

جامعة عمار ثلجي بالأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية



الموضوع

تأثير الخطابات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الطلبة الجامعيين دراسة ميدانية لدى طلبة الاعلام والاتصال بجامعة عمار ثلجي بالاغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم الاجتماع اتصال

إشراف الدكتور

- بساس بلخير

رئيسا

مشرفا ومقررا

عضوا و مناقشا

إعداد الطالب

- حلموس بلال

الدكتور لكحل الهواري

الدكتور بساس بلخير

الدكتور كروم محمد

السنة الجامعية: 2018-2019

كلمة شكر

نتقدم بأسمى معاني الشكر والتقدير إلى الأستاذ
المشرف علينا والذي لم يبخل علينا نصائحه
وتوجيهاته التي طالما كانت سندا ودرعا لنا في
إتمام هذا البحث الدكتور بساس بلخير كل الشكر

والتقدير سيدي

إلى جميع اعضاء لجنة المناقشة لكم منا الشكر

والاحترام

إلى من علمونا حروفا من ذهب أساتذتنا الكرام الذين

قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهود كبيرة في بناء

جيل الغد لتبعث الحقوق

والى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

اهدي ثمرة جهدي إلى من أحمل اسمه بكل فخر إلى
القلب النقي الدافئ إلى حبي الأبدي إلى نور عيوني
والذي العزيز ... رحمه الله

إلى ملاكي في الحياة إلى من غمرتني بحبها وحنانها
إلى من احترقت كالشمعة لتتير دربي إلى من ضحت
بالكثير والكثير من أجل سعادتني ومن أجل نجاحي
إلى أمي الغالية .

إلى من أرى السعادة في أعينهم وأرتاح بينهم
إخوتي

إلى من جمعني بهم القدر بين طيات الحياة ليتركوا
بصمات الحب والوفاء .

على باسطة ذاكرتي أصدقائي وزملائي

المخلص

تمثل هذه الدراسة محاولة لتقصي اثر الخطابات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي من وجهة نظر طلبة ثانية ماستر تنظيم وعمل ، وقد أجريت الدراسة في الفصل الثاني من العام الدراسي 2018-2019 على عينة بلغت (125) طالباً وطالبة من مختلف الاعمار، وقد سُحبت هذه العينة بطريقة عشوائية ، واعتمدت الدراسة استبانة تضمنت مجموعة من الأسئلة حول اثر الخطابات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي من وجهة نظر طلبة ثانية ماستر تنظيم وعمل ، وقد عولجت البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المعروفة، ودلّت النتائج بعد تحليل البيانات على الأثر الكبير الذي تخلفه الخطابات السياسية عبر مواقع التواصل للشباب الجامعي حيث تسهم هذه المواقع في التعرف على الأوضاع الداخلية والشؤون العامة، والأحداث والتطورات الإقليمية والدولية، وتساهم في تعزيز المشاركة السياسي وإبراز شخصيات سياسية جديدة.

وبينت نتائج الدراسة أنه ثمة دوافع متعددة لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي. كما أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له ايجابيات وسلبيات.

الكلمات الدالة: مواقع التواصل الاجتماعي، الخطابات السياسية، نظرية الاستخدامات والإشباع، الشباب الجامعي.

Absrect

This study is an attempt to investigate the impact of political discourse through social networking sites on university youth from the point of view of a second master student. The study was conducted in the second semester of the academic year 2018-2019 on a sample of 125 students from different ages. This sample was randomized. The study adopted a questionnaire that included a set of questions about the effect of political discourse on social communication sites on university youth from the point of view of a second student. The results showed that the political impact of the political discourse on communication sites for university youth contributes to understanding the internal situation and public affairs, regional and international events and developments, and contributes to enhancing political participation and highlighting new political figures. The results of the study showed that there are multiple motives for using university youth for social networking sites. The results of the study showed that the use of social networking sites has positive and negative. Keywords: social networking sites, political discourse, theory of uses and saturation, university youth.

الفصل

الفهرس

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يبين خصائص أفراد العينة حسب الجنس	65
02	يبين خصائص أفراد العينة حسب العمر	65
03	يبين خصائص أفراد العينة حسب المستوى الاجتماعي	66
04	يبين كثافة استخدام افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي معدل الاستخدام	66
05	يبين اهم مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الأخرى التي يتعرض لها المبحوثون	67
06	يبين الوقت الذي يقضيه المبحوثون في التعرض لمواقع التواصل	68
07	يبين توزيع المبحوثين بحسب معدل تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي	69
08	يبين توزيع المبحوثين بحسب الخصائص التفاعلية التي يفضلونها	70
09	يبين توزيع المبحوثين بحسب طبيعة اطلاعهم الشخصيات السياسية وخطاباتهم	71
10	يبين مدى تأثير اطلاع المبحوثين على الخطابات السياسية	72
11	يوضح العلاقة بين درجة إطلاع المبحوثين على الخطابات السياسية الانتخابية والمشاركة في الانتخابات دور الاطلاع في درجة	73
12	يبين درجة نجاح المرشحين الذين استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف ببرامجهم الانتخابية درجة نجاح المرشحين في التعريف ببرامجهم الانتخابية	74
13	بين مدى تأثير المشاركة الفاعلة من قبل المواطنين في الانتخابات في تحسين الأوضاع العامة	75
14	يبين مدى مناقشة المبحوثين للآخرين في البرامج والحملات الانتخابية	76

الفهرس

كلمة شكر

الاهداء

ملخص الدراسة

الفهرس

أ

مقدمة

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

04

اولا: اهمية الدراسة

04

ثانيا: أهداف الدراسة :

05

ثالثا: اسباب اختيار الموضوع

06

رابعا: الاشكالية

08

خامسا: الفرضيات:

08

سادسا: تحديد المفاهيم:

11

سابعا: الدراسات السابقة

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

14

تمهيد

15

المبحث الأول: مفهوم الخطاب السياسي

15

المطلب الأول: تعريف الخطاب السياسي

الفهرس

- 19 المطلب الثاني: وظائف الخطاب السياسي:
- 20 المطلب الثالث: إستراتيجيات الخطاب السياسي
- 26 المبحث الثاني: العلاقة بين الخطاب السياسي والشباب
- 29 المطلب الاول : الخطاب السياسي والممارسة السياسية
- 31 المطلب الثاني: الشباب والمشاركة السياسية:
- 32 المطلب الثالث: الشباب والعزوف السياسي:
- 34 خلاصة الفصل
- الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي
- 36 تمهيد:
- 37 المبحث الاول : مواقع التواصل الاجتماعي
- 37 المطلب الاول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
- 46 المطلب الثاني: خصائص ودوافع مواقع التواصل الاجتماعي :
- 51 المطلب الثالث: واقع التواصل الاجتماعي المكان الافتراضي والزمن الميدياتيكي
- 54 المبحث الثاني: أنواع مواقع الشبكات الاجتماعي
- 54 المطلب الأول : التويتر
- 56 المطلب الثاني: اليوتيوب.
- 60 خلاصة الفصل

الفهرس

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

62	تمهيد
63	المبحث الاول : الاطار المنهجي للدراسة التطبيقية
63	المطلب الاول : مجالات الدراسة
63	المطلب الثاني: منهج الدراسة وأدواتها
64	المطلب الثالث: مجتمع الدراسة
66	المبحث الثاني: تحليل النتائج
66	المطلب الأول: تحليل الجداول
77	المطلب الثاني: الاستنتاج العام
80	الخاتمة
	المراجع
	الملاحق

مَفْتَمَةٌ

مقدمة

يتباين مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي، بحسب إختلاف الحقل المعرفي للباحثين، حيث تندرج في إطار التطور الذي طرأ على تطبيقات الجيل الثاني من الواب، الذي أضاف ميزة التفاعلية وإمكانية المشاركة في تأسيس محتوى الشبكات الاجتماعية. بدأت أولى مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواسط التسعينيات (1995) التي ركزت كذلك على الروابط المباشرة بين الأشخاص. وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدرّ ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها.

مع بداية كل عملية سياسية تسارع السلطة لصنع شرعيتها من خلال استعمال اللغة في إطار خطاب سياسي رسمي موجه إلى جميع المواطنين والمواطنين، وتظهر قوة الخطاب السياسي في هذه المرحلة الحساسة للسلطة والمواطن كعلاقة تبادلية، حيث تعمل السلطة لإعادة ترتيب أساساتها، ويسعى المواطن إلى إيجاد أفراد يعتلون السلطة يضع ثقته فيهم، فيجد نفسه أمام مجموعة من الخطب السياسية من جهات متعددة، سواء من السلطة أو الأحزاب الموالية لها أو من الأحزاب المعارضة.

بالإضافة إلى ذلك تواجه السلطة في خطابها فئة الشباب الجامعي الذي يتمتع بالقدرة على فهم الواقع السياسي والاجتماعي لمجتمعه، كما يمكنه تحليل هذا الواقع والخروج باستنتاجات يقيم بها وضعه في خارطة الاجتماعية والسياسية، وإيجاد موقعه في المجتمع وسياسات السلطة. باعتبار أن هذه الفئة تعاني أكثر من فئات المجتمع الأخرى من بطالة وتهميش، بما تمتلكه من تكوين أكاديمي وشهادات جامعية تؤهلهم إلى وضعية أفضل، دون الاستهانة بالعدد الكمي لهذه الفئة.

و لم يقتصر دور شبكات التواصل الاجتماعي على الجانب الاجتماعي بل أصبحت أقوى الوسائل التي تستعملها القوى السياسية من خلال اضعافها لهيمنة الدولة على احتكارها للمعلومة وتوفير وسائل الاتصال ، ومنه أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منبرا للقضايا والخطابات السياسية لادراك اصحابها بضرورة مواكبة التطور الحاصل في مجتمعاتنا خاصة وأن هذه الوسائل أصبحت الاداة الفعالة للوصول الى الشباب من خلاله.

الفصل الاول

الاطار المنهجي

للدراسة

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

اولا: اهمية الدراسة

تأتي أهمية دراسة اثر الخطابييات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الطلبة الجامعيين من عدة جوانب:

أن الفئة المستهدفة في الدراسة هم فئة الشباب الجامعي، وهي الفئة التي تمثل القوى الحية في المجتمع، تعيش في الواقع وتسعى إلى بناء الحاضر والاستعداد للمستقبل، وعادة ما يتميز الشباب الجامعي بالمعرفة والحماس والاستعداد للتضحية والتغيير الإيجابي.

تتامي الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على أفكار واتجاهات ثقافة وسلوكيات الشباب.

عدم وجود دراسات في حدود ما اطلع عليه فريق البحث التي تناولت دراسة اثر الخطابييات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الطلبة الجامعيين .

إن قياس اثر الخطابييات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الطلبة الجامعيين يساعد على رسم خريطة نفسية واجتماعية وسياسية لفئة الشباب، بكل أفكارهم وآمالهم وتطلعاتهم وبالتالي إمكانية التنبؤ بمستقبل سلوكهم لأنهم يعكسون آرائهم وأفكارهم وقيمهم، وبالتالي تقديم رؤية فكرية حول فئة من المجتمع لا تزال شبه مجهولة لدى العديد من المتخصصين في حقول السياسة والإعلام والاجتماع في الأردن.

كما تأتي أهمية هذه الدراسة في الكشف اثر الخطابييات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الطلبة الجامعيين وتشكيل قيم واتجاهات الشباب مما يساعد القائمين على وضع السياسات الاستفادة من نتائج هذه الدراسة.

يعد الخطاب السياسي وسيلة وغاية في آن واحد، حيث أن للخطاب السياسي تأثير كبير على المشاركة السياسية للأفراد وعلى السياسة العامة للدولة، وأخيرا فان الأفراد يستطيعون من خلال الخطابات السياسية تحديد اتجاهاتهم في الحياة السياسية، وأسلوبهم في المشاركة فيها.

ثانيا: أهداف الدراسة :

يمكن إجمال أهداف الدراسة فيما يلي.

الأهداف النظرية تتمثل في دراسة الشباب وما له من أهمية، خاصة في الآونة الأخيرة حيث تشهده العديد من الدول العربية - حراك سياسي واجتماعي - أظهر فيه الشباب، مجموعة من العلاقات في إطار تفاعلي مع السلطة والقوى السياسية الفاعلة في الساحة السياسية. أنتج الكثير من الخطابات السياسية.

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

أما عن الأهداف الميدانية فهو اقتحامنا للبحث الميداني في إطار البحوث الأكاديمية، وتتبعنا لظاهرة المشاركة الشبانية في الحياة السياسية . وما مدى تأثير الخطاب السياسي الرسمي كمتغير في العملية السياسية، والوصول إلى معرفة آراء وتوجهات الشباب الجامعي لدور وتأثير الخطاب السياسي.

ثالثا: اسباب اختيار الموضوع

1. الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق
2. الرغبة في التعرف على تأثير الخطابات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي
3. الكشف عن حقيقة الوظائف السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي
4. محاولة معرفة الدور الذي تلعبه الخطابات السياسية عبر مواقع التواصل في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي السياسية

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

رابعاً: الاشكالية

لا يخفى على أحد في الوقت الحاضر الدور السياسي والحضاري والثقافي الذي تقوم به وسائل الإعلام في الترويج للقيم والمعايير وتسويق رؤية الحاكم والسياسي من خلال وسيلة الاتصال. وغالباً ما تستخدم النخب السياسية والسلطة الحاكمة وسائل الإعلام لبت خطابها السياسي والأيديولوجي بفاعلية، ولأغراض المناورات السياسية والعسكرية والدبلوماسية وإيصال الرسائل، وللتحاور بين الدول وذلك عبر الأفكار التي تروجها وسائل الإعلام باعتبارها أدوات مملوكة لتلك النخب.

وتعمل السلطة السياسية على استثمار وسائل الاتصال للوصول إلى قلوب الجماهير قبل عقولهم، فعلى سبيل المثال لا الحصر، ما قام به الرئيس الأميركي الأسبق روزفلت بتحويل ستين مليوناً من مستمعي المذياع إلى عاشقين لأحاديثه وهم يتحلقون بجوار المواقد من خلال الاستخدام المبرمج لأجهزة الراديو التي بلغ عددها في بداية فترة حكمه، التي استمرت 12 عاماً، ثلاثة ملايين جهاز عام 1924، وفي عام 1935 أصبحوا ثلاثين مليوناً.

ثم جاء عصر التلفزيون في الخمسينات من القرن الماضي، ليدخل العالم في عصر الاتصال المرئي الذي استخدم في المناظرات بين المتنافسين على الرئاسة وكان أشهرها ما دار بين الرئيس كينيدي ومنافسه نيكسون على ترجيح كفة كينيدي مطلع ستينات القرن الماضي لاستخدامه لغة جديدة في الخطاب السياسي تعتمد على لغة الجسد والكاريزما.

وحدد البعض، قياس الأثر الذي تحدثه اللغة المجسدة المرئية والتي تدرك بثلاث طرق، وهذا ما اعتمده السياسي الشاب جون كينيدي من بعده، ليفوز برئاسة الولايات المتحدة الأميركية. والنماذج العربية في هذا المجال كثيرة أبرزها الرئيس الراحل جمال عبدالناصر بلغته الجسدية المحببة للناس وبكلماته الحماسية التي مكنته في ستينات القرن الماضي من أن يكتسح الشارع العربي حضوراً عبر خطبه في التلفزيون.

ووسط هذا التزاحم بين النجوم ربما يشنت بعض الساسة والحكام، وأصبح دورهم في الإعلام الجديد غامضاً نوعاً ما، باستثناء بعض النماذج، فيتابع الناس قطعاً ما يكتبه الرئيس الأميركي دونالد ترامب على تويتر، ويعتبر ذلك موقفاً لسياسة الرئيس الجديد الذي يدير أكبر دولة عظمى في العالم.

وتشهد البيئات الغربية تواجداً كبيراً للسياسيين والنخب في مواقع التواصل الاجتماعي بما يعمل على إثارة الحراك السياسي كما أوردنا في تغريدات ترامب التي تعمل بين الحين والآخر على تغيير شكل التعاملات السياسية داخل أميركا وخارجها وإثارة الرأي العام وتهيجه.

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

إن فكرة الوصول إلى الجمهور المستهدف لا بد أن تجعل السياسي في الحكم أو المعارضة أو المنافس الشريك في تعديل مستمر بالتعاملات مع الجديد المؤثر في الرأي العام المحلي والدولي، وهي مهمة لا مناص من التعامل معها طالما أنك مهتم بهذا الجمهور من أجل قيادته والوصول إلى وعيه.

ونرى أن الإغراق في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والتوقيت هما مقتل تأثيرهما، فلا بد من دراسة دقيقة ترافق إطلاق تلك الرسائل اللحظية، التي ينبغي أن تصل حين يكون الجمهور على استعداد لتلقفها، وإلا سيكون المردود عكسيا وضارا، وهنا يبرز دور معرفة المزاج العام للجمهور، ومنحى توجهاته وسبر غور قناعاته التي قد لا تكون مهية أو مستعدة لتقبل الرسائل.

يعد الخطاب السياسي آلية فعالة في الحياة السياسية، حيث كان يستعمل منذ القدم في السياسة والحرب والحياة العامة، وما زال يلعب دورا حاسما في الوقت الراهن كوسيلة اتصال بين الفاعلين السياسيين وبين السلطة والأفراد. ويبرز الدور الفعال للخطاب السياسي في العملية الانتخابية. إذا كانت السياسة هي فن إدارة الشأن العام وتسييره من أجل تحقيق مصالح الناس وحفظ حقوقهم، فإنها اليوم لم تعد تعتمد على البيانات والتصاريح الحكومية فقط، بل أصبحت عبارة عن سلعة ومنتج يُسوق لها.

فهناك شركات متخصصة في العلاقات العامة والتسويق السياسي تقوم بعمل دعائي للحزب السياسية. وفي هذا الإطار يكتسي التسويق السياسي من خلال سياسة صناعة الصورة الذهنية ودور مواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبرى، حيث فتح لمستخدميه فرصاً أكبر للتأثير والنجاح، وأعطى قيمة مضافة للتنافس السياسي بين الأحزاب السياسية.

