–, Asian Social Science, Vol 13, N 11, 2017.p17.

28.15	107	الهيئات الدولية
16.57	63	لم أتعرف على أي مؤسسة سياسية
100	380	العدد الإجمالي

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

وللتأكد من صحة إجابات المبحوثين قمنا بربط الجدول رقم (26) بسؤال آخر حول أهم المؤسسات السياسية التي تم التعرف عليها من خلال منشورات الصفحات السياسية عبر الفيسبوك، بحيث توصلنا من خلال نتائج جدول رقم (27) إلى أن النسبة المتوسطة من المبحوثين والتي قدرت ب 46.84% أي ما يمثل 178 مفردة تعرفوا على مؤسسات سياسية رسمية من خلال متابعة المحتوى السياسي عبر الفيسبوك، و 146 مفردة ما يعادل 38.42% تعرفوا على الأحزاب السياسية سواء موالية للسلطة أو معارضة، أما بالنسبة لاحتمال المنظمات المدنية والسياسية فكانت نسبتها 24.47% أي ما يمثل 93 مفردة، في حين الاحتمال الرابع الهيئات الدولية جاء بنسبة 28.15% مثلتها 107 مفردة، أما 63 مفردة عبرت عن عدم معرفتهم لأي نوع من المؤسسات السياسية بنسبة قدرت ب 16.57%.

توضح النتائج ما يلي:

- أولاً: سيطرة معرفة المؤسسات الرسمية على إدراك المبحوثين: تشير إلى وعي مباشر بالمؤسسات ذات الطابع التنفيذي والتشريعي، وقد يرجع السبب إلى:

1- الاعتماد على الصفحات الرسمية كمصدر موثوق، حيث يرى الطلبة -أفراد العينة- أن الصفحات الرسمية للوزارات والمؤسسات الحكومية تنشر معلومات دقيقة ومعتمدة مما يعزز الثقة بينها.

2- كثافة التغطية الإعلامية، والتحديث المستمر والتفاعل المنظم، إذ تحظى المؤسسات الرسمية بتغطية إعلامية مستمرة، سواء عبر القنوات التلفزيونية أو المنصات الرقمية، وتقوم بتحديث محتواها بانتظام، وتعتمد على أدوات مثل الانفوجراف -التمثيل المرئي للمعلومات يجمع بين الصور والشرح

الكتابي لتوضيح المعلومات المعقدة - والفيديوهات والردود التفاعلية، مما يزيد من التفاعل وترسيخ اسمائها وحضورها.

3- ارتباط المؤسسات الرسمية بالسلطة التنفيذية والتشريعية، إذ تعد المرجع الأساسي في صنع السياسات العامة وتنفيذها، مما يجعلها أكثر حضورا في إدراك المبحوثين الذين يسعون لمعرفة آخر قرارات السلطة الحاكمة مقارنة بالمؤسسات غير الرسمية، نذكر على سبيل المثال الصفحة الرسمية لرئاسة الجمهورية الجزائرية، حيث يبلغ عدد المتابعين مليونين ونصف عبر الفيسبوك.

4- ضعف حضور المؤسسات غير الرسمية، حيث المنظمات المدنية والأحزاب السياسية غالبا ما تفتقر إلى صفحات نشطة أو محتوى جذاب، فيجعل المؤسسات الرسمية أكثر بروزا في الإدراك السياسي الرقمي من خلال الصفحات الرسمية أو الإعلامية تابعة لها، مما يعزز من وعي المستخدم بها.

- **ثانيا: اهتمام المبحوثين بمعرفة الأحزاب السياسية:** إن الاهتمام بمعرفة الأحزاب السياسية سواء المشاركة في السلطة أو المعارضة أو حتى الجديدة، من خلال صفحات الفيسبوك، مقارنة بباقي أنواع المؤسسات السياسية يمكن إرجاعه للأسباب التالية:

1- تأثير الحملات الانتخابية الرقمية، تستخدم الأحزاب الفيسبوك كمنصة رئيسية للترويج لمرشحيها وبرامجها، مما يؤدي إلى انتشار أسمائها على نطاق واسع، خاصة من خلال الإعلانات الممولة والمنشورات الموجهة، كما أنها تعتمد أحيانا على التفاعل الشعبي والمحتوى التشاركي.

2- التفاعل الجماهيري مع الخطاب الحزبي، إذ يتفاعل المستخدمون بشكل كبير مع منشورات الأحزاب، سواء من خلال التعليقات أو المشاركات، خاصة المرتبطة بصنع القرارات السياسية فإنها تحظى باهتمام جماهيري واسع، وبالتالي تكرر التعرض لأسمائهم يؤدي إلى ترسيخها في وعيهم.

3- النشاط الرقمي المكثف للأحزاب السياسية عبر الفيسبوك، تعد الأحزاب السياسية من أكثر الجهات تفاعلا على الفيسبوك، حيث تنشر بياناتها، مواقفها، وبرامجها بشكل دوري، خاصة خلال الفترات

الانتخابية أو الأزمات السياسية، فيجعلها أكثر ظهوراً، وهذا ما يساعد في معرفة أسمائها وترسيخها في أذهان المستخدم.

4- تنوع المحتوى السياسي للفيديو، الذي يعكس الانفتاح على التعددية وتنوع التمثيل السياسي

داخل الوطن، ما يشير إلى أن منصة الفيديو تتيح فضاءاً لتعددية الآراء والانتماءات السياسية، بما في ذلك الأحزاب الموالية والمعارضة.

- ثالثاً: تراجع وعي بعض المستخدمين بالمنظمات المدنية والسياسية والهيئات الدولية: يشير

إلى ضعف في التفاعل أو الترويج لهذا النوع من الفاعلين السياسيين عبر الفيديو، وقلة التغطية الإعلامية لنشاط هذه الجهات، ومحدودية الاهتمام بالشأن الدولي، وقد يرجع السبب إلى:

1- ضعف الحضور الرقمي للمنظمات المدنية، فالملاحظ أن الكثير من الجمعيات والمنظمات

لا تمتلك صفحات نشطة أو محتوى جذاب على فيسبوك، هذا ما يدل أن المعرفة السياسية التي تشكل لدى طلبة الجامعيين -أفراد العينة- في هذا المجال، هي معرفة وطنية.

2- هيمنة الطابع الوطني في الاهتمامات الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة-، إذ يميل

المستخدمون إلى متابعة المؤسسات التي ترتبط مباشرة بواقعهم الوطني، وحياتهم اليومية مثل الوزارات والبرلمان، بينما تعد المنظمات الدولية والهيئات المدنية بعيدة عن السياق اليومي، فعدم الاهتمام يؤدي إلى عدم متابعة أخبارهم وبالتالي عدم معرفة أسماء المؤسسات السياسية.

3- غموض الأدوار والوظائف لدى الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة-، فالكثير منهم خاصة من

لا ينتمون للكلية السياسية أو الإعلامية، لا يدركون طبيعة عمل المنظمات المدنية أو الهيئات الدولية، ولا يميزون بين دورها الحقوقي أو التنموي أو الرقابي، فهذا الغموض يضعف من اهتمامهم بمتابعة نشاطها أو التفاعل معه، وبالتالي يضعف من معرفة أسماء هذه المؤسسات.

رابعاً: عدم الاستفادة من الفيسبوك في معرفة أسماء المؤسسات السياسية: هناك فئة جد قليلة من المستخدمين الذين رغم تواجدهم على الفيسبوك لا يمتلكون معرفة بأسماء المؤسسات السياسية، رغم استخدامهم للفيسبوك، ما يدل على وجود شريحة لا تتفاعل مع المحتوى السياسي، وقد يرجع السبب إلى عدم الاهتمام بالمحتوى السياسي، أو عدم وجود الثقة بالمضامين السياسية المنشورة عبر الفيسبوك، خاصة مع كثرة انتشار المعلومات المضللة، فقد أشارت دراسة **Hunt Allcott and Matthew Gentzkow** أن منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، التي تتميز ببنية تختلف جذرياً عن الوسائط الإعلامية السابقة، يمكنها أن تمرر العديد من الرسائل بين المستخدمين دون وجود فلترة حقيقية أو تحقق من الحقائق أو إشراف تحريري، لدرجة قد تتمكن في بعض الحالات من الوصول أخبارها الكاذبة إلى جمهور يماثل جمهور قنوات كبرى مثل Fox News¹.

وعليه يمكننا القول، هناك تطوراً في أدوات بناء المعرفة السياسية لدى الأفراد، حيث لم تعد مرتبطة بالمؤسسات التعليمية، أو الأسرة، أو الوسائط الإعلامية التقليدية فقط، بل أصبحت مرتبطة أيضاً بالمواقع الاجتماعية -الفيسبوك- الذي أصبح يلعب دوراً انتقائياً في تشكيل المعارف السياسية، إذ تصدر المؤسسات الرسمية والمشاركة الحزبية المشهد الرقمي، بينما تبقى المنظمات المدنية والهيئات الدولية في مراتب أقل رغم أهميتها. وبالتالي يمكن ربط بين معرفة عينة الدراسة بالمؤسسات ذات الطابع الرسمي، وبين المحتوى السياسي المنشور عبر الفيسبوك الذي يميل إلى التركيز على الجهات الرسمية، سواء من خلال الصفحات الرسمية أو عبر التغطيات الإخبارية المتداولة، وبالتالي الفيسبوك يساهم في تعريف المستخدمين بالبنية الرسمية للنظام السياسي أكثر من باقي المؤسسات.

جدول رقم (28): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معرفة أدوار المؤسسات السياسية

¹Hunt Allcott and Matthew Gentzkow, Social Media and Fake News in the 2016 Election, Journal of Economic Perspectives—Volume 31, Number 2—(Spring 2017), p211.

التوزيع	ك	%
حجم الاستفادة		
كثيرا	253	66.57
قليلًا	37	9.73
لم أستقد	90	23.68
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

حاولنا من خلال الجدول رقم (28) معرفة مدى استفادة أفراد عينة الدراسة من المنشورات السياسية في معرفة الأدوار التي تقوم بها المؤسسات السياسية، وتوصلنا إلى أن 253 مفردة من العينة أي ما يعادل 66.57% استفادوا كثيرا من موقع الفيسبوك وقد جاءت هذه النسبة في المرتبة الأولى، أما المرتبة الثانية كانت للاحتمال لم يستقد أفراد العينة من هذا الاستخدام وقد عبرت عليها ما نسبته 23.68% من مجموع تكرار 90، أما المرتبة الثالثة مثلتها 37 مفردات ونسبة 9.73% بحيث عبروا أن درجة الاستفادة كانت قليلة جدا.

تأسيسا لما سبق نستنتج ما يلي:

- أولا: وجود علاقة قوية بين استخدام الفيسبوك ومعرفة أدوار المؤسسات السياسية: فأكثر من نصف العينة يرون أن منشورات الفيسبوك تمثل مصدرا مهما لفهم الأدوار السياسية للمؤسسات، وقد يدل هذا على الدور الإيجابي للموقع كمصدر مهم للمعلومات السياسية، أو على مدى اندماجه في الحياة اليومية للمواطنين كمصدر بديل أو مكمل لوسائل الإعلام التقليدية. وقد يرجع السبب إلى:

1- اعتماد المؤسسات على الفيسبوك كمنصة لنشر محتواها السياسي، حيث تقوم بنشر

بياناتها، قراراتها، وتوضيح مهامها الوظيفية، مما يجعل المستخدمين يتعرفون على أدوارها من خلال التفاعل اليومي مع هذا المحتوى.

2- الحملات التوعوية التي تقودها المؤسسات السياسية عبر المواقع الاجتماعية، فبعضها تقوم

بإطلاق حملات رقمية توعوية عبر الفيسبوك لتعريف الجمهور بأدوارها، ما يسهم في رفع مستوى الإدراك بالأدوار السياسية للمؤسسات لدى المستخدمين.

3- خاصية المتابعة في الفيسبوك، التي تتيح للمستخدمين متابعة الصفحات الرسمية للوزارات،

الهيئات التشريعية، والأحزاب، مما يسهل التعرف على المهام التي تقوم بها.

- ثانيا: الاستفادة المحدودة من الفيسبوك في معرفة أدوار المؤسسات السياسية: يشير إلى

وجود فئة من المبحوثين عبروا بالاستفادة القليلة من الفيسبوك، أو عدمها في الوصول إلى معلومات خاصة بالأدوار التي تقوم بها المؤسسات السياسية، ما يدل على وجود فجوة في التفاعل. وقد يرجع السبب إلى:

1- عدم وجود الثقة بالمحتوى السياسي المنشور على هذه المواقع، نتيجة التقييد والحذف

الانتقائي للمحتوى السياسي، حيث أظهرت تقارير إعلامية أن بعض المنصات تقوم بحذف أو تقييد منشورات سياسية تتعارض مع مصالحها أو سياساتها، مما يثير شكوكا حول التحيز السياسي ويضعف من ثقة المستخدم بالمحتوى المنشور، وفي هذا الصدد أوضحت **مي عبد الغني** أن المحتوى العربي لأشكال على مدار العام الماضي تعرض للتقييد ومنع وصوله وإيقاف البث المباشر، وحذف وحظر المنشورات وحتى إيقاف بعض الحسابات، وهذا ما أكد عليه الصحفي المتخصص في الإعلام الرقمي **محمد فتحي**، إذ يرى أنه منذ بدء حرب غزة أدخلت مواقع التواصل الاجتماعي سياسات وقيودا تؤثر على ظهور المحتوى المتعلق بالحرب، وهو ما عرض تلك المنصات لانتقادات عدة واتهامات بالتضليل.¹ وهذا

¹ فتحة الدخاني، كيف يتفادى الناشرون قيود منصات "التواصل" على المحتوى السياسي؟ مقال منشور يوم 27 أكتوبر 2024، متاح عبر الموقع: <https://aawsat.com> تم التصفح يوم: 15 جويلية 2025، على سا 18:04.

ما قد يؤدي إلى قلة تجاوبهم مع المحتوى السياسي، وبالتالي عدم وصول المستخدم إلى معرفة أدوار هذه المؤسسات السياسية.

2- محدودية المعرفة السياسية المسبقة لهذه الفئة، إذ يفتقر العديد من الأفراد خاصة فئة الشباب إلى المهارات اللازمة لفهم وظائف المؤسسات السياسية، مما قد يؤدي إلى تجاهل صفحات المؤسسات السياسية أو عدم إدراك أهمية المعلومات المنشورة، لاسيما أن الانخراط الفعال في النقاش السياسي يتطلب حداً أدنى من التأهيل المعرفي والممارسة الحوارية، وهو ما قد يفتقر إليه جزء من مستخدمي المواقع الاجتماعية.

3- ضعف التفاعل مع المحتوى السياسي، فالعديد من المستخدمين يملون إلى التركيز على المحتوى الترفيهي والاجتماعي، ويرون أن المحتوى السياسي هو محتوى جاد أو مثير للجدل، مما يؤدي إلى العزوف عن التفاعل معه، وبالتالي عدم الوصول إلى المعرفة بأدوار المؤسسات.

وعليه يمكننا القول، هناك استفادة من المنشورات السياسية على الصفحات الفيسبوك، في معرفة أدوار المؤسسات السياسية، مما يعكس فعالية المنصة كوسيط لتحقيق الإشباع المعرفي بخصوص الأدوار التي تقوم بها المؤسسات السياسية لدى الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة-، وبالتالي زيادة المعرفة السياسية وتعزيز وعي المستخدمين سياسياً، خاصة في ظل تراجع الأدوار التقليدية للإعلام الرسمي، وتزايد الاعتماد على المواقع الاجتماعية كمصدر رئيسي للمعلومات.

جدول رقم (29): يبين الأدوار السياسية التي تعرف عليها أفراد عينة الدراسة نتيجة استخدام

الفيسبوك

التوزيع	ك	%
دور المؤسسات السياسية		
الدور التثقيفي/ التوعوي	105	27.63
الدور الإخباري/ الإعلامي	193	50.78
الدور التعبوي السياسي	69	18.15

الجانب التطبيقي للدراسة

26.84	102	الدور التواصلي
23.42	89	لم تتحقق عندي معرفة
100	380	العدد الإجمالي

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (29) أدوار المؤسسات السياسية التي تم تعرف عليها نتيجة استخدام الفيسبوك، حيث توصلنا أن الدور الإخباري احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت ب 50.78% مثلتها 193 مفردة، والدور التثقيفي جاء في المرتبة الثانية بنسبة 27.63% مثلتها 105 مفردة، أما الدور التواصلي جاء في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت ب 26.84% بتكرار 102، في الحين 89 مفردة من المجموع كلي عبروا بعدم الاستفادة من الموقع في معرفة الأدوار السياسية ونسبة مئوية قدرت ب 23.42% وجاء في المرتبة الرابعة، أما بالنسبة للدور التعبوي السياسي احتل المرتبة الخامسة ومثلتها 69 مفردة أي ما يعادل 18.15%.

ومن خلال هذه النتائج نستنتج ما يلي:

- أولا: غلبة الدور الإخباري للمؤسسات السياسية في سلم الترتيب: وهو ما يعكس الهيمنة الإخبارية في المحتوى السياسي المنشور على فيسبوك، حيث يتم التركيز على أخبار وأنشطة المؤسسات السياسية الحكومية والرسمية، ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- سهولة استهلاك المحتوى الإخباري مقارنة بالأدوار الأخرى، فالأخبار السياسية غالبا ما تكون قصيرة، مباشرة، ومصاغة بلغة بسيطة، مما يجعلها سهلة القراءة والمشاركة، هذا ما يعزز من حضور الدور الإعلامي في الإدراك السياسي، مقارنة بالأدوار التي تتطلب تحليل وتفسير أعمق.

2- اعتماد المؤسسات السياسية على الفيسبوك كمنصة إعلامية بديلة أو مكمل، الكثير من الوزارات والهيئات السياسية تعتمد على الفيسبوك كمنصة رسمية لنشر الأخبار بشكل مستمر، مما يجعل المحتوى السياسي الإخباري هو الأكثر تداولاً وانتشاراً، فمثلا نجد صفحة رئاسة الجمهورية الجزائرية تبث

اللقاءات الإعلامية الدورية للسيد رئيس الجمهورية مع ممثلي وسائل الإعلام، تزامنا مع عرضها على القنوات الإعلامية الوطنية، وهذا الاستخدام قد يساعد في إدراك المستخدم للدور الإعلامي لهذه المؤسسات، وبالتالي يرسخ هذا النمط في ذهنهم أن الوظيفة الأساسية للمؤسسات السياسية هي إعلامية إخبارية.

3- اهتمام أفراد العينة بمعرفة مستجدات المؤسسات السياسية، خاصة المسؤولية عن القضايا التي تمس حياتهم مباشرة، مثل الخدمات، الأمن، الاقتصاد، والتعليم، وبالتالي نجد رغبة من قبلهم في معرفة معلومات وأخبار عن هذه المؤسسات، ومعرفة أدوار الحكومة والرئاسة في تنفيذ السياسات العامة وتسيير الشأن العام. وهذا الارتباط الوظيفي يعزز من معرفتهم بالدور الإعلامي أكثر من غيره.

- ثانيا: ارتفاع نسبة معرفة الدور التثقيفي والتواصلي للمؤسسات: تشير النسبة إلى اهتمام أفراد عينة الدراسة بالدور التثقيفي والتواصلي للمؤسسات السياسية عبر الفيسبوك، ويمكن تفسير هذا الارتفاع في المعرفة من خلال الأسباب التالية:

1- استخدام المؤسسات السياسية الفيسبوك كأداة لنشر محتوى تثقيفي، من خلال تقديم معلومات توعوية مثل شرح البرامج السياسية، تعريف المواطن بحقوقه وواجباته، تقديم تفسيرات قانونية أو دستورية لبعض الأحداث، عبر الفيديوهات، المنشورات، وحتى من خلال خاصية القصص، فهذا المحتوى قد يساهم في رفع مستوى المعرفة السياسية لدى الجمهور، ويرسخ الدور التثقيفي للمؤسسة.

2- تعزيز المؤسسات السياسية لخطابها التواصلي الافتراضي، فالعديد من المؤسسات السياسية كالتنفيذية والقضائية مثلا بدأت بتطوير صفحاتها الرسمية على الفيسبوك، حيث تنتشر بيانات، إعلانات قانونية، وتتيح التفاعل مع المستخدمين من خلال التواصل المباشر مع الجمهور، أو التعليقات، أو الاستبيانات، هذا ما قد يساعد في انتشار هذه الأدوار، وبالتالي يساهم في زيادة معرفة أفراد العينة بالدور التواصلي والتثقيفي للمؤسسات السياسية.

3- التفاعل مع المحتوى التواصلي، خاصة في أوقات الأزمات، حيث يزداد اهتمام الجمهور بمنشورات المؤسسات السياسية، بحثا عن التوضيحات أو المواقف الرسمية، وهذا التفاعل الظرفي قد يبرز الدور التواصلي لهذه المؤسسات، الذي قد يعكس تطورا في استراتيجيات الاتصال السياسي، حيث تحولت بعض المؤسسات إلى فاعلين رقميين يشاركون الأخبار ويحيون على تعليقات الجمهور، ما يسهم في تعزيز الشفافية لهذه المؤسسات.

- ثالثا: حضور الدور التعبوي السياسي: إن إدراك المبحوثين للدور التعبوي السياسي من خلال إطلاع على المحتوى السياسي للصفحات السياسية، يظهر الدور الذي يقوم به الفيسبوك كأداة في التعبئة السياسية الرقمية، حيث بات يستخدم من قبل المؤسسات السياسية والنشطاء لتحفيز المشاركة، نشر القضايا، وتوجيه الرأي العام. ويمكن تفسير ارتفاع معرفة أفراد العينة بهذا الدور من خلال الأسباب التالية:

1- الاستخدام المكثف للفيسبوك في الحملات السياسية، العديد من الأحزاب السياسية والمرشحون على الفيسبوك يعتمدون بشكل مكثف على الفيسبوك في نشر دعوات المشاركة في الانتخابات، التظاهرات، أو الانخراط في الحملات التضامنية. أو دعم قضايا معينة، هذا الاستخدام المتكرر يرسخ في ذهن الجمهور أن الفيسبوك هو وسيلة تعبئة سياسية فعالة، وبالتالي يعزز دور الفيسبوك كأداة لتحفيز السلوك السياسي وليس فقط لنقل المعلومة.

2- التجارب الميدانية السابقة (مثل الحراك الجزائري)، حيث ساهم الحراك الشعبي في الجزائر (2019)، في تكريس وعي المستخدم بالدور التعبوي السياسي للفيسبوك، بحيث تم استخدامه بشكل مكثف لتنسيق الحشود، تبادل المعلومات، ونقل الخطاب السياسي الشعبي بعيدا عن هيمنة الإعلام الرسمي.

3- كثرة الخطابات السياسية الموجه للفئة الشبابية عبر الفيسبوك، نظرا لكون الشباب يمثلون الشريحة الأكبر من مستخدمي الفيسبوك، أصبحت الرسائل السياسية موجهة من خلاله تكون بلغة شبابية تفاعلية، كاستخدام اللغة الهجينة التي تمزج بين اللغة العربية الفصحى والعامية، أو بين اللغة العربية ولغات الأجنبية "فرنسية-انجليزية"، لخلق خطاب سياسي قريب من السياق اليومي، أو من خلال استخدام الرموز التعبيرية (Emojis) والوسوم (#Hashtags) ما يجعلها أكثر قربا ووضوحا، الأمر الذي قد يساهم في رفع إدراكهم لأدوار هذه المنصة في التعبئة والتوجيه السياسي.

- رابعا: عدم تحقيق إشباع معرفي، إن الفئة التي عبرت عن عدم الاستفادة من الفيسبوك في تحقيق أي معرفة بخصوص الأدوار التي تقوم بها المؤسسات السياسية، هي نسبة لا بأس بها، مما قد تعكس:

1- ضعف المحتوى التوعوي للمؤسسات السياسية عبر فيسبوك، غالبا ما تقتصر الصفحات الرسمية للمؤسسات السياسية إلى خطاب تواصل جاذب أو مبسط يشرح مهامها، وظائفها، وآليات عملها، حيث تركز منشورات هذه المؤسسات في الغالب على نشرات إخبارية أو بيانات رسمية جامدة، لا تخاطب الجمهور بلغة قريبة أو مفهومة.

2- ضعف الثقة بالمؤسسات السياسية، تؤثر مستويات الثقة المتدنية في المؤسسات السياسية على قابلية الجمهور للاهتمام بمحتواها أو البحث عن معرفة أدوارها، مما ينعكس على عزوفهم عن التفاعل مع محتوى الصفحات الرسمية، الأمر الذي قد يؤدي إلى فجوة معرفية في مجال معرفة أدوار المؤسسات.

وعليه يمكننا القول تشكل المعرفة السياسية لدى الجامعيين -عينة الدراسة- بخصوص الأدوار التي تقوم بهذا المؤسسات السياسية، هو نتيجة مباشرة لاستخدام الفيسبوك وتعرض لمنشورات صفحات الفيسبوك، واهتمام المؤسسات السياسية بإنشاء صفحات خاصة بهم على الفيسبوك من أجل خلق نوع من

أنواع التواصل مع المستخدمين، وهذا ما يتناقض مع نتائج دراسة نهاد فتحي سليمان حجازي التي توصلت إلى أن 53.2% من عينة الشباب ترى أن المؤسسات السياسية تحتاج إلى مزيد من الجهد للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، فمازالت تلك الصفحات لا تقدم في الغالب سوى الأنشطة التي تقوم بها، ولا تهتم في العادة بالرد على تعليقات الجمهور أو التحديث المستمر للصفحة.¹

- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمحور الرابع: مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز القيم السياسية لدى أفراد عينة الدراسة.

يهدف هذا المحور إلى إبراز دور الفيسبوك في تجسيد القيم السياسية لدى الطالب الجامعي، من خلال إتاحة حرية التعبير عن الرأي، وترسيخ قيمة احترام الرأي والرأي الآخر، والتعامل مع الآراء المخالفة بطرق مختلفة، إضافة إلى تعزيز الانتماء الوطني والمساهمة في حماية وحدة الوطن عبر التفاعل والنقاشات السياسية.

الجدول رقم (30): توزيع أفراد العينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك كأداة لحرية التعبير

التوزيع	ك	%
تجسيد حرية الرأي السياسي		
كثير	340	89.47
قليلا	27	7.10
لم أستفد	13	3.42
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

¹ نهاد فتحي سليمان حجازي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية (دراسة مسحية على الشباب المصري)، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 24، (ديسمبر 2022): ص-ص 618-619.

الجانب التطبيقي للدراسة

يبين الجدول رقم (30) مدى الاستفادة من الفيسبوك في التعبير بحرية عن الرأي السياسي، حيث توضح النتائج أن الغالبية الكبرى من عينة الدراسة ترى أن الفيسبوك يتيح لها الفرصة للتعبير عن آرائه السياسية بكل حرية بمجموع 340 مفردة أي ما يعادل 89.47%، أما 27 مفردة أي ما يعادل 7.10% ترى أن استفادتها من الفيسبوك في التعبير بكامل الحرية هي قليلة، في حين أن 13 مفردة مثلتها 3.42%، عبرت عن عدم الاستفادة من الفيسبوك للتعبير بحرية عن الآراء السياسية. وهذا ما يؤكد أهمية الفيسبوك كمنصة للتعبير عن الآراء السياسية بحرية مطلقة.

جدول رقم (31): يبين أسلوب المعتمد من قبل أفراد عينة الدراسة للتعبير عن الآراء السياسية

التوزيع	ك	%
أعبر عن رأيي بـ:		
الاستجابات (الاعجاب- الكره)	231	60.78
التعليق	174	45.78
نشر المواضيع السياسية عبر الحساب الشخصي	159	41.84
إرسال الآراء والمواضيع للأصدقاء	97	25.52
الاكتفاء بالقراءة	144	37.89
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح جدول رقم (31) أساليب التي يعتمدها المبحوثين للتعبير عن آرائهم السياسية عبر الفيسبوك، بحيث تشير النتائج إلى وجود تنوع واضح في أساليب التعبير السياسي، إذ تصدرت

الاستجابات Reacts المرتبة الأولى كأكثر أسلوب استخداماً، وذلك بنسبة قدرت ب 60.78% مثلتها 231 مفردة من المجموع الكلي، والمرتبة الثانية كان أسلوب التعليق بنسبة 45.78% أي ما يمثل 174 مبحوث، أما المرتبة الثالثة كان لأسلوب مشاركة الآراء السياسية عبر الحسابات الخاصة بنسبة قدرت ب 41.84% مثلتها 159 مفردة، في حين المرتبة الرابعة كان لأسلوب الاكتفاء بالقراءة وقد عبر عن ذلك 144 مفردة من عينة الدراسة أي ما يعادل 37.89%، والمرتبة الأخيرة كان أسلوب مشاركة المواضيع السياسية مع أصدقاء الفيسبوك بنسبة مئوية قدرت ب 25.52% مثلتها 97 مفردة.

من خلال هذه النتائج يتضح لنا:

- أولاً: وجود شبه هيمنة للتفاعل غير المباشر (الرمزي) عند المبحوثين: وذلك من خلال الاستجابات الخاصة ب: (الإعجاب- الغضب- الدهشة- الضحك- الحزن)، الذي يعتبر شكل من أشكال التعبير غير المباشر والأكثر شيوعاً في الوسط الشبابي، وقد يرجع السبب إلى:

1- سهولة وسرعة الاستخدام، إذ يفضل الكثير من المستخدمين التعبير عن مواقفهم وتفاعل مع المحتوى السياسي بشكل رمزي، وقد سمي هذا النمط من التعبير بالتفاعلية الكسولة (Slacktivism)، وهو شائع بين فئة الشباب. وفي هذا الصدد تؤكد نتائج دراسة عادل لصالح، أن التفاعلية الكسولة والتي لا تتطلب درجات عالية من المجهود الذهني والبدني هي أعلى أشكال التفاعلية مع الأخبار السياسية المتعلقة بقضايا الدراسة، وأن زر الإعجاب Like هو الشكل الأكثر استخداماً للتفاعل والمشاركة مع هذه الأخبار.¹

¹ عادل صالح، العوامل المؤثرة على أنماط التفاعل مع الأخبار السياسية في صفحتي (فيسبوك) لصحيفتي " اليوم السابع" و"الوطن"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 22، (ديسمبر 2021): ص 57.

2- الصعوبة في التعبير بلغة أكاديمية، فالكثير من المستخدمين لا يمتلكون التدريب الكافي على استخدام المصطلحات السياسية، التي غالبا ما تتضمن مفاهيم مجردة ومعقدة، مما يجعل التعبير عنها بلغة أكاديمية أمرا صعبا نوعا ما.

3- غالبا ما يكون استخدام الاستجابات التعبيرية أبلغ عند التعبير عن المشاعر والعواطف والحالات المزاجية، فمجرد ضغطة زر ت كون عبرت عن إعجابك، أو غضبك، أو حزنك، أو دهشتك من المحتوى السياسي المنشور عبر منصة الفيسبوك.

- وبالتالي يمكننا القول التفاعل غير المباشر (الرمزي) عبر الفيسبوك أصبح بمثابة أسلوب لغوي شبابي مستحدث غالبا ما يستخدم للتعبير أبلغ عن المواضيع السياسية، فهذه الرموز اللغوية تمثل صلة الصورة الصوتية والتصور الذهني، وهي الآلية الأكثر شرعية للفعل التواصلي بين الذات، ذلك لأن صلة الصوت بالتصور أو المنطوق بالمفهوم هو ما يجسم فعليا إطار تبادل الأفكار ومحاولة الاتفاق في الرؤى والمواقف. فالكلام لا يمثل ثرثرة غير مجدية وإنما هو تعبير عن تفاعل أفكار وحوار عقول تعي القول وتتحمل مسؤولية مقاصده.¹ خاصة إذا تعلق الأمر بالتعبير عن المواقف والآراء التي تخص الشأن العام.

- **ثانيا: المشاركة الحوارية كأسلوب تعبير سياسي:** إن الانخراط في النقاشات والتعبير عن الآراء السياسية سواء من خلال التعليق أو النشر عبر الحسابات الشخصية، يشير إلى وجود اهتماما وتفاعلا أكبر من قبل أفراد عينة الدراسة مع القضايا السياسية المطروحة، ووجود مستخدم يملك رأيا سياسيا قادر على التعبير عنه، قد يرجع السبب إلى:

1- طبيعة عينة الدراسة، فأغلبهم من تخصصات إعلامية أو سياسية وبالتالي يميلون إلى التعليق والمشاركة في الحوارات والنقاشات السياسية.

¹ خيرة بن مفتاح، مراد مولاي الحاج، الرموز اللغوية والتواصل الاجتماعي: دراسة في الدلالة والمعنى، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، المجلد 05، العدد 02، (2020): ص-ص 742-743.

2- إمكانية إخفاء الهوية الحقيقية واستخدام هويات مزيفة، حيث تمكن الأفراد من التعبير عن آرائهم فيضعون إعجابهم، أو يشاركون جزء من المحتوى، أو يعبرون عن دعمهم لرأي ما بكل حرية، وفي هذا الصدد أكدت العبدى خيرة بأن من خلال دراسة عن اتخاذ قرارات جماعية دون الكشف عن الهوية، فقد قدم المشاركون العديد من الآراء النقدية وكانوا أكثر توضيحاً لأفكارهم عبر المداولات والنقاشات، مقارنة بالحالة التي تتطلب تقديم المعلومات الشخصية،¹ خاصة أن الطبيعة المجهولة للشخص عبر الفيسبوك، وغياب الوجود الفعلي تجعل من الصعب فرض العقوبات القانونية على المستخدمين.

3- الرغبة في التأثير، فالكثير من المستخدمين يسعون للتأثير في الرأي العام أو دعم قضايا تتوافق مع أفكارهم واعتقاداتهم، فالتعبير السياسي سواء بالتعليق أو النشر يمنحهم شعوراً بالمشاركة في صنع القرار أو توجيه النقاش العام.

- ثالثاً: الاكتفاء بالقراءة: تعكس نسبتها أنه على الرغم من أنتجته منصة الفيسبوك من حرية التعبير عن رأي، وفرص لتبادل الأفكار، والانفتاح على المعتقدات والإيديولوجيات المتنوعة، إلا أنه يوجد فئة صامتة تكتفي بالمراقبة، قد تتأثر لكن دون أن تتفاعل بطريقة مباشرة، ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- الاهتمام بكسب المعلومة أكثر من النقاش، خاصة أن الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة- لا يكون لديهم إلمام بجميع القضايا السياسية المطروحة للنقاش بحكم انشغالهم بالمسار الدراسي، وبالتالي يركزون على جمع المعلومات ومحاولة تحليلها دون الحاجة للتفاعل.

2- الخصوصية والرغبة في عدم كشف المواقف، فالكثير من المستخدمين يتجنبون إظهار التوجهات السياسية أمام الأصدقاء أو العائلة، حفاظاً على صورتهم الاجتماعية، أو خوفاً من المتابعة القضائية، ففي الجزائر مثلاً، ومع سن قوانين جديدة (مثل المواد المتعلقة بالجرائم الإلكترونية أو خطاب

¹ العبدى خيرة، مراجعة نظرية دوامة الصمت في سياق الفضاء الافتراضي، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 07، العدد 01، (جوان 2023): ص388.

الكراهية)، أصبح العديد من الأفراد يتجنبون التعبير عن آراء سياسية خشية أن تفهم على أنها انتقاد للدولة أو تحريض، حتى التعبير غير المباشر أو الإعجاب بمنشور سياسي قد يؤول على أنه موقف وقد يستخدم كدليل في حال المتابعة القضائية.

3- الشعور بأن آراءهم لا تحظى بتأييد اجتماعي أو شعبي، وقد لا تحدث فرقا حقيقيا، أو بسبب شعورهم بأن النقاشات عبر الفيسبوك سطحية وغير مؤثرة، وبالتالي يلتزمون الصمت ويحجبون آراءهم الشخصية.

- رابعا: وجود رغبة في إرسال المواضيع السياسية إلى الأصدقاء: وقد تدل على وجود فئة لا تفضلا لدخول بنقاشات علنية، وإنما تكتفي بالمناقشة في الدوائر الضيقة الأكثر خصوصية، وقد يعود السبب إلى:

1- خصوصية الوسيلة -الفيسبوك-، فالفيسبوك يوفر أدوات سهلة لنشر ومشاركة المحتوى السياسي، والوصول إلى عدد كبير من الأشخاص بسرعة، فبضغط زر تشارك المحتوى مع العديد من الأصدقاء الرقميين، وبالتالي تكون قد عبرت عن رأيك السياسي، وشاركتهم وجهة نظرك، خاصة فيما يتعلق بالقضايا المصيرية.

2- الطابع الشخصي للعلاقات، فالأصدقاء على فيسبوك غالبا ما يكونون من الدائرة المقربة، وبالتالي يشعر المستخدم براحة أكبر في مشاركة آرائه السياسية معهم، دون الخوف من الملاحقة أو الرقابة.

3- الرغبة في التأثير على الجماعة المقربة، فمشاركة الآراء السياسية مع الأصدقاء، قد تساهم في التأثير على آرائهم الشخصية أو تغيير وجهات نظرهم حول قضايا معينة.

- ووفقا لنظرية الاستخدامات والإشباع، تعكس هذه النتائج توجهات أفراد العينة نحو إشباع حاجات معينة من خلال التفاعل مع المحتوى السياسي، سواء كانت حاجات معرفية (كالاطلاع والقراءة)

دون الخوض في التعبير أو الجدل السياسي، أو وجدانية (كالإعجاب والغضب)، أو اجتماعية (كالنقاش والمشاركة)، فاستخدام فيسبوك للتفاعل مع المحتوى السياسي، أصبح شكلا من أشكال الاستخدام النشط لوسائل الإعلام، حيث يسعى المستخدمون إلى تحقيق إشباع ذاتية وفق دوافع خاصة، وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين،¹ هذا ما يؤكد على تنوع الاستخدامات والإشباعات بين أفراد العينة.

- وبالتالي يمكننا أن القول يمثل الفيسبوك موقع فعال للتفاعل مع المحتوى السياسي، من خلال إتاحة أساليب متعددة للتعبير عن الرأي السياسي، سواء من خلال التفاعل غير المباشر (الإعجاب/الغضب، الاكتفاء بالقراءة)، أو المباشر (التعليق والمشاركة). وبالتالي هذه التفاعلية الرقمية تتيح للفرد أن يكون فاعلا سياسيا.

جدول الرقم (32): يبين طريقة تجسيد أفراد عينة الدراسة قيمة حرية الرأي والتفكير عبر الفيسبوك.

التوزيع	ك	%
تجسيد حرية الرأي		
الدفاع عن حرية تعبير الآخرين	173	45.52
نشر القضايا السياسية والتعبير عنها	201	52.89
انتقاد الممارسات القمعية	189	49.73
لم يساعدني	63	16.57
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (32) طريقة تجسيد أفراد عينة الدراسة قيمة حرية الرأي والتفكير من خلال الفيسبوك، والتي تعد أحد مؤشرات القيم السياسية لدى الأفراد، وقد تم تصنيف الأنشطة السياسية المرتبطة

¹ Katz, Blumler & Gurevitch, Op. cit 1973, p510.

بهذه الحرية إلى ثلاث فئات رئيسية، التعبير عن الآراء السياسية الشخصية والتي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب 52.89% مثلتها 201 مفردة، انتقاد الممارسات القمعية والتي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 49.73% مثلتها 189 مفردة، تلتها الدفاع عن حرية تعبير الآخرين التي جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت ب 45.52% مثلتها 173 مفردة، مع وجود فئة رابعة عبرت عن عدم الاستفادة من المحتوى السياسي على الفيسبوك، مثلتها 63 مفردة من عينة الدراسة أي ما يعادل 16.57%.

تأسيسا لما سبق نستنتج ما يلي:

- **أولاً: هيمنة التعبير عن الآراء الشخصية ونشر القضايا السياسية على سلم الترتيب:** يعكس هذا السلوك رغبة الطلبة الجامعيين-أفراد عينة الدراسة- في ممارسة حقهم في التعبير السياسي الشخصي، وبالرجوع إلى الجدول رقم (32) نجد هناك توافق في النتائج فنسبة 45.78% ترى أن المشاركة الحوارية تعتبر أسلوباً للتعبير عن الرأي السياسي وقد يرجع السبب إلى:

1- سهولة النشر والتفاعل، فالفيسبوك يتيح لأي مستخدم إمكانية التعبير عن آرائه السياسية الشخصية، ونشر القضايا السياسية بضغطة زر.

2- الشعور بالحرية الشخصية، بعض المستخدمين يرون في فيسبوك مساحة حرة للتعبير عن الذات، خاصة في المجتمعات التي قد تكون فيها حرية التعبير محدودة.

3- استخدام الفيسبوك كمنصة بديلة، في ظل غياب منابر مستقلة، لجأ العديد من المستخدمين لاستخدام الفيسبوك كمنصة بديلة للتعبير عن آرائهم السياسية،

- **ثانياً: ارتفاع نسبة انتقاد الممارسات القمعية:** يشير هذا الأسلوب إلى أن الفيسبوك أصبح يستخدم كمنصة للتعبير الاحتجاجي أو النقدي، خاصة اتجاه السياسات القمعية، ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- تأثر أفراد عينة الدراسة بالفاعلين المؤثرين، فمع ظهور المؤثرين من صناع المحتوى Influencer، واختيارهم للبيئة الافتراضية كمسرح لممارسة أنشطتهم المختلفة، أصبحوا يمتلكون الملايين من المتابعين خاصة بعد أن قامت دولة الإمارات العربية المتحدة في عام 2016 بإنشاء نادي رواد التواصل الاجتماعي العربي، الذي يهدف للتشجيع على الابتكار والإبداع بين المؤثرين¹ الأمر الذي دفع بالمؤثرين ذوي توجهات سياسية لاستغلال شعبيتهم سياسياً، عن طريق طرح محتوى يكشف الانتهاكات السياسية، والممارسات القمعية لرجال السياسة، أو القيام بالاحتجاجات الالكترونية والتي تعتبر شكل من أشكال الضغط غير العنيف على المؤسسات الحكومية والرسمية، وتأثيرهم هذا يشجع المستخدمين على التفاعل والمشاركة في النقد، وبالتالي تجسيد حرية الرأي والتفكير عبر الفيسبوك.

2- تصاعد الظلم كمحفز للنقد السياسي، كقمع المظاهرات، الاعتقالات التعسفية لنشطاء سياسيين، وتقييد الحريات، غالباً ما يؤدي إلى موجة غضب شعبية تترجم إلى تعليقات أو منشورات عبر الفيسبوك، وهذا ما يعزز تجسيد حرية الرأي والفكر لدى أفراد العينة عبر الفيسبوك.

3- غياب الرقابة في بعض السياقات، إذ يشعر المستخدمون بالقدرة على فضح الانتهاكات السياسية أو التعبير عن رفضهم لها.

- ثالثاً: الاهتمام بالدفاع عن حرية تعبير الآخرين: تعكس التضامن الرقمي مع الآخرين، ويمكن

إرجاع السبب إلى:

¹ سلينا بيبير، دليل المؤثرون العرب في مواقع التواصل الاجتماعي، نشر يوم 2019.02.19، تم التصفح يوم: 17-07-2023، سا 22:22 متاح عبر موقع:

<https://www.godaddy.com/resources/ar->

[ae/%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%B9%D8%A8%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%AB%D8%B1%D9%8A%D9%86](https://www.godaddy.com/resources/ar-ae/%D9%85%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%B9%D8%A8%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A4%D8%AB%D8%B1%D9%8A%D9%86)

1- تعزيز الهوية الفكرية والسياسية، البعض يستخدم الدفاع عن حرية الآخرين كوسيلة لإبراز موقفه السياسي، خاصة أن الفيسبوك يمكن استخدامه كمنبر لتأكيد الانتماء إلى قيم مثل العدالة، الحرية، والمساواة.

2- التضامن المجتمعي الافتراضي، العديد من المستخدمين يرون أن الدفاع عن حرية الآخرين هو دفاع عن أنفسهم أيضا، خاصة مع ظهور ثقافة "الدعم الجماعي" في القضايا التي تمس حرية التعبير، كحالات القمع أو التمييز، وبالتالي إدراك المستخدمين لأهمية حرية التعبير كقيمة جماعية وليست فردية فقط، الأمر الذي قد يساهم في تجسيد مبدأ حرية الرأي والفكر لدى أفراد عينة الدراسة عبر الفيسبوك.

3- التفاعل مع قضايا حقوق الإنسان أو حملات دعم الصحفيين والنشطاء، فعند حدوث اعتداء على حرية شخص ما، غالبا ما يتفاعل المستخدمون بسرعة عبر الفيسبوك، من خلال مشاركة القصص تثير تعاطفا واسعا وتدفع الآخرين للدفاع.

- رابعا: عدم الاستفادة من المحتوى السياسي: تمثل الفئة القليلة، لكنها تظل مهمة لقياس حدود تأثير الفيسبوك، إذ تكشف عن وجود حاجز معين قد يكون (فكري، معرفي، أو سوسيولوجي) يحول دون الاستفادة من الفيسبوك في تجسيد حرية الرأي والتفكير، رغم التواجد في الموقع، والذي قد يعود إلى:

1- عوائق معرفية: ضعف المعرفة السياسية أو نقص في المهارات التحليلية والنقدية الضرورية لدى المستخدمين يؤدي إلى عدم فهم وتفسير الخطاب السياسي المنشور، وبالتالي عدم الاهتمام بتجسيد حرية الرأي والتفكير من خلال منصة الفيسبوك.

2- عوائق فكرية - أيديولوجية: بعض الأفراد غير مهتمين بالشأن العام سياسيا بسبب قناعات فكرية أو مواقف سلبية من العمل السياسي، فهناك من يربط السياسة بالفساد أو الصراعات، ما يجعله

ينفر من أي محتوى سياسي حتى وإن كان محايدا أو توعويا، ويرفض المشاركة في تجسيد قيمة حرية الرأي والتفكير عبر الفيسبوك.

3- عوائق سوسيولوجية: الانتماء إلى شبكات اجتماعية غير سياسية لا تهتم بثقافة الحوار والتعبير السياسي، قد يؤدي إلى انسحاب المستخدم من التفاعل السياسي، وعدم الرغبة في تجسيد قيمة حرية الرأي والتفكير عبر الفيسبوك.

وعليه يمكننا القول يعد الفيسبوك أداة فعالة لتعزيز حرية الرأي والتفكير لدى الطلبة الجامعيين - عينة الدراسة- من خلال تعزيز ممارسات الحرية الفردية سواء من خلال التعبير الشخصي، النقد السياسي، أو التضامن مع حرية الآخرين. ومع ذلك، تبقى هناك فئة غير مستفيدة، مما قد يستدعي تطوير المحتوى السياسي الافتراضي، وتكثيف الحملات التوعوية لتجسيد حرية الرأي والفكر عبر الفيسبوك.

جدول رقم (33): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى تجسيد قيمة احترام الرأي والرأي الآخر

التوزيع	ك	%
احترام الرأي الآخر		
كثيرا	349	91.84
قليلا	20	5.26
لم أستفد	11	2.89
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (33) مدى حرص أفراد العينة على احترام الرأي الآخر في النقاشات السياسية عبر الفيسبوك، أين يتضح لنا أن 349 مفردة من المجموع الكلي أي ما يعادل 91.84% تحرص على

احترام الرأي الآخر، في حين عبرت فئة جد قليلة أي 20 مفردة بنسبة مئوية قدرت ب 5.26%، بأن استقاداتها كانت قليلة، أما 11 مفردة من المجموع الكلي أي ما يعادل 2.89%، عبرت عن عدم حرصها على احترام الرأي الآخر أثناء النقاشات السياسية، وهذا ما قد يوضح لنا درجة وعي المبحوثين بأهمية احترام الرأي الآخر كقيمة سياسية.

جدول رقم (34): يبين كيفية تعامل أفراد عينة الدراسة مع الآراء السياسية المخالفة عبر الفيسبوك.

الأنماط	التوزيع	ك	%
التزام الصمت عند الاختلاف في الرأي	86	22.30	
التعبير عند الطلب	158	41.57	
استخدام عبارات لينة	162	42.10	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (34) كيفية تجسيد مبدأ الرأي والرأي الآخر أثناء النقاشات السياسية عبر الفيسبوك، حيث توضح النتائج المتحصل عليها، أن احتمال استخدام عبارات لينة عند التعبير عن الرأي الآخر حضي بأعلى نسبة مئوية وقدرت ب 42.10% عبرت عنها 162 مفردة من العينة، أما احتمال التعبير عند الطلب فقد احتل المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 41.57% ما يمثل 158 مفردة، في حين جاء احتمال التزام الصمت عند الاختلاف المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت ب 22.30% مثلتها 86 مفردة.

ومن خلال هذه النتائج نستنتج ما يلي:

- أولا: وجود نضج في أسلوب الحوار السياسي: من خلال "استخدام العبارات اللينة"، و"التعبير عند الطلب" فالنسب المتقاربة لهذين الاحتمالين، تشير إلى وجود نضج في أسلوب الحوار وعي بالآداب العامة في النقاشات السياسية على الفيسبوك.

1- غلبة استخدام العبارات اللبقة، ويمكن إرجاع سبب إلى:

أ - حرص أفراد عينة الدراسة على الحفاظ على أدب التخاطب رغم اختلاف الآراء، مما يدل على وعي أخلاقي واتصالي، فتعزيز ثقافة الحوار اللبق والاحترام المتبادل في المواقع الاجتماعية بات مطلب ضروري خاصة في مجتمعاتنا العربية التي تشهد تحولات سياسية كبيرة، لأنه قد يساعد في بناء مجتمع متماسك يحترم قيم الحوار ومبدأ الرأي ورأي الآخر.

ب - احترام التعددية الفكرية والثقافية، فالأسلوب اللبق يعكس وعياً بأهمية احترام الرأي الآخر، خاصة في المجتمعات المتنوعة سياسياً وثقافياً، ويعزز من الحوار الديمقراطي ويقلل من الاستقطاب.

- وبالتالي غلبة استخدام العبارات اللبقة في النقاشات السياسية عبر الفيسبوك تعكس تحولاً في الثقافة السياسية الرقمية نحو الحوار المسؤول، وتظهر أن المستخدمين باتوا أكثر وعياً بأهمية التعبير السياسي المذهب كوسيلة للتأثير دون صدام. ويستدعي ذلك من المؤسسات السياسية والإعلامية دعم هذا النمط من التواصل، وتقديم نماذج حوارية تعزز من احترام الرأي والرأي الآخر.

2- التعبير عند الطلب: ويمكن إرجاعه إلى:

أ- الحذر أو التحفظ التعبيري لدى المستخدمين، فعدم الشعور بالأمان أو عدم ملائمة سياق المناقشات قد يؤدي إلى حذرهم من إبداء آرائهم السياسية المخالفة للبقية.

ب- يفضل المستخدمون التعبير عن رأيهم السياسي فقط عند وجود دعوة أو حاجة لذلك.

ت- احترام حق الآخرين في التعبير عن رأيهم، فكل مستخدم يتميز بخلفية سياسية مختلفة عن الآخرين، وآراء واعتقادات مختلفة، وبالتالي ينعكس هذا على اختيار طرق التعبير عنها، وفي نفس الوقت نحترم حق الآخرين في التعبير عن آرائهم السياسية التي تتعارض مع آرائنا أحياناً، وتقبلها حتى لو لم نفتتح بها، خاصة في بيئة مفتوحة مثل الفيسبوك، تجمع فئات متنوعة،

- ثانيا: الرغبة في التزام الصمت عند الاختلاف: يدل هذا النمط على وجود فئة تتجنب الخوض

في النقاشات السياسية المختلفة، وقد يرجع السبب إلى:

1- ضعف ثقافة الحوار السياسي، يعتبر من المؤشرات المهمة التي تكشف عن محدودية التفاعل

لدى المبحوثين، قد يكون نتيجة: جهل الكثير من المستخدمين قواعد التواصل السياسي الرقمي، مثل

التمييز بين الرأي والمعلومة، واحترام الاختلاف، أو ضعف الإلمام بمفاهيم مثل: النقاش الهادئ، الحجة

المدعمة، الحوار المتعدد الأصوات.

2- الخوف من الهجمات الكلامية أو فقدان العلاقات الاجتماعية في الفضاء الافتراضي، كثير

من المستخدمين يفضلون الحفاظ على علاقاتهم الاجتماعية وعدم خسارة أصدقاء بسبب اختلاف سياسي،

خاصة في المجتمعات التي لا تزال تنتظر إلى التعبير السياسي كفعل شبه محذور، وبالتالي يتحفظ

المستخدم عن إبداء رأيه، محاولة منه لضبط التفاعل السياسي وتجنب إثارة الجدل غير الضروري.

3- تجنب التصعيد والصدام الرقمي، بالالتزام الصمت عند الاختلاف الرأي، لتفادي الجدل الحاد أو

الهجوم الشخصي.

وبالتالي يمكننا القول أكثر من 80% من الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة- استفادوا من استخدام

الفيسبوك في تجسيد مبدأ احترام الرأي الآخر، من خلال تبني أشكال تواصل حضارية عند التعبير عن

الرأي المخالف أثناء النقاشات السياسية عبر المنصة، سواء عبر ضبط اللغة أو اختيار توقيت مناسب

للتعبير، وهو ما قد يترجم بداية غرس قيم سياسية لدى المبحوثين. مع ذلك، تستمر بعض المؤشرات

السلبية مثل التزام الصمت وعدم الاستفادة، بما يعكس انتشار السلوكيات غير التفاعلية سياسيا عبر

المنصات الرقمية.

جدول رقم (35): توزيع أفراد عينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في تعزيز أمن ووحدة الوطن.

الجانب التطبيقي للدراسة

%	ك	التوزيع
		تعزير أمن ووحدة الوطن
30.26	115	كثيرا
45.78	174	قليلة
23.94	91	لم أستقد
100	380	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (35) مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز الأمن الوطني حسب وجهة نظر أفراد

العينة، أين يتضح لنا أن ما نسبته 45.78% مثلتها 174 مفردة من المجموع الكلي، كانت استفادتها قليلة من الفيسبوك في تعزيز هذه القيمة، أما 115 مفردة أي ما يعادل 30.26% عبرت عن الاستفادة الكثيرة من الفيسبوك في هذا المجال، في حين عدم الاستفادة كانت في المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرت ب 23.94% مثلتها 91 مفردة. هذا ما قد يوضح أن هناك درجة متوسطة من الاستفادة في تعزيز قيمة الأمن ووحدة الوطن لدى المبحوثين كقيمة سياسية.

جدول رقم (36): يبين طريقة مساهمة أفراد العينة في حفاظ على قيمة وحدة الوطن عبر الفيسبوك.

%	ك	التوزيع
		تعزير أمن ووحدة الوطن
56.84	216	عدم نشر الشائعات
47.10	179	دعم المحتوى الإيجابي
50.26	191	رفض الخطاب التحريضي أو الطائفي
13.68	52	التبليغ عن الصفحات المشبوهة
100	380	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (36) طريقة مساهمة المبحوثين في حماية وحدة الوطن عبر الفيسبوك، حيث توضح النتائج المتحصل عليها، أن مستخدمي الفيسبوك من أفراد عينة الدراسة يظهرون وعيا ملموسا بدورهم في حماية وحدة المجتمع وأمنه الرقمي، إذ تصدر احتمال الامتناع عن نشر الشائعات قائمة الممارسات بنسبة مئوية قدرت بـ 56.84% عبرت عنها 216 مفردة من العينة، يلي ذلك احتمال رفض الخطاب التحريضي أو الطائفي بنسبة مئوية قد رتب 50.26% ما يمثل 191 مفردة، بينما جاء احتمال دعم المحتوى الإيجابي في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت بـ 47.10% مثلتها 179 مفردة، في حين المرتبة الأخيرة كانت لاحتمال التبليغ عن الصفحات المشبوهة عبرت عنها 52 مفردة، أي ما يعادل 13.68%.

ومن خلال هذه النتائج نستنتج ما يلي:

- أولا: التفاعل الواعي مع الشائعات كمؤشر على الحس الوطني الرقمي: فغالبية المبحوثين صرحوا بعدم مشاركتهم في نشر الشائعات عبر فيسبوك، مما يعكس إدراكا عاما بخطورة الأخبار الكاذبة والشائعات على الأمن الوطني ووحدة المجتمع. وقد يرجع السبب إلى:

1- وعي سياسي رقمي لدى المبحوثين بأثر الشائعات على الوحدة الوطنية، فالامتناع الطوعي عن نشر المعلومات غير الموثوقة هو ممارسة فعلية لحماية الأمن العام والمصلحة الوطنية في فضاء مفتوح تنتشر فيه الأخبار الكاذبة والمضللة بسرعة فائقة، التي قد تهدد الاستقرار السياسي، خاصة في الدول التي تمر باضطرابات سياسية، فالجزائر مثلا بوصفها دولة مرت بمرحلة انتقال سياسي تأثر مواطنيها بفوضى المعلومات (Disorder Information) التي أثرت على التصورات العامة، وهذا ما أكدت عليه نتائج دراسة حول "تجارب مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر مع المعلومات المضللة والزائفة عبر الإنترنت" التي أجريت في مارس- أبريل 2021، أن فوضى المعلومات متجذرة بعمق في البيئة الرقمية الجزائرية، فقد أشار 93% من المشاركين في الاستبيان إلى أنهم صادفوا

معلومات زائفة أو مضللة عبر الإنترنت، كما أفاد ما يقرب من الثلث بأنهم يتعرضون يوميا لهذا النوع من المحتوى. وقد أسهم هذا التدفق المستمر للمعلومات المضللة في خلق شعور واسع بالقلق، حيث عبر 88% من المشاركين عن خوفهم من انتشار الأخبار الكاذبة وتداعياتها المحتملة.¹ وبالتالي الفيسبوك لم يعد مجرد أداة تواصل بل أصبح منصة يتحقق فيها المواطن الرقمي من المعلومات قبل تداولها.

2- كسب المستخدمين مهارات التحقق الرقمي، فالتفاعل الواعي مع الشائعات، يعود إما لتطور أدوات التحقق من الأخبار مثل مواقع (Fact Checking) أو اكتساب المستخدمين لمهارات التحقق الرقمي للتمييز بين المعلومات الصحيحة والزائفة، وذلك من خلال التأكد من الحساب أو الصفحة التي نشرت المعلومة، هل هي صفحة موثقة؟ هل تنتمي لمؤسسة إعلامية معروفة؟ ما تاريخ إنشاء الحساب؟ لأنه الحسابات حديثة النشأة أو بدون نشاط سابق أو غير الموثقة غالبًا ما تكون مزيفة، أو الرجوع إلى المواقع الإخبارية الموثوقة، مثل وكالة الأنباء الجزائرية (APS)، القنوات الوطنية (ENTV)، المنصات الدولية مثل BBC, AFP, Reuters، من أجل مقارنة الخبر المشكوك فيه، أو الاستعانة بمنصات متخصصة في مكافحة الأخبار الكاذبة مثل: المنصة الجزائرية **Algeria Check** التي تعتبر أول منصة جزائرية ومغربية تنشط في تدقيق المعلومات والأخبار ورصد الإشاعات والأخبار الكاذبة، التي انطلقت عام 2019 عبر مواقع التواصل الاجتماعي قبل أن تتحول إلى منصة متكاملة إقليميا وقاريا، هدفها الحد من انتشار الأخبار الكاذبة التي تستهدف الجزائر.²

وذلك من خلال ما أدى إلى تحول في سلوكهم الرقمي وهذا ما أشارت إليه دراسة "تجارب مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر مع المعلومات المضللة والزائفة عبر الإنترنت" فعلى الرغم من إدراك الجزائريين لانتشار الأخبار الزائفة، إلا أن العديد منهم يظهرون ثقة مفرطة في قدرتهم

¹BBC Media Action, *Algerian social media users' experiences with online misinformation and disinformation*. 04-02-2021, View on: <https://disa.org>, 22 Juillet 2024, at 22:30.

²للمزيد من المعلومات ارجع إلى موقع: <https://algeriacheck.net/archives>

على التمييز بين الصحيح والزائف؛ إذ عبر 88% عن امتلاكهم مستوى معيناً من الثقة في قدرتهم على التعرف على المعلومات المضللة، غير أن هذه الثقة الذاتية تتعارض بوضوح مع الواقع، حيث أقر 39% منهم بأنهم سبق وأن شاركوا معلومات تبين لاحقاً أنها كانت كاذبة¹.

- **ثانياً: رفض الخطاب التحريضي أو الطائفي للفيسبوك كقيمة لحماية الأمن الوطني:** يظهر هذا السلوك رفض المبحوثين الخطابات التحريضية التي تهدد السلم الأهلي، ويعكس إدراكاً بأن الفيسبوك قد يتحول إلى أداة تفتيت إذا لم يستخدم بمسؤولية. وقد يرجع السبب إلى:

1- **وعي سياسي بضرورة الحفاظ على وحدة النسيج المجتمعي،** مما يعكس تجسيد فعلي من قبل المبحوثين لقيمة العيش المشترك والتسامح السياسي عبر الفيسبوك، الذي يعد من العناصر الأساسية في الثقافة السياسية المدنية، خاصة في المجتمع الجزائري الذي يتميز بتعدد الهوية والانتماء، وبالتالي يجب الحفاظ على وحدة الوطن والمجتمع، من خلال مشاركة مضامين تعزز التنوع والتعايش كالمحتوى الذي يبرز المكونات الثقافية المختلفة للهوية الجزائرية (الأمازيغية، العربية، الإسلامية) مع التركيز على نقاط الالتقاء بدل التمايز، أو مشاركة فيديوهات توثق احتفالات وطنية في مختلف ولايات الوطن، أو الاحتفال بالرموز الوطنية المشتركة، كالاحتفال برموز المقاومة أو العلم الوطني أو النشيد الرسمي، مما يعيد تشكيل سردية وطنية موحدة تذيب الفروقات الفرعية.

2- **رغبة المبحوثين في تعزيز التسامح بين الثقافات والطوائف،** يعد الفيسبوك منصة مثالية لتشجيع الحوار بين الثقافات والطوائف، والأعراق المختلفة، وتعزيز التسامح بينهما، فرفض نصف عينة الدراسة تقريباً الانخراط في النزاعات الخطابية -التحريضية والطائفية-، يعد مؤشراً إيجابياً لرغبتهم في تعزيز قيم التسامح والانفتاح بين الأفراد من خلفيات متنوعة، وتجنب الصراعات التي قد تتجم عن الخطابات التحريضية، وذلك من خلال إطلاق مبادرات افتراضية تعزز التفاهم والتبادل الثقافي، كإنشاء

¹BBC Media Action :Op. cit. View 22 Juillet 2024, at 22:30.

مجموعات أو صفحات على فيسبوك مخصصة تحت عن التعددية الثقافية والسياسية في مختلف مناطق الجزائر، أو التبادل الثقافي بين فئات طائفية أو عرقية مختلفة، أو تسليط الضوء على النماذج التاريخية للتعايش مثل نشر قصص تاريخية عن التعايش بين الأمازيغ والعرب.

3- الوعي بخطورة الخطاب التحريضي على إحداث انقسامات داخل المجتمع، فنتائج الدراسة

تبين أن هناك وعي من قبل أفراد العينة، بأن الخطابات التحريضية الطائفية عبر الفيسبوك قد تساهم في إثارة الفتن والانقسامات داخل المجتمع الواحد، ويجب محاربتها، من خلال الامتناع عن التفاعل (مشاركة، تعليق، إعجاب) مع المحتوى الذي يدعو للطائفية أو العنف أو خطاب الكراهية، مما يقلل من انتشاره خوارجيا على المنصة، خاصة في ظل الأحداث الإقليمية التي أبرزت دور الشائعات في زعزعة الاستقرار.

يعد رفض الخطاب التحريضي مؤشرا على وجود قيم سياسية ناضجة لدى الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة- تعي مخاطر العنف الرمزي والانقسام الطائفي، خاصة أن بيانات التواصل الشبكي قد تتحول إلى ساحة لهويات متصارعة، ما لم تتشكل قيم مقاومة للخطاب التحريضي.

- ثالثا: دعم المحتوى الإيجابي للفيسبوك كأداة لحماية الوحدة الوطنية، يشير هذا السلوك إلى

أن هناك فئة من المستخدمين لا تكتفي بعدم الانخراط في السلوكيات السلبية، بل تبادر في دعم ونشر المحتوى الإيجابي، الذي يدعو إلى البناء، لا الهدم. وقد يرجع السبب إلى:

1- وعي المبحوثين بأهمية نشر المحتوى الإيجابي، من خلال انتقاء المحتوى قبل نشره أو

مشاركته، مما يعكس وعي أفراد العينة في تقادي إعادة نشر الأخبار المشحونة أو غير الموثوقة، والتركيز على المحتوى الذي يحمل رسائل إيجابية عن الدولة ومؤسساتها السياسية، أو التفاعل الإيجابي بالتعليق بعبارات تحفيزية على منشورات تحمل محتوى إيجابي (مثل الشكر، الدعاء، عبارات التأييد)، هذا ما يشجع خوارجيات فيسبوك على إعطاء أولوية لهذا النوع من المنشورات في الظهور، أو استخدام الرموز

والصور الوطنية والسياسية في المنشورات الشخصية، كتغيير صورة الملف الشخصي لعلم الوطن أو المشاركة في مناسبات وطنية وسياسة برموز موحدة، وذلك من أجل بناء صورة ذهنية إيجابية للمجتمع والمؤسسات السياسية، حيث لا يسهم هذا النشر في خلق التوازن داخل الفضاء الرقمي، بل يشكل أداة للحفاظ على حماية وحدة المجتمع، والوطن.

2- الخوف من تكرار التجارب التاريخية المؤلمة، على الرغم أن معظم أفراد عينة الدراسة لم يعيشون تجربة العشرية السوداء، إلا أن معظمهم لديهم فكرة عنها سواء من خلال العائلة، أو وسائل الإعلام، أو مواقع التواصل الاجتماعية، خاصة في فترة الحراك الوطني 2019، وبالتالي تجد أن الشباب الجزائري المتصل بالإنترنت لديه حساسية اتجاه المحتوى التحريضي، الأمر الذي قد يدفعهم لدعم الخطابات التي تدعو إلى الوحدة والتعقل، كاستخدام الهاشتاغات الموحدة لدعم حملات وطنية مثل: #نحن_جزائريون، #الوحدة_قوتنا، #نشر_الخير_واجب.

3- الرغبة في التأثير الإيجابي في الآخرين، ففي ظل التحديات السياسية التي تعيشها دول العالم الثالث عامة، والجزائر خاصة، على غرار محاولة القضاء على مركزية القرار السياسي، إذ تعاني الجزائر من مركزية شديدة في مجال صنع السياسات العامة، المحصورة بيد شخص معنوي عام واحد هو الدولة،¹ وتجديد ثقة المواطنين بالنظام السياسي بعد الحراك الشعبي 2019، أوضحت نتائج الدراسة أن الكثير من المستخدمين يحرصون على دعم المحتوى الإيجابي إما باستخدام أدوات التفاعل لدعم الرسائل الإيجابية مثل الإعجاب أو التعليق على المنشورات ذات الطابع البناء وبالتالي يعطيها أولوية خوارزمية، فتصبح أكثر ظهوراً للمستخدمين الآخرين، أو إنتاج محتوى سياسي إيجابي عبر كتابة منشورات سياسية توعوية أو إنشاء مقاطع فيديو قصيرة أو تصميم صور إنفوغرافيك تسهل الفهم السياسي، وبالتالي تخلق نوع من

¹ معمر عمار، صعوبات وتحديات السياسة العامة في الجزائر، مجلة المفكر، المجلد 07، العدد 02، (2012): ص 85.

التأثير الإيجابي في المتلقي، وذلك من أجل الحفاظ على وحدة الوطن. وهذا السلوك يعبر عن حس المسؤولية الرقمية لأفراد العينة اتجاه الوطن والمجتمع.

أيضا دعم المحتوى الإيجابي عبر فيسبوك يعد سلوكا سياسيا يعبر عن وعي الفرد بمسؤوليته في الحفاظ على الاستقرار الاجتماعي، وهذا السلوك يتجاوز كونه مجرد تفاعل رقمي، ليصبح أداة لحماية الأمن والوحدة الوطنية في بيئة رقمية محفوفة بالتحديات.