الصورة الذهنية هي الخريطة التي يستطيع الإنسان من خلالها أن يفهم ويدرك ويفسر الأشياء؛ أي إن الصورة الذهنية هي الفكرة التي يكونها الفرد عن موضوع معين وما يترتب على ذلك من أفعال سواء سلبية أو إيجابية، وهي فكرة تكون عادة مبنية على المباشرة أو على الإيحاء المركز والمنظم، بحيث تتشكل من خلالها سلوكيات الأفراد المختلفة.

عمدت السلطة بمؤسساتها المختلفة على فرض خطابها على جميع فئات المجتمع بتنوع طبقاته الاجتماعية، وكان الشباب الجامعي مقصودا في الخطاب السياسي الرسمي باعتباره فئة عمرية تتميز بالكثير من الخصائص، أولها أنها فئة متعلمة ولها تكوين أكاديمي يسمح لها بادراك وتحليل الواقع السياسي والاجتماعي.

لقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور مهم وجوهري في نقل المعلومات ورسم الصور وتشكيل الاتجاهات ذات التوجه السياسي، وهذا ما تم توثيقه في ما يسمى بثورات الربيع العربي،

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

حيث كان لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في اندلاع الاحتجاجات الشعبية في تونس ثم مصر وليبيا واليمن وسوريا والبحرين وغيرها، وأصبحت طرفاً أساسياً في اللعبة السياسية، وكان أثرها واضحاً في أثناء تغطيتها التطورات والأحداث .

كيف تؤثر الخطابات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الطلبة الجامعيين؟
الاسئلة الفرعية

- هل عزوف الشباب عن المشاركة السياسية هو رد فعل واقعه الاجتماعي والسياسي.؟
- كيف يمكن مشاركة الشباب الجامعي في عمليات سياسية تتخطى الخطاب السياسي الرسمي والواقع الاجتماعي والسياسي، إلى درجة وعيه وتنشئته الاجتماعية والسياسية؟
- وكأي دراسة أكاديمية ومن خلال هذه الإشكالية، يمكننا أن نطرح مجموعة من الفرضيات.

خامسا: الفرضيات:

- يمكن ان يعتبر عزوف الشباب عن المشاركة السياسية هو رد فعل واقعه الاجتماعي والسياسي.؟
- يمكن مشاركة الشباب الجامعي في عمليات سياسية تتخطى الخطاب السياسي الرسمي والواقع الاجتماعي والسياسي، إلى درجة وعيه وتنشئته الاجتماعية والسياسية؟
- وكأي دراسة أكاديمية ومن خلال هذه الإشكالية، يمكننا أن نطرح مجموعة من الفرضيات.

سادسا: تحديد المفاهيم:

خطاب: ونقصد به "التعبير عن الأفكار بالكلمات، أو المحادثة بين طرفين أو أكثر، أو معالجة مكتوبة لموضوع ما، أو حوار أو كلام".

الخطاب السياسي: يراد به خطاب السلطة الحاكمة في شائع الاستخدام، وهو الخطاب الموجه عن قصد إلى متلق مقصود، بقصد التأثير فيه وإقناعه بمضمون الخطاب ويتضمن هذا المضمون أفكارا سياسية، أو يكون موضوع هذا الخطاب سياسيا. والخطاب السياسي يهتم بالأفكار أو المضامين، ولهذا نجد المادة اللفظية قليلة في حين يتسع المعنى الدلالي لتلك الألفاظ، فالمرسل يعتني بالفكرة التي هي مقصده أكثر من عنايته بالألفاظ فالفكرة في الخطاب السياسي هي الأساس.

1. تعريف الاتجاهات:

لقد أصبح اهتمام الباحثين بهذا الموضوع، يتجاوز حدود العملية التربوية في حد ذاتها، إلى دراسة دور المدرسة في الارتقاء المعرفي و الوجداني و الاجتماعي للفرد، ومدى الصلة بين متغيرات البيئة التربوية، و بين التنشئة الاجتماعية،

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

أ - التعريف اللغوي:

الوجهة: القبلة وشبهها في كل وجهة أي في كل وجه استقبلته وأخذت فيه.
وَتَجَهَّتْ إِلَيْكَ أَتَجَهَّ أَي توجَّهْتِ، لَأَنَّ أَصْلَ التَّاءِ فِيهِمَا وَאו وَتَوَجَّهَ إِلَيْهِ: ذهب. قال ابن بري: قال أبو زيد تجه الرجلُ يَتَجَّهُ تَجَّهاً.¹

ب - التعريف الاصطلاحي:

في تعريف الاتجاه: "هو مجموع ما يشعر به الفرد نحو موضوع معين شعورا ايجابيا أو سلبيا ويشمل فكرة الفرد عن الموضوع ومفهومه عنه وعقائده وانفعالاته وآماله وتطلعاته ومخاوفه وأرائه المتعلقة بهذا الموضوع"²..

يعرف (دوبان) الاتجاه بأنه "استجابة ضمنية متوقعة ومؤدية إلى نماذج سلوكية علنية ويمكن تحريكها بالعديد من المميزات الناجمة عن التعلم المسبق أو عن القدرة على التجميع أو التمييز التي تعتبرها في المجتمع الذي يعيش فيه الفرد."³

التعريف الاجرائي

والاتجاه هو مجموع ميول ومشاعر الفرد وقناعاته تجاه مثير معين ومن هذا التعريف يتبين إن الاتجاه النفسي يتأثر بميول ومشاعر قد تكون أنية وبنفس الوقت يتأثر بقناعات مبنية على تجارب مسبقة وهذه القناعات تسودها الناحية المعرفية "جيل": اصطلاح على إطلاق اسم الجيل في أي مجتمع على مجموعة الأشخاص الذين يشتركون -على تفاوت بينهم - في سن واحدة، ويسمح لنا هذا المفهوم، مثل مفهوم الطبقة الاجتماعية، بتحليل مؤشرات ذات الفعالية على من يشغلون وضعا اجتماعيا مماثلا، وهو في هذا المثال: العمر، وهكذا تتوافر إمكانية للكشف عن المظاهر الاجتماعية للعملية البيولوجية الخاصة بتقسيم الأعمار، ويدرك كل جيل أحداث التاريخ من منظور مختلف، وذلك بسبب مجموعة التجارب المختلفة التي مارسها، لهذا السبب يولي المنظرون والمصلحون المهتمون بالتغيير أهمية كبيرة للجيل الأصغر.

مواقع التواصل الاجتماعي

يعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبية إجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد باسم (العقدة - Node)، بحيث

¹جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، اتجه، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2019/04/13 على الرابط:

<http://www.content.com.sa/Languages/LisanElArab/> = 1

². عبد الرحمان عيساوي: دراسات في علم النفس الاجتماعي، ط1، دار النهضة العربية، بيروت . 1974 :ص، 195.

³. أبو النبل محمود السيد: علم النفس الصناعي، ط4، دار النهضة العربية، بيروت، 1985، ص، 95.

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء الشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم. وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الإجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.

تصنف تلك المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب وتسمى (مواقع الشبكات الإجتماعية). تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى واطاحة التواصل بينهم سواء أكانوا أصدقاء تعرفهم على أرض الواقع أو كانوا أصدقاء عرفتهم في العالم الافتراضي". وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "مواقع التواصل الإجتماعي هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الإجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الإجتماعية بينهم". وتعرفها الباحثتان إجرائية بأنها: "شبكات إجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاعون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت أسماها الإجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الأونة الأخيرة وظيفتها الإجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، وأبرز شبكات التواصل الإجتماعي هي (الفايس بوك، تويتر، واليوتيوب) وأهمها هي شبكة (الفايس بوك)، التي بلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص من كافة أنحاء العالم".¹

الشباب: ينظر علم الاجتماع عادة إلى الشباب بوصفه مكانة مكتسبة على نحو لا دخل للفرد فيه، أو كصفة يحددها المجتمع، وليس مجرد الظرف البيولوجي المرتبط بصغر السن. ويستخدم المصطلح بطرق ثلاث: طريقة عامة كل العمومية، تغطي مجموعة من مراحل دورة الحياة، التي تمتد من الطفولة المبكرة إلى أوائل البلوغ. كما تستخدم كبديل مفضل لمصطلح المراهقة غير المرضي للدلالة على النظرية والبحوث التي تجرى على المراهقين وعلى فترة الانتقال إلى البلوغ. هناك استخدام أقل شيوعا اليوم للدلالة على مجموعة من المشكلات العاطفية والاجتماعية التي يعتقد أنها ترتبط بعملية التنشئة في المجتمع الحضري الصناعي.

¹ عامر، فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 2011، ص

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

سابعا: الدراسات السابقة

1 - دراسة فوزية الحربي 2012 قضايا السعوديات في الفيس بوك دراسة حالة كروب (خلوها تعدي)¹

هدفت الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات عن خصائص الفيسبوك، ودور المرأة في الفيسبوك، ومدى أفاق أسلوب الطرح والمعالجة القضايا المرأة مع القيم العامة للمجتمع، وهل هناك تغير في نوع القضايا المطروحة في الفيسبوك عما هو بوسائل الإعلام، وذلك بالتطبيق على عينة بلغ عددها (3063) مشتركا حيث قامت الباحثة بجمع المعلومات عن طريق الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة عبر الهاتف والبريد الإلكتروني، وتوصلت الدراسة إلى أن تسطيح قضايا المرأة وصورتها السيئة المرسومة لها منذ سنين طويلة في وسائل الإعلام التقليدية لم تتغير بل جاء الإعلام الجديد ليؤكد عليها، فالمرأة اليوم عن طريق الانفتاح الفضائي جاءت لترسم مزيدا من التسطيح لقضاياها واهتماماتها .

2 - دراسة طلعت عبد الحميد عيسى، 2012² استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية الشبكات التواصل للتوعية بالقضية الفلسطينية - دراسة ميدانية

هدفت الدراسة إلى قياس مدى استخدام طلبة الجامعات الفلسطينية الشبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالقضية الفلسطينية، وأهم الشبكات التي استخدموها، ومدى نجاحهم في استغلال هذه الشبكات في إيصال الحقائق والمعلومات السليمة حول القضية الفلسطينية إلى الجمهور العربي والأجنبي، واعتمدت الدراسة المنهج المسحي باعتماد استمارة استبيان وزعت على عينة مكونة من (300) من طلبة قطاع غزة وهي (جامعة الأقصى، والأزهر، والجامعة الإسلامية)، وتوصلت الدراسة إلى أن الفيسبوك هو استخدام بشكل عام من قبل الباحثين، وتوصلت أن نسبة المهتمين باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتوعية بالقضية الفلسطينية بلغ (36 ، 9 %)، وكانت أكثر الوسائل المستخدمة في التعبير عن معاناة الشعب الفلسطيني في الصور بنسبة عالية جدا، تلاها بفارق كبير النقاشات والتعليقات، وأحتل الحصار على غزة مقدمة القضايا التي حاول الباحثون توعية الجمهور بشأنها وذلك بنسبة تزيد عن (86 %) من الباحثين.

¹ فوزية الحربي، قضايا السعوديات في الفيسبوك، ورقة مقدمة للمنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال (الرياض ، جامعة الملك سعود ، 2012).

² طلعت عبد الحميد عيسى، استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية الشبكات التواصل في التوعية بالقضية الفلسطينية، المنتدى السادس للإعلام والرياض، جامعة الملك سعود، 2012).

الفصل الاول: الاطار المنهجي للدراسة

3 - دراسة د. تحسين منصور رشيد ، 2012¹: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي -

وهدفت الدراسة للتعرف على استخدامات الشباب الأردني الشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق احتياجاتهم، وطبقت الدراسة على عينة شملت (286) مفردة من الشباب الجامعي الأردني في جامعة اليرموك، وأهم نتائج الدراسة: ارتفاع نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الأردني بنسبة (93% ، 7)، واحتلال الفيسبوك المرتبة الأولى في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (72 . 4 %) مقارنة بالشبكات الأخرى، ويقوم الشباب باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين يومياً، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك خمس حاجات للإشباع التي يحققها الشباب الجامعي الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وهذه الحاجات مرئية بحسب الأولوية وهي: حاجات معرفية معلوماتية ، حاجات وجدانية سلوكية، حاجات شخصية براغماتية، حاجات اجتماعية .

تعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة وجدنا ان الدراسات تبحث في مجملها على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية للأفراد عامة والجانب السياسي خاصة وهي دراسات حاولت ابراز الدور الهام الذي ينبثق من نظرية التأثير على الجمهور ، كما نلاحظ أن كافة هذه الدراسات أكدت على الدور المؤثر الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على أفكار وسلوكيات الأفراد والجماعات داخل المجتمع .

ثامنا: صعوبات الدراسة:

لا تخلو أي دراسات من صعوبات تعترض الباحث في البحث العلمي وخاصة في مجال الدراسات الإنسانية التي تتفاعل مع السلوك البشري الذي يتميز بالتعقيد والصعوبة ومن أهم هذه الصعوبات التي اعترضتنا أثناء القيام بالبحث:

- 1) ندرة المراجع التي تناولت مواقع الخطابات السياسي من ناحية تأثيرها وأبعادها.
- 2) قلة الدراسات التي تناولت موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب وبالخصوص في الجزائر .
- 3) صعوبة التعامل مع الطلبة الجامعيين وهذا لعدم تعامل المبحوث بشفافية والصراحة اللازمة.

¹ تحسين منصور رشيد ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني - دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي ، ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للأعلام والاتصال الرياض جامعة الملك سعود ، (2012)

الفصل الثاني

الخطاب السياسي

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

تمهيد

من المعروف أن السياسة وعلى مر السنين قوة إنبنت وتبني على فعل السلطة فهي كلام النفوذ من أهل المرجع الخطابي، والنظام المتعاقد عليه لتأسيس وتشكيل أحكام متعقد الصلة بين الحاكم والمحكوم وبين فاعل الفعل السياسي والمستجيب للأحكام السياسية.

ولما كان كل كلام سياسة، وليس كل سياسة كلام، فإن موضوع السياسة إتخذ أبعاد فلسفية وفكرية متعددة منذ التاريخ، حيث نوقشت الخطابة والسياسة منذ أرسطو في كتابيه "السياسة" و"الخطابة"، وظهر حقل الإتصال السياسي بوصفه مجالا مستقلا عام 1956، في كتاب "السلوك السياسي" فمناذ أفلاطون وأرسطو وأوغستين وميكافيلي... والأخذ في المفاهيم والإشكالات والنظريات والنقاشات حول تأسيس مدونة نظرية للعمل السياسي وممارسة فعالة تنطوي تحتها مجموعة من الخلفيات والقوانين تشكل تقاطعا بين السيرورة والإرغامات الثقافية

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

المبحث الأول: مفهوم الخطاب السياسي

يعد الخطاب السياسي خطاب إقناعي، حاجي، يتخذ من اللغة، والسياسة فضاء له تتجلى من خلالهما خصائصه الإقناعية، والحجاجية والإنسانية، فهو وكما يعرفه فيليب بروتون نشاط إنساني يتخذ أوضاعا تواصلية متعددة ووسائل متنوعة ويهدف إلى إقناع شخص، أو مستمع، أو جمهور ما، بتبیین موقف ما أو المشاركة في رأي ما.

المطلب الأول: تعريف الخطاب السياسي

أولاً: تعريف الخطاب السياسي

إن الخطاب السياسي له مميزاته وبنياته التي تميزه كخطاب مركب من الجمل (الملفوظ) موجه عن قصد إلى المتلقي بقصد التأثير فيه وإقناعه بمضمون الخطاب عن طريق آليات وميكانيزمات منها: الشرح، التحليل والإثارة، ويتضمن هذا المضمون أفكارا سياسية، أو يكون موضوع هذا الخطاب سياسيا. ويهدف السياسي القائم بتلفيظ الملفوظ السياسي إلى تغيير النفوس والعقول والأفكار والواقع مما يجعله في حالة لها صفات وسمات وهيئة معينة. كما يعرف أيضا بأنه: حقل للتعبير عن الآراء واقتراح الأفكار والمواقف حول القضايا السياسية من قبيل شكل الحكم كالديمقراطية واقتسام السلطة والفصل بين أنواعها، ويعتبر الخطاب السياسي خطابا إقناعيا يهدف إلى حمل المخاطب على القبول والتسليم بصدقية الدعوى عن طريق توظيف حجج وبراهين، و يمكننا اعتباره مؤقتا خطابا سياسيا، عندما يقال من طرف رجل سياسي في هدف سياسي .

إن كل خطاب سياسي ينشأ في بيئة فكرية وثقافية، في ظروف اجتماعية وسياسية محددة، وهذا ما يجعله يعكس انشغالات المرحلة التاريخية ومشكلات المجتمع الراهنة. ففي أواخر الثمانيات من القرن الماضي سجل الخطاب السياسي العربي تحولا كبيرا في مواضيعه تتبع عنه الاستخدام الموسم لمصطلح الديمقراطية وممثلاتها كالمجتمع المدني وحقوق الإنسان، وكانت النتيجة أن ظهر الخطاب الديمقراطي بوصفه جزءا أساسيا من مكونات الخطاب السياسي العربي المعاصر¹

فالخطاب السياسي تقنية تسمح باستمالة السامع أو القارئ إلى الكلام بتذكيره بموقفه كمتلق بضرورة الاستماع أو التلقي، فالخطاب السياسي الذي يؤسس الفكرة عبر مبدأي المحاجة والتعليل¹ يؤديان

¹ شامل رضوان، الإعلام وسيكولوجية الخطاب السياسي، البحث عن التبرير، مجلة النبأ، العدد 59، 2001،

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

بالضرورة في السياق الايجابي للتواصل إلى الاقتناع. فتؤدي بنا القصدية التواصلية إلى البحث عن متضمنات الخطاب التي لا تتضح إلا بالكشف عن القوانين التي تميز الخطاب وتحركه، أي أن هناك قوانين تدخل في توظيف المعنى الضمني لأن المخاطب السياسي لا يلجأ إلى الأقوال الصريحة للتلفظ بل يسعى إلى توجيه المخاطب إلى التفكير في الشيء الغير مصرح به، فالخطاب جانبان : الظاهري والضمني، وحتى يحقق الخطاب السياسي فعاليته يعتمد المخاطب عناصر تجعله يتوجه إلى التلميح وما على المتلقي إلا إدراك مآل أقواله دون الإفصاح بدوره، فكل ما يتلفظ به المخاطب السياسي واضحا بصفة جلية . وعليه فالخطاب السياسي يعتبر : تمثيل للمكان، وتمثيل للجماعة اللغوية وللعلاقات الاجتماعية وتمثيل لعلاقة الفرد بالمجتمع الذي يعيش فيه ، فالرجل السياسي يجب عليه أن يكون باعتباره مرسلا : ذلك الرجل الذي يجعل كلام مجموعته مستحسنا أي الذي يتحدث إل جمهوره بالكلام الذي ينظره منه ، ذلك الذي يحمل كلاما مسموحا ولكن في الوقت ذاته يصنع السلطة.