- رابعا: ضعف التبليغ عن الصفحات المشبوهة كمؤشر على نقص في آليات التفاعل الوقائي:

حيث يوجد فئة قليلة من المبحوثين يقومون بالتبليغ عن الصفحات المشبوهة، على الرغم أن الإبلاغ يمثل شكلا من أشكال المشاركة الوقائية، باعتبار أنه سلوك رقمي يربط المستخدم بشكل مباشر بآليات الرقابة الإلكترونية، إلا أن نسبته المتدنية قد تدل على:

1- وجود عقبات نفسية، فقد يشعر المستخدم بالخوف من التبعات التعرض لهجمات إلكترونية ففي بعض الحالات، يتردد المستخدمون في التبليغ خوفا من الانتقام أو المضايقات، خاصة إذا كانت الصفحة المعنية تمارس خطابا تحريزيا منظما، أو نتيجة الشعور بعدم جدوى من التبليغ، حيث يرى البعض أن الصفحات المسيئة تبقى فعالة رغم البلاغات، هذا ما يقلل من الدافعية للسلوك الوقائي، ويؤدي إلى عزوف المستخدمين عن التدخل الرقمي.

2- وجود عقبات تقنية، قد يجهل العديد من المستخدمين بالإجراءات التقنية للتبليغ، إذ يجدون صعوبة في الوصول إلى زر التبليغ لأنه يكون مخفيا ضمن قائمة يصعب الوصول إليها، فبعض المستخدمين يجهلون أن التبليغ يتطلب الضغط على النقاط الثلاث (⋮) بجانب المنشور، ما يقلل فرص التفاعل، أو بسبب الحماية الزائدة للصفحات الكبرى، فبعض الصفحات التي تملك عددا كبيرا من المتابعين قد تستفيد من حصانة حيث لا يتم تقييدها بسهولة رغم البلاغات المتكررة، مما يجعل المستخدم

يشعر أن التبليغ عن هذه الصفحات غير فعال أمام نفوذها الرقمي، لذلك يجب إطلاق حملات توعية حول أهمية التبليغ وأمانه.

3- وجود عقبات معرفية، مثل الجهل بمعايير الصفحة المشبوهة، إذ لا يملك كثير من المستخدمين وعيا كافيا بالسمات التي تميز صفحة تحريضية تنشر المحتوى الطائفي، الإشاعات السياسية، فيظن المستخدم أن الصفحة ساخرة أو نقدية، بينما هي تنشر خطاب كراهية والطائفية، فضلا على أن العديد من المستخدمين قد لا يرون أنفسهم مسؤولين عن حماية الفضاء الرقمي، ويعتقد أن هذا من مهام الدولة أو إدارة فيسبوك، مما يؤدي إلى السلبية واللامبالاة، أو لا يعرفون أن التبليغ له تأثير مباشر في الحد من انتشار الصفحات المسيئة لأمن ووحدة الوطن.

وعليه يمكننا القول أن هذه النتائج تشير إلى وجود قيمة سياسية تتشكل تدريجيا نتيجة استخدام الفيسبوك، حيث يتجسد وعي الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة- بمسؤولية حماية الوحدة الوطنية عبر الفيسبوك، من خلال ممارسات تعكس وعيا متزايدا بأثر الشائعات والمحتوى الهدام، والرغبة في تعزيز السلم المجتمعي من خلال الابتعاد عن السلوك التحريضي، ودعم الخطاب الإيجابي المرتبط بوحدة الوطن والمجتمع، وفي المقابل، تبقى الممارسات الإيجابية ذات الطابع التفاعلي المباشر، كالإبلاغ عن الصفحات المشبوهة، محدودة الانتشار، مما يبرز الحاجة إلى توفير إرشادات تقنية وإعلامية تسهل على المستخدمين التصرف في مواجهة المحتوى السياسي السلبي، وتشجيع الممارسات التبليغ.

لكن لا يمكن إغفال نتائج الجدول الخاص بمدى الاستفادة من الفيسبوك في تجسيد قيمة الأمن ووحدة الوطنية، والذي أظهرت نتائجه أن أغلب المبحوثين لم يستفادوا من الاستخدام في هذا المجال، مما يعكس نقص في التنشئة السياسية الذي يجعل المستخدمين يجهلون أن سلوكهم في الفيسبوك يمكن أن يساهم - سلبا أو إيجابا - في الأمن الوطني والوحدة الاجتماعية، بالتالي، قد ينشر المستخدم شائعة أو محتوى تحريزيا دون إدراك خطورته.

الجانب التطبيقي للدراسة

جدول رقم (37): توزيع أفراد عينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في تعزيز قيمة المواطنة.

التوزيع	ك	%
تعزيز قيمة المواطنة		
كثيرا	188	49.47
قليلا	126	33.15
لم أستفد	66	17.36
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (37) مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز قيمة المواطنة الافتراضية حسب وجهة نظر أفراد العينة، أين يتضح لنا أن 188 مفردة أي ما يعادل 49.47%، ترى أن الفيسبوك ساعدها بدرجة كبيرة في تعزيز قيمة المواطنة عبر الفيسبوك، أما 126 مفردة ونسبة مئوية قدرت ب 33.15% أن الاستفادة من الفيسبوك في تعزيز المواطنة كان بدرجة قليلة، في حين 66 مفردة أي ما يعادل 17.36 % عبرت عن الاستفادة القليلة من الفيسبوك في تعزيز هذه القيمة، هذا ما قد يوضح أن هناك درجة عالية من الاستفادة في تعزيز قيمة المواطنة الافتراضية لدى أفراد العينة نتيجة استخدام الفيسبوك.

جدول رقم (38): يبين طريقة تعزيز قيمة المواطنة لدى أفراد عينة الدراسة عبر الفيسبوك.

التوزيع	ك	%
تعزيز قيمة المواطنة		
دعم المبادرات السياسية الشبابية	212	55.78
المشاركة في النقاشات السياسية	148	38.94
إحياء المناسبات الوطنية، ونشر محتوى عن الاعتزاز بالولاء الوطني	198	52.10
أخرى تذكر	00	00
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين جدول رقم (38) طريقة تعزيز المبحوثين قيمة المواطنة عبر الفيسبوك، حيث توضح النتائج المتحصل عليها، أن الفيسبوك ساهم في تعزيز قيمة المواطنة من خلال دعم المبادرات السياسية الشبابية، وذلك بنسبة قدرت ب 55.78% عبر عنها 212 مفردة من العينة، يليها نشر محتوى يحث عن الاعتزاز بالولاء الوطني، وذلك بنسبة مئوية قدرت ب 52.10% مثلتها 198 مفردة، ثم المشاركة في النقاشات السياسية بنسبة 38.94% مثلتها 148 مفردة، وفي الأخير جاء المشاركة في الحملات التطوعية الرقمية، وتشجيع المبادرات المجتمعية والخيرية بنسبة قدرت ب 27.89% مثلتها 106 مفردة من المجموع الكلي، وبالنسبة لخانة أخرى تذكر فلم نسجل أي إجابة من قبل المبحوثين عن أساليب أخرى لتعزيز قيمة المواطنة، وهذا ما يدل على اكتفاء أفراد العينة بالاحتمالات المذكورة.

يتضح من خلال نتائج الجدول ما يلي:

- أولاً: دعم المبادرات السياسية الشبابية الأسلوب الأبرز لتعزيز المواطنة عبر الفيسبوك، من خلال إعادة نشر البيانات، الدعوات، أو المنشورات المتعلقة بالمبادرات الشبابية، أو دعم الصفحات التي تروج لمشاركة الشباب في العمل السياسي، أو بالتفاعل الإيجابي (تعليقات، إعجابات) مع المضامين التحفيزية ذات الطابع الوطني للشباب، هذا ما يشير إلى وجود وعي سياسي متزايد بين أفراد العينة بأهمية مشاركة الشباب في الحياة السياسية، الذي يتماشى مع التحولات الرقمية التي تسمح بتجاوز الوساطة التقليدية للمؤسسات الحزبية، ويمكن إرجاع سبب الدعم إلى:

1- وعي المستخدمين بأهمية دور الشباب في العملية السياسية: خاصة ما بعد الحراك الشعبي، الذي شهدته الجزائر في 2019، إذ لعب فيه الشباب دوراً محورياً، وقد برزت هذا الدور على منصات التواصل الاجتماعي لا سيما على الفيسبوك، حيث أصبح يمثل امتداد المشاركة سياسية غير مؤطرة

حزبياً. يؤكد هذا ما أظهرته الدراسات الميدانية مثل تقرير (Internews Algeria, 2021) أن الشباب الجزائري يستخدم الفضاء الرقمي كمنبر للتعبئة، والنقاش، وتبادل الرؤى.

2- تجاوز الوساطة التقليدية للمؤسسات الحزبية، نتيجة فقدان الثقة في كثير من المؤسسات الحزبية والتقليدية وانفتاح على المنصات الاجتماعية، حيث يميل الشباب إلى الانخراط في المبادرات المستقلة عبر الفيسبوك، كآلية للتأثير السياسي دون وصاية، وهو ما يمثل شكلاً من المواطنة التفاعلية الرقمية التي تتماشى مع الأدوات الجديدة للتعبئة.

3- تفاعل الفيسبوك كمنصة مع الديناميكيات الشبابية، الفيسبوك يوفر أدوات سهلة الاستخدام (مجموعات، بث مباشر، دعوات رقمية...) تستخدم لدعم المبادرات السياسية، سواء تعلق الأمر بحملات جمع التوقيعات، أو الترويج لمرشحين شباب، أو تنظيم حوارات حول القضايا الوطنية. هذه الديناميكية الرقمية تبرز وعياً سياسياً جديداً يقوم على المواطنة الرقمية النشطة بدل التلقي السلبي.

- ثانياً: إحياء المناسبات الوطنية، ونشر محتوى عن الاعتزاز بالولاء الوطني، ما يشير إلى دعم أفراد عينة الدراسة للخطاب الوطني، الذي يعزز من شعور الانتماء المكاني والرمزي مثل دعم القضايا الوطنية أو إحياء المناسبات الرسمية والرمزية، أو الترويج لخطابات الوحدة الوطنية، والتسامح بين مكونات المجتمع، من خلال:

1- الاحتفال بالإنجازات الوطنية: تعتبر من أبرز مظاهر تعزيز قيمة المواطنة عبر الفيسبوك، مما يعكس آليات جديدة للمشاركة السياسية ضمن الفضاء الافتراضي، فالبساطة التي يوفرها فيسبوك تجعل من التعبير عن المواقف الوطنية، والاحتفال بالإنجازات الوطنية أمراً متاحاً للجميع، إذ يوجد عدة للاحتفال، كمشاركة أو إعادة نشر محتوى متعلق بالإنجازات الوطنية، التفاعل الرمزي باستخدام الرموز الوطنية (علم، شخصيات وطنية) في الصور الشخصية أثناء المناسبات الوطنية، وهذا ما قد يثبت ميل الشباب إلى استخدام الفيسبوك للاحتفال بالإنجازات الوطنية، الأمر الذي يعكس درجة وعيهم السياسي

بضرورة تعزيز الشعور بالانتماء الوطني، ودور الفيسبوك كمنصة تستخدم للتعبير عن الانتماء والهوية وتعزيز المواطنة.

2- نشر محتوى يدعو للحوار والتفاهم، خاصة في فترات الانتخابات أو الأزمات. هذا ما أكدت عليه الدكتورة بن عمروش فريدة من خلال مداخلتها بعنوان توظيف شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" من قبل منظمات حقوق الإنسان لترقية المواطنة بالجزائر دراسة تحليلية -صفحة الفيسبوك الرسمية للجمعية الجزائرية لترقية المواطنة وحقوق الإنسان الجزائر- بأن أهم الموضوعات والمضامين التي حازت على حيز كبير من الاهتمام في المنشورات التي تعرضها صفحة الجمعية الجزائرية لترقية المواطنة على الفيسبوك، هي مواضيع تتعلق بإحياء وتتبع المناسبات الوطنية والعالمية من خلال الأنشطة التي تقوم بها الجمعية عبر موقعها على الفيسبوك بنسبة 47.50%¹ وقد يرجع السبب إلى رغبة الباحثين في تعزيز الهوية الوطنية والانتماء، خاصة أن هذه مشاركة هذا النوع من المنشورات يساهم في غرس مشاعر الفخر والانتماء للوطن خاصة لدى الأجيال الشابة، أو الرغبة في ترسيخ الولاء والانتماء من خلال المنصات الاجتماعية، ما يعزز من حضور قيمة المواطنة في الحياة اليومية الافتراضية.

- ثالثا: الرغبة في المناقشات السياسية، يعبر هذا السلوك عن تجسيد فعلي لتجربة المواطنة الفاعلة التي تعبر عن بعد اجتماعي عبر الفيسبوك، حيث توظف المنصة في التضامن، والعمل الخيري، والمشاركة في قضايا المجتمع. وقد يرجع السبب إلى:

1- إدراك أهمية التفاعل المجتمعي والعمل التطوعي، إذ يعتبر من أبرز آليات لتعزيز الانتماء والمواطنة المسؤولة، كدعم الحملات التضامنية على الفيسبوك (جمع التبرعات، أو مساعدة المحتاجين)، دعم مشاريع تطوعية، أو مبادرات تنموية محلية، مما يعكس المواطنة الفعالة والتضامن الاجتماعي.

¹ بن عمروش فريدة: توظيف شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" من قبل منظمات حقوق الإنسان لترقية المواطنة بالجزائر دراسة تحليلية-صفحة الفيسبوك الرسمية للجمعية الجزائرية لترقية المواطنة وحقوق الإنسان الجزائر-، ضمن أعمال ملتقى التربية على المواطنة وحقوق الإنسان، مركز جيل للبحث العلمي، لبنان، جويلية 2018، ص173.

2- تشجيع الأعمال التضامنية، والمشاركة فيها: هذا ما قد يدل على وجود نزوع نحو التفاعل السياسي الرمزي في قضايا وطنية، خاصة أثناء الأحداث المفصلية كالأزمات أو الانتخابات. من خلال المشاركة في هاشتاغ (#) والحملات التي تطلقها منظمات المجتمع المدني أو الدولة لتعزيز قيم المواطنة أو الوحدة الوطنية، مثل #معا_من_أجل_الجزائر أو #لا_للشائعات.

- وعليه يمكننا القول استخدام أفراد عينة الدراسة الفيسبوك كان لتحقيق إشباعات سياسية تتعلق بالتعبير والمشاركة والانتماء، ما يعني أن المنصة لم تستخدم فقط لأغراض ترفيهية، بل تعدت ذلك إلى أدوار تتصل بالهوية الوطنية والمواطنة. فالخصائص التفاعلية للفيسبوك (من تعليقات ومشاركات وتفاعلات فورية) قد تساهم في بناء منظومة قيمية لدى المستخدمين، خاصة فئة الشباب، اتجاه مفهوم المواطنة، وذلك من خلال:

- إتاحة فضاء للمشاركة في النقاشات السياسية.
- تيسير الانخراط في أنشطة المجتمع المدني، من خلال دعم المبادرات السياسية الشبابية.
- نشر وتعزيز الخطاب الوطني والولاء الجمعي من خلال إحياء المناسبات الوطنية، ونشر محتوى عن الاعتزاز بالولاء الوطني.

جدول رقم (39): توزيع أفراد عينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في تعزيز قيمة المساواة.

%	ك	التوزيع
		تعزيز قيمة المساواة
30.26	115	كثيرا
48.15	183	قليلا
21.57	82	لم أستفد
100	380	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

الجانب التطبيقي للدراسة

يبين الجدول رقم (39) مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز قيمة المساواة لدى أفراد عينة الدراسة، أين تبين أن 183 مفردة أي ما يمثل 48.15% استفادت من الفيسبوك في تعزيز هذه القيمة بدرجة قليلة، أما 115 مفردة ما يعادل 30.26% كانت استفادتها كثيرة في تعزيز قيمة المساواة، في حين ما نسبته 21.57% أي 82 مفردة عبرت بعدم الاستفادة من الفيسبوك في تعزيز هذه القيمة، هذا ما قد يوضح لنا التأثير المتوسط لمنصة الفيسبوك في تعزيز قيمة المساواة لدى أفراد عينة الدراسة كقيمة سياسية.

جدول رقم (40): يبين طريقة تجسيد أفراد عينة الدراسة لقيمة المساواة عبر الفيسبوك.

التوزيع	ك	%
طريقة تجسيد المساواة		
الدفاع عن حقوق الفئات المهمشة	185	48.68
دعم محتوى يعزز العدالة والمساواة	194	51.05
الانخراط في حملات رقمية تدعو للمساواة	164	43.15
العدد الإجمالي	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (40) طريقة تجسيد أفراد عينة الدراسة لقيمة المساواة عبر الفيسبوك، حيث تظهر نتائج الجدول أن احتمال دعم محتوى يعزز العدالة والمساواة جاء في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 51.05% مثلتها 194 مفردة، أما المرتبة الثانية كانت لاحتمال الدفاع عن حقوق الفئات المهمشة بنسبة 48.68% ما يمثل 185 مفردة، في حين المرتبة الثالثة كانت لاحتمال الانخراط في حملات رقمية تدعو للمساواة بنسبة 43.15% مثلتها 164 مفردة.

من خلال المعطيات التالية نستنتج ما يلي:

- أولاً: التفاعل الإيجابي مع مضامين العدالة والمساواة: ما يشير إلى دعم المبحوثين لمحتوى يعزز العدالة والمساواة، سواء من خلال الإعجاب بمحتوى مرتبط بقضية العدالة والمساواة، أو من خلال التعليق للتعبير عن رأي شخصي للمحتوى المنشور، أو من خلال إعادة نشر محتوى يعزز قيم المساواة والعدالة على صفحته الشخصية، أو مشاركته مع أصدقائه. وهذا ما يشير إلى أن فئة معتبرة من المبحوثين تستجيب بوعي واهتمام للمحتوى المرتبط بقيم المساواة. ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- الرغبة في بناء صورة اجتماعية إيجابية: في ظل التطورات الحاصلة في أنماط التفاعل الاجتماعي داخل مواقع التواصل الاجتماعي، أصبح الملف الشخصي على فيسبوك بمثابة امتداد لهوية الفرد، يعبر من خلاله عن مواقفه، أفكاره، وقيمه أمام الآخرين. لهذا نجد بعض المستخدمين الخاصة فئة الشباب التي يمثلها الطلبة الجامعيين يسعون لدعم محتوى يعزز العدالة والمساواة وذلك من أجل إبراز نواتهم كأشخاص واعين، ملتزمين، أو عادلين، أو الظهور بصورة اجتماعية أو أخلاقية محبذة داخل المجتمع الرقمي، وكسب القبول الاجتماعي، أو للتأكيد على انتمائهم لقيم سياسية تحت على العدالة والمساواة.

2- سهولة التفاعل والالتزام المنخفض: يعتبر الفيسبوك من أبرز المنصات التي تتيح للمستخدمين أشكالاً سريعة، مرنة، وغير مكلفة من التفاعل السياسي والاجتماعي، دون الحاجة إلى تحمل أعباء الالتزام الفعلي في الواقع المادي، مثل الإعجاب، المشاركة، أو التعليق، ما يجعل دعم القضايا العدالة لا يتطلب جهداً كبيراً أو حضوراً ميدانياً، فهذه البساطة والسرعة في التفاعل تشجع المستخدمين على دعم محتوى العدالة والمساواة دون تعقيدات، وفي نفس الوقت تشبع حاجتهم إلى المشاركة والفاعلية ضمن منصة الفيسبوك.

3- التأثير بالبيئة الجامعية كدافع لدعم مضامين العدالة والمساواة عبر فيسبوك: فالجامعة تعد أحد وسائل غرس القيم السياسية لدى الطلبة، فهي كفضاء معرفي تسهم في تشكيل تفكير الطالب بطريقة

تدفعه إلى تبني مبادئ العدالة الاجتماعية ورفض الإقصاء، باعتبار أنها تشكل فضاء معرفيا وثقافيا منفتحا على النقاش والتعدد والاحتكاك بالمواقف المختلفة. وفي هذا السياق، فإن دعم المبحوثين للمحتوى الذي يعزز العدالة والمساواة عبر فيسبوك يمكن تفسيره جزئيا بتأثير هذه البيئة الجامعية كون عينة الدراسة تتكون من الطلبة الجامعيين.

- **ثانيا: تبني مواقف داعمة للفئات المهمشة في المجتمع:** تشير نسبتها إلى اهتمام المبحوثين بقضايا اجتماعية حساسة مثل التمييز أو الإقصاء، وقد يتخذ هذا الدعم أشكال تفاعلية تعبر عن مواقفهم الداعمة لهذا النوع من الفئات، كالإعجاب والتعليق بهدف إبداء التأييد لمنشورات أو صور تتناول معاناة أو حقوق الفئات المهمشة، أو المشاركة، وإعادة نشر المحتوى التضامني، بهدف توسيع نطاق المحتوى ووصوله إلى جمهور أوسع، أو من خلال إنشاء محتوى لدافع عن قضايا تخص الأقليات أو الفئات المهمشة، ونشره على الصفحة الشخصية، أو المجموعات والصفحات الخاصة. وقد يعود سبب دعم المبحوثين الفئات المهمشة عبر فيسبوك إلى:

1- الدافع الإنساني والاجتماعي، فدعم قضايا الفئات المهمشة غالبا ما ينبع من الشعور بالواجب الأخلاقي، والحس التضامني، خاصة لدى فئة مثقفة مثل الطلبة الجامعيين، بحكم تكوينهم العلمي وانخراطهم في النقاشات الأكاديمية فقد ينظروا إلى العدالة والمساواة كقيم أساسية يجب الدفاع عنها، خاصة أن المنشورات المرتبطة بالمعاناة اليومية لفئات مهمشة سياسيا مثل فئة الشباب رغم كونهم الأغلبية السكانية، إلا أنهم مستبعدون من مواقع اتخاذ القرار، أو النساء الذين يعانون من قيود اجتماعية وثقافية على المشاركة والتمثيل السياسي، غالبا ما تثير تعاطفا يدفع المستخدم لتبني مواقف إنسانية تترجم إلى تفاعل فعلي على المنصات الاجتماعية لذلك فإن التفاعل مع قضايا التمييز أو الإقصاء عبر فيسبوك قد يكون بمثابة تعبير عن موقف أخلاقي وموقفا سياسيا.

2- الانفتاح على قضايا عالمية: الاطلاع على قصص دعم الفئات المهمشة من دول أخرى عبر

الفيسبوك يحفز المستخدمين على تبني مواقف مماثلة، فالتعرض المتكرر لمنشورات توعوية، أو مقاطع فيديو حول قضايا التمييز والتهميش، أو مشاركة الأصدقاء لمحتويات عالمية تظهر دعم هذه الفئات، يؤدي إلى تكوين مواقف سياسية تضامنية داعمة للفئات المهمشة لدى المستخدمين.

3- طبيعة الفيسبوك، إذ يعد وسيلة للتعبير عن الرأي والمطالبة بالحقوق، التي تعزز رغبة

المستخدمين في التغيير المجتمعي، نتيجة التأثير بالمحتوى التحسيسي للفيسبوك، إذ تلعب الحملات الرقمية، والمحتوى التوعوي، دورا في تحفيز المستخدمين على التفاعل مع قضايا تهم الفئات المهمشة سياسيا، لا سيما عندما تكون مصحوبة بعناصر بصرية مؤثرة أو قصص إنسانية من الواقع المعاش.

- ثالثا: الانخراط في الحملات الافتراضية: مما يدل على أن هناك فئة من أفراد عينة الدراسة لا

تكتفي بالتفاعل مع المحتوى السياسي بالإعجاب أو التعليق بل تمارس نوعا من أنواع النشاط السياسي الرقمي، من خلال النشر أو الترويج للحملات الانتخابية داخل الفضاء الافتراضي، وهذا ما قد يوضح بداية تشكل مشاركة سياسية تقوم على الفعل الرقمي، وذلك من خلال:

1- الترويج للحملات والمواقف السياسية: من خلال إعادة نشر المستخدمين محتوى يخص

الحملات افتراضية ذات طابع سياسي، أو محتوى يدعم مرشح سياسي، من خلال حساباتهم الشخصية، أو عبر الصفحات والمجموعات، أو إرسال دعوات للتصويت، عبر رسائل الخاصة.

2- التحول من مستهلك إلى فاعل: حيث لم يعد المستخدم يكتفي باستهلاك المحتوى السياسي

فقط أو يتفاعل معه، بل أصبح ينتج محتوى سياسي يدعم القضايا السياسية، أو الحملات الانتخابية ويقوم بنشره بشكل مستقل، ما يعكس وعيا من قبل أفراد عينة الدراسة بالمسؤولية السياسية عبر الفضاء الافتراضي.

ووفقا لنظرية الاستخدامات والاشباع يمكن تفسير هذه النتائج على النحو التالي: استطاع عدد لا بأس به من عينة الدراسة تجسيد قيمة العدالة والمساواة نتيجة استخدام الفيسبوك، والتي حققت بدورها جملة من الإشباعات:

- **الإشباع المعرفي:** فمن خلال دعم المحتوى الذي يعزز العدالة والمساواة، الذي يعكس توجهها معرفيا، استطاع المبحوثين اشباع حاجتهم إلى فهم مفاهيم متعلقة بالعدالة، المساواة، مما يعزز من معرفتهم السياسية.

- **الإشباع القيمي:** فمن خلال الدفاع عن حقوق الفئات المهمشة سياسيا، استطاع المبحوثين توظيف الفيسبوك كمنصة لتأكيد انتمائهم لقيم العدالة والمساواة، عن طريق التفاعل مع القضايا الإنسانية والاجتماعية، ما يعزز الإشباع القيمي.

- **الاشباع الاجتماعي:** فمن خلال الانخراط في حملات رقمية تدعو للمساواة، استطاع المبحوثين تحقيق الاندماج داخل هذا الفضاء الاجتماعي الافتراضي، وتكوين شعور بالانتماء، مما يعزز الإشباع الاجتماعي.

وبالتالي يمكننا القول المنشورات السياسية عبر الفيسبوك ساعدت الطلبة الجامعيين-عينة الدراسة- ولو بدرجة متوسطة -بناء على نتائج الجدول رقم (19) -، في تجسيد قيم العدالة والمساواة بين الطلبة الجامعيين الجزائريين. وتظهر الدراسة ميدانيا أن أفراد عينة الدراسة لا يتلقون المحتوى السياسي عبر الفيسبوك بشكل سلبي، بل يشاركون فيه، سواء من خلال دعم محتوى يعزز للعدالة والمساواة، أو عن طريق تبني مواقف داعمة للفئات المهمشة، أو المشاركة في حملات رقمية والانتماء إلى مجموعات تدعم قضايا معينة، الأمر الذي يعزز من شعورهم بالفاعلية والانخراط المجتمعي.

جدول رقم (41): توزيع أفراد عينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في تجسيد قيمة الديمقراطية.

الجانب التطبيقي للدراسة

التوزيع	ك	%
تجسيد قيمة الديمقراطية		
كثيرا	170	44.73
قليلًا	149	39.21
لم أستقد	76	20
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (41) مدى مساهمة الفيسبوك في تجسيد قيمة الديمقراطية لدى أفراد عينة الدراسة، أين تبين أن 170 مفردة أي ما يمثل 44.73% استفادت من الفيسبوك في تجسيد هذه القيمة بدرجة كبيرة، أما 149 مفردة ما يعادل 39.21% كانت استفادتها قليلة في تجسيد قيمة الديمقراطية، في حين ما نسبته 20% أي 76 مفردة عبرت بعدم الاستفادة من الفيسبوك في تجسيد هذه القيمة، هذا ما قد يوضح لنا الدور الذي تلعبه منصة الفيسبوك في تجسيد قيمة الديمقراطية لدى أفراد عينة الدراسة كقيمة السياسية أساسية.

جدول رقم (42): يبين مساهمة الفيسبوك في تجسيد قيمة الديمقراطية لدى أفراد عينة الدراسة.

التوزيع	ك	%
تجسيد الديمقراطية		
الوصول إلى المعلومات	177	46.57
الحوار التعددي والمختلف	155	40.78
الشفافية والمساءلة	149	39.21
أخرى تذكر	00	00
العدد الإجمالي	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (44) مساهمة الفيسبوك في تجسيد قيمة الديمقراطية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث توصلنا إلى أن أعلى نسبة تمثيل كانت لاحتمال الوصول إلى المعلومات وقدرت ب 46.57%

مثلتها 177 مفردة، أما احتمال الحوار التعددي والمختلف جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 40.78% بمجموع 155 تكرار، في حين المرتبة الثالثة كانت لاحتمال الشفافية والمساءلة بنسبة 39.21% ما يمثل 149 مفردة، في حين لم نسجل أي إجابات أخرى من قبل المبحوثين.

ومن خلال هذه البيانات يمكننا أن نستنتج ما يلي:

- أولاً: إمكانية الحصول على المعلومات كمؤشر على قيمة الديمقراطية: يعتبر الوصول إلى المعلومات عبر الفيسبوك أحد أبرز مؤشرات الديمقراطية الرقمية، فمع اعتماد المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي كبديل أو مكمل للقنوات الإعلامية، أصبح الحصول على المعلومات والأخبار أمر شبه مسلم به، خاصة أن الديمقراطية قائمة على الشفافية، حرية التعبير، المشاركة الواعية في الشأن العام، وحق المعرفة، ويمكن إرجاع السبب إلى:

1- فورية النشر وسرعة التلقي: فقد أثبت الفيسبوك ميزة النشر الفوري والسريع وبالتالي والتلقي السريع من قبل المستخدم، خاصة أثناء الأحداث والوقائع السياسية الطارئة، حيث تكثر الأخبار والمعلومات لدرجة أننا نلاحظ في هذه الفترات تصارع الصفحات والمجموعات الإخبارية عبر الفيسبوك لكسب السبق الصحفي.

2- حرية التعبير وتعدد الآراء والمصادر، تتيح منصة الفيسبوك في العديد من الأحيان مساحة لتداول ونشر الأخبار، والمعلومات، والآراء المختلفة بحرية، وبدون خوف من الرقابة أو العقاب، باعتبار أنها مكفولة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان (المادة 19)، حيث تمارس هذه القيمة في البيئة الافتراضية -منصات التواصل الاجتماعي- من خلال المنشورات، التعليقات، الصور، الفيديوهات، والبلث المباشر، ما يساهم بشكل فعال في خلق نقاش سياسي حيوي، كما تعتمد على مصادر متنوعة في نقل الخبر (رسمية - مستقلة - شعبية)، وهذا ما يعكس مبدأ الحرية والتعددية في قيمة الديمقراطية.

3- كثرة اعتماد القنوات الإخبارية على الصفحات الرسمية عبر الفيسبوك، من أجل نشر الأخبار، الأمر الذي ساهم في نشر المعلومات، وبالتالي الحصول عليها بسهولة، ففي السنوات الأخيرة أصبح وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر مصدر أساسي للحصول على المعلومات خاصة للشباب البالغة أعمارهم 18-24، حيث يفضلون هذه المواقع على حساب الوسائل الإعلام التقليدية، للحصول على الأخبار السياسية أو الاجتماعية وتبادلها في مختلف أنحاء العالم.¹

- ثانيا: الحوار التعددي والمختلف (مشاركة في النقاشات المتنوعة، دعم قضايا تخص فئات مختلفة):

1- المشاركة في النقاشات المتنوعة: تمكن منصة الفيسبوك مستخدميها من إجراء نقاشات مع أفراد من خلفيات فكرية أو أيولوجية مختلفة، مما يتيح فرصة لتجاوز الاستقطاب السياسي، ويخلق نوعا من التعايش والتفاهم السياسي المتبادل، الذي يعتبر عنصر من عناصر التماسك في المجتمعات الديمقراطية، خاصة أن بيئة الرأي تختلف في حالة الاتصال عبر الشبكة اختلافا كبيرا عن بيئة غير متصلة، فمن المرجح أن تكون الآراء في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تنوعا²، وهذا ما يشير إلى دور منصة الفيسبوك في تعزيز الحوار التعددي والمختلف، من خلال فتح المجال للمشاركة في النقاشات المتنوعة.

2- دعم قضايا تخص فئات مختلفة: استطاعت منصة الفيسبوك أن تتيح لكافة المواطنين، باختلاف الفئات ممارسة نوعا من الدعم التضامني الرقمي من خلال تبني قضايا أو التفاعل مع مظالم الآخرين خاصة داخل الوطن، هذا ما قد يكرس مفاهيم العدالة والتعاطف، ويعزز من روح الجماعة والوحدة السياسية.

¹ وداد ناجي الحنون، استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في رسم توجهاتهم السياسية، مجلة القرار للبحوث العلمية، المجلد 01، العدد 01، (يناير 2024): ص 167.

² العبدى خيرة، مرجع سبق ذكره، ص 385.

لكن هذا الانفتاح العام على الحوار التعددي من خلال المشاركة في النقاشات المتنوعة، ودعم قضايا تخص فئات مختلفة، ليس بالضرورة أن يكون أمر إيجابي في كل الحالات، وإنما ممكن أي سبب في نزاعات وصراعات داخل الفضاء الافتراضي، وهذا ما أشارت إليه **ميسرة بكور**: إلى أن الفضاء الإلكتروني باعتباره منبرا مفتوحا لتبادل الأفكار والرؤى، ولكنه قد يتحول إلى ساحة للنزاع والهجوم على الآخرين والتطاول عليهم.¹

- **ثالثا: الشفافية والمساءلة (دعم حملات مساءلة المسؤولين، ومشاركة محتوى يكشف الفساد):**

1- دعم حملات مساءلة المسؤولين: شاهدنا في السنوات الأخيرة رفع حملات طالت العديد من المسؤولين السياسيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على رأسها الفيسبوك، والتي تحولت بعد فترات من العرض المتكرر إلى قضايا الرأي العام، الأمر الذي ساهم في تعزيز ثقافة المساءلة لدى فئة الشباب الجامعي.

2- مشاركة محتوى يكشف الفساد: يساهم العديد من المستخدمين، في مشاركة محتويات تتعلق بكشف قضايا الفساد الإداري أو المالي، سواء من خلال إعادة نشر الأخبار أو التعليق عليها أو التفاعل معها.

وبالتالي يمكننا القول إن الفيسبوك ساهم في تجسيد قيمة الديمقراطية لدى أفراد عينة الدراسة من خلال إتاحة إمكانية الحصول على المعلومات السياسية بحرية تامة، تعزيز الحوار التعددي والمختلف أثناء النقاشات السياسية، والقدرة على دعم مساءلة المسؤولين من خلال نشر ومشاركة محتوى يكشف الفساد، إذ لعب الموقع الافتراضي دور في نشر وتعزيز ثقافة الديمقراطية، حيث ظهور مواقع التواصل

¹ ميسرة بكور، مواجهة خطاب التخوين والجهل في الفضاء الإلكتروني: تعزيز ثقافة الحوار البناء، 15-04-2024، متاح عبر الموقع التالي: https://halabtodaytv.net/archives/271131?utm_source، تم التصفح يوم: 28-05-2024، سا: 10:50.