ثانيا: المميزات العامة للخطاب السياسي

الخطاب السياسي منتج ثقافي ، فهو كغيره من المنتوجات العقلية والثقافية ، تخضع بشكل مباشر لجملة من الشروط التاريخية والسوسولوجية والمادية التي توطر إنتاجه وتحدد أشكاله ونمط القيم المتضمن فيه ، لكن ما يميز الخطاب السياسي عن غيره من الخطابات كونه جزء من الإيديولوجية . لهذا يصدق على الخطاب السياسي ما يصدق على الإيديولوجية . فهو بإمكانه التعبير عن نفسه بشكل مختصر جدا ، كما هو الأمر في الشعارات . وباعتباره جزءا من الإيديولوجية ، فانه يخضع لما تخضع له ¹.

ويعتبر الخطاب السياسي خطابا اقناعيا بامتياز ، يهدف إلى حمل المتلقي على التسليم والقبول بصدقية الخطاب عبر وسائل حجاج متنوعة تتضافر فيها الوسائل اللغوية والمنطقة ومكونات تعبيرية أخرى موازية للتواصل كالصورة ، ونبرة الصوت ولغة الجسد وذلك وفق ما يقتضيه السياق التخاطبي .

¹ عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب :مقاربة لغوية تداولية، ط1 ، ليبيا :دار الكتاب الجديدة المتحدة، . 2004، ص77 .

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

وقد حددت الباحثة غريبير أربع خصائص رئيسية تميز الخطاب السياسي عن غيره من الخطابات الاقناعية الأخرى نذكرها كما يلي :

*مضمون الخطاب : يتعلق بقضايا المواطنين والفئة المستهدفة من الخطاب.

(جماعة سياسية أو حزب أو أفراد)

* مصدر الخطاب : وهم صانعو الأحداث الذين يرسمون السياسات ويخططون لها ويصدرون ومنهم تأتي الخطابات .

* وسائل انتشاره : وهي وسائل الإعلام السمعية والبصرية والمكتوبة فالخطاب " يؤثر إذا انتشر

عبر وسائل الإعلام

ليصل بذلك إلى اكبر عدد من المشاهدين أو المتلقين ، لتوجه الرسالة السياسية ، وهذه الرسائل / الخطابات ، قد تصبح شعارات يعتنقوها ، وقد تمثل لهم مخطط حياة ، و تصبح متداولة بين الناس.¹

* المتلقي : وهو إما أن يكون نخبوا يقابل بالدراسة والتحليل والتأويل من طرف هذه النخب ، وإما أن يكون من عامة الشعب حيث يستمع إلى الخطاب ويتداول ، وقد يقتنع به بسبب الدعاية دون نقد أو دراسة ، وعموما فان الخطاب السياسي يتصف بالخصائص الآتية :

خطاب جماهيري :

" أي انه خطاب قائم على إنتاج وفصل الدوائر الخاصة والعامة " ، فهو خطاب يتوجه إلى مجموعة الأفراد المجتمعين في جماعة معينة ولهم أهلية مناقشة السلطة ، ويرتبط هذا النوع من الخطابات بجملة من الخصائص المتنوعة التي لها طابع جماعي بامتياز سواء تعلق الأمر بالتنظيم أو التنظير : كالاتحاد السياسي المغلق ، واللقاءات السياسية الجماهيرية المفتوحة ، والحوارات ، والمؤتمرات الحزبية ، والبلاغات أو البيانات والتوصيات .

وتتضاف إلى ذلك مسالة وسيلة التواصل الجماهيري كالمنشورات والمؤلفات ، والوسائط السمعية البصرية.²

¹ عبد الرحيم العماري ، نسق التواصل السياسي بالمغرب المعاصر 2005 : عبد الرحيم العماري ، ص 90 .

² نفسه ، ص 90 .

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

خطاب قاعدة :

لأنه خطاب " يتوجه دون تمييز إلى مجموع الأفراد والمواطنين ضمن التشكيلة المجتمعة " ويؤكد د . عبد الرحيم العماري إن هذا الخطاب أساسا في الممارسة النضالية ، والتي تتجلى أساسا في نظام الصحافة المناضلة الذي يطرح مشاكل ملازمة : إتباع الشائع في وسائل التواصل بين القواعد ، والانحياز عنها في الوقت نفسه .

"بمعنى انه خطاب يؤلف في أسسه الخالصة بين مجموع التمثيلات و الإيديولوجيات المتباعدة غالبا ما تكون معارضة "

خطاب سجالي وسفستاني :

كل الخصائص المذكورة تحتم عليه أن يكون خطابا سجاليا ، خلافا للخطاب الديدانتيكي .
يزيف الخطاب السجالي أطروحة الخطاب المعارض . فالسجال هو عماد الخطاب السياسي .
فالمتلقي يكون إما عارضا ، أو وسيلة لنبذ المعارض ، وأثناء السجال يتم الاستعانة بمجموعة من الآليات الخطابية وغير الخطابية التي قد تتعدى الإقناع إلى الإفحام .

خطاب مقطع :¹

يتعذر في الغالب الإمساك به في كليته ، بما انه يتغير حسب الخطابات المناصرة والخطابات المعارضة . وفق ذلك ، يحاول الخطاب السياسي دوما إعادة تشكيل مجموعة من التمثيلات المتناقضة أن هذا العناد يقوده إلى إنتاج لغة متعددة الأبعاد ، مما يدخل الخطاب السياسي في علاقة جدلية مع الواقع . فإذا ما أحال عليه بطريقة غير مباشرة عمل على إخفائه بتأسيس مرجعية جديدة ملتبسة .

خطاب مجزأ :

يتغير تبعا للمصدر ، بحيث تختلف درجة عموميته من جهاز إلى آخر .

خطاب تحويلي :

فهو خطاب يخلق النقاش حول : " التدابير الواجب اتخاذها والاستراتيجيات الواجب تبينها ، قصد إتمام التنظيم مجتمع في تحول مستمر " .

¹ عبد الرحيم العماري ، المرجع السابق ، ص 91 .

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

خطاب معرفة :

ككل التشكيلات الخطابية ، ينتج الخطاب السياسي في النهاية معرفة، أنها متعددة التلوينات ، لكن هدفها هو تدبير العلاقات بين أفراد المجتمع ، انطلاقا من مجموعة من الإجراءات البروقراطية وغيرها ، انه " مؤسسة تمنح معرف سياسية " .¹

المطلب الثاني: وظائف الخطاب السياسي:

يرى النظام في الخطاب السياسي ورقة رابحة، يوظفها داخليا في مؤسساته الحكومية وخارجيا في إعطاء الصورة الجيدة للنظام. كما تتداخل وظيفة الخطاب السياسي مع العلاقات الاجتماعية للأفراد وكوسيط بين النظام والمجتمع.

وظيفة هيكلية: الخطاب هو الاسمنت للنظام السياسي "اللوزيول (1966) وتحدث على نطاق واسع حول هذا الموضوع، حيث أن الخطاب شرط ضروري لوجود هذه السياسة، دون الكلام لا توجد سياسة. هكذا ترتبط الكلمة في الوقت الحاضر مع مواضيع أخرى مثل: هياكل الاتصالات داخل المنظمات، ووسائل الإعلام، أنظمة الحكم... الخ.

وظيفة القرار وآلية أساسية: العملية السياسية ليست سوى القرار، حيث يلعب الخطاب دورا مركزيا، وعليه فالسلطة لا تزال إلى إقناع وإنتاج وتوفير المعلومات².

• **وظيفة تعليمية:** بالإضافة إلى مهام أخرى تبقى السلطة السياسية في الواقع مجرد منتج من السياسة، وذلك واضح خاصة عندما يتم تدريس جوهر السياسة، فهو توفير الخطاب الهيكلي للوصول إلى: معلومات التحكم، وتسهيل التغيير أو استنساخ النظام السياسي.

• **وظيفة علاجية:** الخطاب السياسي يعمل على مكافحة تجدد الشكوك ، أي انه يميل إلى تحسين التفاعل الاجتماعي الدائم، كما يميل إلى تجنب القلق عن طريق تجديد الأمل ورفع المعنويات، وانه يعبر عن إيديولوجية لتوفير الاتساق الرمزي كهيكلي منظم يشكل الأنا.

¹ نفس المرجع ، ص 91.

² أفايه، محمد نور الدين. التحرر من السلطوية والديمقراطية المعقدة. سلسلة كتب المستقبل العربي، العدد 391 سبتمبر 2011 ص 11-31 (2011).

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

• من بين الأسباب التي جعلت أفراد المجتمع لا يثقون في السلطة، هو خطابها السياسي السيئ والمصاحب للكذب خاصة عندما يتعلق الأمر بالانتخابات. رغم ذلك يبقى المجتمع متمسكا بالقليل من الأمل، وينظر إلى الخطاب السياسي الرسمي على أنه آخر وسيلة قد يلجأ إليها، لتحسين العلاقة بينهما. "الخطاب السياسي هو مفترق طرق: العلوم السياسية، علم النفس، وعلم الاجتماع، واللغويات، وحتى اللاهوت، قليل مكن الكباب أعلن بوضوح عن حالة من فن الخطاب السياسي، ويرى البعض أن الخطاب له تأثير وبالتالي طاعة قواعد ومبادئ نظرية خاصة ، وقال "Gorgias أن الخطاب هو طاغية قوية ويستخدم على أنه سلاح ، كما انه يمثل وسيلة رمزية تتجاوز الحرب

لم يعد الخطاب السياسي يلعب دوره في الحياة السياسية والاجتماعية، باعتباره منشط ايجابي للعبة السياسية خاصة في الاستحقاقات الانتخابية، إلا بارتباطه بشخصية لها وزنها السياسي والتاريخي والثوري. وآلية لها ميكانزمات تصنع الفرق وعلى أنها لسان السلطة، كما يمكن للخطاب السياسي أن يحدد ثقة أفراد المجتمع بالنسبة للسلطة ويرفعها.

المطلب الثالث: إستراتيجيات الخطاب السياسي

1. مفهوم الإستراتيجية في الخطاب السياسي

في بداية الأمر ارتبط مصطلح الاستراتيجية بالميدان العسكري ثم توسع إلى ميادين أخرى، ويعني في معجم "لاروس" "أنّ الاستراتيجية هي فن تركيب حركة) action القوات العسكرية في سبيل بلوغ هدف محدد من طرف السّلطة السياسية في إنشاء مشاريع حربية مع امكانية الدولة¹ ومن جهة أخرى فإنّ مصطلح "الاستراتيجية" يعني مجموعة الأفكار و المبادئ التي تتناول ميدانا من ميادين النّشاط الإنساني بصورة شاملة و متكاملة،وتكون ذات دلالة على وسائل العمل ومتطلباته واتجاهات مساراته بقصد إحداث تغييرات فيه وصولا إلى أهداف محددة،ومادامت معينة بالمستقبل فإنّها تأخذ في الإعتبار احتمالات متعددة والأحداث (تنطوي على قابلية التّعديل وفقا لمقتضياته،وهي تقع وسطا بين السياسة و الخطة.)

¹ محمد حمود، تدريس أدب استراتيجية القراءة و القراء، منشورات ديداكتيكا،الدار البيضاء، 1996 م،ص11

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

وفي هذه الدراسة هي مجموعة من المعطيات التي من خلالها نقرأ النص وندق على بابه لندخل عالمه ورؤاه المختلفة.

وإنّ الاستراتيجية عند علماء النص كونه انتقل إلى ميدان الأدب قصد انشاء التّواصل بين منتج النصّ ومتلقيه، أي أن الاستراتيجية تشمل ثنائية المنتج/ المتلقي، باعتبار أن المنتج يتوخى استراتيجية خاصة تعبر عن تخطيطه في استعمال معارفه للتعبير عن رؤاه من خلال انتاج النصّ، ويقصد من وراء هذا التخطيط التأثير على المتلقي.

وأما استراتيجية التلقي فتعني طرق توظيف المتلقي لمعارفه في تلقي النصّ وهو حرفي اختيار تأشيرة الدخول إلى علم النص¹.

وبهذا يصبح مصطلح الاستراتيجية في الحقل الأدبي " تحمل اليوم عمليات المعالجة الموجهة إلى الهدف والخارجية عن وعي عند انتاج النص واستقباله ضمن هذا المصطلح وتستننتج في ذلك استراتيجية بشكل موسع مرادفا لتخطيط المتكلم أو تخطيط القارئ" فالاستراتيجية "تهدف إلى خلق التّواصل بين ثلاثية التلازمية هي:

المنتج _____ النص _____ المتلقي، بغرض التأثير والتأثير بمعنى أنّ الاستراتيجية تعني الموضوعية: الواقع و قد نقول الحتمية هي أن انتاج لغوي يصدر عن شخص ما و يتوجه إلى آخر و يتحدث عن شيء ما لا شك أن هناك حيلة من شأنها أن تعطيه هذه الحتمية فمؤلف النصّ ما يمكن الإختباء وراء صياغات أكثر حيادية من صياغات أخرى، وأيضاً مع ذلك أكثر صعوبة يمكن محاولة جعلنا تغفل أنّ نصه مصوغ تبعاً للمتلقي و الصورة التي يكونها عنه و الفكر التي لديه عن الصورة التي يكونها المتلقي عنه²

الإستراتيجية في الخطاب السياسي: يعود استخدام مفهوم الإستراتيجية لليونانيين القدماء، حيث كانوا يختارون كل سنة مجلس يتكون من عشرة استراتيجيين يتولون إدارة الجيش فهؤلاء القادة يقومون بمهمة حماية المدينة اليونانية عن الدبلوماسية أو بالشكل المناسب حتى وان تطلب الأمر

¹ المرجع نفسه، ص 12

² عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب: مقاربة لغوية تداولية، ط1، ليبيا: دار الكتاب الجديدة

المتحدة، 2004، ص 77

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

الدفاع عن طريق الجيش، وبالتالي طريق لهم مسؤولية مزدوجة هي قيادة السياسة الخارجية للدولة من جهة و إدارة ما يصابها من نشاطات عسكرية من جهة أخرى. إلا أن مفهوم الإستراتيجية لم يعد يقتصر على البعد العسكري فقط، فمع نهاية القرن العشرين أصبح هذا المفهوم متعدد الاستخدامات، ويختلف من مجال لآخر ويستخدم للدلالة على كل النشاطات الإنسانية التي لها أهداف ووسائل، ولم تعد حكرًا على المجال العسكري وحده.

فالإنسان يمارس أفعالًا كثيرة في حياته يبتغي من ورائها تحقيق أهداف بعينها ولا يستطيع أن يمارس هذه الأعمال في وضع مستقل عن سياق المجتمع الذي ينتمي إليه ولذلك فإنه يتخذ طريقة معينة يمكن بها مراعاة الظروف التي تحيط بعمله أولاً أي عناصر السياق وتمكنه من تحقيق هدفه ثانياً. كما أنه ونظراً لتنوع الأعمال التي ينجزها الإنسان بين أعمال اجتماعية وثقافية وسياسية ولغوية، فإن طرق إنجازها تتنوع كذلك لأن الإنسان ينجزها في سياق اجتماعي ذي عناصر مؤثرة. لذلك فالإستراتيجيات هي طرق محددة لتناول مشكلة ما، أو القيام بمهمة ما من المهمات أو هي مجموعة عمليات تهدف إلى بلوغ غايات معينة، أو هي تدابير مرسومة من أجل ضبط معلومات 1 محددة و التحكم بها.¹

2. إستراتيجيات التأثير في الخطاب السياسي

يعمد الخطاب السياسي إلى جملة من الأساليب والآليات الحجاجية الإقناعية قصد التأثير في المتلقي وحثه على الإمعان في المضامين والدلالات الكامنة فيه قصد تأويلها، وفهمها، ما يجعلها ترسخ في ذهن المتلقي الذي قد يتأثر بها، لتتحول عنده إلى أفعال يمارسها ويعمل بها، وعليه سنحاول في هذا المطلب عرض أهم إستراتيجيات التأثير في الخطاب السياسي²:

الأفعال الكلامية :

تعد الأفعال السياسية أفعال كلامية في الغالب، لأن الكلام لا يحمل فقط رسالة دلالية، نماً و يشي أيضاً بالموقع الذي يتخذه صانع الكلام من تلك الدلالة التي يتضمنها الخطاب

¹ دليلة قاسمية، إستراتيجيات الخطاب في الحديث النبوي، رسالة ماجستير في اللغة العربية وآدابها، غير منشورة، جامعة

باتنة، 2011-2012، ص 69

² عبد الجليل مرتاض، اللّغة و التّواصل، دار هومة، الجزائر، دط، 2003، ص 78

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

السياسي، فاللغة تدل بما هي كلام و علامات، وقرائن و إشارات على الميثاق التواصلي بين المتكلم والمتلقي، فآلية البدائل يتيح تأويل اللغة بحرية، ولكنها لا تتيح أي حرية لتغيير الحدث، فمأزق الفعل السياسي يقابله انعراج واسع في زاوية الفعل الكلامي لذلك يلجأ الفكر إلى سلطة اللغة عسى أن تعيد التوازن بين الفعلين، فعندما نكون حيال القول السياسي، ولا سيما في لحظة مباشرته الأولى أو لحظة إنشائه والإصدار به نجد أن المعنى الذي يحمله لا ينكشف من خلال البناء اللغوي أو المقام التداولي بين المتكلم والسامعين، ولكنه يوجد خارج الحدث اللغوي والتواصلي تماما، فهو يوجد مبنوثا بين شاشة الأحداث الجارية وذاكرة الواقع الماضية، فهو مزروع على أرض الذاكرة السياسية المتحركة لأنه يقع بين حقيقة تاريخية وحقيقة تريد أن تتشأ. فالخطاب السياسي ما هي إلا جزء من الممارسة الأيديولوجية للسلطة من قبل الدولة، ولذلك فإن كل التفاعلات الاجتماعية المحيطة بعملية إنتاج الخطاب السياسي الإعلامي وتلك التي تحيط بعملية قراءته هي بالأساس تفاعلات اجتماعية قبل أن تكون معرفية أو كلامية تأويلية.

-الإيحاء(لعبة الكلمات)

لجأ السياسيون في خطاباتهم إلى لعبة الكلمات، فقد تظهر في الخطاب كلمات تدغدغ مشاعر المواطنين، لاستمالة عقولهم إلى مستقبل بعيد المدى في تحقيقها، كما أنها لغة ملتبسة، غامضة، مبهمه، ليست باللغة الصريحة وهي حافلة بالمعاني المتعددة والتفسيرات الهادفة¹ إلى استثارة النفوس لخدمة السياسة. وبالتالي أضحت لعبة السياسة ضرورة، ولازمة من لوازم شطرنج الكلام، حيث يتحول الخطاب إلى رقعة شطرنج، تمارس فيه لعبة من نوع خاص هي لعبة الكلمات والمعاني و تفسيرها وتأويلها بين المرسل والمتلقي، لذلك يلجأ الخطيب السياسي إلى شحن خطابه برموز ومدلولات، تختبئ وراءها بعض المعاني التي يريد البوح بها إذ لا بد للسياسي من بعض الغموض حتى يقتنع المتلقي، لأن هذا الغموض أقوى من حيث التأثير في المتلقي، لأن المعاني الخفية و الأفكار غير المعلن عنها تحتاج إلى إعمال الفكر وهو ما يرسخ الفكرة والمعنى في الذهن مع عدم المبالغة في الغموض والرمزية حتى لا يبتعد عن الهدف الذي يريد تحقيقه وهو التواصل والإقناع والتأثير.¹

¹ باتريك شارودو، دومينيك منغو، معجم تحليل الخطاب، المركز الوطني للترجمة، تونس، 2008، ص 553

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

-الاستعارة:

ن الكلمات التي يستعملها الخطاب السياسي عادة هي تصورات إستعارية مثل المساواة، الحرية، الاستقلال، والسلطة... الخ لذلك نجد أن الاستعارة هي أداة من أدوات الفعل السياسي، فهي تستخدم أدا سباجة للتحريض والتحفيز والإقضاء والإغراء والتمييز والهيمنة والشرعية و أدا المقاومة و إجهاض النقد، فهي لا تقول أو تعبر فحسب بل تفعل أيضا ولما كانت الاستعارات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، شأنها شأن كل الاستعارات الأخرى، قد تخفي بعض مظاهر الواقع، فإن الاستعارة في مجال السياسة لها أهمية قصوى، فقد تقيد حياتنا لأنها تعتمد إلى إخفاء الحقيقة والمهارة مما يفتح المجال أمام المتلقي، يظهر ما يريد المتكلم إظ للتأويلات، والقراءة المتعددة للمعاني التي يحملها الخطاب، فالاستعارة في الخطاب السياسي تستعمل لأغراض تواصلية بحثه لأنها تزيد من إثارة المتلقي وتجعله يبحث عن المعاني التي تخفيها ومما يجعل عملية التأويل والقراءة للخطاب أقوى وأعمق وعليه سيكون التأثير أقوى.

مراعاة مقتضى الحال:

يلجأ الخطيب السياسي إلى مراعاة مقتضى الحال ليخاطب كل طبقة بما يناسبها ولتحقيق ذلك يجب أن يكون عارفا بأحوال من يخاطبهم اجتماعيا وثقافيا وسياسيا لأن الكلام يفسر ويفهم حسب الموقف الذي يحدث فيه، لذلك يجب أن يجري أيضا حسب الموقف الذي يحدث فيه أو الذي يثير الكلام أو اللغة، فقد يعتمد الخطيب إلى المنطق، أو أقيسته اليقينية ويقتصر على ذلك إذا كان يخاطب أوقاما، قد غلب على حياتهم الفكر و العقل، ولا يرضيهم إلا الحقائق عارية وقد يعتمد إلى 1 الظنيات وأقوال من عرفوا بالحكمة¹

ولقد إرتبطت الإستراتيجية بالخطاب السياسي لكونه عملية يقوم المرسل السياسي بإختيار العبارات والكلمات المناسبة، وكذا إختيار السياق المناسب، فهو قبل التلطف بخطابه يخطط لكيفية إنتاجه وكذلك كيفية إيصال معناه إلى المرسل إليه (الجمهور)، فالمرسل السياسي يحرص كل الحرص على إستعمال اللغة إستعمالا دقيقا يتواءم والسياق، وحتى يتمكن من القيام

¹ محمد مفتاح، تحليل الخطاب الشعري (استراتيجية التناص) ط2، المركز الثقافي العربي، دار البيضاء المغرب، 1992،

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

هذه العمليات لابد وأن تكون لديه كفاية لغوية¹ بالإضافة إلى الكفاية التداولية. فالمرسل السياسي لا ينتج خطابه غفلا عن إعتبار السياق، فلا خطاب دون إنخراطه في سياق معين، كما لا يتجلى الخطاب السياسي دون إستعمال اللغة المناسبة، فقد يستعمل المرسل اللغة الطبيعية، كما قد يستعمل بعض العلامات غير اللغوية (الإشارة باليد، الإيماءة...)، ليمارس بها خطابه¹

لذلك فإن التواصل بين المرسل السياسي والمرسل إليه (الجمهور)، أو حتى بين الناس بعضهم ببعض، لا يتوقف على اللغة الطبيعية وحدها، بالرغم من أن الإنسان لا يستغني بذلك عن إستعمالها في الفعل التواصل مع الآخرين، سواء أكان هذا الإستعمال مكتوب أو شفاهة. فالناس ولبلوغ ذلك، يعمدون إلى إستعمال اللغة بكيفيات منظمة ومتناسقة وتتناسب مع السياق، وهي منظمة لأن الناس ينتمون إلى جماعات إجتماعية مما يجعلهم يتبعون نماذج من السلوك العام والمتوقع داخل الجماعة. أما المصدر الثاني فيأتي من حقيقة أخرى وهي أن أغلب الناس الذين ينتمون إلى المجتمع اللغوي ذاته يمتلكون معرفة للعالم بشكل مشترك ومتشابه أو ما يعرف بالمعرفة المشتركة أو الفهم المشترك للعالم الخارجي²

¹ دليلة قاسمية، المرجع السابق، ص.71

² عبد الهادي بن ظافر الشهري، المرجع السابق، ص.79

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

المبحث الثاني: العلاقة بين الخطاب السياسي والشباب

المطلب الأول: الخطاب السياسي والممارسة السياسية

• بين السلطة وسلطة اللغة والخطاب:

يرى ميشيل فوكو أن التساؤل حول علاقة الخطاب بالممارسة السياسية، يتطلب جانبين من التحليل، من جهة، ضرورة تحليل مختلف العمليات النقدية التي يقوم بها خطاب ما في ميدان خطابي معين. ومن جهة أخرى، تعيين حقل التحليلات ومجال الموضوعات التي يحاول الخطاب إظهارها وتم فصلها مع سياسة ما، أو ممارسة سياسية معينة. فبالنسبة للجانب الأول النقدي، يتطلب إقامة جملة من العمليات التي يمكن تلخيصها في:

1. إقامة حدود على عكس التاريخ التقليدي الذي يبقى حقلًا لا متناهيًا وغير محدود، مع إبعاد المسلمة التأويلية، ومسلمة الذات المؤسسية، ومسلمة الأصل.

2. محو التعارضات الشكلية من مثل القديم والجديد، الأصيل والمعاصر، التقليد والإبداع، الثبات والتغير، وإقامة حقل التحليلات التفارقية.

3. إلغاء الفروع العلمية المعترف بها، مثل تاريخ الفكر، وتاريخ العلوم، وغيرها، وتحليل الخطابات في شروط تكوينها، وتحولها ومختلف علاقاتها.

بهذه العمليات النقدية، يظهر الخطاب، ويؤسس في نفس الوقت لاستقلالته وسلطته، ويحقق هدفًا أساسيًا، هو إقامة تاريخ عام للخطابات، بدلًا من تاريخ كلي تاريخ يتأسس على وصف خصوصية الممارسات الخطابية. وفي إطار هذا التاريخ العام، يمكن إقامة ما يسميه فوكو بالتحليل التاريخي للممارسات الخطابية¹

أما الجانب الثاني، فيتطلب في نظره، دراسة علاقة هذه الخطابات في فرادتها وخصوصيتها بالممارسات السياسية، وذلك بدراسة شروط ووظائف الخطابات العلمية، كالتب والاققتصاد، أو

¹ وليد عبد الحي، لغة الخطاب السياسي: المشكلة والحل، جامعة اليرموك، المحاضرة الخامسة عشر، 21 تشرين الثاني

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

بصفة عامة خطاب العلوم الإنسانية التي اهتم بها الفيلسوف. وإن دراسة الخطاب العيادي الذي ميز الطب في بداية القرن التاسع عشر، يبين أن هنالك علاقة بين هذا الشكل من الخطاب العلمي وظهور بعض الأحداث السياسية، والتي يجملها في حدث الثورة الفرنسية.

وتتطلب دراسة الخطاب الطبي في علاقتها بالممارسة السياسية، النظر، ليس في التغيير الذي حدث في وعي الناس، وطريقة إدراكهم للأشياء، بل على أساس أن الممارسة السياسية : (حولت شروط ظهور الخطابات أو حولت طريقة وجود الخطاب الطبي) وهذا بناء على جملة من الإجراءات، منها : تعيين الذين لهم الحق في امتلاك وإدارة الخطاب الطبي "الأطباء والتقنيون"، تقسيم جديد لموضوعات الطب بتطبيق سلم جديد للملاحظات، وظائف اجتماعية جديدة للمستشفى، أنماط جديدة للتسجيل والحفظ والتوزيع، للخطاب الطبي. وأخيرا وظائف جديدة للخطاب الطبي في نظام المراقبة الإدارية والسياسية للشعب.

وعلى أساس هذا التحليل، يمكن أن نحدد مختلف العلاقات بين الخطاب والممارسة السياسية، وتعيين جزئيات هذه العلاقة، والدور الذي تلعبه الممارسة السياسية في خطاب علمي معين، وكيف تنعكس هذه العلاقات على مجالات أخرى من الحياة الاجتماعية، ويتعبير دقيق، تعيين وضعية الخطابات.

إن هذه المقاربة المعرفية الجديدة التي يقترحها فوكو لدراسة علاقة الخطاب، بالممارسة السياسية، نستطيع القول عنها، أنها مقارنة تبعده عن المفهوم المثالي للممارسة الخطابية، و تؤسس إمكانية إقامة ألسنية اجتماعية تدرس علاقة المنطوقات الطبية مثلا، بمجال اجتماعي هو المستشفى¹

لكن هذا المنحى الاجتماعي للخطاب، سيعرف تغيرا في "نظام الخطاب"، بحيث سيتم التركيز على سلطة الخطاب، وعلى مختلف أشكال الرقابة والمنع التي تقيمها السلطة أو المجتمع على الخطاب، خاصة وأن الخطاب لا يصبح أداة في يد السلطة أو نسا يعكس أهداف السلطة، بل يشكل في ذاته سلطة، كما هو واضح مثلا، في نص الأركيولوجية، الذي ثبتناه سابقا. وإن سلطة الخطاب

¹ لقيس أحمد منصور، الأحزاب السياسية والتحول الديمقراطي الدراسات تطبيقية على اليمن وبلاد أخرى، القاهرة : مكتبة مديبولي، 2004، ص ص 58-59.

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

قادرة على مناهضة وإقصاء أو إقامة السلطة، وهو ما يعبر عنه بوضوح نص "إرادة المعرفة" كما سبق وأن أشرنا إليه كذلك، ولذا لا يمكن فهم مختلف جوانب المسألة دون تحليل عميق للنظام والآليات التي تتحكم في الخطاب، وإلى البديل الذي يقترحه لدراسة السلطة وسلطة الخطاب.

أصبح الخطاب السياسي سلاحاً في يد السلطة، تستعمله في الساحة السياسية بما يخدم مصالحها، لأن "سلطة الخطاب هي آلية من آليات الإقناع والإخضاع، باعتبار الخطاب يمثل جملة من المعاني والأهداف، يريد الوصول إليها من خلال المتلقي، الذي يتعدد شكله من فرد إلى جماعة إلى مؤسسة". حيث تصبح اللغة والخطاب وسيلة ضغط في يد السلطة، تستعملها في الظروف السياسية والاجتماعية الحرجة خاصة عند ظهور ما يهدد أمنها يشكك في شرعيتها، فتظهر قوة السلطة في خطابها. حيث يبرز دور الخطاب السياسي باعتباره قوة في يد سلطة، تستعملها هذه الأخيرة فيما يحقق التوازن السياسي والاجتماعي والثقافي. "من المعروف أن السفسطائية قد وقفت عند سلطة الخطاب، عندما اكتشفت الإمكانات التي تحملها اللغة كالمغالطة والقدرة على الترميز وإيقاع الخصم في الخطأ، ودور الخطابة في تغيير الرأي والموقف. منذ ذلك التاريخ على الأقل طرحت مسألة العلاقة بين اللغة والسلطة، فهل للغة سلطة ذاتية أم أنها تستمدّها من شيء خارج عنها كالسلطة السياسية والدينية وغيرها؟. ويرى ميشيل فوكو أن التساؤل حول علاقة الخطاب بالممارسة السياسية يتطلب جانبيين من التحليل، من جهة، ضرورة تحليل مختلف العمليات النقدية التي يقوم بها خطاب ما في ميدان خطابي معين، ومن جهة أخرى، تعيين حقل التحليلات ومجال الموضوعات التي يحاول الخطاب إظهارها وتمفصلها مع سياسة ما، أو ممارسة سياسية معينة".¹

هذه العلاقة الثنائية بين الخطاب ولا سياسة، تتحكم فيها وقائع أخرى وتقويها مثل الواقع السياسي، والاجتماعي والاقتصادي وخاصة الظروف الأمنية الداخلية والخارجية، وعلاقتها بالاستقرار الوطني. "كما يرى فوكو أن الخطاب عبارة عن شكل من أشكال الهيمنة، أو عبارة عن ممارسة إيديولوجية، ترتبط بصراع الطبقات بعامة، وبالصراع العرقي على وجه الخصوص، وتعمل على

¹ وليد عبد الحي، لغة الخطاب السياسي: المشكلة والحل، جامعة اليرموك، المحاضرة الخامسة عشر، 21 تشرين الثاني

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

تكوين الأفراد في صورة رعايا" لقد ساهم ميشيل فوكو في تحليل الخطاب وعلاقته بالسياسة، خاصة أن النظام السياسي الجزائري بعد الاستقلال، تبلور في ممارسة إيديولوجية - الاشتراكية - للهيمنة على أفراد المجتمع، ولإخماد الصراع العرقي الخفي. وإظهار الوحدة في مفاهيم الخطاب السياسية، ونقل السياسي إلى الديني من خلال الخطب الدينية، وسرعة انتشارها في المجتمع¹.

الأشكال الحديثة للمشاركة السياسية والاجتماعية للشباب:

إن جميع المجتمعات تعرف طفرة كبيرة في تغيير وتكيف أشكال الاحتجاج، وذلك تقاديا للصدام مع قوة القانون، لكن هذا التغيير يختلف حسب درجة تطور كل مجتمع. وكذا قابلية أفرادها على القدرة في استعمال وسائل الاتصال الحديثة. "يعتبر تغير نماذج الاحتجاج أمرا مألوفًا، لدى باحثي علم الاجتماع السياسي، فغالبا ما يوظف في ضوء صيرورة ثقافة الشباب والبيئة المحيطة بها، وما تطرحه من إمكانيات وتحديات، وبالتطبيق على الأوضاع المعاصرة، يبرز تصاعد موجات المد العولمي، والاتجاه العالمي نحو عدم المركزية...وحديثا برزت أنماط المشاركة غير التقليدية من خلال الحركات والجماعات غير الرسمية وشبكة الانترنت وما تطرحه من أنشطة حديثة، مثل الاعتصام والاضطرابات والمظاهرات والوقفات الاحتجاجية، وغيرها من الأنشطة البعيدة عن الاحتكاك المباشر مع رجال الأمن في الشوارع والبياديين، مثل أنشطة مقاطعة البضائع والخدمات، والاحتجاج عبر شبكة الانترنت، من خلال استخدام تقنيات الجيل الثالث من الهواتف المحمولة"².