الاجتماعي غير بشدة طريقة الحياة السياسية وساعده في بناء قوة ديمقراطية في المجتمع.¹ لدرجة أن مختلف الفاعلين السياسيين أصبحوا يتحدثون عما يسمى بالديمقراطية الإلكترونية، التي تشمل العديد من المفاهيم كالحكومة الإلكترونية التي بدأت تعرف رواجاً لدى الناشطين في البيئة السياسية.²

جدول رقم (43): توزيع أفراد عينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في تحقيق قيمة الاندماج الاجتماعي

التوزيع	ك	%
تعزيز قيمة الاندماج الاجتماعي		
كثيرا	191	50.26
قليلا	118	31.05
لم أستفد	54	14.21
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (43) مدى الاستفادة من الفيسبوك في تحقيق قيمة الاندماج الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة، أين تبين أن 191 مفردة أي ما يمثل 50.26% استفادت من الفيسبوك في تحقيق هذه القيمة بدرجة كبيرة، أما 118 مفردة ما يعادل 31.05% كانت استفادتها قليلة في تعزيز قيمة

¹ Roger Bautier, L'histoire des moyens de communication dans l'espace public, sciences de l'information et de la communication, 2eme édition, presses universitaires de Grenoble, (France, 2013), p220.

² عائشة بوصبيح، الحملات الانتخابية الإلكترونية كفضاء جديد لممارسة الديمقراطية في الجزائر، مجلة الحوار الثقافي، المجلد (05)، العدد (02)، (2016): ص04.

الاندماج الاجتماعي، في حين ما نسبته 14.21% أي 54 مفردة عبرت بعدم الاستفادة من الفيسبوك في تعزيز هذه القيمة، هذا ما قد يوضح لنا الدور الذي تلعبه منصة الفيسبوك في تحقيق قيمة الاندماج الاجتماعي لدى أفراد عينة الدراسة.

جدول رقم (44): يبين طريقة تحقيق عينة الدراسة لقيمة الاندماج الاجتماعي عبر الفيسبوك.

التوزيع	ك	%
الاندماج الاجتماعي		
التماسك الاجتماعي	203	53.42
قبول التنوع والاختلاف	188	49.47
الشعور بالانتماء	160	42.10
أخرى تذكر	13	3.42
العدد الإجمالي	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (44) طريقة تحقيق عينة الدراسة لقيمة الاندماج الاجتماعي عبر الفيسبوك، حيث تبين لنا النتائج أن التماسك الاجتماعي، جاء في المرتبة الأولى بعدد تكرارات بلغ 203 وبنسبة مئوية قدرت ب 53.42%، قبول التنوع والاختلاف، جاءت في المرتبة الثانية بعدد تكرارات بلغ 188 وبنسبة 49.47%، في حين المرتبة الثالثة كانت لاحتمال الشعور بالانتماء وذلك بنسبة مئوية قدرت ب 42.10% ما يمثل 160 مفردة، في حين 13 مفردة فقط بنسبة 3.42% قدموا إجابات أخرى

ومن خلال هذه النتائج نستنتج:

- أولاً: هيمنة احتمال التماسك الاجتماعي على الاختيارات: إذ تشير نسبتها التي تجاوزت 50%

أن الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة- يرون أن الفيسبوك يستخدم كمنصة لتعزيز روابط والعلاقات الاجتماعية وذلك من خلال:

1- مشاركة محتوى يعزز التضامن الاجتماعي، باتت منصة الفيسبوك مؤخرًا أداة فعالة في تعزيز التضامن الاجتماعي الرقمي سواء في السياقات الإنسانية، أو السياسية، فمشاركة المحتوى الذي ينص على أهمية التضامن الاجتماعي يساهم كثيرًا في تعزيز الروابط الاجتماعية والتماسك الاجتماعي عبر الصفحة الشخصية، أو الصفحات الخاصة، خاصة إذا كان المحتوى مصاغ بأسلوب عاطفي، يعتمد على لغة تثير التعاطف، أو عن طريق نشر المقاطع التي تجسد الواقع وتلامس مشاعر المستخدم، أو مشاركة صور وفيديوهات من حملات التطوعية مساعدات إنسانية، حملات تضامنية، قد تحفز المستخدم على المشاركة في دعم مبادرة التضامن الاجتماعي الفعلي، فمثل هذا المحتوى ما كان له أن يحظى بالاهتمام الجماهيري، لو لا المشاركة والتداول بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، لدرجة أن صده بات يصل إلى وسائل الإعلام التقليدية، وحتى المسؤولين والمهنيين بهذا النوع من القضايا (التضامن الاجتماعي)، بحيث يقوم العديد من المشرفين على صفحات التي تهتم بالنشاطات الاجتماعية التضامنية على جلب عدد كبير من المتعاطفين المستعدين إلى تقديم المساعدات للحالات المعلن عنها عبر الصفحات، وبالتالي يساعد مشاركة مثل هذا المحتوى في إقناع المستخدمين للمشاركة في مثل هذه الأنشطة.¹

2- المشاركة في فعاليات وطنية رقمية، لم يعد الفيسبوك منصة افتراضية تستخدم من أجل التواصل وتبادل الصور والفيديوهات، أو تبادل الأخبار والمعلومات باختلاف مجالاتها، وإنما تعدى ذلك ليصبح منصة تسمح بقيام أنشطة تضامنية قد تأخذ بعدا إنسانيا أو اجتماعيا أو سياسيا، عن طريق مشاركة مستخدميه في فعاليات وطنية رقمية، نذكر على سبيل المثال الاحتفالات الوطنية بعيد الاستقلال كل الخامس من جويلية، نذكرى اندلاع الثورة الجزائرية الأول من نوفمبر، وغيرها من الاحتفالات،

¹ محمد حمادي، التضامن الرقمي -مقاربة سيكودينامية لفهم التأثير عبر مواقع التواصل الاجتماعي: قراءة في الاستمالات العاطفية لمنشورات جمعية خيرية على فيسبوك، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (72)، (فبراير 2021): ص110.

فالفيسبوك يتيح لك الفرصة في المشاركة في هذه الفعاليات الوطنية، من خلال نشر صور العلم الوطني، الأناشيد، مقاطع فيديو تاريخية تجسد رمزية المناسبة، أو من خلال فتح بث مباشر للاحتفالات الرسمية، باعتبار أنه أصبح فضاء تنطلق من خلاله فعاليات وطنية رقمية تجذب الكثير من المشاركين والمتفاعلين افتراضيا، والذي قد يتحولون فما بعد إلى منخرطين في الفعاليات الوطنية على أرض الواقع.

وبالتالي يمكننا القول أصبح الفيسبوك يستخدم كأداة لتعزيز الروابط المجتمعية، متجاوزا الفروقات السياسية أو الثقافية، أو الاجتماعية، من خلا لنشر محتوى يدعو إلى الوحدة الوطنية والتضامن، أو التفاعل مع قضايا عامة تهم الجميع دون تمييز، أو رفض الخطاب التحريضي أو الطائفي الذي يهدد النسيج الاجتماعي.

- **ثانيا: قبول التنوع والاختلاف:** تعكس نسبتها الدور الذي يلعبه الفيسبوك في نشر الآراء المتعددة، مما يساهم في تعزيز ثقافة تنوع وقبول الآخر، وذلك من خلال:

1- دعم مبادرات مناهضة للتمييز، والتي تعتبر من أبرز مظاهر قبول التنوع والاختلاف، ففي مدينة برشلونة وبدعم من وزارة المساواة الإسبانية وحكومة كتالونيا انعقد المنتدى العالمي الرابع لمكافحة العنصرية والتمييز، والذي سعى إلى إيجاد محفل للنهوض بالمناقشات بشأن العدالة العرقية وحشد الدعم الدولي للتحالف العالمي لمكافحة العنصرية والتمييز من خلال ضرورة تعزيز الحوار الشامل ووضع السياسات اللازمة لمكافحة هذه الظاهرة.¹ حيث استطاع العديد من المستخدمين من مختلف الثقافات والديانات والانتماءات السياسية، الاجتماع معا من خلال الفيسبوك، الذي يساهم في تقارب وجمع بين جميع فئات المجتمع، ولعل الاحتجاجات السياسية التي عرفها الوطن العربي أكدت على لحمة المجتمع، ففي الجزائر مثلا وأثناء الحراك الشعبي 2019، اجتمع العديد من الأفراد من خلفيات مختلفة وعرق

¹تحالف اليونسكو العالمي لمكافحة العنصرية والتمييز، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، الدورة الحادية والعشرون بعد المائتين، باريس، (14-مارس-2025): ص02.

مختلف عربي، قبائلي، شامي، مزابي، من أجل قضية واحدة ألا وهي المطالبة بالتغيير حيث ظهرت شعارات عبر الفيسبوك تنادي بنبذ التمييز لا عربي ولا أمازيغي جزائري فقط، أما في سوريا فقد تم إطلاق ميثاق شرف على الفيسبوك يدين كل أشكال التمييز بين المواطنين السوريين،¹ فيمكننا القول أن هذا النشاط يساهم في تعزيز الشعور بقبول التنوع والاختلاف بين أفراد المجتمع الواحد.

2- التعبير عن احترام التنوع والتعدد، وذلك من خلال المنشورات والتعليقات عبر الفيسبوك، حيث لعبت منصة الفيسبوك دورا في تعزيز التنوع داخل المجتمع واحترامه، إذ أعطت فرصة لكل مستخدم للتعبير عن ثقافته أو عرقه أو انتمائه السياسي بكل حرية، خاصة في المجتمع الجزائري المعروف بتنوعه الثقافي وتعدد العرقي وحتى السياسي، إذ ساهمت في إلغاء هيمنة الثقافة الواحدة، أو أفضلية ثقافة عن باقي الثقافات، وذلك من خلال استخدام عبارات تدعو إلى التسامح والتفاهم وقبول الآخر، نشر صور أو فيديوهات تشمل جماعات متنوعة العرق (أمازيغ- العرب- الطوارق) هذا من ناحية التنوع الثقافي، أما من ناحية التعددية السياسية فالتعبير عن احترام التعدد يكون من خلال التعبير عن الرأي دون الإساءة للمخالفين سياسيا، أو انتقاد الأفكار السياسية لا الأشخاص، وهذا ما أكدت عليه دراسة **زينة سعد نوشي، بريق حسين جمعة الربيعي** أن هناك جانب إيجابي لتأثير مواقع الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين، إذ يرون أن هذه المواقع ساهمت في منح مساحة واسعة لحرية التعبير والترويج مع التعريف بالتنوع الاجتماعي والثقافي داخل المجتمع واحترامها،² فحسب **الدبيسي والطاهات** وسائل الإعلام الرقمية تلعب

¹ هاني نعيم، الإعلام الاجتماعي...أداة لمناهضة التمييز، أفاق، 21 ماي 2011، متاح عبر الموقع التالي: <https://www.aletihad.ae/wejhatarticle/59283>، تم التصفح يوم: 13-08-2024، سا: 13:30.

² زينة سعد نوشي، بريق حسين جمعة الربيعي، شبكات التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن الحقوق الفردية والتنوع الاجتماعي -الفيسبوك أنموذجا-، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 38، (ديسمبر 2017): ص64.

دورا أساسيا في إبراز التنوع الثقافي وتسهيل الأضواء عليه، وفي تشكيل أذواق وقيم الأمم والشعوب في العالم،¹ وذلك من أجل خلق وحدة متماسكة داخل المجتمع الواحدة.

وعليه يمكننا القول هناك استعداد من قبل المبحوثين لتقبل الآراء المختلفة والخلفيات المتنوعة، مما قد يساهم في تجسيد ثقافة قائمة على احترام الرأي والرأي الآخر في النقاشات السياسية، الانخراط في مجموعات رقمية متعددة التوجهات، والتفاعل مع محتوى يعبر عن وجهات نظر متباينة دون إقصاء.

- **ثالثا: الشعور بالانتماء:** يعد الشعور بالانتماء إلى الوطن بعد من أبعاد الاندماج الاجتماعي إذ يعزز من خلاله الولاء الوطني المشاركة المدنية والسياسية الإيجابية والتضامن الوطني خاصة أثناء الأزمات السياسية، وذلك من خلال:

1- التعبير بفخر عن الهوية الثقافية والسياسية الوطنية، والذي يعد أحد مؤشرات الشعور بالانتماء السياسي، بحيث يعكس مدى تفاعل أفراد عينة الدراسة مع قضايا الوطن وهويتهم الثقافية والسياسية، وذلك من خلال الفخر بالهوية عن طريق مشاركة عبر الصفحة الشخصية أو الصفحات العامة منشورات تمجد الوطن وتبرز الانتماء، التفاعل مع المناسبات الوطنية عيد الاستقلال، يوم الشهيد، التعبير عن الانخراط السياسي عن طريق المشاركة في النقاشات السياسية بلغة إيجابية، كالدفاع عن أحزاب سياسية أو تقديم نقد بناء، نشر محتوى سياسي يعكس الانتماء السياسي، وقد يكون ذلك من أجل إثبات الذات والانتماء السياسي، الرغبة في المشاركة في بناء الوعي السياسي الجمعي، الرغبة في الانخراط في النقاش السياسي العام للتعبير عن هويتهم كجزء من مشاركتهم في القضايا السياسية، خاصة أن التعبير عن الهوية السياسية والثقافية يعتبر من مظاهر الشعور بالانتماء السياسي، الذي يعزز شعور أفراد عينة الدراسة بالاندماج الاجتماعي.

¹ علي جبر الدبيسي، ياسين زهير الطاهات، دور وسائل الاتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي، مجلة الاتصال والتنمية، العدد (06)، بيروت، دار النهضة العربية، (2012): ص21.

2- المشاركة في مجموعات تفاعلية وطنية عبر الفيسبوك، إذ تعد هذه المجموعات فضاءات افتراضية تسمح للمستخدمين بالتواصل وتبادل الأفكار، والحصول على معلومات، ما يعزز الشعور بالانتماء، وهناك عدة أساليب ممكن يتبعها أفراد عينة الدراسة في التعبير عن انتمائهم السياسي داخل المجموعات التفاعلية، كتنقية التماسك الاجتماعي من خلال التعبير عن التضامن في الأزمات السياسية، أو تحفيز المشاركة المدنية والسياسية من خلال نشر دعوات للمشاركة في الحملات الانتخابية، أو المشاركة في التظاهرات السلمية، وعليه فإن المشاركة في مجموعات تفاعلية عبر الفيسبوك تعد مجال للتفاعل السياسي الذي من خلال يمكن للطلبة الجامعيين -أفراد عينة الدراسة- تحقيق الشعور بالانتماء الثقافي أو السياسي، وبالتالي تحقيق قيمة الاندماج الاجتماعي.

- رابعا: احتمالات أخرى: رغم محدودية هذه النسبة، إلا أنها تشير إلى وجود استخدامات فردية متنوعة، مثل استخدام الفيسبوك لأغراض شخصية غير سياسية، التفاعل مع المحتوى الثقافي أو الترفيهي فقط، أو الحياد أو عدم الاهتمام بالقضايا السياسية والاجتماعية.

- وعليه يمكننا القول يستخدم الفيسبوك من قبل الطلبة الجامعيين -أفراد عينة الدراسة- كمنصة لتعزيز الاندماج الاجتماعي السياسي، من خلال خلق روابط تواصل الاجتماعي الفعال، والشعور بالانتماء، والتماسك الاجتماعي، قبول التنوع والاختلاف، ما يعزز المشاركة المدنية الواعية من خلال: تشجيع المبادرات الشبابية التي تدعم التعددية، وتعزيز قيم التماسك والوطنية من خلال تنظيم حملات رقمية ذات الطابع الوطني، والتعبير عن الفخر بالهوية والانتماء عبر المنشورات والتفاعلات.

- عرض وتحليل النتائج المتعلقة بالمحور الخامس: تأثير استخدام الفيسبوك على السلوك السياسي لدى الطالب الجامعي.

يهدف هذا المحور إلى التعرف على انعكاسات استخدام موقع فيسبوك على السلوك السياسي للطلاب الجامعي، من خلال رصد أنماط مشاركته في النقاشات والحوارات الافتراضية، ومدى انخراطه في

الجانب التطبيقي للدراسة

القضايا العامة عبر الفيسبوك، وما يترتب عن ذلك من ممارسات وسلوكيات تعكس وعيه السياسي وانفتاحه على المشاركة في الحياة السياسية.

جدول رقم (45): توزيع أفراد العينة حسب حجم الاستفادة للفيسبوك في الانضمام إلى الأحزاب السياسية.

التوزيع	ك	%
الانضمام إلى حزب سياسي		
كثيرا	87	22.89
قليلا	115	30.26
لم استفد	178	46.84
العدد الإجمالي	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (45) مدى تأثير المنشورات السياسية التي تعرض عبر الفيسبوك على أفراد عينة الدراسة في اتخاذ قرار الانضمام إلى حزب سياسي، وتوصلنا إلى أن المرتبة الأولى وذلك بنسبة 46.84% مثلتها 178 مفردة من العينة لم تساعدهم هذه المنشورات في الانضمام إلى أي حزب سياسي، أما 115 مفردة ما يعادل 30.26% ساعدهم المحتوى السياسي في الانضمام إلى حزب سياسي لكن بدرجة قليلة وقد جاء في المرتبة الثانية، في حين المرتبة الأخيرة كانت للفئة التي استفادت كثيرا من المنشورات السياسية في الانضمام إلى حزب سياسي بنسبة مئوية قدرت ب 22.89% أي ما يمثل 87 مفردة من المجموع الكلي.

ولعل عدم تأثير المحتوى السياسية لانضمام عينة إلى أي حزب سياسي، راجع كون أن الفيسبوك رغم أنه قد يكون فضاء مفتوح للنقاش السياسي، غير أنه لا يؤدي بالضرورة إلى سلوك الانتماء لحزب سياسي. ويمكن إرجاع ذلك إلى:

عدم استغلال الأحزاب السياسية لتلك المنصات في استقطاب جمهور عامة والطلبة بالخصوص، وكذا الحرية والتفاعل في مجال مفتوح تجده عينة الدراسة أفضل من حدود الانتماء لحزب سياسي معين

هذا من جهة، ومن جهة أخرى ما أشارت إليه دراسة عبد السلام نجادات في وجود مجموعة من المعوقات خاصة تلك التي تعاني منها الأحزاب مثل سيطرة بعض الأفراد على الأحزاب أو إنشاء أحزاب لتحقيق مكاسب شخصية، وضعف الاتصال بين الأحزاب والجمهور، إضافة إلى المعوقات الناجمة عن علاقة الأحزاب بالمجتمع، وعلاقة الأحزاب بالحكومة¹، حيث مشاركة الأحزاب السياسية هي شكلية موسمية غير فعالة من قبل القوى السياسية حيث لا تظهر الأحزاب إلا أثناء العملية الانتخابية بهدف تأدية أدوار معينة أم الحصول على الريع الانتخابي².

جدول رقم (46): توزيع أفراد العينة حسب تأثير المحتوى السياسي للفيسبوك في الانضمام إلى الجمعيات السياسية

التوزيع	ك	%
المساهمة في الانضمام لجمعية سياسية		
كثيرا	35	9.21
قليلا	74	19.47
لم استفد	271	71.31
العدد الإجمالي	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

¹ عبد السلام نجادات، معوقات انضمام طلبة جامعة البلقاء التطبيقية للأحزاب السياسية "دراسة ميدانية على طلبة كليات الشمال، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 162، الجزء 03، (يناير لسنة 2015).

² نوال مغزيلي، أزمة المشاركة السياسية في الجزائر: بين ضعف الوعي لدى الناخب وانعدام الثقة في المنتخب، المركز الديمقراطي العربي، تاريخ النشر 17 أبريل 2017، تاريخ الاطلاع 24 أوت 2025 على الساعة 19.30.

<https://democraticac.de/?p=45683>

حاولنا من خلال الجدول رقم (46) معرفة مدى مساهمة المنشورات السياسية التي تعرض عبر الفيسبوك أفراد عينة الدراسة في اتخاذ قرار الانضمام إلى جمعيات السياسية، وتوصلنا إلى أن 35 مفردة من العينة أي ما يعادل 9.21% ترى أن تلقي المنشورات السياسية شجعهم على الانضمام إلى جمعية سياسية، أما ما نسبته 19.47% بتكرار 74 شجعهم المحتوى السياسي للانضمام لكن بدرجة قليلة، في حين 271 مفردة ما يعادل 71.31% عبرت عن عدم الاستفادة من المنشورات السياسية للانضمام إلى أي جمعية سياسية، ولعل السبب في عدم الاستفادة كون الطلبة الجامعيون لا يتقنون في هذه الجمعيات كونها لا تحدث farkا في الواقع السياسي من جهة، ومن جهة أخرى معرفة عدم جدوى المشاركة فيها، حيث يميلون أكثر إلى التفاعل والحوار ضمن مجموعات أو صفحات سياسية بدل الانخراط في إطار تقليدي، وفي هذا الصدد أشارت نوال مغزيلي كون العزوف عن المشاركة السياسية خاصة، ومؤسسات المجتمع المدني بصفة خاصة راجع إلى ضعف المشاركة في أوجه النشاط الاجتماعي الأخرى وفي المجالات غير السياسية للحياة الاجتماعية ذلك أن مثل هذه المشاركة تؤثر في اتجاهات الأفراد نحو النظام السياسي والعملية السياسية¹.

جدول رقم (47): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حجم الاستفادة من البث المباشر للسياسيين في حضور اجتماعات الأحزاب السياسية والمجتمع المدني الافتراضية.

التوزيع	ك	%
حضور الاجتماعات		
كثيرا	137	36.05
قليلًا	162	42.63
لم استفد	81	21.31
العدد الإجمالي	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

¹ نوال مغزيلي، مرجع سابق.

يظهر الجدول رقم (47) حجم استفادة المبحوثين من البث المباشر للسياسيين عبر الفيسبوك في حضور اجتماعات الأحزاب والمجتمع المدني الافتراضية، حيث توصلنا إلى أن 137 مفردة من عينة الدراسة أي ما يعادل 36.05% ساعدهم البث المباشر لحضور الاجتماعات الخاصة بالأحزاب والمجتمعات المدنية الافتراضية، أما 162 مفردة أي ما يعادل 42.63% من المجموع الكلي سهلت لديهم عملية الحضور للاجتماعات لكن بدرجة قليلة، في حين 81 مفردة من عينة الدراسة بنسبة 21.31%، لم يستفيدوا من هذا البث في حضور الاجتماعات.

أمكن تفسير هذه النتيجة على أن البث المباشر عبر الفيسبوك أصبح وسيلة مساعدة مهمة في تقريب الحياة السياسية من الطلبة الجامعيين، وإتاحة الفرصة لهم لحضور الاجتماعات الحزبية أو لقاءات المجتمع المدني بشكل افتراضي، حيث جاءت الاستفادة بين الكثير والمحدود إذ أن البث المباشر يعزز من التفاعل السياسي الأنّي ويخلق شعورا بالمشاركة في الأحداث الجارية، حتى وإن كان هذا التفاعل يظل في كثير من الأحيان افتراضيا أكثر منه ميدانيا¹، ولعل تلك المحدودية في الاستفادة من البث المباشر يرجع محدودية مصداقية المحتوى السياسي أو الجهة التي تبثه، ما يجعل بعض الطلبة ينظرون إليه بنوع من التحفظ وعدم الجدية، فرغم أهمية البث المباشر في كسر حواجز الزمان والمكان، يظل حسب عينة الدراسة يقتصر دوره غالبا على المتابعة والمشاهدة دون أن يتيح مشاركة فعلية.

جدول رقم (48): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حجم الاستفادة من الأنشطة السياسية عبر الفيسبوك في الانخراط في العملية الانتخابية.

%	ك	التوزيع
		الانخراط في العملية الانتخابية
46.31	176	كثيرا

¹ Gil de Zúñiga, Homero, Logan Molyneux, and Pei Zheng. "Social media, political expression, and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relationships." *Journal of communication* 64.4 (2014): P620.

الجانب التطبيقي للدراسة

41.05	156	قليلا
12.63	48	لم استفد
100	380	العدد الإجمالي

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج **spss (v22)** اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (50) حجم الاستفادة من الانخراط في المجموعات السياسية عبر الفيسبوك في المشاركة في الحملات الانتخابية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث تبين أن النسبة المئوية الأعلى والتي قدرت ب 46.31% مثلتها 176 مفردة، عبرت عن استفادتها من المجموعات السياسية في المشاركة في العملية الانتخابية، أما النسبة الثانية والتي قدرت ب 41.05% مثلتها 156 مفردة، ترى أن المجموعات السياسية التي يطرحها الفيسبوك ساعدتهم في المشاركة في الحملات الانتخابية لكن بدرجة قليلة، في حين أن 48 مفردة أي ما يعادل 12.63% عبروا بعدم الاستفادة من الانخراط في المجموعات السياسية في المشاركة في العملية الانتخابية. وهذا ما قد يؤكد الدور الذي يلعبه الفيسبوك في دفع مستخدمي المشاركة في العملية الانتخابية، إذ كانت بداية دخول الإنترنت إلى عالم السياسة في انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 2004، حيث أكدت دراسة مركز **بيو ريسيرش** بعد الانتخابات أن نسبة من تابعوا هذه الانتخابات على شبكة الإنترنت من الأمريكيين بلغت 29% بعد أن كانت 14% في الانتخابات الرئاسية 2000، أي ما يعادل 50 مليون أمريكي اتجهوا إليها للاطلاع على أخبار الانتخابات يوميا، متجاوز العدد الذي سجل في 2000 ب 27 مليون¹. وبالتالي يمكننا القول أن الإنترنت وما أفرزتها من مواقع للتواصل الاجتماعي أصبحت بالنسبة للسياسيين وحتى المنتخبين البديل المثالي لمختلف الوسائل الإعلامية.

وفي هذا الصدد تناولت دراسة **Feezell, Conroy & Basurto Guerrero** القائمة على

تحليل محتوى صفحات المجموعات السياسية الإلكترونية، إلى جانب استطلاع شمل مستخدمي فيسبوك

¹ عائشة بوصبيح، مرجع سبق ذكره، ص 04.

الجانب التطبيقي للدراسة

النشطين، خطوة نحو فهم الطبيعة السياسية وتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي. إذ أظهرت النتائج أن فيسبوك يتيح إنشاء مجموعات سياسية إلكترونية توفر العديد من الأدوار الإيجابية التي لطالما قدمها المجموعات الواقعية على مدى عقود. ويظهر تحليل محتوى هذه المجموعات السياسية الإلكترونية وجود تطبيقات تفاعلية متنوعة، مثل ربط الزوار بمواقع ذات صلة، ومشاهدة الصور أو الفيديوهات، والنشر على الحائط أو لوحة النقاش؛ وكلها أنشطة تفاعلية تعزز الانخراط المجتمعي عبر الإنترنت، والذي يعد مؤشرا على المشاركة الواقعية أيضا، وبالتالي المجموعات السياسية الإلكترونية تؤدي وظائف مشابهة لتلك التي تؤديها المجموعات الواقعية، وتسهم بفعالية في تعزيز حتى المشاركة السياسية الواقعية.¹

جدول رقم (49): يبين طريقة مشاركة أفراد عينة الدراسة في الانخراط في الحملات الانتخابية عبر الفيسبوك.

%	ك	التوزيع
		الانخراط في الحملات الانتخابية
45.78	174	متابعة صفحات المرشحين أو الأحزاب
35.26	134	دعم البرامج الانتخابية للمرشحين
54.21	206	التعليق على منشورات سياسية تخص الانتخابات
30.78	117	التصريح بالنية في التصويت

¹ Feezell, Conroy & Basurto Guerrero, "Facebook is... Fostering Political Engagement A Study of Online Social Networking Groups and Offline Participation, For presentation at the American Political Science Association meeting in Toronto, Canada, September 2009, P15.

100	380	العدد الإجمالي
-----	-----	----------------

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية يوضح الجدول رقم (49) طريقة مشاركة أفراد عينة الدراسة في الحملات الانتخابية عبر الفيسبوك، حيث جاء احتمال التعليق على منشورات سياسية تخص الانتخابات في المرتبة الأولى بنسبة قدرت مئوية قدرت ب 54.21% مثلتها 206 مفردة، أما احتمال متابعة صفحات المرشحين أو الأحزاب جاء في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 54.21% مثلتها 206 مفردة، وبالنسبة لاحتمال دعم المرشحين وبرامجهم الانتخابية جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب 35.26% بمجموع تكرار 134، في حين المرتبة الأخيرة كانت لاحتمال التصريح بالنية في التصويت بنسبة مئوية قدرت ب 30.78% مثلتها 117 مفردة.

توضح هذه النتائج ما يلي:

- أولاً: سيطرة المشاركة غير المباشرة على سلم الاختيارات: أظهرت نتائج الدراسة أن نمط المشاركة غير المباشرة في الحملات الانتخابية الافتراضية سواء من خلال "التعليق على منشورات سياسية تخص الانتخابات" أو "بمتابعة صفحات المرشحين أو الأحزاب"، هو الشكل المهيمن لتفاعل أفراد عينة الدراسة مع الحملات الانتخابية عبر الفيسبوك، ما يدل على أن المبحوثين يفضلون التعبير عن آرائهم السياسية من خلال التعليقات، والاطلاع على البرامج الانتخابية من خلال متابعة الصفحات الرسمية للمرشحين أو الأحزاب، دون الانخراط الفعلي في الحملات الانتخابية أو الأنشطة السياسية، ما يعكس وجود اهتمام سياسي لكن لا يترجم بالضرورة إلى فعل انتخابي. وقد يرجع السبب إلى:

1- سهولة التفاعل مقابل صعوبة المشاركة الفعلية: يعد الفيسبوك منصة مريحة وسريعة للتعبير عن الرأي السياسي، فخاصية التعليق التي تتيحها المنصة أو متابعة الصفحات لا يتطلب جهداً أو التزاماً، كما أن هذا التفاعل يتم ضمن بيئة افتراضية تجنب الأفراد تبعات الانخراط السياسي العلني، بينما

التصويت أو دعم الحملات يتطلب حضورا فعليا أو إعلان موقف سياسي واضح، زد على ذلك نقص الخبرة السياسية، فلا يزال الكثير من الأفراد، خصوصا فئة الشباب التي تمثل عينة الدراسة، لا يمتلكون تكوين سياسي تمكنها من فهم أساليب المشاركة في الحملات الانتخابية، هذا ما يجعلهم يفضلون التفاعل الرمزي كبديل أسهل وأقل التزاما.

2- عدم الرغبة في الانتماء إلى أي جهة حزبية: تشير نسبتها إلى العزوف عن الانخراط في الأحزاب السياسية الذي يعتبر ظاهرة متنامية لدى الشباب، تعكس تغيير في أنماط المشاركة السياسية، وقد يرجع السبب إلى فقدان الثقة في العمل الحزبي، فالكثير من المواطنين لديهم قناعة بأن الانتماء الحزبي هو وسيلة لتحقيق مصالح شخصية، وأن نشاطاتهم تتمحور غالبا حول السعي إلى المناصب، وعدم تقديمها لبرامج سياسية مبتكرة تعبر عن تطلعات الجيل الجديد، ما يفقدها الشرعية في نظر الجمهور، الذي يترجم إلى حالة من النفور السياسي لدى الفئات التي ترفض تسييس المصلحة العامة، خاصة فئة الشباب التي تضم الطلبة الجامعيين التي غالبا ما تفضل المنصات الاجتماعية للتعبير السياسية.

3- فقدان الثقة في الطبقة السياسية: تعد أزمة الثقة في المرشحين من أبرز التحديات التي تواجه المشاركة الانتخابية سواء على مستوى الاقتراع أو الانخراط في الحملات الانتخابية، فالكثير من المستخدمين لا يملكون الثقة في الممثلين المنتخبين، ولا في القرارات الحكومية التي سيتخذونها عنهم، مما يزيد من عدم رغبتهم في المشاركة في الحملات الانتخابية، والتي قد تعود إلى تراكم التجارب السلبية مع المسؤولين المنتخبين، فالجزائر مثلا شهدت خلال العقود الماضية العديد من الانتخابات التشريعية والمحلية والرئاسية، إلا أنه لم تحسن من الظروف الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية، ما قد يعزز شعور الإحباط في التغيير داخل المؤسسات السياسية، أو بسبب غلبة الوجوه التقليدية على المشهد السياسي، فعلى الرغم من الدعوات المتكررة إلى تجديد الوجوه السياسية، إلا أننا نشهد تكرار في النخب

السياسية المألوفة، مما يخلق شعور لدى الأفراد بأن الانتخابات تعيد إنتاج نفس المنظومة، أو بسبب غياب المصداقية والشفافية، فغالبا ما يشعروا المنتخبين بأن البرامج الانتخابية ما هي إلا وعود مؤقتة للاستهلاك الإعلامي والسياسي، الأمر الذي يؤدي إلى عزوف عن المشاركة الفعلية والاكتفاء بالتفاعل الرمزي.

- **ثانيا: الدعم السياسي الافتراضي:** سواء من خلال "دعم البرامج الانتخابية للمرشحين"، أو "التصريح بنية في التصويت" وقد جاء بنسب متوسطة من خلال مؤشرات، ما يدل على عدم رغبة المبحوثين في دعم المرشحين وتجنب إظهار انتماءاتهم أو نواياهم الانتخابية، ولعل هذا راجع إلى:

1- غياب الثقة في الحملات الانتخابية الافتراضية: فالعديد من الشباب لديهم نقص ثقة في الحملات الانتخابية عبر المنصات الاجتماعية، إذ لا تتشكل عندهم بيئة مقنعة لدرجة تحفيزهم على المشاركة فيها، سواء بدعم برامج الانتخابية للمرشحين افتراضيا، أو الإعلان عن نية التصويت عبر المنصات الاجتماعية، نتيجة عدم وضوح مصادر المعلومات والجهات الداعمة لهذه الحملات، أو بسبب التركيز المبالغ على الترويج للمرشح، وضعف الخطاب السياسي الرقمي الذي غالبا ما يفنر إلى اللغة الشبابية، بدل تعزيز التفاعل والمشاركة من خلال تنظيم جلسات بث مباشر مع المرشحين، وفتح النقاشات السياسية في التعليقات والمجموعات، أو إشراك شخصيات شبابية مؤثرة في نشر برامجهم السياسية بأسلوب جذاب، وعرض تجارب شبابية لدعم الحملات الافتراضية، أو توفير المعلومات للنشطاء، من خلال طرح المرشح السياسي عبر موقعه على الانترنت وسائل موجه للنشطاء مثل عينات قوالب يمكن الكتابة عليها ونشرها على المدونات الشخصية لهم بما يساهم في التسويق السياسي للمرشح بشكل فعال ومؤثر، فالإنترنت طريقة جيدة لمضاعفة عدد النشطاء.¹

¹ علي عبد الهادي الكرخي، الحملات الانتخابية الإلكترونية ودورها في التأثير على الرأي العام، مجلة الدراسات الإعلامية، المجلد 07، العدد 22، (فبراير 2023): ص 227.