هذا النوع الجديد من الاحتجاجات المتطورة يضع السلطة في مشاكل، تهدد نظامها السياسي والأمني. حيث تعمل هذه النظم هي الأخرى على وضع سياسة مضادة تضعف فيها قوة الاحتجاجات، إلا أنها لا تستطيع القضاء عليها. "يتضح استخدام الانترنت كأداة سياسية في العديد من المجالات، فالانترنت أصبح أحد المصادر المهمة لدى الشباب للحصول على المعلومات السياسية. وقد انتشرت المواقع الالكترونية التي تقدم المعلومات السياسية على الانترنت، وسعت

¹ ديان مكدونيل، مقدمة في نظريات الخطاب، ترجمة د. عز الدين إسماعيل، القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ط1، 2001،

² شير إيرير، دراسات في تحليل الخطاب الغير الأدبي، ط1، دار النهضة العربية، الأردن، 2010، ص45

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

الحكومات والأحزاب ومؤسسات المجتمع المدني ومراكز الأحزاب بل والأفراد لإنشاء مواقع إلكترونية تقدم المعلومات المختلفة ... ويمثل الانترنت إحدى أدوات المشاركة السياسية للشباب، وتتيح لهم فرصة التعبير عن وجهات نظرهم والحوار بين بعضهم البعض حول القضايا المختلفة بدرجة أكبر من السهولة والحرية من الأطر التقليدي للمشاركة ويساهم هذا في الحد من ظاهرة الاغتراب واللامبالاة السياسية للشباب.¹

أما إذا نظرنا إلى واقع الإعلام والاتصال في الدول العربية، فهو يعاني من أزمت وتضييق من السلطة الحاكمة عن طريق سن قوانين لحصر النشاط الإعلامي في إطار مغلق، مثال ذلك ما تتعرض له الصحافة من ظلم قانوني وحتى مادي ويتفاوت هذا التدهور من دولة عربية إلى أخرى. كما لم تسلم المواقع التواصل الاجتماعي خاصة - الفيسبوك و تويتر - من عملية التضييق، عن طريق قطع أو توقيف هذه المواقع خاصة في الدول التي عرفت احتجاجات وثورات، وارتبطت هذه المواقع بالشباب لأنهم أكثر الفئات العمرية استعمالاً لها، كما يطلق عليهم جيل الانترنت. وهذا ما يدفعنا إلى التساؤل حول ما مدى مساهمة السلطة في تشجيع ودفع الشباب إلى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي، كآلية جديدة في المشاركة السياسية يستعملها جيل الشباب، دون المساس بالمبادئ والقواعد الأساسية للسلطة. "وتستخدم الانترنت أيضاً كأداة للتعبيئة السياسية للشباب وتسهيل جهود تجميعهم وتنظيمهم لتحقيق هدف سياسي معين مثل تحفيز الشباب للتسجيل في قوائم الناخبين، أو المشاركة في مشروعات الخدمة العامة، أو تنظيم حملات تأخذ شكل التأييد أو الاحتجاج على سياسات أو تصرفات معينة. وأخيراً يمكن القول أن الانترنت يوفر إمكانيات هائلة للتواصل مع الشباب، وزيادة معارفهم السياسية ودمجهم في إطار النظام السياسي ويقع على عاتق المؤسسات القومية، دور هام في تطوير استخدامها للانترنت، وكذلك تحويل المشاركة الافتراضية للشباب على مواقع الانترنت إلى مشاركة فعلية على ارض الواقع."

تعتبر مواقع الاتصال الاجتماعي وسيلة تهدد النظم السياسية، إلا أن هذه النظم تعمل على استعمال هذه المواقع، بالطريقة الايجابية وذلك من خلال عملية التسويق السياسي. حيث استعملت الكثير من الأحزاب الموالية للسلطة، على توظيف الفيسبوك مثلاً كإستراتيجية للتسويق السياسي.

¹ شير إيرير، دراسات في تحليل الخطاب الغير الأدبي، ط1، دار النهضة العربية، الأردن، 2010، ص45

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

المطلب الثاني: الشباب والمشاركة السياسية:

إن الفعل السياسي لدى الشباب لا يمكن فصله عن المشاركة السياسية، ولا يمكن تصور أي مجتمع من المجتمعات أن يتخلى عن شبابه، باعتبارهم فئة عمرية ذات قاعدة عريضة تحدث الفارق، إن وجهت بطريقة سلسلة قد تنمي عملية المواطنة. "كما لعب الشباب العربي بصفة عامة، دورا هاما على طريق التحديث والتقدم وحققوا خطوات هامة على هذا الطريق. فعلاقة الشباب بعض التنظيمات الاجتماعية والشبابية مكنتهم من المشاركة في العمل السياسي، من خلالها، أو يجدون أنفسهم مضطرين للعمل من خلال التنظيمات السياسية وجمعيات العمل الاجتماعي والاتحادات الطلابية ومنظمات الشباب"¹

لقد وجد معظم الشباب بعد الاستقلال أنفسهم غير قادرين على الاندماج داخل الأحزاب السياسية، بسبب واقع سياسي وإيديولوجي يتعارض مع توجهاتهم و أفكارهم، إلا أن هذا لم يمنع الشباب من الانضمام إلى بعض التيارات الحزبية السياسية المحظورة، رغم ما تلقوه من متابعات سياسية وتقييد حرياتهم الشخصية. "أما في الجزائر فإن الشباب الذين يحصلون على تنشئة اجتماعية داخل العائلة لا تحفز الفرد على الاهتمام بالشأن العام كقاعدة عامة، مقابل ذلك الاهتمام بالمصطلح الفردية والعائلة الضيقة التي تعد مقياس النجاح، تنشئة أمدتها التجربة السياسية الأخيرة بحجج كثيرة بعد المأزق الذي وصلته الحركات الإسلامية التي وقف ورائها بقوة شباب المدن، فكانت النتيجة العنف والسجن والهجرة الغير شرعية وغيرها"².

شهدت الجزائر بعد الاستقلال مجموعة من الأحداث، التي جذبت إليها جيل الشباب خاصة بعد أحداث أكتوبر 1988، أين وجد نفسه في مواجهة العنف القانوني - الشرطة والدرك - لان الشباب كان متعطشا إلى العمل السياسي. فدخل هذا الجيل في دوامة من العنف الإرهابي، وأدخل معه النظام في هذا الصراع الذي خلف الكثير من الأبرياء. الشباب هو الأمان بالنسبة للنظام السياسي،

¹ دادي عبد العزيز، سمات الشخصية وعلاقتها بالأداء المهاري في الرياضات الجماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، غضبان أحمد حمزة، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص49.

² عبد الله الأشعل، مستقبل الحملة الأمريكية لمكافحة الإرهاب في ضوء الاتجاهات الدراسية الحديثة، مجلة السياسة الدولية، العدد159، مؤسسة الطوبجي للنشر و الطباعة، القاهرة، 2005، ص 50

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

فيمكنه أن يكون رأسمال بشري في تفعيل وتطوير النظام الاجتماعي، ويحقق الازدهار الاقتصادي كقوة شبابية وفئة عمرية نشطة، ويصنع الفرق في النظام السياسي لو أعطيت له الإمكانيات اللازمة. حيث وصلت العديد من الدول مثل ماليزيا تايبوان إلى الازدهار من خلال الاستثمار في رأسمال البشري.

المطلب الثالث: الشباب والعزوف السياسي:

ترى السلطة في العزوف السياسي نقطة سوداء للنظام وخلل سياسي واجتماعي، يحتاج إلى العلاج من خلال الدراسة العلمية، لإظهار مدى خطورة هذه الظاهرة التي تعاني منها معظم الدول العربية، وحتى بعض الدول الغربية، وتتجلى أهميتها في إعطاء جميع الأنساق توازن يخدم المجتمع“. تمتد هذه الظاهرة إلى مظاهر المشاركة السياسية الرسمية، ولذا هناك تخوف على مستوى الأحزاب والحكومة من نسبة منخفضة للمشاركة في الانتخابات، فالمعطيات الأولية بتعامل الناخب الجزائري اللامبالي والمتسم بالبرودة تجاه الحملات الانتخابية، تؤثر على أن هناك عزوفا أعمق من العزوف عن المشاركة الانتخابية، وأنه عزوف عن المشاركة السياسية الرسمية برمتها. ويستشف من الخطاب الإعلامي الطاغي لدى السلطات والأحزاب الحاكمة وتلك المرتبطة بالسلطة أن نسبة الامتناع الكبرى هي هاجسها الأول، بينما الخطر الفعلي قد يكمن في طريقة إجراء الانتخابات وإدارتها وردة فعل الشارع اتجاهها خصوصا مع الطعن في نزاهة نسب المشاركة في الانتخابات.¹

يزيد مشكل العزوف عند الشباب خاصة في المشاركة السياسية، أما العزوف الانتخابي تضع له الدولة حلولا ترقيعية، لان الاستحقاقات الانتخابية ظرفية ومحدودة رغم أهميتها. إلا أن المشاركة السياسية بصفة عامة هي المشكلة التي تآرق السلطة لأنها تكون على مدار السنة، تتحدد فيه فاعلية المجتمع سياسيا. “إن الخطاب المعلن والسلوك الملاحظ من طرف جميع المواطنين وليس فقط من طرف المتابعين والمهتمين بالشأن العام هو أن النظام محرج جدا من العزوف الانتخابي وذلك للأسباب التالية:

¹ سعيد يقطين، من النص إلى النص المترابطة، مدخل إلى جماليات الإبداع التفاعلي، ط1، المركز الثقافي

العربي، بيروت، 2005، ص222

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

يؤدي الإقبال الضعيف على المشاركة في الانتخابات إلى ضعف مقابل في شرعية النظام السياسي والحصول على تأييد القوى العظمى واعترافها بديمقراطية النظام الجزائري وقدرته على التكيف بالإضافة إلى أهمية البرلمان المقبل الذي يصفه البعض بالمجلس التأسيسي بالنظر إلى مسؤوليته في تعديل الدستور، وتغيير طبيعة نظام الحكم و ترسيخ الممارسة الديمقراطية.

إن من أهم السلوكيات السياسية الدالة على تشجيع السلطة للمشاركة الشعبية في الانتخابات التشريعية المقبلة نجد ما يلي:

- خطب السيد رئيس الجمهورية الضامنة للنزاهة والمشجعة للشباب على المشاركة.
- إرسال وزارة الداخلية لرسائل هاتفية قصيرة « SMS » تحت المواطنين على الانتخاب باعتباره سلوكا حضاريا ووطنيا.
- بث حصص تلفزيونية تغطي الحدث و يشجع منشطوها وضيوفها الشباب الجزائري إلى انتخاب ممثليهم في البرلمان.¹

إن العزوف الانتخابي لدى الشباب لا يخيف السلطة، بقدر ما يخيفها العزوف السياسي لديهم، لان الانتخابات ظرفية يمكن إيجاد حلول لمعالجة هذا المشكل، لكن عندما يتعدى العزوف الإطار الانتخابي ويصل الامتناع والاستتفاف عن كل ما هو سياسي، هذا قد ينتج مستقبلا جيل لا يعترف بالسياسة رغم أنها جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية، حتى وان قلنا أن الامتناع هو مشاركة سياسية بحد ذاتها إلا أنها سلبية لا تحقق تنمية سياسية ولا اجتماعية للشباب.

¹ سعيد يقطين، المرجع السابق، ص222

الفصل الثاني: الخطاب السياسي

خلاصة الفصل

يُشير مفهوم الخطاب السياسي إلى شكل من أشكال الخطاب الموجّه من فرد أو جماعة في منصب سياسي معيّن، للجمهور المتابع؛ بهدف تقديم أنفسهم، وعرض المشاكل الخاصّة بمجتمعهم، وبالعالم، وعرض حلول مقترحة لجذب انتباه السكّان، وتحقيق مصالح معيّنة، أو لكسب أصوات "انتخابيّة"، أو تنفيذ مشاريع معيّنة، كما ويعتبر الخطاب السياسي شكلاً من أشكال الثقافة الحديثة، تُشكّل أداة مهمّة في اكتساب السلطة، وكسب الشرعيّة من الشعب.

والخطاب السياسي لا يمكن القول بأنه خطاب له مصداقية كاملة، فهو خطاب يعبر عن مدى مصداقية قائله وغالباً ما يكون في مجتمعاتنا العربية لمصالح فردية لا جماعية ويكون في فترة زمنية محددة لا متناهية وغالباً ما يتم مزجه مع الخطاب الديني لكي يؤثر نوعاً ما على الشعوب ولتكون له فعالية.

الفصل الثالث

مواقع التواصل

الاجتماعي

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

أقصى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال نوعا من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء الكتروني افتراضي، عمل على أحداث تغيير في علاقات الأفراد الاجتماعية و أشكال تفاعلهم و أساليب تواصلهم و سمي هذا النوع من التواصل بمواقع التواصل الاجتماعي، التي قربت المسافات بين الأفراد و ألغت الحدود وزوجت بين الثقافات و من أشهر هذه الشبكات شبكة الفايسبوك .

و في هذا الصدد سنعرض في هذا الفصل ما المقصود بمواقع التواصل الاجتماعي؟ نشأتها، أنواعها، خصائصها،... و أهم تأثيراتها على الفرد والمجتمع .

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول : مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الاول : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي مثل المقهى المتواجد في قرية صغيرة حيث يجتمع الناس لتبادل المعلومات و الأخبار، الفرق أنك لا تستطيع حمل هذا المقهى بجيبك.

وتعرف على أنها المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، و توفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، و توفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت.

و هي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص و التواصل مع أصدقائهم و معارفهم، مثل موقع "ماي سبيس"، "فيس بوك"¹.

ويعرّفها "زايد" على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الالكتروني. و عرّفت أيضا على أنها تلك المجتمعات الافتراضية و تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت، تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة بحيث يتواصلون فيما بينهم و يشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي.

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك . وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني "الويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء(بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط 2013، ص 24، 25.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض.¹

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع و يتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة و الذين يبحثون عن ملفات أو صور ... الخ ، أي أنها شبكة مواقع فعّالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض و بعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.²

و تعرف مواقع التواصل الاجتماعي أيضا على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها.³

وتضع كلية "شريديان التكنولوجية" تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: " أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي و تفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة و الفيديو و الصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج و العرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه و هي أهم سماته.⁴

وتعرف على أنها تلك المواقع الاجتماعية التي تتيح لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات و الصور وتبادل مقاطع الفيديو ، وكذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الالكترونية، و إجراء المحادثات الفورية، وارسال الرسائل، و تصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة و رئيسية هي :

¹ ليلي احمد جرار: الفيسبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37.

² ليلي احمد جرار : ، مرجع سبق ذكره، ص38 .

³ زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

⁴ عباس مصحفى صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011، ص 09 .

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

"الفيسبوك" "تويتر" ، و موقع مقاطع الفيديو "اليوتيوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات و الأخبار الفورية في متابعة مسار و تطورات الأحداث.¹

مفهوم "مواقع التواصل الاجتماعي" مثير للجدل، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته. عكس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

الإعلام الاجتماعي: "وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبِل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية* الرسالة للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبِل".

وتشير أيضاً إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع"

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها"²

وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً اجرائياً للإعلام الجديد بأنه: "انواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو

¹ "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال للطالب محمد المنصور، مجلس كلية الاداب و التربية، الاكاديمية العربية في الدنمارك، 2012

*ب "مقص الرقيب" وهو باختصار، من يقوم بعملية حذف كل محتوى لا يخدم مصالح مالك الوسيلة الإعلامية، وهو ما يتسم به الإعلام التقليدي.

² زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كألية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض، اما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي اهم سماته¹

. ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على التعريفات السابقة الى الاقسام

الآتية:

1- شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الالكتروني... فهي بالنسبة للإعلام، تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات الكلاسيكية الثلاث.

2- تطبيقات قائمة على الادوات المحمولة المختلفة ومنها اجهزة الهاتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. وتُعدّ الاجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل.

3- انواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون "مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والاذاعات والبرامج" التي اضيفت اليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

ويمكن ان نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الاشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق باعلاء حالات الفردية والتخصيص، وتأتیان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الاعلام الجماهيري والاعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم اعلام القرن العشرين، فإن الاعلام الشخصي والفردى هو اعلام القرن الجديد. وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلاي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي اىصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى الى اسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي. فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية².

¹ د. عباس مصطفى صادق، "الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011م، ص9.

² عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، عمان، دار الشروق، 2008م، ص17.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

مداخل نظرية لفهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

لا يعمل الإعلام في فراغ بل يستمد من السياقات الاقتصادية والسياسية والثقافية، سواء كانت محلية أو قومية أو إقليمية أو دولية. ولكي نفهم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي "الإعلام البديل" يجب أن نضعها في النظريات السياسية والديمقراطية التي وفرت سندا نظريا وفكريا لهويتها وممارستها، ويتطلب مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يلتزم بعضها الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضها يعلق على الموضوع من جانب الدراسات الاجتماعية والسياسية وغيرها، بما يمثل مدخلا لفهم خصائص الاعلام الجديد:

فتشدد نماذج الديمقراطية القائمة على المشاركة على أهمية "مشاركة المواطنين الحقيقيين وانخراطهم الأكثر فاعلية ونشاط في الديمقراطية، ولذلك فهي تنتقد الفصل الراديكالي* للمواطنين عن السلطة والنخب والمؤسسات الديمقراطية عن طريق التمثيل". "وإن وجود المؤسسات النيابية على المستوى القومي ليس كافياً للديمقراطية، فلكي تتحقق المشاركة القصوى من جانب الشعب جميعه على ذلك المستوى، يجب أن تحدث تنشئة اجتماعية أو "تدريب اجتماعي" على الديمقراطية في مجالات أخرى لكي يتسنى تطوير الاتجاهات والصفات السيكولوجية الضرورية. وهذا التطوير يحدث عن طريق عملية المشاركة ذاتها"¹

وتطرح أوجه التنظير للإعلام تساؤلات حول مفهوم *New Media* وممارساته فهل تعبر مرحلته هذه عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته من المؤسسات إلى الجمهور؟ أو كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية، إن النقد الموجه للإعلام الجديد يتمحور حول ضرورة تحديد المجالات التي يتحرك فيها هذا الصنف من الإعلام، فإمكانية الوصول إلى نموذج نظري للإعلام الجديد والراديكالي لا يتم عن طريق ما هو موجه من نقد للإعلام السائد بل إنطلاقا من مخرجات وتجارب وسائل الإعلام التي تطرح نفسها كبديل عن الإعلام الرسمي التقليدي.

* الراديكالية: هي فلسفة سياسية تؤكد الحاجة للبحث عن مظاهر الجور والظلم في المجتمع واجتثاثها. ومصدر كلمة الراديكالية، Radis، وتعني الجذر أو الأصل. فالراديكاليون يبحثون عما يعتبرونه جذور الأخطاء الاقتصادية والسياسية والاجتماعية في المجتمع وبطالون بالتغييرات الفورية لإزالتها.

¹ أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكارينتير، "فهم الإعلام البديل"، ترجمة: علا أحمد إصلاح، القاهرة، مجموعة النيل العربية، 2009م، ص24.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

ويذهب بعض النقاد إلى الدعوة لدراسة الإعلام الجديد ليس إنطلاقاً مما يجب أن يكون عليه بل عن طريق ما هو عليه، وهو ما سيمكننا من الحكم عليه إنطلاقاً من مقدرته على عرض بدائل في مواجهة الإمبراطورية الإعلامية السائدة¹

كما أن حصر الإعلام البديل في الرؤية القائلة بأنه عبارة عن حركة مضادة للثقافة الجماهيرية السائدة إجراء نظري قاصر، فالإعلام الجديد منتج أيضاً لثقافة إتصالية بديلة، وعادة ما يكون في تعارض مع ما هو سائد. ويقع بين مفترق مناهج نظرية متداخلة فهو يعاني من طابعه المهمش خارج السياق الاجتماعي وخصوصيته في كونه بديل عن النظام الإعلامي القائم. ولهذا ركزت بعض المداخل على خدمة المجتمع وبعده مواقع التواصل الاجتماعي، أو إعلام المواطن وغيرها من التسميات، بأنها جزء من المجتمع المدني. "وطرح فكرة مجتمعات الممارسة ذات الصلة، بوجود ممارسة مشتركة ومجتمع الممارسة هو مشروع مشترك يوجد تفاعل متبادل بين الأفراد العاملين فيه وله مجموعة من الموارد المشتركة"²

ويعبّر وينجر وزملاؤه عن هذه الفكرة كالتالي: "مجتمعات الممارسة عبارة عن جماعات من البشر يشتركون في غاية واحدة ومجموعة من المشكلات، ويقومون بتعميق معرفتهم وخبراتهم في هذه الناحية عن طريق التفاعل بصورة مستمرة". ولقد أظهر تحليل تأثير تكنولوجيات الاتصال على الحياة اليومية أن المجتمعات المحلية لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحددة بل أيضاً في الفضاء الإلكتروني وتسمى "المجتمعات الافتراضية"³

ويمكن أن تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان وبوجهها للبناء والإبداع في إطار "تطوير القديم وإحلال الجديد من قيم وسلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بث معلومات، بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث"⁴

¹ المصدر السابق نفسه، ص31.

² المصدر السابق نفسه، ص39

³ أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكاريننتير، المصدر السابق نفسه، ص31.

⁴ مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية، 2005م، ص21 .

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

وقد ارتكزت البحوث العلمية حول وسائل الاتصال الحديثة على نموذجين تفسيريين، الأول، ويتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والنظرة التفاؤلية للتكنولوجيا تهمل لهذا التغيير، وتراه رمزا لتقدم البشرية، وعاملا لتجاوز إخفاقاتها في مجال الاتصال الديمقراطي والشامل الذي تنقاسمه البشرية. والنظرة التشاؤمية التي ترى التكنولوجيا وسيلة للهيمنة على الشعوب المستضعفة، والسيطرة على الفرد، فنقتحم حياته الشخصية وتفكك علاقاته الاجتماعية¹.

أما النموذج الثاني، ويتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الاعلام هي التي تحدد محتواها. وإن البحوث النوعية التي تتعمق في دراسة الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال لا تنطلق من النموذجين، لأنها لا تؤمن بأن ما هو تقني ويتمتع بديناميكية قوية، يوجد في حالته النهائية، كما أن البنى الاجتماعية ليست منتهية البناء. ولعل هذه الحقيقة تنطبق أكثر على المجتمعات العربية التي تعرف حركية اجتماعية متواصلة لم تقض إلى صقل اجتماعي تمتاز فيه البنى الاجتماعية والسياسية، فالقوى الاجتماعية المتدافعة، في المنطقة العربية، مازالت قيد الصياغة والتشكّل. كما أن المنطلقات الفلسفية للبحوث الكمية لا تسمح بالاعتقاد بوجود خط فاصل بين ما هو تقني وما هو اجتماعي، لأنهما يتفاعلان، باستمرار، في الحياة اليومية. بمعنى أن البعد الفكري للمنهج النوعي يسمح بالملاحظة الدقيقة لكيفية ولوج ما هو تقني في الحياة الاجتماعية، ولا يعطي الفرصة للأشخاص الذين يتعاملون مع وسائل الاتصال الحديثة بتشخيص ما هو تقني أو اجتماعي فقط، بل يسمح بإبراز تمثلهم لما هو تقني، والذي على أساسه يتضح استخدامهم له².

وقد أدى النمو الهائل في استخدام الانترنت، جعلت الباحثين في مجال الاستخدامات والإشباعات يزيدون من اهتماماتهم، والتحول من كيف يستخدم الأفراد الانترنت إلى دراسة الأسباب

¹ نصر الدين لعباضي، "الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي/ نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م، ص 18.

² نصر الدين لعباضي، المصدر السابق نفسه، ص 19.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

والدوافع التي تدفعهم لاستخدام هذا الوسيط - وقد أكد **Rosengren & Windahl**، أن نموذج الاستخدامات والإشباع يركز على الفرد المستخدم لوسائل الاتصال وبيني سلوكه الاتصالي على أهدافه بشكل مباشر، فضلاً عن أنه يختار من بين البدائل الوظيفية ما يستخدمه لكي يشبع احتياجاته. ولتحديد استخدامات الوسائل التكنولوجية الحديثة، فإن كثير من الدراسات السابقة تحققت من الافتراض بوجود ارتباط بين الدوافع الشخصية والدوافع المتعلقة بالوسيلة، ولتجديد دوافع الاستخدام. وأن الناس يستخدمون الكمبيوتر لإشباع ما يلي¹:

أ- الحاجات الشخصية على سبيل المثال السيطرة، الاسترخاء، السعادة والهروب.

ب- الحاجات التي يمكن إشباعها تقليدياً من الوسيلة مثل التفاعل الاجتماعي وتمضية الوقت والعادة واكتساب المعلومات والتسلية.

وبعد المدخل، مدخلاً اتصالياً سيكولوجياً، فقد افترض وجود جمهور نشط له دوافع شخصية ونفسية واجتماعية، تدفعه لاستخدام الانترنت كوسيلة تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع احتياجاته، وتطبيقاً على ذلك فإن فئات جمهور مستخدمي الانترنت أكثر نشاط ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي، وبالتالي فإننا نتوقع أن يتخذ الفرد قراره في الاستخدام عن وعي كامل بحاجاته التي يريد إشباعها، ويتمثل الاستخدام في اتجاهين: الاتصال بالآخرين عن طريق الوسائل المتاحة على الانترنت، سواء كان المستخدم مرسلًا أو مستقبلًا. وتصفح المواقع المختلفة لتلبية الحاجات.

وتطبيقاً على مدخل الاستخدامات والإشباع تتضح الدوافع التالية لاستخدام الانترنت:

1- كبديل عن الاتصال الشخصي.

2- الإدراك الذاتي عن الجماعات المختلفة من الناس.

3- تعلم السلوكيات المناسبة.

4- كبديل أقل تكلفة عن الوسائل الأخرى.

¹ عزة مصطفى الكحكي، "استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م، من ص 269 الى ص 272.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

5- المساندة المتبادلة مع الآخرين.

6- التعلم الذاتي.

7- التسلية والأمان والصحة.

ويحصر مدخل نيغروبونتي الميزات التي يتحلى بها الاعلام الجديد في: "استبداله الوحدات المادية بالرقمية، وتشبيك عدد غير محدود من الاجهزة مع بعضها البعض، ويلبي الاهتمامات الفردية والاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تلبيتها بالاعلام القديم. والميزة الاكثر أهمية، هي أن هذا الاعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والدولة إلى أيدي الناس جميعاً¹ ويشترك فين كروسي مع نيغروبونتي في الافكار نفسها، ويعقد مقارنة بين الاعلام الجديد والقديم عن طريق النماذج الكلاسيكية، ابتداء من اول نموذج اتصالي بين البشر، الاتصال الشخصي، وله حالتان تميزانه:

النموذج الاول: الاتصال الشخصي

1- يملك كل فرد من طرفي الاتصال درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين.

2- يحمل المحتوى ترميزاً يؤكد حالة الفردية التي تحقق احتياجات ومصالح صاحب المحتوى.

3- التحكم المتساوي وميزة الفردية ينخفضان في حالة ازدياد عدد المشاركين في العملية الاتصالية، مما جعل خبراء الاتصال يطلقون عليه الاتصال من نقطة الى اخرى او من فرد لآخر

.One-to-one

النموذج الثاني: الاعلام الجديد ويتميز حسب كروسي بما يأتي:

1- يمكن للرسائل الفردية ان تصل في وقت واحد الى عدد غير محدود من البشر.

2- ان كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها ودرجة الاسهام المتبادل نفسها.

¹ عباس مصطفى صادق، "الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011م، ص9.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

وتصف نظرية ثراء وسائل الإعلام **Media Richness Theory** لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضح أن فعالية الاتصال يعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً للنظرية فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع صدى تكون أكثر ثراءً، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فثراء المعلومات يقوم بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة. وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما¹:

الفرض الأول: أن الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساس لتزتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل: الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية.

وبرزت نظرية التسويق الاجتماعي بين نظريات الاتصال المعاصرة، لتجمع بين نتائج بحوث الإقناع وانتشار المعلومات، في إطار حركة النظم الاجتماعية والاتجاهات النفسية، بما يسمح بانسياب المعلومات وتأثيرها، عن طريق وسائل الاتصال الحديثة ومنها "مواقع التواصل الاجتماعي"، وتنظيم استراتيجيات عن طريق هذه النظم المعقدة، لاستغلال قوة وسائل وأساليب الاتصال الحديثة لنشر طروحات وايدولوجيات يراد نشرها في المجتمع.

المطلب الثاني: خصائص ودوافع مواقع التواصل الاجتماعي :

الفرع الأول: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتشترك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها:

¹ أولجا جوديس بيلي، وآخرون، "فهم الإعلام البديل"، مصدر سبق ذكره، ص71.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية: و من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، و تاريخ الميلاد، و الاهتمامات و الصور الشخصية... بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ، و يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا، و معرفة من هم أصدقاؤه و ما هي الصور الجديدة التي وضعها... إلى غير ذلك من النشاطات.¹

المشاركة : وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و الجمهور.

الانفتاح: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة، أو الإنشاء و التعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت و التعليقات و تبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي و وسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.²

الأصدقاء/ العلاقات: و هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" « contecte » على الشخص المضاف للقائمة.

إرسال الرسائل:نتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

¹ ليلي احمد جرار: مرجع سابق،ص 41.

² خالد غسان المقدادي: مرجع سابق،ص 26،27.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

ألبومات الصور : تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات و رفع مئات الصور عليها، و إتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع و التعليق عليها.¹

المجتمع : وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة و التواصل بشكل فعال، و من ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.²

المجموعات : تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة مسمى معين و أهداف محددة، و يوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة و المنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنندى حوار مصغر و اليوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف « events »، أو الأحداث و دعوة أعضاء تلك المجموعة له و تحديد عدد الحاضرين و الغائبين.³

الترابط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، و ذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع و التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على فيسبوك، وهكذا مما يسهل و يسرع من عملية انتقال المعلومات.⁴

الصفحات: ابتدع هذه الفكرة موقع (الفيسبوك)، و استخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم و إظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين، و يقوم (الفيسبوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، و يقوم المستخدمون

¹ ليلي احمد جرار: مرجع سابق، ص 41-42.

² خالد غسان المقدادي: مرجع سابق، ص 27.

³ ليلي احمد جرار: مرجع سابق، ص 42.

⁴ خالد غسان المقدادي: مرجع سابق، ص 27.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.¹

الفرع الثاني: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي و ينشأ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، و من بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد و خصوصا الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

المشاكل الأسرية:

تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن و الحماية و الاستقرار و المرجعية، و لكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

الفراغ: يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته و يبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيسبوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور و الملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة و شبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل ملء الفراغ و بالتالي يصبح كوسيلة للتسلية و تضييع الوقت عند البعض منهم.²

البطالة: تعتبر عن عملية الانقطاع و عدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي و النفسي و منه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق و الانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد و التي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى و إن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من

¹ ليلي احمد جرار: مرجع سابق، ص 42.

² مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 395، يناير 2012، ص 157.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

تجعل منه البطالة و استمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل و التعبير عن قدراته و ايدولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من اجل الاحتيال و النصب.¹

الفضول: تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار و التقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها و استعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب و إذا ما توفرت ثنائية الجذب و الفضول تحقق الأمر. **التعارف و تكوين الصداقات:** سهّلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية و الصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد. **التسويق أو البحث عن وظائف:** في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية و فعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل و خارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها و الاشتراك بها.

كما تتمتع بقابلية التصميم و التطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر و الجنس و الاهتمامات و الهوايات و سهولة ربط الأعمال بالعملاء و أيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل و انتشار المعلومة و استثمارها.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين و مع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف و فرص التطوير الوظيفي و تبادل الخبرات و الكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.

فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم و توسيع المعارف و المهارات

¹ الوافي الطيب و بهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات. تم الاطلاع عليه بتاريخ 2019/03/02 على الرابط:

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

الشخصية و الحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية و التنفس عن الذات ...، بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب التي لم يسعنا ذكرها جميعا.¹

المطلب الثالث: واقع التواصل الاجتماعي المكان الافتراضي والزمن الميدياتيكي

اصبحت تتشكل بفضل شبكة الإنترنت فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة أمكنة افتراضية، نتحدث عبر غرف الحوار والدرشة، بدون حدود وبدون تاريخ، ونتعامل مع هذه الفضاءات بعدها أمكنة، ذات شحنة ثقافية يكون الحوار والتواصل اساسها. ويعدّ المكان الافتراضي مصطلحا حديث التداول الفكري، "ويقصد به كل ما له صلة بالفضاء التخيلي، بشقه المادي والمتمثل في إبداع سبل جديدة في هندسة تكنولوجيات الافتراضي وبشقه الإعتباري، يضم أنشطة عالمنا الواقعي المعتاد، أو في إمكانه أن يضمها جميعها ويضم أشياء جديدة أخرى".

ومن بين مزايا المكان الافتراضي هو نهاية فوبيا المكان، إن الخوف من المكان دليل على تملكنا لمكان آخر، وعندما ندخل في منظومة المكان الافتراضي نصبح لا نخشي شيئا بحكم عدم مقدرتنا على تملك الافتراضي بإعتباره فضاء، لذلك وصفت شبكة الإنترنت كفضاء افتراضي بأكثر الأمكنة تحررية، وعدم مقدرة أي طرف إمتلاكها²

ومن الخصائص البارزة للإنترنت، تتجلى في قيام نظام الإنترنت، على معادلة زمنية تجمع في الوقت ذاته، السرعة اللحظية، وسرعة الطواف، وهذا ما عنه البعض بالزمن العالمي الذي هو بمثابة الزمن العابر "للحدود بين القارات والمجتمعات واللغات عبر طرقات الإعلام المتعدّد، التي تنقل الصور والرسائل بالسرعة القصوى من أي نقطة في الأرض إلى أي نقطة أخرى"، ويقابل هذا الزمن، ما أسماه الدكتور عبد الله الحيدري "بالزمن الميدياتيكي"، وصورة ذلك هو أنّ حياة الفرد اليوم ظلّت متصلة اتصالا لا فكاك منه بوسائل الإعلام والاتصال الإلكترونية إلى حدّ تفكّك الروابط الحميمة الأسرية والاجتماعية الأخرى.

¹ ليلي احمد جرار: مرجع سابق، ص 42.

² جمال الزرن، "هندسة المكان الافتراضي منتجة لخطاب ثقافي"، مدونة مقعد وراء التلفزيون: الإعلام والاتصال والمجتمع. تم الاطلاع عليه بتاريخ 2019/03/02 على الرابط:

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

فالزمن الميدياتيكي هو الزمن الذي نحققه في صلاتنا المستمرة مع وسائل الاتصال بوصفنا أفراداً اجتماعيين ولا يعدو أن يكون زمناً وسائطياً لاعتمادنا، في الإنتاج والتفكير والتواصل والتفاعل، على تقنيات الإعلام والاتصال، ويحتضن ميول الأفراد واتجاهاتهم بوصفهم متابعين، مستهلكين ومنتجين للصناعات الإعلامية المتدفقة بأقدار لم يشهدها تاريخ صناعة المضامين، كل مجتمع ينتج تمثله للزمن عن طريق الأنشطة التي يقوم بها، في المقابل كل مجتمع تقوده منظومة القيم الميدياتيكية إلى بناء تمثله للزمن.

ويتسم المجتمع الافتراضي بمجموعة من السمات الآتية:

- 1- المرونة وانحياز فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدي، فالمجتمع الافتراضي لا يتحدد بالجغرافيا بل بالاهتمامات المشتركة التي تجمع معاً اشخاصاً لم يعرف كل منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء إلكترونياً.
- 2- لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دوراً في تشكيل المجتمعات الافتراضية، فهي مجتمعات لا تنام، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة.
- 3- ومن سماتها وتوابعها أنها تنتهي إلى عزلة، على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين. هذه المفارقة يلخصها عنوان كتاب لشييري تيركل "نحن معاً، لكننا وحيدان/ وحيدون: لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟" فقد أغنت الرسائل النصية القصيرة، وما يكتبون ويتبادلون على الفيسبوك والبلاتك بيري عن الزيارات. من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد بينما ينهمك كل فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص، لم تعد مجرد رسم كاريكاتيري، بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيداً من الانتباه والاهتمام.
- 4- لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

5- في المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم وتحكم وقواعد لضمان الخصوصية والسرية، قد يكون مفروضا من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ عن المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة*.

6- أنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة - بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.

7- تنتم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي. ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها إلى الهوية الشخصية، لأن من يرتادونها في احيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم، وبعضهم له أكثر من حساب.¹

* وقد تابعنا تدخلات الحكومات العربية، بتعليق حسابات بعض من وجدت فيهم خطراً على استقرارها السياسي والاجتماعي مع اندلاع الثورات في عدد من البلاد العربية. في حالات أخرى تلجأ بعض الحكومات إلى تعطيل قنوات الاتصال جملة وتفصيلاً لضمان عدم التنسيق بين أفراد الجماعات التي تهدد أمن البلاد من وجهة نظر تلك الحكومات.