2- الخشية من الإفصاح عن التوجهات السياسية: رغم الطابع الافتراضي لمنصة الفيسبوك، إلا

أن هناك من يتجنب إظهار انتماءهم السياسية وعدم تبني مواقف سياسية معلنة، وقد يكون بسبب رغبتهم في عدم التصنيف ضمن أي تيار سياسي، أو تجنباً لردود فعل أفراد الأسرة، أو الأصدقاء خاصة إذا كانت توجهاتهم متباينة، وهذا ما يعتبر مؤشر على وجود فجوة بين المميزات التي تتيحها الفيسبوك كإمكانية الإفصاح غير المباشر من خلال مشاركة محتوى ساخر يحمل دلالات سياسية توضح التوجهات السياسية بطريقة غير مباشرة، نشر لافتات تعبر عن موقف سياسي معين، نشر أقوال أو اقتباسات تحمل رسائل سياسية ضمنية، التفاعل الرمزي كالإعجاب بالمنشورات تحمل نفس التوجهات السياسية دون كتابة رأي صريح، وبين واقع الاستخدام الفعلي الذي يتجنب دعم السياسي الصريح.

3- النظر إلى النية في التصويت كشأن خاص: فالعديد من الشباب يعتقدون أن النية في

التصويت هي شأن خاص لا ينبغي التصريح به علناً بين الأقارب أو الأصدقاء، وبالتالي يفضلون عدم التصريح بها في المنصات الاجتماعية، والاحتفاظ بميولاتهم السياسية، خاصة أن معظمهم أصبحوا أكثر إدراكاً لأهمية الصوت الانتخابي ويعتبرونه قراراً شخصياً لا يجب الإفصاح عنه، فرغم الطابع الافتراضي للمنصة إلا أنهم يعتقدون أن منشوراتهم قابلة للاستغلال، وقد تستخدم ضدهم خاصة في سياقات سياسية حساسة، الأمر الذي يضعف من الإحساس بالأمان، ويقلل من الرغبة في التصريح عن نيتهم بالتصويت. وبالتالي يمكننا القول يمثل الفيسبوك منصة للمشاركة في الحملات الانتخابية بالنسبة للطلبة الجامعيين -عينة الدراسة-، لكن على الرغم من وجود تفاعل مع المحتوى السياسي للفيسبوك، إلا أن هذا التفاعل لا ينعكس بالضرورة في المشاركة السياسية في الحملات الانتخابية واضحة أو في دعم مباشر للمرشحين، وهذا ما بينته النتائج فغالبية المبحوثين يستخدمون المنصة للتفاعل الرمزي، والمتابعة، أكثر من استخدامها كوسيلة للتعبير الصريح، وهذا ما يعكس وجود مشاركة سياسية تتسم بالحذر السياسي.

جدول رقم (50): يبين أساليب الفيسبوك في تحفيز أفراد عينة الدراسة على المشاركة في العملية الانتخابية.

التوزيع	ك	%
أساليب تحفيز المشاركة الانتخابية		
التوعية السياسية	133	35
تسهيل الوصول إلى المعلومات الانتخابية	153	40.26
التفاعل المباشر مع المرشحين	206	54.21
تأثير المؤثرين الرقميين	194	51.05
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (50) الأساليب التي اعتمدها الفيسبوك في تحفيز أفراد عينة الدراسة على المشاركة في العملية الانتخابية، حيث جاء أسلوب التفاعل مع المرشحين في المرتبة الأولى بنسبة مئوية قدرت ب 54.21% مثلتها 206 مفردة، تلتها أسلوب تأثير المؤثرين الرقميين جاء في المرتبة الثانية بتكرار 194 مفردة أي ما يعادل 51.05%، أما أسلوب تسهيل الوصول إلى المعلومات بخصوص العملية الانتخابية جاء في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب 40.26% بمجموع تكرار 153، في حين المرتبة الأخيرة كانت لأسلوب التوعية السياسية عبر المنشورات السياسية بنسبة مئوية قدرت ب 35% مثلتها 133 مفردة.

توضح هذه النتائج تطور الأساليب الدعائية الانتخابية عبر الفيسبوك: فتصدر الأسلوبين " التفاعل المباشر مع المرشحين" و"تأثير المؤثرين الرقميين" قائمة اختيار الباحثين لأساليب التحفيزية، يعد تحولا استراتيجيا في أساليب الدعاية السياسية الرقمية، الذي غالبا ما يرتبط بطبيعة الوسيلة "الفيسبوك" أو السلوك الانتخابي الجديد للمتلقي.

ولعل تصدر التفاعل المباشر مع المرشحين راجع إلى رغبة المرشحين في بناء صورة شخصية قريبة من الناخب، خاصة أن التواصل المباشر يسمح للمرشح بإظهار الجانب الإنساني فيه، وهذا ما قد يعزز صورة السياسي القريب من المواطن، كما أتاح الفيسبوك للناخبين فرصة التفاعل المباشر مع

المرشحين عبر التعليقات، الرسائل، أو البث المباشر، مما أنهى الوساطة التقليدية (الصحافة، تلفزيون). مما قد يعزز الثقة ويشعر المواطن بأنه شريك في صنع القرار، وهذا ما أكدت عليه دراسة **Smith** أن الحوارات المباشرة بين المواطنين والمرشحين على المواقع مثل فيسبوك وتويتر ساعدت في تعزيز الثقة بينهم، وزيادة المشاركة الانتخابية، ففي الانتخابات الأمريكية لعام 2020 أشارت ما نسبته 45% من الناخبين إلى أنهم شاركوا في الانتخابات بسبب التفاعل مع المحتوى السياسي عبر هذه المواقع.¹

أما في ما يخص متغير تأثير المؤثرين الرقميين واحتلاله المرتبة الثانية في خيارات عينة الدراسة ففعل ذلك راجع إلى تمتع المؤثرين بثقة ومصادقية لدى جمهورهم، والذين غالبا ما ينظر إليهم كأشخاص حقيقيين أقرب من السياسيين التقليديين، وعند دعم أحدهم مرشحا، فدعمه ينظر إليه كتوصية شخصية، أكثر من كونه إعلان هذا من جهة، ومن جهة أخرى قدرتهم على الوصول إلى فئات يصعب استهدافها بطريقة التقليدية، خاصة فئة الشباب والتي تمثلها عينة الدراسة فأغلبهم لا يتابعون الخطابات الرسمية لكنهم يتفاعلون مع محتوى خفيف وسريع على المنصات، وهذا ما أثبتته دراسة **Johnson** أن المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي لعبوا دورا كبيرا في حث الشباب على المشاركة في الانتخابات الأمريكية عام 2020، من خلال نشر رسائل سياسية، أو تحفيز المتابعين على التوجه إلى صناديق الاقتراع.²

جدول رقم (51): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حجم الاستفادة من الفيسبوك في المشاركة في التظاهرات السياسية.

التوزيع	ك	%
المشاركة في التظاهرات السياسية		
كثيرا	208	54.73
قليلا	102	26.84
لم أستقد	70	18.42
المجموع	380	100

¹Smith J, The Role of Social Media in Elections, Op. cit, p98.

²Johnson, L, Influencers and Their Impact on Voter Behavior, Op, cit, P56.

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية يوضح الجدول رقم (51) حجم الاستفادة من الانخراط في المجموعات السياسية عبر الفيسبوك في المشاركة في الحركات السياسية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث تبين أن النسبة المئوية الأعلى والتي قدرت ب 54.73% مثلتها 208 مفردة، عبرت عن استفادتها من المجموعات السياسية في المشاركة في المظاهرات السياسية، أما النسبة الثانية والتي قدرت ب 26.84% مثلتها 102 مفردة، ترى أن المجموعات السياسية عبر الفيسبوك أثرت على مشاركتهم في المظاهرات السياسية لكن بدرجة قليلة، في حين أن 70 مفردة أي ما يعادل 18.42% عبروا بعدم الاستفادة من الانخراط في المجموعات السياسية في المشاركة في المظاهرات السياسية. وهذا ما يعكس الدور الفعال الذي يلعبه الفيسبوك في تعزيز المشاركة السياسية بين الطلبة الجامعيين. وقد يرجع السبب إلى:

- أولا: استخدام الفيسبوك كأداة للتنظيم والتنسيق: إذ يعتبر الفيسبوك من أهم وسائل تنظيم وتنسيق التظاهرات السياسية، سواء دوليا، عربيا أو وطنيا، بحيث لاحظنا في التجربة الجزائرية " الحراك الشعبي 2019" أن الفيسبوك ساهم في تنظيم صفوف المجتمع الجزائري وذلك من خلال عدة أساليب:

1- إنشاء صفحات ومجموعات سياسية، ظهرت في فترة الحراك الشعبي الجزائري العديد من الصفحات والمجموعات مختصة فقط لنقل أحداث وأخبار الحراك الشعبي لحظة بلحظة، على غرار "صفحة السلطة للشعب"، "صفحة المنتدى الوطني للحراك الشعبي"، حيث عملت بشكل مكثف على تنظيم وتنسيق التحركات، من خلال التبليغ عن الخطط أو عن تغييرها من قبل المنظمين، نشر شعارات موحدة تدعو إلى توحيد صفوف الجزائريين في مختلف ولايات الوطن نمثل "لا للعهد الخامسة، يتنحوا قاع، حراك 22 فيفري"، خاصة إذا اعتمدت هذه الصفحات على الخطاب العاطفي والرمزي، عن طريق استخدام رموز وطنية العلم، الشهداء، أو نشر فيديوهات تشرح لماذا يجب المشاركة، أو ما هي المطالب السياسية،

هذا ما قد يؤدي إلى تحفيز الإحساس بالمسؤولية الوطنية لدى المستخدم الجامعي، وبالتالي تحفيزه على المشاركة في الحركات والتظاهرات السياسية.

2- فتح المجموعات المغلقة للتنسيق الخاص، لاحظنا في فترة الحراك الشعبي وجود دعوات عديدة عبر مسنجر للانضمام إلى المجموعات المغلقة، التي كانت تعتمد على أسلوب إرسال رسائل خاصة تتعلق بتحديد مواقع انطلاق التظاهرة أو تغيير مواقع، تحديد التوقيت الانطلاق، وتنظيم صفوف المحتجين كل يوم جمعة، وبالنسبة للطلبة الجامعيين كل يوم ثلاثاء للخروج في مسيرات، أو تبادل المستندات خلال التظاهرة، من أجل النقاش والتخطيط والتنسيق الداخلي بين النشطاء، وبين المتظاهرين أيضا، بحيث لعبت هذه المجموعات دورا شبيها بالقيادة الميدانية، وكان لها تأثير على المشاركة السياسية خاصة للمنظمين إليها.

3- استخدام الأحداث (Facebook Events)، من خلال خاصية الأحداث التي يتيحها الفيسبوك استطاع العديد من المنظمين للحركات والتظاهرات السياسية من إنشاء دعوات رسمية للتجمعات أو الوقفات الاحتجاجية، وتحديد المكان والزمان، مما ساعد على الوصول المنظم للمتظاهرين، كما سمح للعديد من المشاركين بالتفاعل والتأكيد المسبق على الحضور، الأمر الذي سهل معرفة العدد والاستعداد الفعلي للمشاركة في التظاهرات السياسية.

- ثانيا: سهولة الوصول إلى المعلومات السياسية والدعوات للاحتجاج: يساهم الفيسبوك بشكل كبير في عملية تسهيل الوصول إلى المعلومات السياسية، وإرسال الدعوات من أجل الخروج للاحتجاج والمشاركة في التظاهرات السياسية، وذلك من خلال:

1- النشر الفوري للمحتوى السياسي: ساهم الفيسبوك في تسهيل عملية الوصول إلى المعلومات بفضل سرعة النشر، ونشر الأخبار العاجلة، البيانات السياسية، والمواقف الرسمية بشكل لحظي، وتقديم كم هائل من المعلومات والأخبار سواء عن طريق المنشورات والفيديوهات التي ينشرها منظمين

الاحتجاجات أو الشباب المشارك فيها من خلال صفحاتهم الشخصية، أو عبر الصفحات التي أنشأت لمتابعة تطورات الحراك، مثل صفحة حراك الجزائر، ثورة الجزائر 2019، والذي يبلغ عدد المشاركين فيها الآلاف، مما يضمن فعالية الوصول السريع إلى المعلومات في الوقت الفعلي، فتبادل المعلومات يساهم في تحفيز المشاركة السياسية، خاصة أن الدراسات أكدت أن وسائل الاتصال تستطيع إحداث تأثير معرفي وعاطفي وسلوكي من خلال نقل المعلومات بشكل متميز عبر وسائل الاتصال خاصة في حالة عدم استقرار المجتمع نتيجة كثرة الصراعات والمطالبات بالتغيير.¹

2- استخدام الهاشتاغات السياسية، على الرغم أن الهاشتاغات كانت أكثر شيوعاً على تويتر، إلا أن فيسبوك طور آلية البحث والتصنيف من خلال الهاشتاغات منذ عام 2013، مما أتاح استخدامها كأداة فعالة يستخدمها المواطنون والنشطاء لتسهيل عملية الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالاحتجاجات عبر الفيسبوك، خاصة إذا كانت موحدة تسهم في بناء خطاب سياسي جماعي موحد، حيث يلتفت المستخدمون حول رموز لغوية مختصرة، كما تتيح تصنيف المنشورات ذات الصلة بالحدث السياسي تحت هاشتاغ واحد يمكن المستخدمين من الوصول إلى جميع المنشورات المتعلقة به بمجرد النقر على الوسم مثل: #الحراك الشعبي، #لا للعهد الخامسة. إذ تشير دراسة إسماعيل حسن محمود إلى أن استخدام الهاشتاغات يساعد في ربط المنشورات السياسية بقضايا سياسية محددة، وتسهيل انتشارها، ففي هذا السياق برزت حملة # أنقذوا حي شيخ جراح كواحدة من القلائل التي نجحت في لفت انتباه الشباب العربي، بل العالم بأسره ولو لفترة وجيزة.²

- ثالثاً: التعبئة والحشد الافتراضي: وهي عملية سياسية تتم من خلال الفيسبوك من أجل تحفيز

المستخدمين على المشاركة في الاحتجاجات السياسية، من خلال:

¹ إسماعيل حسن محمود، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003، ص279.

² سارة شوقي المقدم: دور استخدام الهاشتاغات في بناء المعرفة السياسية عبر الفيسبوك: حالة حي الشيخ جراح، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 22، العدد 02، (جويلية 2023): ص46.

1- التعبير الحر عن الرأي السياسي، يتيح الفيسبوك فضاء تواصليا يسمح للمستخدمين بنشر الآراء، التحليلات، الانتقادات المرتبطة بالشأن السياسي، والتعبير بحرية عن احتجاجاتهم ومطالبهم السياسية، إذ يرى الباحث **إسعد فايزة زرهوني** أن الفيسبوك ساهم في عملية الحشد الجماهيري بالجزائر ونزول الناس إلى الشارع والالتفاف نحو قضية تخص الشأن العام، ومطالبة بتحسين الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية، وبث الدعوة إلى الإصلاح السياسي، من خلال التعبير الحر عن الأفكار والمشاعر، لدرجة أنه نجح في تحويل هذا الحشد من الافتراضي إلى حشد واقعي في الميادين العامة.¹

2- البث المباشر ونقل التظاهرات لحظة بلحظة، إن خاصية "**Facebook Live**" التي يتيحها الفيسبوك من أجل بث المسيرات مباشرة، ونقل مجريات الاحتجاجات لحظة بلحظة، تمكن من لا يستطيع المشاركة من المتابعة، وبالتالي تساهم في توسيع دائرة التأثير من جهة، وفضح أي تجاوزات أمنية أو محاولات قمع من جهة أخرى، فتوثق الاحتجاجات بالصور والفيديوهات من قلب التظاهرات وبشكل مباشر يحفز المتلقي على المشاركة في الاحتجاجات السياسية، وبالتالي التأثير على التوجهات السياسية لدى المستخدمين.

3- تشكيل قنوات سياسية حول التظاهرات السياسية: يعتمد الفيسبوك على أساليب التأثير على المواقف السياسية اتجاه التظاهرات السياسية، فالنقل المباشر للأحداث عبر البث المباشر، والعرض المستمر لصور الاحتجاجات، وطرح المواضيع التي تتوافق مع قنوات المستخدم بفضل خوارزميات عرض المحتوى، يخلق قنوات سياسية حول هذه التظاهرات، فتشكل القنوات السياسية من خلال استخدام الفيسبوك لا يعتمد فقط على التفاعل الرقمي، بل على خلق إحساس بالانتماء والمشاركة والمسؤولية، الأمر الذي قد يساهم في تحويل الفيسبوك إلى منصة تعبوية موازية للشارع الواقعي.

¹ إسعد زرهوني فايزة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر الفيسبوك أنموذجا، حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 34 العدد 03، (سبتمبر 2020): ص713.

وعليه يمكننا القول، يساهم الانضمام إلى المجموعات السياسية عبر الفيسبوك بشكل كبير في تعبئة المستخدمين سياسيا، وتحفيزهم على المشاركة السياسية في التظاهرات، بحيث لم تكتفي منصة الفيسبوك بتوفير المعلومات السياسية، بل أنتجت محفزات سلوكية تؤدي إلى أفعال سياسية على أرض الواقع، مثل التظاهرات، والحركات الاحتجاجية. وفي هذا الصدد أكدت دراسة مشتاق طلب فاضل أن الفيسبوك لم يعد وسيلة للترفيه والتسلية فقط، وإنما أداة لتحريك المستخدمين للانتفاضات الشعبية، لدرجة أنه استطاع أن يبث الرعب والخوف في قلوب الحكام، وبالتالي أثبت قوة تأثيره على التوجهات السياسية.¹

جدول رقم (52): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حجم الاستفادة من النقاشات السياسية في تشكيل مواقف سياسية.

التوزيع	ك	%
تشكيل المواقف السياسية		
كثيرا	185	48.68
قليلا	218	57.36
لم أستقد	49	12.89
المجموع	380	100

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية يوضح الجدول رقم (52) حجم الاستفادة من النقاشات السياسية في تشكيل مواقف سياسية، حيث تبين أن النسبة المئوية الأعلى والتي قدرت ب 57.36% مثلتها 218 مفردة، عبرت عن استفادتها

¹مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، (عمان، الأردن: شركة دارة الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2019)، ص 137.

المتوسطة من النقاشات السياسية في تشكيل مواقف حول قضايا سياسية، أما النسبة الثانية والتي قدرت ب 48.68% مثلتها 185 مفردة، ترى أن النقاشات السياسية عبر الفيسبوك ساهم في تشكيل مواقف إزاء القضايا السياسية بدرجة كبيرة، في حين أن 49 مفردة أي ما يعادل 12.89% عبروا بعدم الاستفادة من النقاشات السياسية في هذا المجال. وهذا ما يؤكد على الدور الذي يلعبه الفيسبوك في دفع مستخدميه على تشكيل مواقف سياسية حول قضايا سياسي.

جدول رقم (53): يبين أساليب تأثير النقاشات السياسية عبر الفيسبوك في تشكيل مواقف السياسية

تشكيل المواقف	التوزيع	ك	%
فتح الساسة نقاشات سياسية محررة من رقابة السلطة	118	31.05	
عرض نخبة من المثقفين أفكارهم إزاء القضايا السياسية	139	36.57	
نشر قادة الرأي المؤثرين لأرائهم السياسية	198	52.10	
أخرى تذكر	19	05	
المجموع	380	100	

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتمادا على مخرجات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول رقم (53) أساليب تأثير النقاشات السياسية عبر الفيسبوك في تشكيل مواقف

سياسية اتجاه قضايا سياسية لدى أفراد عينة الدراسة، حيث تبين من خلال النتائج أن أعلى نسبة تمثيل كانت لاحتمال نشر قادة الرأي المؤثرين لأرائهم السياسية بعدد تكرارات بلغت 198 مفردة بنسبة 52.10%، أما احتمال عرض نخبة من المثقفين أفكارهم إزاء القضايا السياسية جاء في المرتبة الثانية بنسبة 36.57% بمجموع تكرار 139، والمرتبة الثالثة كانت لاحتمال فتح الساسة نقاشات سياسية محررة من رقابة السلطة بنسبة 31.05% ما يمثل 118 مفردة، في حين 19 مفردة أي ما يعادل 5% فقط ذكرت بعض أساليب تساعد في تشكيل مواقف سياسية، إذ تدل النسبة الأخيرة على أن أفراد العينة ركزوا على ثلاثة أساليب أساسية التي تأثير على تشكيل مواقفهم السياسية والتي تتمثل في: المؤثرون، نخبة المثقفة، ورجال السياسية.

بناء على هذه البيانات نستنتج ما يلي:

- **أولاً: قوة تأثير المؤثرين الرقميين على تشكيل المواقف السياسية:** تشير نسبتها إلى أن المستخدمين يتأثرون بشكل كبير بالمحتوى الذي يقدمه المؤثرون السياسيون أو الاجتماعيون عبر الفيسبوك، حيث يمكن أن يكون تأييدهم أو انتقادهم لقضية سياسية يؤثر بشكل كبير في تشكيل موقف سياسي إيجابي أو سلبي اتجاهها، وقد يرجع السبب إلى:

1- قدرتهم على فهم طبيعة الجمهور، إذ يتمتع مؤثرين منصات التواصل الاجتماعي بفهم طبيعة وخصائص المستخدمين الذين يتابعونهم، من حيث اهتماماتهم واحتياجاتهم، ومستوى وعيهم، الأمر الذي يجعلهم يصممون رسائل سياسية بطريقة تلقى صدى، وتحقق الإقناع المطلوب، من خلال نشر الفيديوهات القصيرة (Reels/Stories) يعرض فيها آرائهم وتحليلاتهم للقضايا السياسية بلغة بسيطة، وسهولة الانتشار، والاعتماد على المحتوى الساخر والنقدي حيث يستخدم بعض المؤثرين أساليب التهكم والسخرية من الأداء السياسي، أو القضايا السياسية، كأسلوب فعال للتأثير على تشكيل المواقف السياسية لدى متابعيهم.

2- الظهور المكثف والنشاط المستمر عبر الفيسبوك، يتسم المؤثرين بنشاط دائم على المنصة، فالنشاط المستمر والتفاعل الدائم يجعلهم يخرطون بشكل مباشر مع المتابعين، مما يخلق علاقة تفاعلية مبنية على الثقة، تجعل المتابعين أكثر استعداداً لتقبل آرائهم ووجهات نظرهم، كما أن الحضور الدائم يخلق نوعاً من الاستمرارية في التأثير، حيث تصبح الرسائل السياسية التي يقدمها المؤثرون جزءاً من الروتين الرقمي اليومي للمستخدم، مما يرسخ هذه المواقف تدريجياً في وعي المتلقي المتتبع، وهذا ما يعزز قوة تأثيرهم في تبني مواقف سياسية وتشكيل قناعات سياسية.

3- ارتفاع مستوى المتابعة والتفاعل، بحيث يمتلك المؤثرين عادة عدد كبير من المتابعين، ما يوفر لهم قاعدة جماهيرية واسعة تضمن لهم تفاعلاً فوراً وانتشاراً واسعاً لأفكارهم، خاصة أن محتوهم

يتميز بمعدلات عالية من التفاعل، إذ يعد هذا التفاعل الذي يشمل الإعجابات، التعليقات، المشاركات، وحتى النقاشات حيوية بين المؤثر والمتابعين، مؤشرا على فاعلية الرسائل السياسية التي ينشرها المؤثرون، حيث تساهم هذه المعدلات العالية من التفاعل في تعزيز وصول الرسالة وتكرارها داخل دوائر أوسع من المستخدمين، وهو ما يضاعف من فرص التأثير في تشكيل مواقف سياسية.

وعليه يمكننا القول ارتفاع مستوى المتابعة والتفاعل لا يعزز من حضور المؤثرين على المنصة فقط، بل يجعلهم أيضا فاعلين مؤثرين في بناء مواقف سياسية وتشكيل القنوات واتجاهات السياسية، لكونهم يعتبرون مصدر رئيسي للعديد من المستخدمين في تفسير الأحداث السياسية وفهمها، وبالتالي قوة تأثير المؤثرين على الفيسبوك في تشكيل المواقف السياسية تتبع من قدرتهم على الجمع بين القرب من الجمهور، والمهارات الاتصالية العالية، والظهور المكثف عبر المنصة، وهذا ما يجعلهم فاعلين رئيسيين في تشكيل المواقف السياسية والتأثير على سلوكيات الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة- واتجاهاتهم السياسية.

- ثانيا: تراجع دور النخبة المثقفة في تشكيل المواقف السياسية: ما يشير إلى أن الخطاب النخبوي لم يعد يحتفظ بتأثيره على المتلقي، خاصة عندما يقدم بلغة تحليلية يصعب فهمها من قبل المبحوثين ولعل هذا راجع إلى:

1- تغير طبيعة المتلقي: حيث أصبح مستخدم الفيسبوك خاصة الطلبة الجامعيين باعتبارهم من الفئة الشبابية يفضلون الرسائل السياسية المدعومة بالصور، أو الفيديو، أو الرسوم الساخرة، أو تلك التي تدعوه للتعليق أو التعبير عن رأيه الشخصي، بحيث تسهل عملية الفهم، وتحفز المشاركة السياسية، بدلا من الخطاب السياسية التحليلية المطولة التي تعتمد النخبة المثقفة والتي تتطلب مجهودا ذهنيا أكبر، وبالتالي هذا التحول في طبيعة الجمهور ونمط استهلاك المعلومات السياسية، قد يضعف من تأثير المثقفين، الذين غالبا ما يتبنون أساليب تفسيرية ومعقدة في تحليل القضايا السياسية.

2- ضعف التفاعل مع الخطاب النخبوي: يميل الخطاب السياسي النخبوي إلى استخدام مفاهيم فكرية أو مصطلحات سياسية لا تكون مفهومة للجميع، كما يميل إلى تحليل القضايا السياسية دون التطرق إلى القضايا المتعلقة بالاهتمامات اليومية للمتلقي، خاصة أن هذا الأخير يتفاعل مع الرسائل التي تلامسه مشكلاته المعيشية أكثر والتي تعكس واقعهم وتعطي للسياسية بعدا شخصيا ملموسا، وهذا ما لا يتوفر غالبا في الخطاب السياسي النخبوي الذي يعتمد على استخدام لغة معقدة ومصطلحات سياسية متخصصة، ما يؤدي إلى ضعف التفاعل معه، الذي يؤدي إلى ضعف في الوصول هذا النوع من المحتوى إلى شريحة أكبر من المستخدمين، خاصة في ظل خوارزميات الفيسبوك التي تفضل المحتوى عالي التفاعل.

وبالرجوع إلى الجدول رقم (21) نجد هناك توافق في النتائج مع جدول رقم (53) حيث توصلنا من خلال النتائج تراجع تأثير منشورات قادة الرأي السياسيين والتي تشير نسبتها إلى ضعف تأثير النخب الفكرية على المعرفة السياسية لدى الشباب، وبالتالي ضعف تأثيرها على سلوكهم السياسي، على الرغم من اعتبار قادة الرأي أحد المحاور المهمة في تشكيل الرأي العام في الوسائل الإعلامية التقليدية، إلا أن تأثيرهم في منصة الفيسبوك بات محدودا في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة-.

- ثالثا: التأثير المحدود للنقاشات السياسية المفتوحة لرجال السياسة: جاءت مبادرة رجال السياسة لفتح نقاشات سياسية محررة من الرقابة بنسب متوسطة، ما يشير إلى أن المبحوثين يفضلون الابتعاد عن الحوار السياسي الرسمي، والخطاب السياسية الموجه. ففي الجزائر، شكل الفيسبوك مع بداية الحراك الشعبي 2019 فضاء رئيسيا للنقاش السياسي، ووسيلة للتعبير عن الرأي العام بعيد عن سيطرة وسائل الإعلام التقليدية، لكن الملاحظ أثناء هذه الفترة بروز المؤثرين الرقميين كفاعلين في توجيه النقاش السياسي، أكثر من رجال السياسة. ولعل هذا راجع إلى:

1- ضعف الثقة في النوايا السياسية: لعل كثرة الوعود غير المنجزة دفعت بعض المستخدمين إلى التشكيك في صدق السياسيين عند فتح نقاشات، واعتبارها محاولة لكسب شعبية مؤقتة، خاصة أن الكثير من النقاشات لرجال السياسة عبر المنصات تكون لخدمة مصالحهم الحزبية، أو لترويج لمواقفهم وبرامج الانتخابية بدلا من فتح حوار حقيقي حول القضايا العامة، وهذا ما يضعف من التفاعل معها ويقلل من فرص التأثير على تشكيل المواقف السياسية.

2- غياب التفاعل الحقيقي مع الجمهور: يستخدم العديد من السياسيين منصة الفيسبوك لفتح نقاشات سياسية بشكل شكلي، دون التفاعل الحقيقي مع متابعيهم، وهذا ما يفقد الحوار الانتشار والتأثير، وقد يرجع السبب إلى تجنب الانتقادات والمساءلة، حيث التفاعل الحقيقي يعرض السياسيين لنقد مباشر من الجمهور، استخدام منصة الفيسبوك كأداة ترويجية فقط، حيث يتم من خلالها نشر البيانات والاعلان عن انجازاتهم، دون فتح باب للنقاش، خاصة أن العديد منهم يعتمدون في إدارة حساباتهم على شباب ليس لديهم خبرة في التفاعل السياسي، فغياب التفاعل الحقيقي أثناء النقاشات السياسية عبر الفيسبوك يؤثر سلبا على عملية تشكيل مواقف سياسية لدى المستخدمين.

3- جمود الخطاب السياسي الرسمي: ما يشير إلى أحد أبرز أسباب ضعف تأثير السياسيين في تشكيل مواقف سياسية لدى أفراد عينة الدراسة، فغالبا ما تتسم النقاشات السياسيين عبر منصة الفيسبوك بالجمود فالكثير منهم لازال متمسك بأساليب الاتصال التقليدية التي لا تتسجم مع طبيعة مستخدمي الفيسبوك، وغياب التلقائية والجرأة في تناول المواضيع خوفا من الوقوع في الأخطاء أو إثارة الجدل، بالإضافة إلى القيود المؤسسية والسياسية، ففي بعض السياقات يكون السياسي مقيدا بخط حزبي يمنعه من التفاعل بتلقائية مع المتابعين، وبالتالي جمود الخطاب السياسي الرسمي، الذي يتسم بالمزج بين التحفظ السياسي، والافتقار لمهارات التواصل الاجتماعي، مما يجعله أقل قدرة على جذب تفاعل الشباب أو الفئات الناشطة رقميا، وأقل تأثير في تشكيل مواقف سياسية لدى أفراد عينة الدراسة.

وبالتالي يمكننا القول النقاشات السياسية على الفيسبوك والتي يقودها الأفراد الذين يتميزون بمستويات عالية من التأثير والتواصل داخل المواقع الاجتماعية، على رأسها الفيسبوك، والذين يستفدون من مواقعهم لتمرير رسائل سياسية، لديهم فعالية أكثر في التأثير على المستخدمين بشكل كبير، وتشكيل مواقفهم السياسية، هذا ما يعزز أهمية الفيسبوك في التأثير على الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين - عينة الدراسة-.

- المحور السادس: العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة

- عرض نتائج الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الطالب الجامعي الفيسبوك وزيادة المعرفة السياسية، وتكوين القيم السياسية.

الجدول رقم (54): العلاقة الارتباطية بين معدل الاستخدام وزيادة المعرفة السياسية وتكوين القيم السياسية

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الاستخدام	0.72	0.01 دال
زيادة المعرفة السياسية وتكوين القيم السياسية		

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (54) باستخدام معامل الارتباط بيرسون أن هناك علاقة ارتباطية ودالة إحصائية بين استخدام الطالب الجامعي لموقع الفيسبوك بغرض الاطلاع على الأخبار السياسية واهتمامه بالمضمون السياسي من جهة، وبين زيادة المعرفة السياسية وتكوين القيم السياسية من جهة أخرى، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.72) عند مستوى دلالة 0.01.

وتدل هذه النتيجة على أن كلما ارتفع معدل استخدام الطلبة للفيسبوك لمتابعة القضايا السياسية وازداد اهتمامهم بالمضامين السياسية، ارتفع مستوى معرفتهم السياسية وتبلورت لديهم قيم سياسية أكثر وضوحاً، وهذا ما تطرحه نظرية الاستخدامات والإشباع من أن الأفراد يسعون إلى الوسائل الإعلامية لتحقيق حاجاتهم المعرفية والسياسية.

- عرض نتائج الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاستخدام و تبني

سلوك سياسي.

الجدول رقم (55): العلاقة الارتباطية بين دوافع الاستخدام و تبني سلوك سياسي

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
دوافع الاستخدام	0.68	0.01 دال
تبني سلوك سياسي		

المصدر: من إعداد الباحثة نتائج برنامج spss (v22) اعتماداً على مخرجات الدراسة الميدانية

يبين لنا الجدول أعلاه صحة الفرضية فيما يخص العلاقة بين دوافع الاستخدام و تبني سلوك سياسي، حيث أظهرت النتائج باستخدام معامل الارتباط بيرسون إلى وجود علاقة ارتباطية بين دوافع الاستخدام و تبني سلوك سياسي دالة عند 0.01، وفي ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع تفسر هذه العلاقة التي ترى أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لتحقيق أهداف وحاجات محددة، وأن هذه الاستخدامات تسهم في تشكيل اتجاهاتهم وسلوكهم السياسي، كون الفيسبوك يعتبر منصة فاعلة في تنمية الوعي والمشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

النتائج العامة للدراسة

- النتائج العامة للدراسة:

قسمنا نتائج الدراسة حسب تسلسل المحاور المعتمدة في بناء استمارة الدراسة، التي تعكس جملة التساؤلات الفرعية عن الإشكالية المعتمد عليها في بناء الدراسة.