¹ أولجا جوديس بيلي، وآخرون، "فهم الإعلام البديل"، مصدر سبق ذكره، ص56.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: أنواع مواقع الشبكات الاجتماعية

المطلب الأول : التويتر

1. التعريف:

يرى أحد الباحثين أنه "إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان و خاصة الشرق الأوسط، و اخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" و اتخذ من العصفورة رمزا له، و هو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، و يجوز للمرء أن يسميها نصا مكثفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، و إمكانية و الردود و التحديثات عبر البريد الالكتروني ، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة « RSS » عبر الرسائل النصية « SMS »¹.

2. النشأة والتطور:

و قد ظهر الموقع في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة « obvius » الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو ، بعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، و في أبريل 2007 قامت شركة « obvius » بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم « twitter » و مع ازدياد إعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك "غوغل" أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات تويتر كمصدر للبحث اعتبارا من 2009 و اليوم يعتبر تويتر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحفيين أو وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء، و يتوقع

¹ سليمة راجحي، الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائط الاتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، 10/9 سبتمبر 2012.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

مستقبلا مصدرا معتمدا للتصريحات الحكومية و الإخبارية و قناة التواصل مع الشعب كما يحدث اليوم في الأحداث العربية عقب "الربيع العربي" و تأثير التويتر القوي فيه.

3. مميزات التويتر:

للتدوين عبر موقع التويتر مميزات مفيدة و عديدة أهمها:

سهل و سريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الالكتروني تصبح مشتركا من الموقع و تستطيع أن تبدأ بتدوين و إرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة .

محمول ومتحرك: فموقع تويتتر يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم و تتيح أدوات للتدوين ، و لإرسال الرسائل و الصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة و من أي مكان في العالم.

مجاني: فإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر المحمول، و هي خاصة مكنت الملايين من تدوين و إرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم و هذا ما ساهم في نشر تويتتر حقا.¹

أداة فعالة للتواصل مع العالم: فكون التدوين الخاص بالتويتتر يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول بسهولة و يسر مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء و المعارف أو المتابعين لك على الموقع وفي لحظات.

مناسب للتواصل الشخصي : فالتويتتر يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن، فهي تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك، فالهدف النهائي هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.

أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك: فالتدوين القصير و الفوري عبر التويتتر يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة و الفورية عن موضوع تهتم به، إلى جميع المتابعين لك، كما يساهم بنشر أفكارك أو بمشاركة الغير لاهتماماتك كذلك فإن اليوم مع محركات البحث

¹ سليمة رابحي: المرجع السابق.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

كغوغل فإن تدويناتك القصيرة على تويتر ستظهر على محرك البحث ضمن النتائج فور إرسالها، مما يضاعف من إمكانيات نشر أفكارك أو رسائلك لأكثر عدد ممكن من المهتمين.

الفورية: فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث و تبدي رأيك فيه فوراً وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع، و لا تنسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات و الأخبار العاجلة و الفورية، و هو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة و الرسمية اليوم في الغرب و في الوطن العربي على حد سواء.

أداة تسويق فعّالة : فاليوم صار "تويتر" يستخدم من قبل الشركات و المعلنين للترويج عن منتجاتهم و عروضهم الجديدة، فبرسالة قصيرة و مجانية تستطيع أن تعلن عن منتجك للعالم أجمع مجاناً، كما يسمح لك بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة.

شعار مميز: يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، و يسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل: html أو java، مما يعطي طابعاً شخصياً و موثقاً مع كل تدوينة.

ميزة التتبع» « : فمن مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع، أي أن التتبع لمدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته أولاً بأول، و كذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع follow، و مع الفترة يصبح لك شبكة معارف و متتبعون خاصون بك لهم اهتماماتك نفسها و يجمع بينكم هموم مشتركة.¹

المطلب الثاني: اليوتيوب.

1. التعريف:

اختلفت الآراء حول موقع "يوتيوب" وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو « video sharing site »، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لاشتراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث

¹ حلمي خضر ساري: تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية في المجتمع القطري مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ الثاني، 2008، ص 302.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات و استقبال التعليقات عليها و نشرها بشكل واسع.

أي أن اليوتيوب موقع الكتروني يسمح و يدعم نشاط تحميل و تنزيل و مشاركة الأفلام بشكل عام و مجاني،و هو يسمح بالتدرج في تحميل و عرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.¹

2.النشأة و التطور:

و قد تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة 3 موظفين سابقين في شركة "باي بال" pay « pal وهم "تشاد هيرلي" و "ستيف تشين" و "جاود كريم" في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، و التلفزيون، و مقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة و غيرها.

و يعد الفيديو المرفوع من قبل "جاود كريم" بعنوان " أنا في حديقة الحيوان" " Me at the zoo « اول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب، وكان بتاريخ 23 أبريل 2005 و تبلغ مدته 0:19 ثانية، و منذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة و بكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الانترنت و لتستريه شركة غوغل عام 2006 و تضمه لها، و قد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين و السياسيين و للهواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم، و أغانيهم، و منتجاتهم للعامة و مجانا، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات و الحكومات لبث برامج النوعية أو الحصص الالكترونية عبره.²

3.مميزات اليوتيوب :

يعتبر موقع يوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي ، وذلك بسبب مزاياه المتعددة و أهمها :

¹ حلمي خضر ساري: مرجع سابق ، ص 307.

² حلمي خضر ساري: مرجع سابق ، ص 311.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

عام و مجاني : فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء و تحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، و كل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، و على أن تلتزم بشروط التحميل بأن لا تحمل أفلاما لها حقوق نشر خاصة بدون إذن أو أفلام إباحية.

داعم لتحميل الأفلام: فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (avi, mp4, wmv) أو الأغاني (mp3) و تحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة و المسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.

سهل الاستعمال من قبل العامة : فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل و تنزيل الأفلام مقارنة لغيره من المواقع و يوفر أدوات داعمة لذلك.

سهل المشاهدة: فبمجرد ضغطك على وصلة الفلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا و مباشرة من الموقع، بل تستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل Real Player.

سهل البحث: فالموقع يوفر محرك خاص به يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث و من ثم مشاهدته.

الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين ، أو للعامة، و كل ذلك يظهر بمحركات البحث كغوغل.

أداة رائعة للترويج: فأفلام يوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة و شرحها للمهتمين من العامة، فهو لا يكلفك شيئا مثل الحملات الترويجية التقليدية، و بالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجانا من خلال الموقع، و هو مناسب للجميع، أفرادا كانوا أم شركات.

ميزة البث المباشر: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستمكن من مشاهدته و من أي جهاز حاسوب أو هاتف نقال إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، و هي ميزة مكنت العديد من محطات البث و القنوات

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطوير الإعلام و تقنيات البث المباشر.¹

¹ محمود القاضي: الوعي هو السلاح في عصر المعلومات الشبكات الاجتماعية، الفرص المحفوفة بالمخاطر. الاطلاع عليه بتاريخ 2019/02/11 على الرابط :

http : //www.luxorlink.com/bank39html.2013/3/7h20 :05.

الفصل الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

خلال استعراضنا لما جاء في الطفرة الرقمية التي تجسدها مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الميزة الطاغية على جميع ميادين الحياة، حيث ساهمت بعض الخصائص التي توفرها هذه المواقع على نجاحها و توسع انتشارها كشبكة الفيسبوك، وقد رشحت هذه الميزات التي تتميز بها إلى أن ترقى إلى مصاف وسائط للتنشئة الاجتماعية، و عليه يجب توجيه مستخدميها نحو الاستخدام الأمثل لها و كيفية تفعيلها و الاستفادة منها.

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

تمهيد

إنّ الهدف من البحوث العلمية بشكل عام يتمثل في الكشف عن الحقائق الكامنة وراء المواضيع التي تعالجها، وتمكن قيمة هذه البحوث في الحكم في المنهجية المتبعة، وعلى هذا الأساس وبعد التطرق في الفصول السابقة لمشكلة الدراسة وإطارها النظري، نتطرق الآن إلى الجانب الميداني الذي تتوقف عليه دقة وتفسير النتائج المتحصل عليها في أي دراسة، كما نتبع في الدراسة مجموعة من الخطوات المنهجية وأول ما نبدأ به هو عينتها وخصائصها بالإضافة إلى تحديد المجال الزمني والمكاني للدراسة، وكذا الأدوات المعتمدة عليها، ومختلف الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات .

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

المبحث الاول : الاطار المنهجي للدراسة التطبيقية

المطلب الاول : مجالات الدراسة

- مجالات الدراسة: تكمن الدراسة في ثلاث مجالات أساسية.
 - المجال الجغرافي: وقع اختيارنا على مجموعة من طلبة الماستر في قسم الاعلام والاتصال .
 - المجال الزمني: لقد دامت الفترة الزمنية المخصصة لإجراء الدراسة الميدانية من الخامس عشر أفريل 2019 إلى غاية الخامس من شهر ماي 2019 .
 - المجال البشري: والذي شمل الطالبات والطلبة الجامعيين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 و 35 سنة، يتابعون دراساتهم في قسم العلوم الاعلام والاتصال.

المطلب الثاني: منهج الدراسة وأدواتها

- منهج الدراسة: كثيرا ما تتشابه على الباحث أي المناهج اقرب إلى دراسته، والأنسب لمضمون البحث، “وغالبا ما يفرض البحث المنهج الذي يناسب طبيعته، وقد يختلف المنهج باختلاف الوسائل، والإمكانات المتاحة، فهو فن التنظيم الصحيح، والتنسيق الدقيق، لسلسلة من الأفكار المتنوعة والعديدة، للكشف عن حقائق مازالت مجهولة، أو للتعريف والبرهنة على حقائق يجهلها الآخرون.
- وعليه فإن موضوع الدراسة هو الذي يفرض على الباحث استعمال منهج معين دون غيره، ونظرا لكون موضوعنا يتعلق بوصف طبيعة العلاقة بين الخطاب السياسي الرسمي كمؤثر، والمشاركة السياسية للشباب الجامعي، وتأثير المتغيرات الاجتماعية والسياسية المختلفة ونظرا لطبيعة الإشكالية المطروحة فان المنهج الوصفي التحليلي هو المنهج الملائم.
- أدوات الدراسة: اعتمدنا في دراستنا على تقنيتين للحصول على المعلومات الضرورية التي تكمل الجانب الميداني والنظري. كما اعتمدنا في هذه الدراسة على الأسلوب الإحصائي البسيط، وذلك بترجمة المعطيات المتحصل عليها من الميدان إلى أرقام يمكن التعليق عليها وتحليلها.
- الملاحظة: الملاحظة هي إحدى الوسائل المهمة في جمع البيانات والمعلومات، وهناك قول شائع بأن العلم يبدأ بالملاحظة. وتبرز أهمية هذه الوسيلة في الدراسات الاجتماعية والأنثروبولوجية

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

والنفسية. وتستخدم الملاحظة في جمع البيانات التي يصعب الحصول عليها عن طريق المقابلة أو الاستفتاء، كما تستخدم في البحوث الاستكشافية والوصفية والتجريبية.

الاسلوب الاحصائي

لغرض الخروج بنتائج موثوق بها علميا، استخدمنا الطريقة الإحصائية في بحثنا هذا لكون الإحصاء هو الوسيلة و الأداة الحقيقية التي تعالج بها النتائج على أساس فعلي يستند عليها في البحث و الاستقصاء، و على ضوء ذلك استخدمنا ما يلي:

المطلب الثالث: مجتمع الدراسة

مجتمع البحث

هو جملة من الافراد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ممن كانت أعمارهم 22 سنة الى 30 سنة فما فوق من الطلبة المختصين في تخصص اعلام واتصال بجامعة عمار ثلجي بالاعواط

عينة الدراسة

إذا استطاع الباحث إجراء دراسته على جميع أفراد المجتمع، فإن دراسته تكون ذات نتائج أقرب للواقع وأكثر دقة، ولكن الباحث قد يجد صعوبة في التعامل مع كل مشاهدة من مشاهدات المجتمع لعدة أسباب، مما سيضطره لإجراء الدراسة على مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، وهذه المجموعة نسميها عينة الدراسة.

لذلك يمكن تعريف العينة بأنها شريحة (جزء) من مجتمع الدراسة تحمل خصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله فيما يخص الظاهرة موضوع البحث.

تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية مقدره من 125 من طالب وطالبة من طلبة

تخصص اعلام واتصال بجامعة عمار ثلجي

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

المبحث الثاني: تحليل النتائج

المطلب الأول: تحليل الجداول

جدول رقم (1) يبين خصائص أفراد العينة على حسب متغير الجنس

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	49	39.2%
	انثى	76	60.8%
	المجموع	125	100%

من خلال الجدول رقم 01 وجدنا ان متوسط الجنس يمثل 48.57% من الانافي حين نسبة الذكور كانت 41.42%

جدول رقم (2) يبين خصائص أفراد العينة على حسب متغير العمر

الفئة العمرية	25-22	46	43.2%
	30-26	54	20%
	31 فأكثر	25	35.2%
	المجموع	125	100%

اما فيما يخص الفئات العمرية فقد جدنا أن اعلى فئة عمرية هي المتراوحة بين 21 و 22 سنة بنسبة 43.2% وتلتها الفئة العمرية من 26 إلى 30 سن بنسبة 45.71% وفي الاخير الفئة العمرية من 30 سنة فأكثر مقدرة 22.85%

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

جدول رقم (3) يبين خصائص أفراد العينة على مستوى الاجتماعي

23.2%	29	مرتفع	المستوى الاجتماعي
44%	55	متوسط	
32.8%	55	منخفض	
100%	125	المجموع	

اما فيما يخص المستوى الاجتماعي فقد كانت اعلى نسبة هي المستوى المتوسط ومقدرة 65.71% ثم نسبة 11.42% بالنسبة المرتفع وفي اخر ترتيب نسبة 11.42% بالنسبة للمستوى المنخفض

الجدول رقم (4) يبين كثافة استخدام افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي معدل الاستخدام

النسبة المئوية	التكرار	معدل الاستخدام
71,2%	89	01 يوم
23,2%	29	2 يوم
5,6%	7	3 ايام فاكثر
100%	125	المجموع

من خلال الجدول رقم 04 نجد ان معدل الاستخدام مرة في اليوم كان الاعلى بنسبة 71.2 ثم جاءت فئة التي اجابت بيومين بنسبة 23.2% وفي اخر تقدير جاءت نسبة 3 أيام مقدرة ب5.6% من مجموع العينة .

من خلال تحليل البيانات نجد ان الشباب يتعرض بشكل يومي لمواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يدل على الاهمية التي اخذتها مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الافراد .

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

جدول رقم (5) يبين اهم مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الأخرى التي يتعرض لها المبحوثون

النسبة المئوية	التكرار	الشبكة
52,8%	66	الفيسبوك
38,4%	48	اليوتيوب
0,8%	1	انستغرام
8%	10	الصفحات الالكترونية
100%	125	المجموع

من خلال الجدول رقم 05 وجدنا أن اكبر نسبة كانت 52.8% بالنسبة للفي سبوك ثم جاءت نسبة 38.4% فيما يخص اليوتوب أما نسبة 8% فقد مثلت تصفح صفحات اخرى في حين موقع انسغرام فقد كان اقل نسبة وذلك ب0.8%

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

جدول رقم (6) يبين الوقت الذي يقضيه المبحوثون في التعرض لمواقع التواصل

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
اقل من ساعة	8	6,4%
من 1-3 ساعة	12	9,6%
من 4-7 ساعة	49	39,2%
من 8-11 ساعات	56	44,8%
المجموع	125	100%

تبين لنا من خلال الجدول رقم 06 ان الوقت في الاستخدام كان من 8 ساعات إلى 11 ساعات وذلك بنسبة 44.8% في حين النسبة المقدرة بـ 39.2% فتكرس وقت من 4 الى 7 ساعة في اليوم أما نسبة 9.6% فتكرس وقت من ساعة إلى 03 ساعات في حين اقل من ساعة جاءت بنسبة 6.4%

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

جدول رقم (7) يبين توزيع المبحوثين بحسب معدل تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	معدل الاستخدام
71,2%	89	يومية
23,2%	29	احيان
5,6%	7	نادرا
100%	125	المجموع

من خلال الجدول رقم 07 نجد ان معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا كان الاعلى بنسبة 71.2% ثم جاءت فئة التي اجابت باحيانا بنسبة 23.2% وفي اخر تقدير جاءت نسبة نادرا مقدرة بـ 5.6% من مجموع العينة

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

جدول رقم (8) يبين توزيع المبحوثين بحسب الخصائص التفاعلية التي يفضلونها

		الاختيار
النسبة	التكرار	
50,4%	63	كتابة تعليقات على الخطابات السياسية
28%	35	الاطلاع على تعليقات المستخدمين الآخرين لمواقع التواصل الاجتماعي على الخطابات السياسية
12,8%	16	إرسال صور وتعليقات حول الخطابات السياسية
100%	125	إرسال تسجيلات فيديو تعليقا على الخطابات السياسية

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى أن كتابة تعليقات على البرامج والحملات الانتخابية للمرشحين في مواقع التواصل الاجتماعي هي أهم الخصائص التفاعلية التي يستعملها المبحوثون حيث جاءت بالترتيب الأول بنسبة 50.4% ثم الاطلاع على تعليقات المستخدمين الآخرين لمواقع التواصل الاجتماعي على البرامج والحملات الانتخابية للمرشحين بنسبة 28% ثم المشاركة بإرسال صور وتعليقات على الحملات والبرامج الانتخابية للمرشحين بمتوسط بنسبة 12.8%، ثم إرسال تسجيلات فيديو تعليقا على الحملات الانتخابية للمرشحين في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة

، الأمر الذي يشير إلى أن خاصية كتابة تعليقات على البرامج و الحملات الانتخابية للمرشحين هي أكثر الخصائص التفاعلية استخداما من قبل المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها، في حين جاءت بقية الخصائص التفاعلية الأخرى موزعة بدرجات مختلفة من الأهمية بين المبحوثين، مما يعني أن عامل المشاركة من قبل المبحوثين جاء في مقدمة الخصائص التفاعلية مما يعد مؤشرا جيدا للعملية التفاعلية بين هذه المواقع والجمهور

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

جدول رقم (9) يبين توزيع المبحوثين بحسب طبيعة اطلاعهم الشخصيات السياسية وخطاباتهم

النسبة المئوية	التكرار	معدل الاطلاع
71,2%	89	دائما
23,2%	29	احيان
5,6%	7	نادرا
100%	125	المجموع

وجد ان معدل الاطلاع على الخطابات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دائما كان الاعلى بنسبة 71.2% ثم جاءت فئة التي اجابت باحيانا بنسبة 23.2% وفي اخر تقدير جاءت نسبة نادرا مقدرة بـ 5.6% من مجموع العينة

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

جدول رقم (10) يبين مدى تأثير اطلاع المبحوثين على الخطابات السياسية

النسبة المئوية	التكرار	تأثير اطلاع
52%	65	درجة كبيرة
32%	40	متوسطة
16%	20	قليلة
100%	125	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى أن المبحوثين أجابوا بأن اطلاعهم على الخطابات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي يساعدهم (بدرجة قليلة في التعرف على برامج هؤلاء المرشحين إذ جاءت بالترتيب الأول وبنسبة 52%، ثم الذين يجدون بأنها تساعدهم بدرجة متوسطة بالمرتبة الثانية وبنسبة 32%، وفي الترتيب الأخير المبحوثين الذين يجدون بأنها تساعدهم (بدرجة كبيرة بنسبة 16%، الأمر الذي يشير إلى أن التعرض للخطابات السياسية الانتخابية بمواقع التواصل الاجتماعي تساعد قليلا في التعرف على برامج المرشحين.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

جدول رقم (11) يوضح العلاقة بين درجة إطلاع المبحوثين على الخطابات السياسية الانتخابية والمشاركة في الانتخابات .