1- المحور الأول: أنماط وعادات استخدام الطلبة لمنصة الفيسبوك:

- تبين من خلال نتائج الدراسة، أن 43.42% من المبحوثين وهي أعلى نسبة، يستخدمون الفيسبوك لأكثر من 6 سنوات، وهذا ما يعكس قوة العلاقة بين المستخدم ومنصة الفيسبوك، وخبرتهم في استخدام والتعامل معها.

- 57.89% من عينة يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة، وهذا ما يؤكد أولاً على شعبية هذه المنصة، وعلى أن المجتمعات الإنسانية والعلاقات الاجتماعية في عالمنا الحديث أصبحت مرتبطة بالعالم الافتراضي، أكثر من عالمنا الواقعي، وبالتالي استخدام الفيسبوك أصبح جزء من الروتين اليومي، وعادة استهلاكية تواصلية.

- غالبية المبحوثين أي 65.78% ليس لديهم وقت مفضل لاستخدام منصة الفيسبوك، وهذا ما يعكس الاستخدام المستمر للمنصة، والدرجة العالية من تغلغلها في حياتنا اليومية. بحيث أزيد من 46% من عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك أكثر من 6 ساعات، لدرجة أن استخدامه تحول من موقع ترفيهي إلى فضاء تفاعلي دائم.

- أكدت نتائج الدراسة أن استخدام الفيسبوك أصبح أكثر تحرر من القيود المكانية، حيث أن 63.15% من عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك في أي مكان، وهذا بفضل الانتشار الواسع للهواتف الذكية المزودة بشبكات الجيل الرابع والخامس، مما يعكس دورها كأدوات أساسية للتفاعل الرقمي لدى المبحوثين.

2- المحور الثاني: دوافع الاستخدام والاشباع السياسية المحققة للطلبة نتيجة استخدام

منصة الفيسبوك:

- تنوعت طبيعة دوافع عينة الدراسة في استخدامها للفيسبوك والاشباع المحققة حيث أن منصة الفيسبوك بالنسبة لأغلب المبحوثين، تمثل أداة رئيسة للتواصل مع الأصدقاء، وذلك بنسبة 78.94%، ومنصة للتسلية والترفيه بنسبة مئوية قدرت ب 73.68%، ثم وسيلة مهمة للتعليم والتثقيف بنسبة قدرت ب 52.63%، وهذا ما يؤكد على أن المبحوثين هم أفراد فاعلين نشطين يختارون الوسيلة والمحتوى التي تشبع حاجاته الخاصة.

- بينت نتائج الدراسة تصدر المواضيع الاجتماعية والسياسية لسلم اهتمام المستخدمين الذي تم استجوابهم، وبنسبة تجاوزت 60%، ثم المواضيع الخاصة بالتسلية والترفيه التي جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرت ب 57.89%، وهذا ما يشير إلى أن منصة الفيسبوك تعد فضاء متعدد الأبعاد من حيث الاستخدامات، مع أولوية واضحة للبعد الاجتماعي والسياسي والترفيهي.

- عبر أغلب المبحوثين بميلهم لمتابعة المضامين السياسية بنسبة قدرت ب 53.63% مثلتها 200 مفردة، وهذا ما يوضح أن الفيسبوك يمثل منصة رئيسية لاستهلاك المضامين السياسية، ومصدر رئيسي لمتابعة الأخبار السياسية ومعرفة المستجدات في الساحة السياسية.

- أظهرت نتائج الدراسة أن النسبة الكبيرة من أفراد عينة الدراسة يقرون بأهمية المنشورات السياسية التي يتعرضون لها عبر الفيسبوك، بنسبة 45.52%، وذلك بدرجة كبيرة، تلاها ما يعادل 41.31% عن الأهمية المتوسطة لهذا النوع من المحتوى، ما يعكس مكانة الفيسبوك كفاعل رئيسي في إنتاج وتداول المحتوى السياسي.

- عبرت غالبية المبحوثين أن نوعية المواضيع السياسية التي تثير اهتمامهم أثناء استخدام موقع الفيسبوك هي المواضيع السياسية الوطنية بما يعادل 78.68%، في حين نالت المواضيع العربية المرتبة

الثانية بنسبة مئوية قدرت ب 50.52%، ثم تاليها المواضيع الدولية بنسبة 31.57%، فعلى الرغم من تزامن الطرح السياسي عبر الفيسبوك المحلي والعربي والدولي، إلا أننا استنتجنا أن هناك أولوية للقضايا السياسية الوطنية لدى أفراد عينة الدراسة، في التفاعل السياسي الرقمي، ما يعكس التوجه إلى محلية الثقافة السياسية الرقمية، مع وجود انفتاح نسبي على القضايا السياسية العربية، وهذا ما يوضح البعد القومي والإقليمي في الانشغالات السياسية للطلبة الجامعيين -عينة الدراسة-.

- كشفت الدراسة أن أنواع المنشورات السياسية المفضلة لدى المبحوثين، تتمثل في النصوص القصيرة، وذلك بنسبة مئوية قدرت ب 65.52%، تليها الفيديوهات بنسبة 48.94%، ثم الصور والفيديوهات الساخرة بنسبة 41.57%، ما يوضح ميل المبحوثين نحو استهلاك محتوى سياسي البسيط والسريع، بدلا من الإطالة والتحليل، وإلى المحتوى الذي يعتمد على التأثيرات البصرية من (نص، صوت، وصورة)، والمحتوى الساخر البعيد عن الجدية والعمق.

- أظهرت نتائج الدراسة أن تفضيل أفراد العينة لاستخدام الفيسبوك لمتابعة المستجدات السياسية يعود سببه إلى سرعة نقل الأخبار وتحديثها بنسبة قدرت ب 58.94%، تليها جرأة الطرح 51.57%، ثم الاهتمام بالرأي الآخر 43.94%، وأخيرا اعتباره وسيلة لنقل الواقع السياسي بمصادقية بنسبة 42.89%، وهذا ما يوضح الاستخدام البراغماتي من قبل المبحوثين لمنصة الفيسبوك، مما يشير إلى تحول في سلوك المستخدم عامة، من الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية التي تنتم أحيانا بالبطء أو الرقابة، إلى منصات تفاعلية تحقق الاستجابة الفورية لاحتياجاته المعرفية.

- أوضحت نتائج الدراسة أن دافع متابعة أفراد عينة الدراسة الصفحات السياسية عبر الفيسبوك، هو تحقيق إشباع معرفي سياسية بنسبة مئوية قدرت ب 68.68%، والاطلاع على الأخبار السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 50%، ثم نشر ومشاركة الأصدقاء مواضيع وقضايا سياسية بنسبة 44.47%،

وهذا ما يؤكد أن منصة الفيسبوك أصبحت أداة فعالة في تعزيز المعرفة السياسية من خلال تمكين مستخدميها من الوصول إلى المعلومات السياسية، والانخراط في النقاشات، وصياغة الرأي العام.

- أظهرت نتائج الدراسة أن الدافع الأساسي وراء توجه الطلبة لاستخدام الفيسبوك يتمثل في اعتباره فضاء للتعبير بحرية حول القضايا السياسية بنسبة 65.26%، يليه فتح النقاش حول القضايا المهمة بنسبة 53.15%، ثم الخروج من دائرة الصمت والتهميش الإعلامي لبعض القضايا ذات الأولوية بنسبة 49.73%، وهذا ما يوضح العلاقة التفاعلية بين المنصة والمستخدم، بحيث لم يعد مجرد مستقبل ومستهلك للمعلومة وإنما صانع للمحتوى السياسي.

3- المحور الثالث: مساهمة الفيسبوك في زيادة المعرفة السياسية للطلاب الجامعي.

- أوضحت نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة يتعاملون مع المحتوى السياسي عبر الفيسبوك بانتقائية عند اختيار الأخبار والمعلومات السياسية بنسبة 54.47%، بينما يعتمد 28.94% على الانتقاء الحذر للأخبار السياسية، في حين لا تتجاوز نسبة من يأخذون المعلومة السياسية بثقة كاملة 16.57%، ما يعكس محدودية الثقة المطلقة في المحتوى السياسي المنشور عبر الفيسبوك.

- كشفت نتائج الدراسة أن طبيعة المعلومات السياسية التي يتلقاها أفراد العينة عبر الفيسبوك تتركز أساساً في اللقاءات المباشرة للساسة 68.94%، تليها الأخبار السياسية العاجلة 65.78%، ثم منشورات قادة الرأي المؤثرين 28.42%، وهو ما يعكس دور الفيسبوك كمنصة رئيسية للوصول إلى المعلومات السياسية المباشرة والفورية.

- أظهرت نتائج الدراسة أن أبرز دوافع الطلبة الجامعيين للانخراط في الصفحات السياسية عبر الفيسبوك يتمثل في التعبير بحرية مطلقة عن الرأي بنسبة 71.57%، تليه مناقشة المواضيع التي تمنع من الطرح في وسائل الإعلام بنسبة 65.52%، في حين جاء تكوين رأي شخصي تجاه القضايا السياسية

النتائج العامة للدراسة

في المرتبة الأخيرة بنسبة 26.05%، وهذا ما يفسر بأن الفيسبوك يتيح حرية للمستخدم للتعبير والنقاش أكثر من كونه أداة لتشكيل المواقف الفردية.

- كشفت نتائج الدراسة أن الإشباع الأساسي الذي حققه أفراد العينة من خلال مشاركة أصدقاء الفيسبوك للمنشورات السياسية يتمثل في متابعة آخر المستجدات السياسية بالجزائر بنسبة 71.05%، يليه الحصول على مزيد من المعلومات حول الوضع السياسي بنسبة 51.05%، ثم التعرف على وجهات النظر المختلفة بنسبة 43.15%، وهو ما يؤكد أهمية الفيسبوك كمنصة لإثراء المعرفة السياسية وتعدد مصادرها.

- كشفت نتائج الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة 61.31% استفادوا من استخدام الفيسبوك في التعرف على أسماء الشخصيات والقيادات السياسية، في حين لم يستفد نحو خمسهم (21.05%)، بينما عبر 17.63% عن استفادة محدودة. ويعكس ذلك أهمية الفيسبوك كمنبر للتعريف بالفاعلين السياسيين لدى عينة الدراسة.

- أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يركزون في متابعتهم عبر الفيسبوك على الشخصيات السياسية الجزائرية بنسبة 67.10%، تليها الشخصيات السياسية العربية بنسبة 61.31%، ثم الشخصيات السياسية العالمية بنسبة 31.05%، هذا ما يعكس أولوية الاهتمام بالشخصيات السياسية الوطنية والعربية مقارنة بالشخصيات العالمية لدى أفراد العينة.

- أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة 73.70% استفادوا بشكل كبير من استخدام الفيسبوك في معرفة أسماء المؤسسات السياسية، مقابل 8.68% استفادوا بدرجة قليلة، و17.63% لم يستفيدوا من ذلك، مما يدل على أن الفيسبوك لا يستخدم فقط للتواصل الاجتماعي، بل أصبح أداة استراتيجية في ترسيخ أسماء المؤسسات السياسية لدى الطلبة أفراد عينة الدراسة.

النتائج العامة للدراسة

- كشفت نتائج الدراسة أن ما نسبته 46.84% من أفراد العينة تعرفوا على مؤسسات سياسية رسمية عبر متابعة المنشورات السياسية على الفيسبوك، بينما 38.42% تعرفوا على الأحزاب السياسية سواء الموالية للسلطة أو المعارضة، وهذا ما يشير إلى دور الفيسبوك في تعريف الطلبة بالمؤسسات الرسمية والأحزاب السياسية وتعزيز معارفهم السياسية، كما أشار 28.15% إلى معرفتهم بالهيئات الدولية، مما يشير إلى أن الفيسبوك أصبح يلعب دورا انتقائيا في تشكيل المعارف السياسية، إذ تصدر المؤسسات الرسمية والمشاركة الحزبية المشهد الرقمي، بينما تبقى المنظمات المدنية والهيئات الدولية في مراتب أقل رغم أهميتها.

- كشفت نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة 66.57% استفادوا بدرجة كبيرة من المنشورات السياسية عبر الفيسبوك في التعرف على الأدوار التي تقوم بها المؤسسات السياسية، بينما عبر 23.68% عن عدم استفادتهم، و9.73% عن استفادة ضعيفة، مما يعكس فعالية المنصة كوسيط لتحقيق الإشباع المعرفي بخصوص الأدوار التي تقوم بها المؤسسات السياسية لدى الطلبة الجامعيين -عينة الدراسة-، وبالتالي زيادة المعرفة السياسية وتعزيز وعي المستخدمين سياسيا.

- أظهرت نتائج الدراسة أن الدور الإخباري للمؤسسات السياسية احتل المرتبة الأولى بنسبة 50.78%، يليه الدور التثقيفي بنسبة 27.63%، ثم الدور التواصلية بنسبة 26.84%، وتعزى هذه النتائج إلى الاستخدام المكثف للفيسبوك والتعرض المستمر لمنشورات الصفحات السياسية، إلى جانب حرص المؤسسات السياسية على إنشاء صفحات خاصة بها لتعزيز التواصل مع الجمهور.

4- النتائج المتعلقة بالمحور الرابع: مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز القيم السياسية لدى أفراد عينة

الدراسة:

- بينت الدراسة ونتائجها أن الغالبية الكبرى من أفراد العينة 89.47% يرون أن الفيسبوك يتيح لهم التعبير بحرية عن آرائهم السياسية، في حين اعتبر 7.10% أن استفادتهم من هذه الحرية قليلة،

النتائج العامة للدراسة

و3.42% فقط صرحوا بعدم استفادتهم مطلقاً، وهو ما يؤكد الدور المحوري للفيسبوك كمنصة للتعبير السياسي الحر بين الطلبة الجامعيين.

- أظهرت نتائج الدراسة أن أساليب التعبير السياسي التي يعتمد عليها أفراد العينة عبر الفيسبوك تتسم بالتنوع، حيث احتلت التفاعلات المرتبة الأولى بنسبة 60.78%، تلاها أسلوب التعليق بنسبة 45.78%، ثم مشاركة الآراء عبر الحسابات الخاصة بنسبة 41.84% مما يشير أن الفيسبوك موقع فعال للتفاعل مع المحتوى السياسي، من خلال إتاحة أساليب متعددة للتعبير عن الرأي السياسي، سواء من خلال التفاعل غير المباشر أو المباشر مما يتيح للفرد أن يكون فاعلاً سياسياً.

- كشفت نتائج الدراسة أن تجسيد أفراد العينة لقيمة حرية الرأي والتفكير عبر الفيسبوك اتخذ أشكالاً متعددة، حيث تصدر التعبير عن الآراء السياسية الشخصية المرتبة الأولى بنسبة 52.89%، تلاه انتقاد الممارسات القمعية بنسبة 49.73%، ثم الدفاع عن حرية تعبير الآخرين بنسبة 45.52%، وهذا ما يشير إلى أن الفيسبوك أداة فعالة لتعزيز حرية الرأي والتفكير لدى عينة الدراسة من خلال تعزيز ممارسات الحرية الفردية.

5- النتائج المتعلقة بالمحور الخامس: تأثير استخدام الفيسبوك على السلوك السياسي لدى الطالب الجامعي.

- أوضحت نتائج الدراسة أن ما نسبته 46.84% لم تساعدهم هذه المنشورات في الانضمام إلى أي حزب سياسي، تلاها ما قدره 30,26% ساعدهم المحتوى السياسي في الانضمام إلى حزب سياسي لكن بدرجة قليلة، ويرجع عدم انخراط الطلبة في الأحزاب السياسية عبر الفيسبوك إلى ضعف استغلال هذه المنصات من طرف الأحزاب، مقابل تفضيلهم فضاء افتراضياً أوسع للتعبير بحرية.

- كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة بنسبة 71.31% لم يروا في منشورات الفيسبوك دافعاً للانضمام إلى جمعيات سياسية، مقابل أقلية محدودة شجعتها بدرجات متفاوتة، ويعزى ذلك إلى ضعف

ثقة الطلبة في جدوى هذه الجمعيات ومحدودية تأثيرها الواقعي، ما يجعلهم يفضلون النقاشات الحرة عبر المجموعات والصفحات على الانخراط في أطر تقليدية.

- أبرزت نتائج الدراسة أن البث المباشر عبر الفيسبوك ساعد الطلبة الجامعيين على حضور الاجتماعات الحزبية والمدنية افتراضيا، سواء بدرجة كبيرة (36.05%) أو محدودة (42.63%)، مما يدل على أن هذه الآلية الرقمية قربت الحياة السياسية من الطلبة وعززت التفاعل الآني، لكنها ظلت في الغالب شكلا من المتابعة الافتراضية أكثر من كونها مشاركة فعلية، وهو ما يرتبط بمصادقية المحتوى السياسي ومحدوديته والجهات القائمة على البث.

- يتضح من نتائج الدراسة أن 46.31% من أفراد العينة أكدوا استفادتهم الكبيرة من الانخراط في المجموعات السياسية عبر الفيسبوك في المشاركة في الحملات الانتخابية، بينما رأى ما نسبته 41.05% أن الاستفادة كانت بدرجة قليلة، وهو ما يعكس دور الفيسبوك في تحفيز المشاركة السياسية الرقمية

- بينت نتائج الدراسة أن مشاركة أفراد العينة في الحملات الانتخابية عبر الفيسبوك تجلت في التعليق على المنشورات السياسية ومتابعة صفحات المرشحين أو الأحزاب بنسبة 54.21% لكل منهما، يليها دعم المرشحين وبرامجهم بنسبة 35.26%، ثم التصريح بالنية في التصويت بنسبة 30.78%، ما يشير إلى أن التفاعل الرقمي هو السلوك الأبرز مقارنة بالإفصاح المباشر عن المواقف الانتخابية.

- أظهرت نتائج الدراسة أن الفيسبوك حفز أفراد العينة على المشاركة في العملية الانتخابية من خلال عدة أساليب، حيث تصدر التفاعل مع المرشحين سلم الترتيب بنسبة 54.21%، يليه تأثير المؤثرين الرقميين بنسبة 51.05%، ثم تسهيل الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالعملية الانتخابية بنسبة 40.26%، والذي يشير إلى مساهمة الفيسبوك في خلق أساليب متنوعة ومتعددة للتحفيز في المشاركة السياسية.

النتائج العامة للدراسة

- أبرزت نتائج الدراسة أن الانخراط في المجموعات السياسية عبر الفيسبوك ساهم في تعزيز المشاركة في الحركات السياسية لدى عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة الاستفادة الكبيرة 54.73%، ما يعكس الأثر الواضح للفيسبوك في تحفيز المشاركة في الحركات السياسية.
- بينت نتائج الدراسة أن النقاشات السياسية عبر الفيسبوك تسهم في تشكيل المواقف السياسية لدى عينة الدراسة عبر نشر قادة الرأي لآرائهم بنسبة 52.10%، ثم من خلال عرض المثقفين لأفكارهم بنسبة 36.57%، يليها فتح الساسة لنقاشات محررة من الرقابة بنسبة 31.05%، وهذا ما يعزز أهمية الفيسبوك في التأثير على الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين عينة الدراسة.

- المحور السادس: العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة

- توجد علاقة ارتباطية ودالة إحصائية بين استخدام الطالب الجامعي لموقع الفيسبوك بغرض الاطلاع على الأخبار السياسية واهتمامه بالمضمون السياسي، وبين زيادة المعرفة السياسية وتكوين القيم السياسية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.72) عند مستوى دلالة 0.01.
- وجود علاقة ارتباطية بين دوافع الاستخدام وتبني سلوك سياسي دالة عند 0.01

توصيات واقتراحات

من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج نقترح في نهاية الدراسة بعض الحلول والتوصيات التالية:

1- إدماج التربية الإعلامية والرقمية في البرامج الأكاديمية التعليمية، من خلال وحدات دراسية متخصصة، تمكن الطلبة من تطوير مهارات التفكير النقدي في التعامل مع المحتوى السياسي المنشور على المنصات الرقمية.

2- اقتراح تدخلات تربوية وإعلامية لتعزيز الاستخدام الواعي للفيسبوك في النقاش السياسي بين الطلبة الجامعيين.

3- تعميق التحليل في دراسات لاحقة من خلال تصنيف المستخدمين حسب التخصص، الجنس، أو مستوى الانخراط السياسي.

4- القيام بدراسات مقارنة بين مختلف مواقع التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك، منصة X، إنستغرام،)، بهدف تحليل الفروقات في التأثير على تشكيل الثقافة السياسية لدى فئات عمرية مختلفة، باعتبار أن لكل موقع خصائص بنيوية وجمهوريا مميزة.

5- الاعتماد على أدوات تحليل كفي في البحوث القادمة لاستكشاف نوعية المحتوى السياسي المتداول عبر منصة الفيسبوك، ومدى مصداقيته وتأثيره على تنمية الثقافة السياسية لدى المستخدمين.

6- ضرورة استغلال الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي على رأسها الفيسبوك، بما يساعدهم في توسيع دائرة معارفهم العامة، والسياسية على وجه الخصوص، من أجل تنمية ثقافتهم السياسية.

خاتمة الدراسة

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة، التي سعت إلى كشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها منصة فيسبوك، في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، فيمكن القول أن التحولات التي شهدتها المجال الاتصالي بفعل الانتشار الواسع للتكنولوجيات الرقمية قد أفرزت أنماطا جديدة من إنتاج المعلومات السياسية وتداولها، كما أسهمت في إعادة تشكيل طبيعة العلاقة بين الفرد والشأن العام، وفتحت أمام الشباب الجامعي مجالات أوسع للاطلاع على القضايا السياسية والتفاعل معها.

فلم تعد هذه المنصات مجرد أدوات تقنية تستخدم للتواصل الاجتماعي، بل أصبحت فضاءات اتصالية متعددة الوظائف، تستوعب مختلف أشكال التعبير السياسي، وتوفر مساحات للنقاشات العامة. وفي هذا السياق، تكتسب دراسة علاقة منصة فيسبوك بالثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين أهمية خاصة، بالنظر إلى المكانة التي تحتلها هذه الفئة في المجتمع، باعتبارها من الفئات التي تتعامل مع الوسائط الرقمية، وتمتلك إمكانات معرفية وتعليمية يمكن أن تساعد على متابعة القضايا السياسية مناقشتها.

وانطلاقا من الإشكالية التي عالجتها الدراسة، ومن النتائج التي أفضى إليها العمل الميداني، يتضح أن منصة فيسبوك أصبحت تمثل أحد الفضاءات الرقمية التي يمكن أن تسهم في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، من خلال إتاحة فرص أوسع للوصول إلى المعلومات، ومتابعة الأحداث والتطورات السياسية. فقد مكنهم هذا الفضاء من تجاوز بعض القيود التي ارتبطت تقليديا بتلقي المعلومات عبر وسائل الإعلام ذات الاتصال الأحادي الاتجاه. ولم يعد الطالب الجامعي مجرد متلق للمعلومات السياسية، بل أصبح قادرا على التفاعل معها والتعليق عليها وإعادة نشرها.

وعليه تبرز أهمية هذا التحول في أن الثقافة السياسية لا تتشكل من خلال امتلاك المعلومات المتعلقة بالنظام السياسي ومؤسساته وقضاياه فحسب، بل تتكون أيضا من خلال التفاعل مع المضامين

السياسية، ومناقشة الأفكار المتداولة، وتكوين المواقف والاتجاهات إزاء القضايا العامة، ومن هذا المنطلق يمكن النظر إلى منصة فيسبوك بوصفها مجالا اتصاليا يتيح للطلاب الجامعي فرصا للاطلاع على المعارف السياسية وتوسيع أفقه المعرفي. لكن ومع ذلك، فإن الانتقال من مجرد التعرض للمعلومات إلى بناء معرفة سياسية يظل مرهونا بقدرة المستخدم على التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة، وربط الأحداث بسياقها، وعدم الاكتفاء بالتلقي السريع أو التفاعل الانفعالي مع المضامين المنشورة.

وفيما يتعلق بالبعد المعرفي للثقافة السياسية، تبرز أهمية فيسبوك في تسهيل الوصول إلى المعلومات السياسية وتداولها بسرعة، وإتاحة متابعة المستجدات الوطنية والدولية، والتعرف على التفسيرات المتعددة للأحداث والقضايا العامة، وقد أوجدت هذه الإمكانيات بيئة اتصالية تساعد الطلبة على تنويع مصادر اطلاعهم، وتفاعل مع المضامين لم تكن بالضرورة متاحة لهم بالقدر نفسه عبر وسائل الإعلام التقليدية، كما أن تنوع الصفحات والمجموعات ذات الاهتمام السياسي يتيح للمستخدمين فرصا للاطلاع مواقف متباينة، بما قد يساعد على بناء تصورات أكثر اتساعا عن الحياة السياسية.

غير أن القيمة المعرفية لا تتحد بسرعة تداول المعلومات أو كثرتها، وإنما تتوقف كذلك على جودتها ودقتها وعمقها، وعلى قدرة الطلبة على التحقق من مصادرها وتحليل مضامينها.

ومن جهة أخرى، تكشف دراسة الثقافة السياسية عن أهمية البعد القيمي في فهم طبيعة العلاقة بين الطلبة الجامعيين والفضاء الرقمي، فكما هو معلوم فإن الثقافة السياسية لا تقتصر على المعارف التي يمتلكها الفرد بشأن الشؤون السياسية، وإنما تشمل أيضا القيم التي يتبناها، والاتجاهات التي يطورها، والتصورات التي يحملها حول المشاركة السياسية، المواطنة، الهوية، والتعددية وحرية التعبير والعلاقة بين الفرد والمؤسسات السياسية، وفي هذا الإطار أتاحت منصة فيسبوك مجالا للتعبير عن المواقف والآراء، والمشاركة في النقاشات المرتبطة بالقضايا العامة، كما أن هذا التفاعل قد يساعد على ترسيخ تصور لدى

الطالب الجامعي مفاده أن الشأن السياسي ليس مجالا منفصلا عن الحياة اليومية، بل يرتبط بمختلف القضايا الاجتماعية والثقافية التي تمس مصالح الأفراد والجماعات.

أما على مستوى السلوك السياسي، فتبرز الدراسة ضرورة التمييز بين المشاركة السياسية الافتراضية والمشاركة السياسية المنظمة أو المؤسسة، بحيث وفرن منصة فيسبوك إمكانات للتعبير عن المواقف والتفاعل مع القضايا العامة، ومتابعة النقاشات السياسية، وهي ممارسات قد تمثل مدخل أولي للاهتمام بالشأن العام، إلا أن المشاركة الرقمية لا تتحل بالضرورة إلى مشاركة فعلية في الحياة السياسية، لاسيما عندما يتعلق الأمر بالانخراط في التنظيمات السياسية، أو المشاركة في المبادرات المدنية، وهذا ما يشير إلى أن المنصات الاجتماعية، على الرغم من قدرته على توسيع مجالات التعبير والتفاعل، لكنها لا تكفي وحدها لضمان الانتقال من الاهتمام إلى الفعل السياسي.

وفي ضوء هذه المعطيات، يمكن القول إن التحولات التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي، لا تعني بالضرورة تراجع المؤسسات الإعلامية التقليدية في تنمية الثقافة السياسية، بقدر ما تشير إلى إعادة توزيع الأدوار بين مصادر تكوين الثقافة السياسية من تقليدية وجديدة، وإن اختلفت طبيعة هذا الإسهام وحدوده.

وبناء على ما تقدم، يمكن التأكد أن منصات التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها فيسبوك تمثل أحد الفضاءات الاتصالية التي تستحق الدراسة في سياق التحولات التي تعرفها الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، فلم تعد الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي قابلة للفهم بمعزل عن التحولات التي يشهدها المجال الرقمي، كما لم يعد من ممكن تفسيرها بالاستناد إلى مصادر التثقيف التقليدية وحدها، فقد أصبحت هذه المنصات جزءا من البيئة التي يتشكل داخلها الوعي بالشأن العام، وتتداول من خلالها المعارف والآراء والقيم، وتتشكل أشكال جديدة من التعبير والتفاعل، لكن هذا لا يعني أن الثقافة السياسية

أصبحت رقمية التكوين بصورة كاملة، وإنما يدل على اتساع نطاق المصادر والفضاءات التي تسهم في تشكيلها، وعلاقة تزايد الحاجة إلى فهم العلاقة بين المعرفة السياسية والتفاعل الرقمي والممارسة الفعلية. وفي ضوء ذلك، تخلص الدراسة إلى أن فهم دور منصات التواصل الاجتماعي _فيسبوك_ في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين يظل مدخلا مهما لفهم التحولات التي يشهدها الاتصال السياسي في البيئة الرقمية، والتعامل مع هذا الدور بوصفه دورا متعدد الأبعاد، تتداخل فيه الامكانيات المعرفية والقيمية والسلوكية مع التحديات المرتبطة بالمصادقية والتضليل وطبيعة المشاركة. وعليه دراسة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي _فيسبوك_ و تشكيل الثقافة السياسية لا تتمثل في إصدار حكم مطلق بشأن إيجابيات المنصة أو سلبياتها، وإنما في فهم طبيعة الدور الذي يمكن أن تؤديه داخل منظومة تنمية الثقافة السياسية، وتحديد العوامل التي تعزز إمكاناتها المعرفية والتفاعلية، والحد من مخاطر استخدامها غير الواعي. وهو ما يجعل من الثقافة السياسية مجالا بحثيا متجددا يستدعي مواصلة الدراسة والتحليل، بالنظر إلى ما تشهده مواقع التواصل الاجتماعي من تغيرات مستمرة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المعاجم والقواميس:

1. إبراهيم أنيس، المعجم الوسيط، الجزء الثاني، (القاهرة: دار المعارف)، 1973.
2. ابن منظور أبو الفضل جمال الدين، لسان العرب، الجزء الثاني، (بيروت- لبنان: دار صادر، د.ت.).
3. أبو الفضل جمال الدين محمد بن منظور، لسان العرب، المجلد الأول، (بيروت-لبنان: دار صادر للنشر، د.ت.).
4. جبران مسعود، الرائد في اللغة، (بيروت، 1986).
5. معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، الطبعة 04، (2004).

الكتب:

1. إبراهيم إبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، (عمان -الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2009).
2. إبراهيم أبراش، علم الاجتماعي السياسي، مقارنة اسيتمولوجية، مكتبة الدار المنارة، غزة، (2001).
3. إبراهيم أبراشي، علم الاجتماع السياسي، د،ط، (فلسطين: دار الشروق للنشر والتوزيع 1998).
4. إبراهيم محمد علي مرجونة، الحجاز في العصر الإسلامي، ط1، (مصر: دار التعلم الجامعي، د.ت.).
5. أبو أصبع صالح خليل، استراتيجيات الاتصال وتأثيراته، ط1، (الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005).
6. إحسان محمد الحسن، علم الاجتماعي السياسي، (الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 2005).
7. أحمد بدر، الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياس دوره في السياسية العامة، (القاهرة: دار غريب للطباعة، د.ت.).
8. أحمد علي كنعان، أدب الأطفال والقيم التربوية، (دمشق - سورية: دار الفكر، 1995).
9. أحمد عمر، البحث العلمي مفهومه إجراءاته ومناهجه، د.ب، (1994).
10. أحمد فؤاد رسلان، نظرية الصراع الدولي، هيئة الكتاب، (القاهرة، 1986).

قائمة المصادر والمراجع

11. أرماني وميشال متلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين العياضي والصادق رابح، ط1، (لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005).
12. أسامة عبد الرحمن، دور الشباب في التنمية الشاملة، (الوحدة العربية: مركز الدراسات، 2019).
13. إسماعيل حسن محمود، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003.
14. الإعلام الاجتماعي والحراك المدني: تأثير فيسبوك وتويتر، تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار الثاني، 2011.
15. إلياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، (عمان - الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون، 2014).
16. إلياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، (عمان - الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون، 2014).
17. أماني محمد طه، فاروق جعفر عبد الحكيم، تربية المواطنة بين النظرية والتطبيق، (القاهرة - مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 2013).
18. أمين عواد مشاقبة، هشام الخلايلة، الإصلاح السياسي والمشاركة السياسية في الأردن، (عمان: منتدى الفكر العربي، 2016).
19. انتهاك الخصوصية الرقمية في الصحافة - المهنية الصحفية والحياة الشخصية -، د.ط، (القاهرة: مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، 2017).
20. إيمان أحمد يوسف، تقنيات التكنولوجيا الحديثة (وسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي)، ط1، (الأردن: دار ابن النفيس للنشر والتوزيع، 2021).
21. إيمان محمد محسن، وظائف الأحزاب السياسية في نظم التعددية المقيدة دراسة حالة التجمع في مصر، (مصر: مؤسسة الأهلي للنشر والتوزيع، 1995).
22. إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، (مصر: العربي للنشر والتوزيع، 2016).

قائمة المصادر والمراجع

23. باسم الزبيدي، الثقافة السياسية الفلسطينية، د.ط (رام الله، فلسطين: المؤسسة الفلسطينية لدراسة الديمقراطية، 2003).
24. بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، (عمان - الأردن: دار أسامة، 2011).
25. بلال خلف السكارنة، أخلاقيات العمل، ط1، عمان - الأردن: دار المسيرة، 2009.
26. تلا حلاوة، صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية، (مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت)، 2015.
27. ثامر كامل محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، دراسة معاصرة في إستراتيجية إدارة السلطة، ط1، (الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2004).
28. ثامر كامل محمد الخزرجي، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، -دراسة معاصرة في استراتيجية إدارة السلطة، الطبعة الأولى، الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2004 .
29. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم، ط1، (الأردن: الدار المنهجية للنشر والتوزيع، 2015).
30. جمال السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيس بوك، ط4، (الإمارات: مركز الإمارات للدراسات والبحوث)، 2014.
31. جهينة العيسى، كلثوم غانم، علم الاجتماع، ط1، (دمشق - سوريا: الأهل للطباعة والنشر والتوزيع، 2000).
32. حازم الحمداني، الإعلام الحربي والعسكري، (عمان - الأردن: دار أسامة، 2010).
33. الحافظ سعيد، المواطنة حقوق وواجبات، (الجيزة - مصر: مركز باعت للدراسات القانونية والدستورية، 2007).
34. حسن أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، (مصر: النخبة للنشر والتوزيع، 2017).
35. حسن عماد مكاوي: نظريات الإعلام، ط1، (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، 2000).
36. حسني نصر، وسائل الإعلام الجديدة: أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج للصحافة الإلكترونية، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2013).
37. حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، (عمان - الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015).

قائمة المصادر والمراجع

38. الحسين وآخرون، التنمية السياسية ودورها في الاستقرار السياسي في دولة الكويت خلال فترة 2000، (الأردن: دار المنظومة الرواد في قواعد المعلومات العربية، 2019).
39. حليم بركات، المجتمع في القرن العشرين-بحث في تغير الأحوال والعلاقات، د.ط، (بيروت-لبنان: مركز الدراسات العربية، 2000).
40. حيان ديب: تحليل البيانات، (سورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2018).
41. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، (عمان-الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013).
42. دافيد باتريكهوتون: ترجمة ياسمين حداد، علم النفس السياسي، (بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2015).
43. راسل جاكوب، ترجمة فاروق عبد القادر، نهاية اليوتيبيا السياسية والثقافة في زمن اللامبالاة، د.ط، (كويت: علم المعرفة، 2001).
44. رضا أمين، النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني، ط1، (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2007).
45. رضا عكاشة، تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في المنصات الرقمية، (كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، دت).
46. ريتشارد داوسن، وآخرون، ترجمة مصطفى عبد الله أبو قاسم خشيم، ومحمد الزاهي المغربي، التنشئة السياسية - دراسة تحليلية-، ط1، (بنغازي: جامعة قاريونس، 1990).
47. ريمون كفي وفان كمبنهود لوك، تعريب يوسف الجباعي، دليل الباحث في العلوم الاجتماعية، (بيروت-لبنان، المكتبة العصرية، 1997).
48. ستيفن دي تانسي، ترجمة رشا جمال، علم السياسة الأسس، ط1، (بيروت: لشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2012).
49. سعد آل سعود، الاتصال والإعلام السياسي، ط1، (الرياض: دار الكتاب الحدث للتوزيع، 2010).
50. سعد سعيديون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2012.

قائمة المصادر والمراجع

51. سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، (الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2020).
52. سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1، (دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2019).
53. سعود البشر محمود، مقدمة في الاتصال السياسي، (الرياض، مكتبة العبيكان للنشر، 1997).
54. سعود الهلال الحربي، التربية والقيم السياسية، ط1، (الكويت: دار الناشر المتميز، 2002).
55. سعيد إسماعيل صيني، قواعد أساسية في البحث العلمي، د.ط، (بيروت- لبنان: مؤسسة الرسالة، 1994).
56. سمير العبدلي، ثقافة الديمقراطية في الحياة السياسية لقبائل اليمن (دراسة ميدانية)، ط1، (بيروت-لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية، 2007).
57. سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم -دراسة ميدانية لطلاب مدارس الثانوية- ط1، (القاهرة- مصر: إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2004).
58. سمير عبدلي، ثقافة الديمقراطية في الحياة السياسية لقبائل اليمن، (بيروت-لبنان: مركز الدراسات الوحدة العربية، 2007).
59. سمير محمد حسين، الإعلام دراسات في مناهج البحث العلمي، ط3، (القاهرة: عالم الكتب، 2006).
60. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط3، (القاهرة: عالم الكتب)، 1999.
61. شفيق حسنين، مواقع التواصل الاجتماعي، (القاهرة: دار الفكر، 2014).
62. صلاح قنصوه، نظرية القيمة في الفكر المعاصر، (لـقـاهـرة-مصر: دار الثقافة، 1981).
63. طه حميد حسن العنبيكي، نرجس حسين زاير العقابي، أصول البحث في العلوم السياسية، ط1، (دار الأمان، الرباط: 2015).
64. عادل بن عبد القادر المكينزي، الإعلام الرقمي وسبل مواجهة الإرهاب، (الرياض -السعودية: دار جامعة الملك سعود للنشر، 2019).

قائمة المصادر والمراجع

65. عامر إبراهيم قندلجي، ايمان السمرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي، (عمان: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008).
66. عامر إبراهيم قندلجي، منهجية البحث العلمي، (الأردن، دار البازوري للنشر والتوزيع: 2013).
67. عبد الرحمن حمدي عبد المجيد، الأحزاب السياسية ودورها في تعزيز الثقافة السياسية والديمقراطية، (مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع، 2018).
68. عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون، ط1، (عمان، دار البازوري)، 2016.
69. عبد الغفار رشاد القسبي، الاتصال والتنمية السياسية، ط1، (البحرين: معهد البحرين للتنمية السياسية، 2008).
70. عبد الكافي، إسماعيل عبد الفتاح، معجم مصطلحات عصر العولمة: سياسية، اقتصادية، اجتماعية، نفسية، إعلامية، (القاهرة- مصر: الدار الثقافية للنشر 2004).
71. عبد الله رشدان، اجتماع التربية، د.ط، (عمان- الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999).
72. عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، ط1، (عمان-الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع)، 2014.
73. عبد الله محمد عبد الرحمن، علم الاجتماع السياسي النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، ط 1، (بيروت- لبنان: دار النهضة العربية، 2001).
74. عبد النبي عبد الله الطيب، الإعلام والتنمية مشكلات وقضايا، ط1، (الهرم، القاهرة- مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014).
75. عبيدة صبطي، الإعلام الجديد والمجتمع، د.ط، (مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع، 2018).
76. عدنان أحمد مسلم، آمال صالح عبد الرحيم، دليل الباحث في البحث الاجتماعي، (العبيكان للنشر، 2011).

قائمة المصادر والمراجع

77. عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحمان صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، ط1، (عمان: دار الرضوان للنشر والتوزيع، 2014).
78. علي الدين هلال ونفين مسعد، النظم السياسية العربية، قضايا الاستمرار والتغيير، ط2، (بيروت-لبنان: مركز الدراسات الوحدة العربية، 2002).
79. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، (عمان-الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014).
80. وسام فاضل مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، (الإمارات العربية المتحدة- لبنان: دار الكتاب الجامعي، 2017).
81. علي عبد الفتاح، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، (عمان- الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر، 2019)، ص124.
82. علي غربي وآخرون، تنمية المجتمع من التحديث إلى العولمة، ط1، (القاهرة-مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003).
83. علي لفته العيساوي، الفيسبوك الوطن البديل للشباب وأثره السلبي على الشباب العراقي، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، النجف الأشرف، (2021).
84. علي محمد شمش، العلوم السياسية، (ليبيا: الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع، 1997).
85. عماد عبد الغني، منهجية البحث في علم الاجتماع، الإشكاليات، التقنيات، المقاربات، (بيروت لبنان، دار الطليعة للطباعة والنشر، 2007).
86. عوكي اوليخ، فيسبوك للجميع، ط1، (بيروت-لبنان: الدار العلمية للعلوم ناشرون، 2009).
87. العيد الطيب عبد القادر أحمد، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام - دراسة الحالة السياسية في المجتمعات العربية-، ط1، (عمان- الأردن: دار البداية للنشر والتوزيع، 2017).
88. غابريال ألموند، بنجهامباويل، ترجمة هشام عبد الله، السياسيات المقارنة في وقتنا الحاضر نظرة عالمية، ط1، (الأردن: الدار الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، 1998).
89. غالب كاظم جياذ الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة-ووسائل متجددة، ط1، (عمان- الأردن، أمجد للنشر والتوزيع، 2017).

90. فايد العليوي، الثقافة السياسية ف دول مجلس التعاون الخليجي، د.ط، رؤية تركية، (2015).
91. فرج عبد القادر طه، أصول علم النفس الحديث، ط3، (القاهرة: عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، 1999).
92. فهد إبراهيم الحبيب، تربية المواطنة: "الاتجاهات المعاصرة في تربية المواطن"، جامعة الملك سعود، (د.ت).
93. فؤاد يوسف قزانجي، السلطة الخامسة، د.ط، (بغداد- العراق: دار الشؤون الثقافية العامة)، 2007.
94. قزادري حياة، الصحافة والسياسية، (الجزائر: مؤسسة طاكسيج كوم للنشر، 2008).
95. كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، النسخة الإلكترونية، (سورية، الجامعة الافتراضية السورية، 2020).
96. كمال المنوفي، مفهوم الثقافة السياسية -دراسة نظرية تأصيلية- مفاهيم الأسس العلمية للمعرفة، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية، 2008، د.ب.
97. لؤي الزغبى، الإعلام والاتصال الإلكتروني، (سورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020).
98. ليلي أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، (عمان، الأردن: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2012).
99. ليندا كولز، ترجمة أحمد المغربي، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، (القاهرة- مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2016).
100. مارك بالنافر ستيفاني هيميلرمك، بريان شوسميث، ترجمة د.عاطف حطيبة، د.منال أبو الحسن، نظريات ومناهج الإعلام، (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2017).
101. مالك بن نبي، ترجمة عبد الصبور شاهين، مشكلة الحضارة مشكلة الثقافة، ط1، (سوريا: دار الفكر، 1984).
102. ماهر عودة الشمايلة، وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، (عمان -الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015).

قائمة المصادر والمراجع

103. مجموعة من المؤلفين، شباب اليوم في ظل المواطنة وأزمة الهوية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، (برلين 2019).
104. محمد أحمد محمود إبراهيم، القيم الاجتماعية كما تعكسها ثورة كربلاء، (العراق: مركز الأبحاث العقائدية، 2012).
105. محمد الخضر، عبد الحمدي خليل، مناهج البحث العلمي، (سورية: الجامعة الافتراضية السورية، 2020).
106. محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، طبعة إلكترونية ثانية، (الرياض: مكتبة العبيكان للنشر، 2017).
107. محمد توفيق سلام، التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، (القاهرة- مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015).
108. محمد سالم دويل، ما هي سلبيات وإيجابيات الفيس بوك على الشباب والمجتمع، ط1، (دار السعد، 2022).
109. محمد سعد أبو عامود، النظم السياسية في ظل العولمة، ط1، (الإسكندرية- القاهرة: دار الفكر الجامعي، 2008).
110. محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، (القاهرة- مصر: مركز الأهرام للنشر والتوزيع، 2012).
111. محمد سيد ريان، الفيس بوك والثورة المصرية، (مصر: كتاب الجمهورية للنشر).
112. محمد شلبي، المنهجية في التحليل السياسي، ديوان مطبوعات الجامعة، الجزائر، 1997.
113. محمد عبد الحميد، المدونات والإعلام البديل، ط1، (مصر: علم الكتاب).
114. محمد عبد الواحد حجازي، الوعي السياسي في العالم العربي، ط1، (الإسكندرية- القاهرة: دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2007).
115. محمد علي شهيب، السلوك الإنساني في التنظيم، د.ط، (مصر: دار الفكر العربي، 1990).
116. محمد علي محمد، أصول علم الاجتماع، د.ط، (القاهرة- مصر: دار الجامعات المصرية، 1983).

117. محمد فوزي شهاب الدين، دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني، (البحرين: معهد البحرين للتنمية السياسية)، 2017.
118. محمد قيراط، أخلاقيات الممارسة الإعلامية وتزييف الوعي في عالم مضطرب، ط1، (كويت- الامارات- مصر - الأردن: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2021).
119. محمد محمود ربيع، إسماعيل صبري، موسوعة العلوم السياسية، (الكويت: جامعة الكويت، 1994).
120. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دط، (مصر: دار الفجر، 2004).
121. محمد يحيى الغوبقي، الشبكات الاجتماعية، (د.ب: مكتبة الكتب الإلكترونية، 2022).
122. محمود حسن إسماعيل، التنشئة السياسية -دراسة في دور أخبار التلفزيون، ط1، (القاهرة-مصر: دار النشر للجامعات، 1997).
123. محمود عودة، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، ط2، (الكويت: ذات السلاسل، 1989).
124. محي الدين مختار، محاضرات علم النفس الاجتماعي، د.ط، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية)، 1995.
125. مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي منصات للحرب الأمريكية الناعمة، ط1، (بيروت- لبنان، مكتبة مؤمن قريش، 2016).
126. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، ط1، (عمان- الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015).
127. معن خليل العمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، ط1، (عمان- الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2004).
128. مولود زايد الطيب، التنشئة السياسية دورها في تنمية المجتمع، ط1، (عمان- الأردن: المؤسسة العربية الدولية للتوزيع، 2001).
129. مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي -دراسة في موقع الفيسبوك-، (ألفا للوثائق، قسنطينة-الجزائر، 2015).

قائمة المصادر والمراجع

130. مي عبد الله، البحث في علوم الإعلام والاتصال من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية، (بيروت-لبنان: دار النهضة العربية، 2011).
131. هاشم أحمد العيسمي، أثر الإصلاح الاقتصادي على التنمية السياسية: دراسة مقارنة، المغرب والأردن 2001-2017، د.ط، (الأردن: دار المنظومة الرواد في قواعد المعلومات العربية، الأردن، 2019).
132. هيثم الهبي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ط1، (القاهرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014).
133. وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، (الخرطوم-السودان: مدونة شمس النهضة، 2010).
134. وسام فاضل مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، (الإمارات العربية المتحدة- لبنان: دار الكتاب الجامعي، 2017).
135. وليد رشاد زكي، نظرية شبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثودولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، سلسلة قضايا إستراتيجية، 2012.
136. يوسف المعلوف، وآخرون، المنجد في اللغة والإعلام، ط27، (بيروت-لبنان: دار المشرق، 1984).
137. يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، (عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015).

المقالات العلمية

1. إبراهيم قائد أحمد، استخدامات الطلبة اليمنيين للفيسبوك والإشباع المتحققة منه، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 9، العدد 26، (مارس 2017).
2. إبراهيم قلاوز، غربي محمد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 03، العدد 06، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشيري، تيسمسيلت، الجزائر، (ديسمبر 2018).

3. أحمد علي الدروبي، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الاجتماعية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 1، (يناير 2018).
4. أحمد محمد العايدي، قياس هيبة الدولة في ضوء القيم السياسية الحالة المصرية نموذجا (2015-2019)، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 25، العدد 03، (جويلية 2024).
5. أحمد محمد العايدي، قياس هيبة الدولة في ضوء القيم السياسية الحالة المصرية نموذجا (2015-2019)، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 25، العدد 03، (جويلية 2024).
6. أحمد محمد العايدي، قياس هيبة الدولة في ضوء القيم السياسية الحالة المصرية نموذجا (2015-2019)، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 25، العدد 03، (جويلية 2024).
7. أروى سعيد بني صالح، أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن المجتمعي والوطني في الأردن، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 36، (ماي 2021).
8. أروى سعيد بني صالح، أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن المجتمعي والوطني في الأردن، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 36، (ماي 2021).
9. الأزهر العقبي، نوال بركات، نمط العلاقات الاجتماعية في ظل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الحقيقي والافتراضي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، عدد 19، (جوان 2019).
10. أسعد بن ناصر بن سعيد الحسن، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، العدد (169) الجزء (3)، جامعة الأزهر، مصر، (جوان، 2016).
11. أسعد بن ناصر بن سعيد الحسين، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 169، (جويلية 2016).
12. إسعد زرهوني فايزة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر الفيسبوك أنموذجا، حوايات جامعة الجزائر 1، المجلد 34 العدد 03، (سبتمبر 2020).
13. إسعد فايزة زرهوني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر - الفيسبوك أنموذجا-، حوايات جامعة الجزائر 1، المجلد 34، العدد 03، الجزائر، (سبتمبر 2020).

قائمة المصادر والمراجع

14. أمين المشاقبة، دينا شقير، نظريات التنشئة السياسية والثقافة السياسية، مجلة الهرم عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، (2017).
15. أمينة خميس الظاهري، عائشة عبد الله النعيمي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للمرأة الكويتية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 21، العدد 01، الإمارات العربية المتحدة، (أفريل 2005).
16. إيمان محمد عيد عطية، وآخرون، تأثير منظومة القيم السياسية على الفكر والناتج المعماري في مصر، العدد 2، (أفريل 2022).
17. بشير معمريّة، التغيير في ارتقاء القيم لدى مجموعات عمرية مختلفة من الجنسين، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 15، دار الهدى، الجزائر، (جوان 2001).
18. بن حفاف سارة، حرية الرأي والتعبير في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 04، العدد 03، (سبتمبر 2019).
19. بن عمروش فريدة، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي " الفيسبوك " من قبل منظمات حقوق الإنسان لترقية المواطنة بالجزائر دراسة تحليلية-صفحة الفيسبوك الرسمية للجمعية الجزائرية لترقية المواطنة وحقوق الإنسان الجزائر-، ضمن أعمال ملتقى التربية على المواطنة وحقوق الإنسان، مركز جيل للبحث العلمي، لبنان، جويلية 2018.
20. تحالف اليونسكو العالمي لمكافحة العنصرية والتمييز، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، الدورة الحادية والعشرون بعد المائتين، باريس، (14-مارس-2025).
21. تنيو فاطمة الزهراء، الملاحظة: تقنية كثيرة الورد ونادرة التوظيف، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 13، العدد 01، (جوان 2020).
22. جلال عبد الله معوض، أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي، المستقبل العربي، العدد 55، (1983).
23. حسن أحجيج، تحديات الشبكات الاجتماعية الرقمية لنظرية الثقافة السياسية الكلاسيكية، مجلة السياسات العربية، المجلد 11، العدد 63، (جويلية 2023).
24. حسن الخطاف، منظومة القيم وتجلياتها في النظام الإسلامي السياسي، مجلة مقاربات، العدد 09، المجلس الإسلامي السوري، (يناير 2021).

25. حسين البدوي، الحزب السياسي والمشاركة السياسية، تأثير الأحزاب في نشر الوعي السياسي، مجلة السياسة والحكم، العدد 20، (2017).
26. حسين محمد نصر، من الانترنت إلى الشارع: دور وسائل الإعلام الاجتماعية في ثورة 25 يناير 2011 في مصر، مجلة الأدب والعلوم الاجتماعية، القاهرة، (2013).
27. حميد بن مسلم بن سعيد السعيد، تعرف دور شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز أبعاد المواطنة، مجلة كلية التربية، العدد 43، الجزء 3، (2019).
28. حميد خروف، القيم من منظور اجتماعي، مقارنة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة منتوري قسنطينة، عدد 20، (سبتمبر 2003).
29. حميدان سلمى، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، مجلة المعيار، المجلد 24، العدد 49، (2020).
30. خالد عطا الله عبد الحق زغراد، تأثير التنشئة السياسية لحركة الإخوان المسلمين على السلوك السياسي لأفرادها، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 04، العدد 3، (2021).
31. خالد محمد الفضالة، مستوى المعرفة السياسية لدى طلبة كلية التربية الأساسية في دولة الكويت في ضوء بعض المتغيرات، جامعة الأزهر، كلية التربية بالقاهرة، مجلة التربية، العدد 189، الجزء 02، (يناير 2021).
32. خالد منصر، دور الإعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة، مجلة كلية الفنون والإعلام، العدد 01، (نوفمبر 2015).
33. خالد هدار، سعاد عيساني، دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 04، العدد 02، (2019).
34. خالد هدار، سعاد عيساني، دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 04، العدد 02، (2019).
35. الخامسة رمضان، ليلي بن لطرش، العلاقات الاجتماعية في عصر الشبكات الاجتماعية، دراسة في آليات التفاعل في الفضاء الافتراضي، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مجلد 10، العدد 02، (2017).

36. خديجة شرفية، عبد الرحمان بن مبارك زغدود، تطبيق انستغرام كمستحدث تكنولوجيا يدعو للترويج السياحي الثقافي، مجلة الميدان للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 04، العدد 01، قسنطينة، الجزائر، (2021).
37. خديجة عبد العزيز علي إبراهيم، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعات الصعيد-دراسة ميدانية-، مجلة العلوم التربوية، العدد الثالث، جامعة القاهرة، مصر، (جويلية 2014).
38. خديم خيرة، استخدام الصحفيين لشبكة الفيسبوك كمصدر للأخبار -فرص الاستثمار ورهان التحقق من المحتويات، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الأول، العدد 1، 2، (جوان 2017).
39. خيرة بن مفتاح، مراد مولاي الحاج، الرموز اللغوية والتواصل الاجتماعي: دراسة في الدلالة والمعنى، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، المجلد 05، العدد 02، (2020): ص- ص 742 - 743.
40. خيرة مكرتار، الحراك الشعبي في ظل إعلام النقرة (دراسة ميدانية لعينة من المتظاهرين الجزائريين)، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد السابع، (ماي 2019).
41. دينا بنت شاكر الشريف، الوعي بالضوابط التربوية لممارسة حرية التعبير عن الرأي على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي والقيود الواردة عليها في النظام السعودي، مجلة الدراسات وبحوث التربية النوعية، المجلد 09، العدد 01، (يناير 2023).
42. رأفت مهند عبد الرزاق، عبد الرزاق الدليمي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43، ملحق 02، (2016).
43. رايس علي ابتسام، نظرية الاستخدامات والإشباع وتطبيقاتها على الإعلام الجديد مدخل نظري، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 25، (ديسمبر 2016).
44. رمضان بن بخمة، شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، المجلد 01، العدد 01، (2015).

45. ربحاب سامي لطيف محمد، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد الخامس والخمسون، جزء 5، (أكتوبر 2020).
46. زاهر راضي، استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان (2003).
47. الزبيدي حسن، التحولات في العلاقات الاجتماعية بسبب مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة سوسيولوجيا، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 22، (2017).
48. زين العابدين معو، دور الثقافة السياسية في ترسيخ الديمقراطية في المجتمعات العربية، مجلة العلوم السياسية، العدد الخامس، (2016).
49. زينة سعد نوشي، بيرق حسين جمعة الربيعي، شبكات التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن الحقوق الفردية والتنوع الاجتماعي - الفيسبوك أنموذجاً -، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 38، (ديسمبر 2017).
50. سارة شوقي المقدم، دور استخدام الهاشتاغات في بناء المعرفة السياسية عبر الفيسبوك: حالة حي الشيخ جراح، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 22، العدد 02، (جولية 2023).
51. سامر مؤيد عبد اللطيف، المواطنة وإشكالياتها في ظل الدولة الإسلامية، مجلة الفرات، العدد 07، العراق، (2011).
52. سعيد عبد الله، الأنشطة الحزبية ودورها في نشر الثقافة السياسية، مجلة الدراسات الاجتماعية والسياسية، العدد 12، (2018).
53. سفيان بن حميدة، حرية الرأي والتعبير قراءة في المفهوم، المجلة العربية لحقوق الإنسان، العدد الرابع، 1997.
54. سلطان بن مسفر مبارك الصاعدي الحربي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المدينة المنورة، 2011.
55. سليمة بن حسين، مفهوم اقتراب الثقافة السياسية عند غابريال ألموند وسيدني فيربا، مجلة المفكر، المجلد 16، العدد 02، (2021)، ص 84.

56. سنوسي حياة، الثقافة الرقمية قراءة تحليلية في المفهوم وعوامل اكتسابها، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 10، العدد 02، (2022).
57. شريف درويش اللبان، الانتخابات في عصر الانترنت: الدعاية السياسية في الانتخابات السياسية، المركز العربي للبحوث والدراسات، مقال منشور، جريدة بوابة نيوز الإلكترونية، (الأحد 18 ماي 2014).
58. الشريف مرزوق، نظرية التلقي وأطروحاته، مجلة النص، المجلد 07، العدد 01، (2021).
59. الشريف محمد، إعادة تشكيل القيم الاجتماعية في ظل الإعلام الرقمي: - دراسة ميدانية على مستخدمي فيسبوك في المجتمعات العربية-، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 15، (2020).
60. شيرين سلامة السعيد الدسوقي، العوامل الاتصالية المؤثرة على التفاعلية لدى مستخدمي فيسبوك، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 16، (أكتوبر 2018).
61. صبيحة عبد اللاوي، أثر التنشئة السياسية على الممارسة الديمقراطية، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 07، العدد 01، (مارس 2022).
62. الصديق الصادقي العامري، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، مجلة مركز السلطان قابوس العالي للثقافة والعلوم، ضمن أعمال مؤتمر أسبوع التقارب والوثام الإنساني - الرابع، (فبراير 2015).
63. صلاح الدين عرفة محمود، التوجهات القيمية في محتوى مناهج الدراسات الاجتماعية بالمرحلة الإعدادية، مجلة البحث في التربية وعلم النفس، جامعة المنيا، (جانفي 1994).
64. صليحة كبابي، الهوية والثقافة السياسية كمدخل للتحويل الديمقراطي في الشرق الأوسط، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 46، المجلد ب، (2016).
65. طه عبد العاطي نجم، أنور بن محمد الرواس، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية، مجلة الدفاتر السياسية والقانون، مسقط- عمان، العدد 4، (جانفي، 2011).
66. طه ياسين طاهري، أحمد مصنوعة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الانستغرام" في تحسين الصورة الذهنية في المؤسسة الخدمية -دراسة حالة، وكالة أماكن للسياحة بالجلفة، جامعة حسين بن بوعلي، الشلف، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 7، العدد 01، (2022).

67. عادل صالح، العوامل المؤثرة على أنماط التفاعل مع الأخبار السياسية في صفحتي (فيسبوك) لصحيفتي "اليوم السابع" و"الوطن"، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 22، (ديسمبر 2021): ص 57.
68. عائشة بوصبيح، الحملات الانتخابية الإلكترونية كفضاء جديد لممارسة الديمقراطية في الجزائر، مجلة الحوار الثقافي، المجلد (05)، العدد (02)، (2016).
69. عبد الحليم كنعان، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 27، (2018).
70. عبد السلام نجادات، معوقات انضمام طلبة جامعة البلقاء التطبيقية للأحزاب السياسية "دراسة ميدانية على طلبة كليات الشمال، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 162، الجزء 03، (يناير لسنة 2015).
71. عبد الملك عبد العزيز الشلهوب، مدى اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع: دراسة مسحية في مدينة الرياض، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الآداب والعلوم الإنسانية، العدد الرابع، السعودية، (2020).
72. العبدى خيرة، مراجعة نظرية دوامة الصمت في سياق الفضاء الافتراضي، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 07، العدد 01، (جوان 2023): ص 388.
73. عبيد رشيد، صوالية منير، التنشئة السياسية في الأحزاب الجزائرية الواقع والتحديات، مجلة طلبة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 04، العدد 03، (2021).
74. عثمان فضل السيد أحمد فضل السيد، مستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، مجلة الرائد في الدراسات السياسية، المجلد 02، العدد 04، (2021).
75. عصام الدين عبد السلام محمد، فعالية خاصية البث المباشر في الفيسبوك في تشكيل الرأي العام ورصد الأخبار -أحداث السودان الأخيرة أنموذجا-، مجلة الدراسات الإعلامية -المركز الديمقراطي العربي- العدد 09، برلين، ألمانيا، (نوفمبر 2019).
76. علا عمر باوزير، علي منعم القضاة، استخدام الفيسبوك وتأثيره على التحصيل الدراسي للمراهقين -دراسة وصفية ميدانية على عينة من طلبة المدارس الأساسية والثانوية في مدينة عدن، مجلة الرسالة، العدد 01، (مارس 2019).

77. علي أسعد وطفه، وآخرون، الوعي السياسي، الاتجاهات النظرية المفسرة له والمفاهيم المرتبطة به، مجلة بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، العدد 91، سبتمبر 2023، مركز بحوث الشرق الأوسط.
78. علي جبر الدبيسي، ياسين زهير الطاهات، دور وسائل الاتصال الرقمي في تعزيز التنوع الثقافي، مجلة الاتصال والتنمية، العدد (06)، بيروت، دار النهضة العربية، (2012).
79. علي عبد الهادي الكرخي، الحملات الانتخابية الإلكترونية ودورها في التأثير على الرأي العام، مجلة الدراسات الإعلامية، المجلد 07، العدد 22، (فبراير 2023).
80. علي مصباح محمد الوحيشي، دور الإعلام الجديد في التنشئة السياسية، دعم ثقافة المواطنة، ترسيخ الثقافة الدستورية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 16، (2015).
81. عمار خلايفية، تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد، مجلة البحوث والدراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3، العدد 03، (30-سبتمبر 2022).
82. عودة سليمان عودة مراد، واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعوائق استخدامها في التدريس لدى معلمي ومعلمات مدارس تربية لواء الشوبك، الأردن، اللقاء للبحوث والدراسات، المجلد 17، العدد 01، جامعة البلقاء التطبيقية، (2014).
83. فتيحة بوغازي، الرأي العام الإلكتروني في ظل الإعلام الجديد: صحافة المواطن نموذجاً، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 17، (2016).
84. فراس يحيى عبد الجليل، حرية التعبير عن الرأي كما قررها القرآن الكريم، مجلة الأنبار الإسلامية، المجلد الأول، العدد 03، 2009.
85. قندوز عبد القادر، دور الإعلام في التنشئة السياسية، مجلة دفاتر السياسية والقانون، المجلد 2، عدد 3، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، (2010).
86. كريم بلقاسي، التنشئة السياسية والمواطنة، مجلة الحضارة الإسلامية، العدد 24، (2014).
87. كريمة عباسي، جدلية العدالة والمساواة في النظرية السياسية المعاصرة -دراسة في نظرية العدالة لجون راولز-، مجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 11، العدد 01، (جانفي 2022).

88. كريمة عباسي، جدلية العدالة والمساواة في النظرية السياسية المعاصرة -دراسة في نظرية العدالة لجون راولز-، مجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 11، (العدد 01)، (جانفي 2022).
89. كريمة عدمان، حماش لحسين، التنشئة السياسية من منظور علم النفس الاجتماعي، مجلة المفكر، المجلد 05، العدد 02، (2021).
90. كلثوم محمد إبراهيم الكندي، مزنة سعد خالد العازمي، قيم المواطنة في كتب التربية الإسلامية للمرحلة الثانوية في دولة الكويت (دراسة تحليلية)، مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية والنفسية، المجلد 05، العدد 1، الكويت، (جانفي 2013).
91. لامية طالة، نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية، مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، العدد 10، وهران، (جوان 2018).
92. لخضر بن يحيى، مفهوم القيم: دراسة دلالية ووظيفية، مجلة البلاغ الحضاري، العدد 10، (2021).
93. لعجال عفيفة، الإعلام الجديد وظاهرة الفيسبوك بين تأثير وتزييف الوعي الجماهيري، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 08، العدد 01، (جانفي 2023).
94. ليلي عبد الستار علم الدين، تنمية الوعي السياسي لطلاب الجامعة في مصر -دراسة تحليلية-، مجلة التربية والتنمية، العدد 4، مصر، (أوت 1993).
95. ماجد أحمد الزاملي، مواقع التواصل الاجتماعي ونشر الوعي السياسي والثقافي، الحوار المتمدن، العدد 7418، أكتوبر 2022.
96. ماهر حوامدة، محمد أمين حامد، دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى طلبة المدارس، مجلة العلوم التربوية، المجلد 45، العدد 04، (2018).
97. ماهر مفلح الزيادات، محمد إبراهيم القطاوي، مستوى المعرفة السياسية لدى معلمي الدراسات الاجتماعية في الأردن وعلاقته ببعض المتغيرات، مجلة الجامعة الإسلامية -سلسلة الدراسات الإنسانية-، مجلد 10، عدد 2، (2010).
98. محسن جابر، الثقافة السياسية وأثرها على النظام السياسي، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، العدد السابع، (2016).

99. محسن رمضان جابر، الثقافة السياسية وأثرها على النظام السياسي، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، (جويلية 2016).
100. محمد أحمد سلامة مشعل، الذكاء الاصطناعي وأثاره على حرية التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 77، (سبتمبر 2021).
101. محمد حمادي، التضامن الرقمي - مقارنة سيكودينامية لفهم التأثير عبر مواقع التواصل الاجتماعي: قراءة في الاستمالات العاطفية لمنشورات جمعية خيرية على فيسبوك، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (72)، (فبراير 2021).
102. محمد طارش، وآخرون، العدالة في الفكر السياسي الغربي المعاصر، جون رولز وويل كيميلكا نموذجاً، مجلة العلوم السياسية، عدد 54، (2018).
103. محمد فلاق، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر - منظور تحليلي-، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 18، جامعة حسنية بن بوعلي، الجزائر، (جوان 2017).
104. محمود عبد الله مكاي، لأخبار الزائفة Fake News بين الإعلام التقليدي والرقمي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 19، العدد 2، (أفريل 2020).
105. محمود عياد، الاستهلاك الرقمي للفيديوهات القصيرة: الحاجات، الدوافع والاشبعات، - دراسة مسحية على عينة من مستخدمين الفيسبوك، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 19، العدد 01، (جانفي 2025).
106. محمود فتحي الفروخ، العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث -مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية-، المجلد 06، العدد 03، (مارس 2022).
107. مروة محمد عبد المنعم، الثقافة السياسية والاستقرار السياسي: دراسة حالة دولة الإمارات العربية المتحدة (2004-2020)، مجلة كلية السياسية والاقتصاد، العدد الحادي عشر، (جويلية 2021).
108. مريم عبد اللوش، نجم الدين عيوني، الاتصال السياسي عبر الفيس بوك من وجهة نظر منخرطي الأحزاب السياسية، مجلة المعيار، مجلد 28، العدد 02، (مارس 2024).

قائمة المصادر والمراجع

109. مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، (عمان، الأردن: شركة دارة الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2019).
110. مصطفى مراح، المعالجة الإخبارية التلفزيونية بين المهنية وتضليل الرأي العام، مصادقية، المجلد 01، العدد 01، (ديسمبر 2019).
111. معمر عمار، صعوبات وتحديات السياسية العامة في الجزائر، مجلة المفكر، المجلد 07، العدد 02، (2012).
112. معمر محمد الهادي العباني، الثقافة السياسية كمدخل للتحويل الديمقراطي في البلدان العربية -دراسة نظرية-، مجلة المعرفة، العدد 13، (مارس 2021).
113. معن كوا، مريم عبد الله، تأثير استخدام الإنستغرام على الصحة النفسية وأنماط العادات الغذائية لدى الفتيات الفلسطينيات، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، المجلد 06، العدد 01، (أكتوبر 2023).
114. منى عتيق، الطلبة الجامعيون بين تصور المستقبل وتأسيس الهوية الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص، فيفري 2011.
115. ميكيل توماس وآخرون (ترجمة على سعد الصاوي)، نظرية الثقافة، سلسلة علم المعرفة، العدد 223، (1990).
116. نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة زيان عاشور، المجلد 5، العدد 11، جامعة الجلفة، (الجزائر 2013).
117. نادية لمهيدي، المؤثرون: قادة الرأي الجدد القادمون من الشبكات التواصل الاجتماعي، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد 08، (أوت 2019).
118. نهاد فتحي سليمان حجازي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للقادة السياسيين والمؤسسات السياسية (دراسة مسحية على الشباب المصري)، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 24، (ديسمبر 2022): ص-ص 618-619.
119. نور إحسان، تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إنستغرام وواتساب على حافز تعلم اللغة العربية، مجلة تعليم اللغة العربية واللغويات والأدب، المجلد 02، العدد 02، (ديسمبر 2021).