تأثير اطلاع	التكرار	النسبة المئوية
درجة كبيرة	60	48%
متوسطة	46	36,8%
قليلة	19	15,2%
المجموع	125	100%

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى أن المبحوثين الذين أجابوا بأن اطلاعهم على الخطابات السياسية الانتخابية في مواقع التواصل الاجتماعي كان له دور (بدرجة قليلة) بمشاركتهم في الانتخابات البرلمانية وجاءت بالترتيب الأول بنسبة 48 %، ثم الذين أجابوا لها دور (بدرجة متوسطة) وبنسبة 36.8 %، وفي المرتبة الأخيرة من أجابوا بأن لها دور (بدرجة كبيرة) وبنسبة 15.2 %، الأمر الذي يشير إلى أن اطلاع المبحوثين على الخطابات السياسية الانتخابية في مواقع التواصل الاجتماعي كان له دور قليل بمدى مشاركتهم في الانتخابات.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

جدول رقم (12) يبين درجة نجاح المرشحين الذين استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف ببرامجهم الانتخابية درجة نجاح المرشحين في التعريف ببرامجهم الانتخابية

درجة المرشحين	نجاح	التكرار	النسبة المئوية
درجة كبيرة		58	46,4%
متوسطة		49	39,2%
قليلة		18	14,4%
المجموع		125	100%

تشير بيانات الجدول رقم (12) إلى المبحوثين الذين أجابوا بأن درجة نجاح المرشحين في الانتخابات البرلمانية الذين استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف ببرامجهم الانتخابية كانت (بدرجة متوسطة) وبنسبة 48.4%، ثم بالترتيب الأول، ثم المبحوثون الذين وجدون بأنها جاءت (بدرجة قليلة) بنسبة 39.2%، ثم الذين وجدون أنها جاءت (بدرجة كبيرة بنسبة 14.7% . الأمر الذي يشير إلى أن أغلبية المبحوثين وجدون بأن نجاح المترشحين كان بدرجة متوسطة في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي للتعريف ببرامجهم الانتخابية)

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

جدول رقم (13) بين مدى تأثير المشاركة الفاعلة من قبل المواطنين في الانتخابات في تحسين الأوضاع العامة

النسبة المئوية	التكرار	مدى تأثير المشاركة
46,4%	58	درجة كبيرة
39,2%	49	متوسطة
14,4%	18	قليلة
100%	125	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (13) إلى أن أغلبية المبحوثين أجابوا بأن المشاركة الفاعلة من قبل المواطنين في الانتخابات البرلمانية تسهم (بصورة كبيرة في تحسين الأوضاع العامة وبنسبة بلغت 46.4 %، ثم المبحوثون الذين أجابوا (بصورة متوسطة) وبنسبة 39.2 %، ثم المبحوثون الذين أجابوا (بصورة قليلة) وبنسبة 14.4%، وهذا يشير إلى أن المبحوثين يجدون بأن المشاركة الفاعلة من قبل المواطنين تسهم في تحسين الأوضاع العامة.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

جدول رقم (14) يبين مدى مناقشة المبحوثين للآخرين في البرامج والحملات الانتخابية

مدى الآخرين	مناقشة	التكرار	النسبة المئوية
دائما		50	40%
احيان		65	52%
نادرا		10	8%
المجموع		125	100%

تشير بيانات الجدول رقم (14) إلى أن المبحوثين يناقشون البرامج والحملات الانتخابية للمرشحين (أحيانا) مع الآخرين إذ جاءت بالترتيب الأول بنسبة 52 %، يليها الذين يحرصون على ذلك بدرجة (دائما) بنسبة 40 %، وأخيرا الذين يحرصون على ذلك (نادرا) بنسبة 8 %، الأمر الذي يشير إلى أن غالبية المبحوثين يحرصون على مناقشة البرامج والحملات الانتخابية للمرشحين بدرجة أو بأخرى، وذلك لأهمية ذلك بالنسبة لهم.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

المطلب الثاني: الاستنتاج العام

أحيانا وليس دائما يطلع الجمهور على الحملات الانتخابية للمرشحين في مواقع التواصل الاجتماعي.

أكثر من نصف أفراد العينة يتعرضون بشكل دائم لمواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع الفيس بوك وأنستغرام ويليها اليوتيوب.

اطلاع الشباب على الحملات الانتخابية في مواقع التواصل الاجتماعي له دور قليل بمشاركتهم بالانتخابات القنوات الفضائية الوطنية أكثر تفضيلا لدى الشباب من مواقع التواصل الاجتماعي والوسائل الاعلامية الأخرى في متابعة الحملات الانتخابية للمرشحين للانتخابات.

. كتابة التعليقات هو أحد الأسباب التفاعلية الأكثر تفضيلا لدى الشباب فيما يخص البرامج و الحملات الانتخابية للمرشحين.

. التعرف على افكار الآخرين، والتعبير عن الأفكار والآراء الشخصية تمثل أهم دوافع الشباب لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

. بث الحيوية والفعالية في النفس وزيادة الوعي السياسي وانضاج الاختيارات بشأن المرشحين هي أهم تأثيرات تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

. لا يوجد تأثير للعوامل الديمغرافية (النوع، والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي، والاقتصادي والاجتماعي) وكثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

. للحاجات النفسية والطقوسية للشباب علاقة بدرجة تفاعلهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

. يوجد تأثير للاتجاهات السلبية والإيجابية نحو الانتخابات ودرجة تفاعلية الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي.

الخاصة

الخاتمة

من خلال دراستنا موضوع تأثير الخطابات السياسي عبر على مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات السياسية للطلبة الجامعيين من خلال الفيس بوك وجدنا النتائج التالية :

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في سرعة الاستجابة للأحداث السياسية، وسهولة الحشد الجماهيري بسرعة كبيرة، من خلال إنشاء مناسبة أو حدث معين أو إطلاق مجموعات لدعم قضية ما.

عززت مواقع التواصل الاجتماعي وجود الوعي السياسي في العالم الافتراضي، الاتجاهات السياسية خصوصا من خلال تفاعل الشباب الجزائري وإطلاق العديد من الفعاليات مثل إطلاق المجموعات والصفحات والحملات التي تبث الوعي وتنتشر الثقافة السياسية الهادفة، وتدعم القضايا الوطنية ، وتعزز الانتماء والهوية الوطنية ، فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت نافذة بطل بها الشباب الجزائري على تطورات الساحة السياسية وخاصة الحراك الشعبي.

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي وتدعيم القيم والسياسية والمشاركة السياسية وتوعية الناس بما يدور حولهم من أحداث تمس الواقع السياسي في الجزائر.

- ضرورة استفادة الجهات التي لها دور في تفعيل الوعي السياسي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عموما والفيس بوك خصوصا

- التوسع بأجراء الدراسات العلمية في مجال مواقع التواصل الاجتماعي، كونها وسيلة إعلامية حديثة ومتميزة من أجل تحديد النواحي الايجابية في عملها لغرض استثمارها، وتحديد النواحي السلبية من أجل تلافيها والعمل على معالجتها مستقبلا

- ضرورة تحسين أداء مواقع التواصل الاجتماعي والعمل على الاستفادة من الخصائص المتميزة لشبكة الانترنت والتي تتخذ منها مواقع التواصل الاجتماعي أداة للوصول إلى المتلقين، واستثمار نواحي الروابط الفائقة والخصائص التفاعلية والوسائط المتعددة، كون مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة لم تتجح بما فيه الكفاية في الاستفادة من هذه العناصر وتوظيفها بالشكل الأمثل في تناول موضوعات الحملات الانتخابية البرلمانية وبالصورة التي تزيد من تأثيراتها على المتلقين.

- مراعاة دوافع الجمهور النفعية والطقوسية والتركيز عليها عند صياغة الرسائل الاتصالية الموجهة لهذا الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي لغرض زيادة درجة تعرضه لهذه الرسائل وتأثره بها.

- الالمام الكافي بتعليقات الجمهور والاهتمام بما يرد فيها كونها تمثل الأسلوب التفاعلي المفضل لدى الجمهور مع الرسائل الاتصالية التي تخص الساحة السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي.

- ازالة القيود من اجل التعبير بشكل افضل عن الاراء والاتجاهات مع مراعاة الاخلاقية في المنشورات والتعليقات.

المعراج

المراجع

الكتب

1. أبو أصبع صالح، الإتصال الجماهيري، عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع، 1990
2. أبو النبل محمود السيد :علم النفس الصناعي، ط4 ، دار النهضة العربية، بيروت، 1985
3. باتريك شارودو، دومينيك منغو ،معجم تحليل الخطاب ،المركز الوطني للترجمة ،تونس، 2008
4. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط 1، 2013،
5. ديان مكدونيل، مقدمة في نظريات الخطاب، ترجمة د.عز الدين إسماعيل، القاهرة: المكتبة الأكاديمية، ط1، 2001
6. عامر، فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 2011
7. عباس مصحفى صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011
8. عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، عمان، دار الشروق، 2008م.
9. عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011م
10. عبد الجليل مرتاض، اللّغة و التّواصل ،دار هومة ،الجزائر، دط، 2003
11. عبد الرحمان عيساوي :دراسات في علم النفس الاجتماعي، ط1 ، دار النهضة العربية، بيروت : 1974ص، 195 .
12. عبد الهادي بن ظافر الشهري، إستراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية، ط1) ،ليبيا: دار الكتاب الجديدة المتحدة، 2004،
13. لقيس أحمد منصور، الأحزاب السياسية والتحول الديمقراطي الدراسات تطبيقية على اليمن وبلاد أخرى، القاهرة : مكتبة مدبولي ، 2004
14. ليلي احمد جرار: الفيسبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح، عمان، 2012
15. محمد حمود، تدريس أدب استراتيجية القراءة و القراء، منشورات ديداكتيكا،الدار البيضاء، 1996 م
16. محمد مفتاح ،تحليل الخطاب الشعري (استراتيجية التناص) ط2، المركز الثقافي العربي ،دار البيضاء المغرب، 1992
17. محمود عكاشة، لغة الخطاب السياسي، دراسة لغوية تطبيقية في ضوء نظرية الإتصال، ط1 ، القاهرة : دار النشر للجامعات، 2005
18. مي العبد الله، الاتصال والديمقراطية، بيروت، دار النهضة العربية، 2005م

المراجع

المذكرات

1. "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال للطالب محمد المنصور، مجلس كلية الآداب و التربية، الاكاديمية العربية في الدنمارك، 2012
2. تحسين منصور رشيد ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني - دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي ، ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال الرياض جامعة الملك سعود ، 2012
3. دليلة قاسمية، إستراتيجيات الخطاب في الحديث النبوي، رسالة ماجستير في اللغة العربية وآدائها، غير منشورة، جامعة باتنة، 2011-2012
4. الحواتم، عادل، دور الإعلام في التنشئة السياسية مع دراسة لحالة الإعلام الأردني كنموذج، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن (2004)

المجلات

1. أفايه، محمد نور الدين. التحرر من السلطوية والديمقراطية المعلقة. سلسلة كتب المستقبل العربي، العدد 391 سبتمبر (2011).
2. برهومة عيسى عودة، تمثلات اللغة في الخطاب السياسي، مجلة عالم الفكر، المجلد 36 ، العدد 1، سبتمبر، 2007
3. حلمي خضر ساري: تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ الثاني، 2008
4. زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15 ، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003
5. الزيات، السيد عبد الحليم. التنمية السياسية دراسة حالة في علم الاجتماع السياسي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية (2002)
6. سليمة رابحي، الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائط الاتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، 10/9 سبتمبر 2012.

المراجع

7. شامل رضوان، الإعلام وسيكولوجية الخطاب السياسي، البحث عن التبرير، مجلة النبأ، العدد 2001،59
8. طلعت عبد الحميد عيسى، استخدامات طلاب الجامعات الفلسطينية الشبكات التواصل في التوعية بالقضية الفلسطينية، المنتدى السادس للأعلام الرياض، جامعة الملك سعود، (2012).
9. عزة مصطفى الكحكي، "استخدام الانترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من الجمهور بدولة قطر"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م،
10. فوزية الحربي، قضايا السعوديات في الفيسبوك، ورقة مقدمة للمنتدى السادس للجمعية السعودية للاعلام والاتصال (الرياض ، جامعة الملك سعود ، 2012).
11. قسطنطين سلافاسترو، منطق السلطة ودينامية الخطاب السياسي، ترجمة عبد الإله بوحاملة ، الحوار المتمدن، العدد2630 : أبريل، (2009 ، أطلع عليه 25 :ديسمبر 2013)
12. مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 395، يناير 2012
13. نصر الدين لعياضي، "الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي/ نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 7-9 ابريل 2009م
14. وليد عبد الحي، لغة الخطاب السياسي: المشكلة والحل، جامعة اليرموك، المحاضرة الخامسة عشر، 21 تشرين الثاني 2013

المواقع :

- [http : //www.luxorlink.com/bank39html.2013/3/7h20:05.](http://www.luxorlink.com/bank39html.2013/3/7h20:05)
- <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=170221>
- <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=170221>
- <http://www.jamelzran.jeeran.com>
- <http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc2013/3/12h>
- [ttp://www.content.com.sa/Languages/LisanElArab/= 1](ttp://www.content.com.sa/Languages/LisanElArab/=1)

المصطفى

جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع



تخصص : علم الاجتماع اتصال
إستمارة :

تأثير الخطابات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الطلبة الجامعيين

ملاحظة 1: بين أيديكم استمارة مقابلة تأثير الخطابات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الطلبة الجامعيين، تستخدم كإحدى أدوات البحث العلمي في إطار إنجاز رسالة تخرج لنيل الليسانس تخصص: علم اجتماع اتصال نرجو منكم الإجابة على الأسئلة بكل موضوعية وبتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات وعدم استعمالها إلا لغرض بحث علمي.

- حلموس بلال

ملاحظة 2: ضع علامة (X) في الخانة المناسبة للإجابة.

السنة الجامعية 2018-2019

المحور الاول : معلومات عن الاستخدام

س 01: الجنس

ذكر

انثى

س 02: اعمار افراد العينة

25-22

30-26

31 فأكثر

س 03: المستوى المعيشي

منخفض

مرتفع

منخفض

س 04: يبين كثافة استخدام افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي معدل الاستخدام

يومية

احيانا

نادرا

س05: يبين اهم مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الأخرى التي يتعرض لها المبحوثون

الفايسبوك

اليوتيوب

انستغرام

الصفحات الالكترونية

س06: يبين الوقت الذي يقضيه المبحوثون في التعرض لمواقع التواصل

اقل من ساعة

من 1-3 ساعة

من 4-7 ساعة

من 8-11 ساعات

س07: يبين توزيع المبحوثين بحسب معدل تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعية

يومية

احيانا

نادرا

س08: يبين توزيع المبحوثين بحسب الخصائص التفاعلية التي يفضلونها

كتابة تعليقات على الخطابات السياسية

الاطلاع على تعليقات المستخدمين الآخرين لمواقع التواصل الاجتماعي على الخطابات السياسية

إرسال صور وتعليقات حول الخطابات السياسية

إرسال تسجيلات فيديو تعليقا على الخطابات السياسية

س09: يبين توزيع المبحوثين بحسب طبيعة اطلاعهم الشخصيات السياسية وخطاباتهم

يومية

أحيانا

نادرا

س10: يبين مدى تأثير اطلاع المبحوثين على الخطابات السياسية

درجة كبيرة

متوسطة

قليلة

س (11) يوضح العلاقة بين درجة إطلاع المبحوثين على الخطابات السياسية الانتخابية والمشاركة في الانتخابات .

درجة كبيرة

متوسطة

قليلة

س (12) يبين درجة نجاح المرشحين الذين استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف ببرامجهم الانتخابية درجة نجاح المرشحين في التعريف ببرامجهم الانتخابية

درجة كبيرة

متوسطة

قليلة

س (13) بين مدى تأثير المشاركة الفاعلة من قبل المواطنين في الانتخابات في تحسين الأوضاع العامة

درجة كبيرة

متوسطة

قليلة

س (14) يبين مدى مناقشة المبحوثين لآخرين في البرامج والحملات الانتخابية

يومية

أحيانا

نادرا