120. هارون منصر، الوظيفة الإخبارية لصحافة الموبايل: دراسة في الاستخدامات والاشباع المحققة لعينة من الطلبة، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 06، العدد 02، (جوان 2022).
121. هالة ياحي، خالد بوشارب بولوداني، استخدام وسائط التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم الاجتماعية الانستغرام (نموذجاً) -دراسة ميدانية على عينة من شباب جامعة الشاذلي بن جديد الطارف-، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد 06، عدد 02، (2022).
122. هشام محمود الإقداحي، علم الاجتماع السياسي، د.ط، (الإسكندرية-مصر: مؤسسة شباب الجامعة، 2008).
123. هيئة التحرير، دور وسائل التواصل الاجتماعي في الأزمات السياسية والحروب، مجلة الأسرة والمجتمع، آخر تحديث 30 أبريل 2024، متاح عبر: <https://www.annajah.net>
124. وداد غزلاني، التنمية السياسية، إشكالية المفهوم والتوظيف في الفكر الغربي والعربي، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 09، (2014).
125. وداد ناجي الحنون، استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في رسم توجهاتهم السياسية، مجلة القرار للبحوث العلمية، المجلد 01، العدد 01، (يناير 2024).
126. ياسمين أيمن هلال، وآخرون، توعية الجمهور المصري بمنتديات شباب العالم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية على شباب مصر، المجلة العلمية لكلية الآداب، مجلد 12، عدد 5، (مصر، 2023).

الأطروحات الجامعية

1. أحمد ريانبا ريان، دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، السعودية، (2003).
2. أشرف عصام فريد صالح، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، (رسالة للحصول على شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2016).

قائمة المصادر والمراجع

3. ألاء مشهور الزين، تأثيرات شبكة الفيسبوك في السلوك الاجتماعي لدى الطلبة الجامعات الأردنية -دراسة ميدانية-، (رسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ديسمبر 2024).
4. أحمد سباعي، الإعلام التلفزيوني ودوره في التحول الديمقراطي في الوطن العربي قناة الجزيرة نموذجا، (أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية، الجزائر، 2018).
5. بوعطيط سفيان، القيم الشخصية في ظل التغير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، جامعة منتوري قسنطينة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم النفس العمل والتنظيم، 2011_2012).
6. بياضي محي الدين، تأثير العولمة على التنمية السياسية في المغرب، (أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم السياسية، بكرة، 2018-2019).
7. حاتم علي حيدر، استخدام تكنولوجيا الاتصال التفاعلي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة في المنظمات العامة في اليمن، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015).
8. حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويت، (رسالة التخرج لاستكمال شهادة الماجستير في الإعلام، الكويت، 2013).
9. راوية بنت أحمد القحطاني، سعود بن ضحيان الضحيان، النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية -دراسة مطبقة على عينة من رسائل الدكتوراه بجامعة الملك سعود والامام محمد بن سعود الإسلامية-، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الفيوم، العدد العشرون، (جويلية 2020).
10. رقاد حليلة، أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة اللغوية للطلبة الجامعيين، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، مستغانم، 2016-2017).

11. سعيد عبد المجيد، محمود عبد الواحد الحيطي، شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية للشباب الجامعي، دراسة ميدانية، حوليات آداب عين شمس، مصر، جامعة عين شمس، كلية الآداب، (ديسمبر 2015).
12. سوسن حسن علي قدورة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالصحة النفسية ومع السمات الشخصية لدى طلاب جامعة الجزيرة، (رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزيرة، السودان، 2018).
13. صوالحية غنية، اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: الفيسبوك أنموذجاً، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث "L.M. D"، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2020/2019).
14. عبد الرزاق محمد أبو جزر، دور الفضائيات الفلسطينية في تعزيز الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة، (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر غزة، كلية الأدب والعلوم الإنسانية، برنامج دراسات الشرق الأوسط، غزة، 2011).
15. عبد الله سليمان أبو بكر، استخدام التفاعلية في الصحافة الإلكترونية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو المحتوى الصحفي، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، مصر، 2017).
16. عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، (رسالة تخرج لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012/2011).
17. عمر أوسامة، "تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال والاعترا ب الرقمي للطلاب الجامعي"، (أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال الطور الثالث، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم - الجزائر، 2018-2017).
18. قنفود مرزاق، دور الأحزاب في عملية التنشئة السياسية في دول المغرب العربي دراسة مقارنة بين حزبي حزب جبهة التحرير الوطني والتجمع الدستوري الديمقراطي التونسي، (رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 2012-2011).

قائمة المصادر والمراجع

19. مامري جميلة، مكانة ودور الباحث في نسق البحث العلمي، (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005_2006).
20. نورا مسعد نايف وادي، الصحافة المسجدية في محافظات غزة ودورها في التنشئة السياسية، (رسالة تخرج لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة-فلسطين، 2014-2015).
21. هبة المجدي المتولي علي، القيم التي تعكسها المسلسلات الأجنبية بقنوات الأطفال المتخصصة وأثرها على الطفل المصري، (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2018).
22. وليدة حدادي، وسائل الإعلام والقيم السياسية لدى النخبة المثقفة في الجزائر -دراسة ميدانية-، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 3، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، قسم الاتصال والعلاقات العامة، 2014-2015).
23. ياسين ربوح، الأحزاب ودورها في التنمية السياسية بالجزائر (1996-2008)، (رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، الجزائر، 2009).

المواقع:

1. علي الدين هلال، نفين مسعد، النظم السياسية العربية، قضايا الاستمرار والتغيير، مركز الوحدة العربية، بيروت، 2000، متاح عبر: <https://www.aljazeera.net/politics/2004/10/3> يوم المعاينة: 11-أوت-2021.
2. عصام عبد الشافي، نظرية الدور دراسة تأصيلية في المنطلقات الاجتماعية والسياسية، متاح عبر موقع: <http://www.arabiccenter.net/ar/news.php?action 752011/05/029 :00>.
3. Search - تم التصفح يوم : 29 أكتوبر 2019، على سا: 10: 02.
4. سمية حوادسي، جدلية دور مواقع التواصل الاجتماعي: بين نشر الوعي السياسي والاجتماعي وثقافة العنف والتطرف الإرهابي في المجتمع العربي، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية، العدد 16، متاح عبر موقع: <https://jilrc.com/archives/8602> تاريخ المعاينة: 17-02-2022.

5. أرقام، كيف تؤثر المعلومات المضللة على عملية اتخاذ القرار؟، متاح عبر الموقع: <https://www.argaam.com/ar/article/articledetail> تم المعاينة يوم 10 جويلية 2025، على سا: 17:00.
6. عبد العزيز اليوسف، الحدث السياسي وفوضى تلقي الأخبار، نشر في: 27 جون 2025، 11:38، متاح عبر موقع العربية: <https://www.alarabiya.net/saudi-today>، تم التصفح يوم 10 جويلية 2025، على سا: 17:41.
7. سلينا بيبير، دليل المؤثرون العرب في مواقع التواصل الاجتماعي، نشر يوم 2019.02.19، تم التصفح يوم: 17-07-2023، سا 22:22 متاح عبر موقع: <https://www.godaddy.com/resources/ar-ae/>
8. مينا فايرال، سمات الانخراط السياسي وأهميته، نشر يوم 29 مارس 2025. تم تصفح يوم: 04 جويلية 2025، سا: 14:04 متاح عبر الموقع: <https://menaviral.com/>
9. فتحة الداخني، كيف يتفادى الناشرون قيود منصات "التواصل" على المحتوى السياسي؟ مقال منشور يوم 27 أكتوبر 2024، متاح عبر الموقع: <https://aawsat.com> تم التصفح يوم: 15 جويلية 2025، على سا 18:04.
10. ميسرة بكور، مواجهة خطاب التخوين والجهل في الفضاء الإلكتروني: تعزيز ثقافة الحوار البناء، 2024-04-15، متاح عبر الموقع التالي: https://halabtodaytv.net/archives/271131?utm_source، تم التصفح يوم: 28-05-2024، سا: 10:50.
11. هاني نعيم، الإعلام الاجتماعي...أداة لمناهضة التمييز، أفاق، 21 ماي 2011، متاح عبر الموقع التالي: <https://www.aletihad.ae/wejhatarticle/59283>، تم التصفح يوم: 13-08-2024، سا: 13:30.
12. نوال مغزيلي، أزمة المشاركة السياسية في الجزائر: بين ضعف الوعي لدى الناخب وانعدام الثقة في المنتخب، المركز الديمقراطي العربي، تاريخ النشر 17 أبريل 2017، تاريخ الاطلاع 24 أوت 2025 على الساعة 19.30. <https://democraticac.de/?p=45683>

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Aicha Abdulruaf, Mohd Sobhi Ishak, Norsiah Abdul Hamid: **Social Media and Youth Online Political Participation: Perspectives on Cognitive Engagement**, New Media and Mass Communication, vol 44, (2015).
2. Alexandre Coutant, Thomas Stenger, **L'avènements "Médias Sociaux"? Une histoire de participation**, (Université de Franche-Comté, Université de Poitiers).
3. Andreas Kaplan and Michael Haenlein, **Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media**. Business Horizons, 53, (2012).
4. Anna Matetic, **Social Media Communications in Local Community Education Organizations**, (Minnesota state Universality Mankato, 2011.)
5. Aren, K, **Facebook and the technology revolution**, Spectrum publication, (New York: 2010).
6. Asef Bayat, **Life as Politics: How Ordinary People Change the Middle East**, Second Edition, Stanford University Press, (2013).
7. Barabas. J, al, **The question of political knowledge**. American Political Science Review, 108, (2014)
8. Boyd, D.M, Ellison, N ? B : **Social network sites, Definition, history and scholarship**. Journal of computer-mediated communication, 13(1), (2007.)
9. Brian D. Loader, DanMercea, **Youth, social media, and political participation: A Case study of the UK**. Information, communication and society, 14, (2011).
10. Castelle, M, **la société en réseaux**, tome1, paris fayard, 1998).
11. Castells, Manuel. **The rise of the network society**. John wiley & sons, (2011.)
12. Chasse Allcott, Matthieu Gentzkow, **Social Media and fake News in the 2016 Election**, Journal of Economic Perspectives, 31, (2017).
13. Cohen, **The Symbolic Construction of Community**, New York, Ellis Horwood Limited, (1985).

14. Combe Celik, Christelle, *Vlogue sur You Tube un nouveau genre d'interactions multimodales*, (2014.)
15. D. Cowles: *Consumer perceptions of interactive media* -Journal of Broadcasting & Electronic Media- (1989), p-p33,83,89.
16. Daniela Pastarmadzheva, *Political Knowledge: Theoretical formulation and practical implementation*, Trakia Journal of Sciences, Vol, 13, Suppl1, (January,2015.)
17. De Bock, H. (1980) *Gratification frustration during a newspaper strike and a TV blackout*. (Journalism Quarterly,57,61-66,78).
18. Eli Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: Penguin Press, 2011.
19. Emmanuel Opeyemi Olowo, *Role of social networking and media in political awareness in public*, iosr journal of mobile computing & application, volume 5, issue 4, (2018.)
20. Eric Fombonne, *Social Media and Political Identity Formation*, Journal of Political Science, 12, (2018.).
21. Feezell, Conroy & Basurto Guerrero, "Facebook is... Fostering Political Engagement A Study of Online Social, Networking Groups and Offline Participation, For presentation at the American Political Science Association meeting in Toronto, Canada, September 2009.
22. Friedrich Ebert Stiftung: *Methodologie de la recherche scientifique*, (2016).
23. Gabriel Almond & Sidney Verba, *The Civic culture, Political Attitudes and Democracy in Fire Nation* (Princeton, N.J: Princeton University Press, (1963).
24. Gil de Zúñiga, Homero, Logan Molyneux, and Pei Zheng. "Social media, political expression, and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relationships." *Journal of communication* 64.4 (2014).
25. Hampton, et al, *Social media and the Spiral of Silence*, Pew Research Centre, Washington, DC, August 26, 2014
26. Han Luo, Meng Cai, and Ying Cui, *Spread of Misinformation in Social Network, Analysis Based on Weibo Tweets*, Hindawi Security and Communication Networks, Volume 2021.
https://books.google.de/books?id=9MYjqz4ppXkC&pg=PA53&hl=fr&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=true

27. https://pocketbook.de/de_de/downloadable/download/sample/sample_id/3676298/?srsltid=AfmBOor4UQX6zCUVbzEhCLWcgGN3NWj5WZg_aikbUzQHoCobczNb2QTx

28. Hunt Allcott and Matthew Gentzkow, ***Social Media and Fake News in the 2016 Election***, *Journal of Economic Perspectives—Volume 31, Number 2—(Spring 2017)..*

29. Hyuksookim, Yeojin Kim, Doohwang Lee, ***Understanding the Role of Social Media in Political Participation : Intergrating Political Knowledge and Bridging Social Capital From the Social Cognitive Approach***, *International Journal of Communication*, N : 14, (2020).

30. Ilker Etikan, ***Comparison of Convenience Samling and Purposive Sampling***, *Theoretical and Statistics, American*, (January 2016).

31. Jenkins, H. (2006). ***Convergence Culture: Where Old and New Media Collide***. New York: New York University Press, Volume 26, Issue 2.

32. Jhon, M, ***The Role of Social Media in Political Movements*** -Cairo-, *Political Studies Press*, (2020).

33. Johnson, L, ***Influencers and Their Impact on Voter Behavior***, *Journal of Digital Politics*, 14, (2022).

34. La rousse de poche, *La rousse édition miss a jour*, (2003.

35. Madlhène Gravits, ***Méthodes des sciences sociales***, 9^{eme} Edition, (Dalloz,) Paris, 1993.)

36. Manuel Castells, ***Networks of Outrage and Hope: Social Movement in the Internet Age***, Cambridge, Polity Press, 2012.

37. Manuela Teixeira, ***l'émergence de réseaux sociaux sur le web comme nouveaux outils de marketing***, thèse présentée à la faculté des études supérieures et postdoctorales, département de communication, Université d'Ottawa, (2009)

38. Manuela Teixeira, ***L'émergence de Réseaux Sociaux sur Le Web Comme Nouveaux Outils de Marketing***, Thés Présentée à la Faculté des Etudes Supérieures et Postdoctorales, Département de Communication, (Université d'Ottawa,2009).

39. Mathieu Troillet, ***Avantages et inconvénient des réseaux sociaux, en particulier "facebook", pour la promotion dans les secteurs socioprofessionnels***, mémoire pour l'obtention du diplôme ES De maitre-esse.

40. Melvin, L, Defleur, Sandarac, J. Ball Rokeach, ***Theoris of Mass communication***, (U.S.A: N y, long man, 5 Th Ed, 1989).

41. Miller, Katherine, *Communication Theories, Perspective, Process, and Context*, Graw Hill, Boston)
42. Mohamad Ibrahim Laban, *Social Networks: Privacy Issues and Precautions*.
43. Naveen Kumar, *Facebook Users Statistics (2025)* – New Worldwide Data, 08 May 2025, View 06 Juillet 2025, at 00:38.
44. Niky Hayes: *Foundation of psychology*, (London: Thomas Nelson & Sons Ltd, 1996,).
45. Patrick Dailler et Alain Pellet : *Droit international public*, Paris, LG.DJ : 7eme édition, (2002.)
46. Peter L. Berger & Tomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, (Penguin Books, USA, 1966).
47. Peters, Linda: *The New Interactive Media, One to One but Whom to Whom? Marketing Intelligence & Planning*, 16(n01).
48. Petersonm, D, *Social Media and Political Awareness*, *Journal of Political Communication*, 45 2, (2020).
49. Pew Research Centre, *Social Media Use in 2020*, (2020).
50. Philip N, Howard, Muzammil, M, Hussain, *Democracy's Fourth Wave ? Digital Media and the Arab Sping*, Oxford University Press, (2013).
51. Philip N,Howard, Muzammil, M, Hussain, *Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Sping*, Oxford University Press, 2013.
52. Philippa Collin and others, *The Benefits of Social Networking*, Literature Review, Cooperative Research Centre for Young People, Technology and Wellbeing Melbourne, (11 April 2011.)
53. priyakanwar, varindrtaprial: *Under standing social media*, (2012)
54. Ra'ad Abdel Kareem al-Awamleh, Nader Ibrahim Bani Nasur, Mohammad-Nour Husai, Bani Irshid, *Political Awareness AmongThe Hashemite University students*, *Human and Sciences*, Volume 47, No.03, (2020),
55. Ranjit Kumar, *Research Methodology a step-by-step guide for beginners*, 3rd edition, (los Angeles, London, 2011) .
56. Roger Bautier, *L'histoire des moyens de communication dans l'espace public, sciences de l'information et de la communication*, 2eme édition, presses universitaires de Grenoble, (France, 2013).

57. S. Verba, **Comparative political Culture**, in, L. Pye & S. Verba (eds), *Political Culture and Political Development* (Princeton N.J: Princeton, 1965).
58. Saif Chaabane, **Guide De Développement D'un Réseau Social à Visée Pédagogique**, Québec-(Canada, 2014).
59. Salih Mohamed Alsalti, Abd ulmutallab Ghanem, **The Political Knowledge of University Students - A Comparative Study between Jordan and Libya-**, *Asian Social Science*, Vol 13, N 11, 2017.
60. Samuel P Huntington, Joan Nelso: **No Easy Choice Political Participation in Developing Countries**, University Press, Cambridge, (1996).
61. Senthil Kumar N, Saravanakumar K, Deepa K, **On Privacy and Security in Social Media – A Comprehensive Study**, *Procedia computer Science*, 78(2016).
62. Shannon Mortland : **Combining Social Media and Traditional Media in a Modern Communication and Leadership Studies**, School of Professional Studies, Gonzaga University, (2012.)
63. Shepard, Alicia: **The Journalism Watergate Inspired Is Endangered Now**, *The New York Time*, (13 June 2013).
64. Sidney Verba, Norman H. Nie, Jae-on Kim: **participation and political Equality**, University Cambridge, (1998.)
65. Sill.d (Ed), **Political participation in international encyclopedia as the social science**, velum 12, the macmillan company, united state of amerce.
66. Smith J, **The Role of Social Media in Elections : A New Era of Political Campaigning**, *Political Science Quarterly*, 56, (2021).
67. Smith, J. **Social Media and Communication in the Digital Age**, New York: Academic Press, (2021.)
68. Steven k.thomopson, **sampling**, 3. ed, (Canada ; simultancously, 2012),
69. Strano, Michele, M : **User Description Through Facebook Profile Images**, *Cybersychology Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 2(2). Article (5), (2008..)
70. Taylor, M: **Social Media and Voter Registration: How Technology is Changing Elections**, *International Political Reviews*, 67, (2023).
71. Todd Gitlin, **Occupy Nation: The Roots, the Spirit, and the Promise of Occupy wall Street**, HarperCollins, (2013).

72. *Vikas Kumar, Pooja Nanda: Social Media as a Learning Tool: A Perspective on Formal and Informal Learning, Journal of Education Reform, (April 2022).*

73. *W. Lance Bennett, Alexandra Segerbeg, The Logic of Connective Action : Digital Media and The Personalization of Contentious Politics.*

74. *W. Lance Bennett, Alexandra Segerbeg: The Logic of Connective Action: Digital Media and The Personalization of Contentious Politics, Information, Communication and Society, 15, 01 June 2012.*

75. *Willem Schinkel: The Virtualization of Citizenship, Critical Sociology, vol 38, n2, (March 2010).*

76. *Yilli Liu, Xiangxiang Ying, A Review of Social Network Sites: Definition, Experience and Application, Scientific Research, 978-935068-18-1,2010.*

77. *Zenep Tufekci ,Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest, Yale, University Press, (2015).*

78. *Zittrain, J, L, The Future of The Internet and How to Stop It, Yale University Press,2008.*

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

- الملحق رقم 01: خطاب التحكيم للمحكمين

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال

- الطالبة: قديري نصيرة

- تخصص: تكنولوجيا الجديدة والسمعي البصري.

أستاذي الكريم / أستاذتي الكريمة

في إطار التحضير لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، وبغية دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة جيلالي اليابس - سيدي بلعباس -، قامت الباحثة بإعداد استمارة من أجل تحقيق هدف الدراسة.

الرجاء التكرم بإبداء رأيكم السديد، ومقترحاتكم بشأن فقرات الاستبيان فيما إذا كان صالحاً أو غير صالح، ومدى انتماء كل فقرة للمجال المحدد لها، وذلك بوضع علامة (x) أمام النسبة المئوية لكل فقرة، وكذا البناء اللغوي لها، وأية اقتراحات أو تعديلات ترونها مناسبة.

تأمل الباحثة التكرم بالاطلاع وتحكيم الاستمارة ولكم خالص الشكر والتقدير

قائمة الملاحق

- الملحق رقم 02: قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	اسم المحكم	جامعة الانتماء
01	حاج يصرف	جامعة جيلالي ليابس -سيدي بلعباس-
02	سهالي محمد	جامعة جيلالي ليابس -سيدي بلعباس-
03	عزام محمد المطور	جامعة فلسطين الأهلية
04	محمد صبري صالح	جامعة العراق

قائمة الملاحق

- الملحق رقم 03: أداة الاستبيان الخاصة بالدراسة

جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال -جامعة مستغانم-

استبيان في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة جيلالي اليابس -سيدي بلعباس-

أنا الطالبة قديري نصيرة، سنة خامسة دكتوراه في جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الجديدة والسمعي البصري، أنا بصدد التحضير لأطروحة الدكتوراه تحت إشراف الدكتور مالفى عبد القادر، والموسومة بالعنوان السابق (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة جيلالي اليابس -سيدي بلعباس-).
نرجو منكم التعاون معنا في الإجابة على هذا الاستبيان، ونتعهد لكم بأننا سنقوم باستخدام معلوماتكم لأغراض علمية وأكاديمية فقط.

ملاحظات:

- ❖ ضع علامة (X) في خانة الجواب الذي تختاره.
 - ❖ لا تشطب الأسئلة التي لا توافق عليها.
 - ❖ لا تكتب اسمك ولا أي أمر آخر ما عدا الذي طلب منك.
 - ❖ نرجو منكم الإجابة على كل الأسئلة.
- نشكر لكم حسن تعاونكم معنا ونقدر لكم هذا الجهد.

قائمة الملاحق

✚ محور البيانات الشخصية

- 1- النوع: ذكر ☐ أنثى ☐
- 2- السن: 18-22 سنة ☐ 23-26 سنة ☐ 27-30 سنة ☐ 31-35 سنة ☐
- 3- المستوى التعليمي: ليسانس ☐ ماستر ☐
- 4- الكلية: التكنولوجيا ☐ علوم إنسانية واجتماعية ☐ علوم اقتصادية، تجارية، وعلوم التسيير ☐
- الهندسة الكهربائية ☐ كلية الآداب واللغات والفنون ☐ علوم دقيقة ☐ علوم طبيعية والحياة ☐
- كلية الحقوق والعلوم السياسية ☐ الصيدلة ☐ الطب ☐ جراحة الأسنان ☐

✚ المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك

- 5- استخدامي للفيسبوك: أقل من سنة ☐ من 1-2 سنة ☐ 3-4 سنوات ☐ من 5-6 سنوات ☐ أكثر من 6 سنوات ☐
- 6- تصفحي لموقع الفيسبوك يكون: دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐
- 7- أفضل الفترات التالية في استخدام الفيسبوك: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)
- صباحا ☐ مساء ☐ ليلا ☐ ليس هناك وقت مفضل ☐
- 8- استغرق في استخدام الفيسبوك:
- من ساعة إلى ساعتين ☐ 2-4 ساعات ☐ 4-6 ساعات ☐ أكثر من 6 ساعات ☐
- 9- استخدم الفيسبوك بكثرة في: المنزل ☐ الكلية ☐ مقهى الانترنت ☐
- أينما تتوفر الانترنت ☐

✚ المحور الثاني: دوافع استخدام الفيسبوك، والاشباكات السياسية

- 11- استخدم الفيسبوك بدافع: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)
- التواصل ☐ التعليم والتثقيف ☐
- نقاشات تخص الشأن العام ☐ التسلية والترفيه ☐
- 12- أتابع أثناء تفحصي للفيسبوك المواضيع: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)
- السياسية ☐ الاجتماعية ☐ الرياضية ☐
- الثقافية ☐ الدينية ☐ التسلية والفكاهة ☐

- 13- أتابع المضامين السياسية التي يطرحها الفاعلين في الفيسبوك:

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

قائمة الملاحق

14- أرى أن المنشورات السياسية عبر الفيسبوك مهمة لمعرفة مستجدات الساحة السياسية:

كثيرا ☐ نوعا ما ☐ قليلة ☐

15- المواضيع السياسية التي تشغل اهتمامي هي: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

القضايا سياسية الدولية ☐ القضايا السياسية العربية ☐ القضايا السياسية الوطنية

16- تثير اهتمامي أثناء التعرض للمضامين السياسية عبر الفيسبوك لأشكال المنشورات ☐

التالية: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

نصوص قصيرة ☐ فيديوهات ☐ مقالات ☐ صور وفيديوهات ساخرة ☐

17- أستخدم الفيسبوك لمعرفة آخر مستجدات الساحة السياسية لأنه:

ينقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية ☐ سرعة نقل الأخبار والتحديث المستمر

الطرح الجريء للمواضيع السياسية ☐ يهتم بالرأي والرأي الآخر

18- اتابع الصفحات السياسية في الفيسبوك: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

اكتساب معارف سياسية ☐

لمحاولة نشر ومشاركة الأصدقاء مواضيع وقضايا سياسية ☐

مجرد إطلاع لمعرفة المستجدات في الشأن السياسي ☐

أخرى تذكر.....

19- أرى أن المضامين السياسية لموقع الفيسبوك هي:

تواصل سياسي افتراضي ☐ حوار معلوماتي سياسية ☐

تجسيد لحرية التعبير ☐ أخرى تذكر.....

20- تشبع المضامين السياسية التي تطرح عبر الفيسبوك رغباتي في: (يمكنك اختيار أكثر

من إجابة):

التعبير بحرية مطلقة حول القضايا السياسية ☐

فتح النقاش السياسي حول القضايا المهمة ☐

الخروج من دائرة الصمت والتحييد الإعلامي للقضايا السياسية ذات الأولوية ☐

أخرى تذكر.....

المحور الثالث: مساهمة الفيسبوك في زيادة المعرفة السياسية للطلاب الجامعي.

21- أستقي المعلومات السياسية التي يطرحها الفيسبوك:

بثقة كاملة ☐ بانتقائية ☐ بحذر ☐

22- طبيعة المعلومات التي استقيها أثناء تلقي المضامين السياسية:

الأخبار السياسية العاجلة والتغطية الإخبارية ☐

قائمة الملاحق

☐ اللقاءات المباشرة للساسة عبر صفحات الفيسبوك

☐ منشورات سياسية لقادة الرأي المؤثرون

أخرى تذكر.....

23- أفادني الانخراط في المجموعات والصفحات السياسية عبر الفيسبوك في: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ تحديد رأي خاص حول القضايا السياسية المطروحة

☐ مناقشة المواضيع الممنوع مناقشتها في وسائل الإعلام

☐ التعبير بحرية مطلقة عن رأيي الخاص

24- ساعدتني مشاركة أصدقاء الفيسبوك بعض المنشورات السياسية في حسابهم الخاصة

في: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐ معرفة آخر المستجدات حول الأوضاع السياسية الجزائرية

☐ الحصول على معلومات أكثر فيما يخص الوضع السياسي

☐ التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا السياسية

☐ لم يحقق أي إشباع

25- ساعدني الفيسبوك في معرفة العديد من أسماء الشخصيات والقيادات السياسية.

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

26- تعرفت خلال المنشورات السياسية لصفحات الفيسبوك على الشخصيات السياسية:

شخصيات جزائرية ☐ شخصيات عربية ☐

شخصيات عالمية ☐ لا أتابع شخصيات سياسية ☐

27- ساعدني الفيسبوك في معرفة العديد من أسماء المؤسسات السياسية:

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

28- تعرفت من خلال المنشورات السياسية لصفحات الفيسبوك على أسماء المؤسسات السياسية:

المؤسسات الرسمية ☐ الأحزاب السياسية ☐

المنظمات المدنية والسياسية ☐ لم أتعرف على أي مؤسسة ☐

29- ساعدني الفيسبوك في معرفة الأدوار المؤسسات السياسية:

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

30- تعرفت من خلال المنشورات السياسية لصفحات والمجموعات الفيسبوكية على أدوار

المؤسسات السياسية:

قائمة الملاحق

- | | |
|--|---|
| ☐ الدور التثقيفي/ التوعوي | ☐ الدور الإخباري/ الإعلامي |
| ☐ الدور التعبوي السياسي | ☐ الدور التواصل |
| ☐ لم تتحقق عندي معرفة | |

المحور الرابع: مساهمة الفيسبوك في تعزيز القيم السياسية للطلاب الجامعي.

31- استفدت من الفيسبوك كأداة للتعبير بحرية عن الآراء السياسية:

- كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

32- أعبر عن رأيي في المواضيع السياسية من خلال: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ إبداء إعجابي أو غضبي على المنشورات السياسية التي تثير اهتمامي
☐ أقوم بالتعليق على المنشورات السياسية التي تثير إعجابي أو استغرابي
☐ مشاركة بعض الصور والمنشورات مع أصدقاء الفيسبوك
☐ إرسالها للمواضيع والآراء السياسية أصدقائي في حساباتهم الخاصة
☐ الاكتفاء بالقراءة بدون تفاعل

33- ساعدني الفيسبوك في تجسيد قيمة حرية الرأي والتفكير من خلال: (يمكنك اختيار أكثر

من إجابة).

- ☐ الدفاع عن حرية تعبير الآخرين
☐ نشر القضايا السياسية والتعبير عنها
☐ انتقاد الممارسات القمعية
☐ لم يساعدني في تحقيق أي مما سبق ذكره

34- استفدت من الفيسبوك في تجسيد مبدأ احترام الرأي والرأي الآخر:

- كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

35 - ساعدني الفيسبوك في تجسيد مبدأ احترام الرأي والرأي الآخر من خلال:

- ☐ التزام حالة ما كان الرأي الآخر مخالفا عن رأيي
☐ التعبير عن الرأي الشخصي في حالة طلب مني
☐ أستخدم عبارات لينة للتعبير عن الرأي المخالف

36- استفدت من الفيسبوك في تجسيد مبدأ احترام الرأي والرأي الآخر:

- كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

37- ساعدني الفيسبوك في تأكيد على قيمة الحفاظ على أمن الوطن من خلال:

- ☐ عدم نشر الشائعات ☐ رفض الخطاب التحريضي أو الطائفي
☐ دعم المحتوى الإيجابي ☐ التبليغ عن الصفحات المشبوهة

قائمة الملاحق

38- استفدت من الفيسبوك في تجسيد قيمة المواطنة:

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

39 - ساعدني الفيسبوك في تعزيز قيمة المواطنة من خلال:

دعم المبادرات السياسية الشبابية

☐

المشاركة في النقاشات السياسية

☐

إحياء المناسبات الوطنية، ونشر محتوى عن الاعتزاز بالولاء الوطني

☐

لم أخرى تذكر.....

40- استفدت من الفيسبوك في تجسيد قيمة المساواة:

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

41- ساعدني الفيسبوك في تجسيد قيمة المساواة من خلال:

الدفاع عن حقوق الفئات المهمشة ☐

دعم محتوى يعزز العدالة والمساواة ☐

الانخراط في حملات رقمية تدعو للمساواة ☐

42- استفدت من الفيسبوك في تجسيد قيمة الديمقراطية:

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

42- ساعدني الفيسبوك في تجسيد قيمة الديمقراطية من خلال:

الوصول إلى المعلومات ☐ الحوار التعددي والمختلف ☐

☐

الشفافية والمساءلة

أخرى تذكر.....

43- استفدت من الفيسبوك في تجسيد الاندماج الاجتماعي:

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

44- ساعدتني المنشورات السياسية في الفيسبوك في تحقيق الاندماج الاجتماعي من

خلال:

التماسك الاجتماعي ☐ قبول التنوع والاختلاف ☐

الشعور بالانتماء ☐ أخرى تذكر.....

المحور الخامس: تأثير استخدام الفيسبوك على السلوك السياسي للطلاب الجامعي.

45- ساعدتني المنشورات السياسية عبر الفيسبوك في اتخاذ قرار بالانضمام لحزب سياسي:

قائمة الملاحق

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

46- ساعدتني المحتوى السياسي للفيديو في اتخاذ الانضمام إلى الجمعيات السياسية:

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

47- ساعدني البث المباشر عبر الفيديو في حضور اجتماعات الأحزاب السياسية والمجتمع المدني الافتراضية:

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

48 - دفعتني الأنشطة السياسية عبر الفيديو للانخراط في العمليات الانتخابية:

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

49- شاركت في الانخراط في العمليات الانتخابية عبر الفيديو من خلال:

☐ متابعة صفحات المرشحين أو الأحزاب السياسية

☐ دعم البرامج الانتخابية للمرشحين

☐ التعليق على منشورات سياسية تخص الانتخابات

☐ التصريح بالنية في التصويت

50- حفزني الفيديو على المشاركة في العمليات الانتخابية من خلال:

☐ التوعية السياسي ☐ تسهيل الوصول إلى المعلومات الانتخابية

☐ التفاعل المباشر مع المرشحين ☐ تأثير المؤثرين الرقميين

51- ساعدني الفيديو في المشاركة في التظاهرات السياسية:

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

52- ساعدني الفيديو في تشكيل المواقف السياسية:

كثيرا ☐ قليلا ☐ لم أستفد ☐

53- ساعدتني النقاشات السياسية عبر الفيديو في تشكيل المواقف السياسية من خلال:

☐ فتح الساسة نقاشات سياسية محررة من رقابة السلطة

☐ عرض نخبة من المثقفين أفكارهم إزاء القضايا السياسية

☐ نشر قادة الرأي المؤثرين لأرائهم السياسية

أخرى تذكر.....

