

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة بعنوان:

أثر التعليقات الفايسبوكية على التوجهات السياسية
للمستخدمين
الحراك الشعبي الجزائري أنموذجا

دراسة استطلاعية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

جامعة عمار الثليجي الأغواط من (22 فيفري إلى 12 ديسمبر 2019)

إشراف:
د. عبد القادر النوعي

إعداد الطالب:
عبد الرحيم خاوة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
مداني حجاج	جامعة عمار الثليجي الأغواط	رئيسا
عبد القادر النوعي	جامعة عمار الثليجي الأغواط	مشرفا ومقررا
الظاهر بن دهمان	جامعة عمار الثليجي الأغواط	عضوا مناقشا

العام الجامعي
2020 / 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

تشكر

الحمد لله رب العالمين الذي وفقنا لانجاز هذا العمل وأنار
دربنا في الحياة، ورعانا بلطفه وجوده وكرمه .
أتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذ المشرف
الدكتور "عبد القدر النوعي" الذي لم يبخل عليا
بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لي في إتمام
هذه المذكرة، ولا يفوتني أن أشكر كل الأساتذة الذين
ساهموا في تكويننا وسهروا على تعليمنا، وإلى كل من
ساهموا من قريب أو بعيد في إخراج هذا العمل.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى الوالدين
الكريمين
أطال الله في عمرهما
وإلى أخي وأخواتي كل باسمه، إلى
أصدقائي المخلصين وإلى أسرة نادي
الصحافة
وإلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد.

قائمة محتويات الدراسة

الصفحة	المحتوى
	تشكر.....
	إهداء.....
	ملخص باللغة العربية.....
	ملخص باللغة الانجليزية.....
أ- ب	مقدمة.....

الصفحة	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة:
ص05-04	1. الاشكالية.....
ص06	2. التساؤلات.....
ص08-06	.
ص09	3. تحديد المفاهيم.....
ص10	4. أسباب اختيار الموضوع.....
ص10	5. أهداف
ص20-10	الدراسة.....
ص20	6. أهمية الدراسة.....
ص21	7. دراسات سابقة.....
ص23-21	8. حدود الدراسة الميدانية (المجال المكاني
ص27-24	والزمني).....
	9. تحديد العينة المستخدمة في الدراسة.....
	10. تحديد التقنية المستخدمة في الدراسة.....
	11. المقاربة المعتمدة في التحليل.....

الصفحة	الفصل الثاني : آلية التعليق في مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك
--------	--

	تمهيد	
	ماهية مواقع التواصل الاجتماعي	1.2
ص31-33	تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي	1.1.2
ص34	مميزات مواقع التواصل الاجتماعي	2.1.2
ص35	مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي	3.1.2
	موقع فايسبوك وآلية التعليق	2.2
ص37-38	تعريف موقع فايسبوك	1.2.2
ص38-41	نشأة موقع فايسبوك	2.2.2
ص41	التعليقات الفايسبوكية	3.2.2
	خلاصة الفصل	

الصفحة	الفصل الثالث : الاعلام الجديد والحراك السياسي	
	تمهيد	
	ماهية مواقع التواصل الاجتماعي	1.3
ص46	ماهية الإعلام الجديد	1.1.3
ص47		
ص48	خصائص وسمات الاعلام السياسي	2.1.3
ص49	ماهية الإعلام السياسي	3.1.3
ص50	الوظائف السياسية للإعلام	4.1.3

51ص	الدور السياسي للإعلام الجديد	5.1.3
52ص	الحراك والتوجهات السياسية	2.3
54-52ص	الحراك الاجتماعي	1.2.3
54ص	الحراك السياسي	2.2.3
	الحراك الاجتماعي عبر مواقع فايسبوك	3.2.3
	التوجهات السياسية	4.2.3
	خلاصة الفصل	

	الفصل الرابع : الإطار الميداني للدراسة:	
	تمهيد	
74ص	التحليل الكمي والكيفي للدراسة.....	
76ص	نتائج الدراسة.....	
	خاتمة.....	

	قائمة المراجع.....
	الملاحق.....

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجدول
71ص	توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.....	.1
72ص	توزيع المبحوثين حسب متغير السن.....	.2

73ص	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي.....	.3
74ص	اعتبار الفايسبوك وسيلة أساسية في الحصول على المعلومة السياسية.....	.4
75ص	اعتبار الفايسبوك مصدر مميز لتلقي الاخبار السياسية.....	.5
76ص	أنواع الصفحات الفايسبوكية المتبعة من قبل الطلبة.....	.6
77ص	مدى متابعة الصفحات الفايسبوكية السياسية الجزائية من قبل الطلبة.....	.7
78ص	نسبة وثوق الطلبة بمصداقية الصفحات الفايسبوكية.....	.8
79ص	مدى تعليق الطلبة على مناشير الصفحات الفايسبوكية.....	.9
80ص	نسبة اعتماد الطلبة على التعليقات الفايسبوكية لبناء آرائهم السياسية.....	.10
81ص	نسبة موضوعية التعليقات الفايسبوكية بالنسبة للطلبة.....	.11
82ص	التوجه السياسي للطلبة بالنسبة لحراك 22 فيفري.....	.12
83ص	تأثير التعليقات السياسية على التوجهات السياسية للطلبة...	.13
84ص	نسبة اكتساب حراك 22 فيفري شرعيته من خلال التعليقات الفايسبوكية.....	.14

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
72ص	دائرة نسبية توضح نسبة توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.....	.1
73ص	دائرة نسبية توضح نسبة توزيع المبحوثين حسب متغير السن	.2
73ص	دائرة نسبية توضح نسبة توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي.....	.3
74ص	دائرة نسبية توضح نسبة اعتبار الفايسبوك وسيلة أساسية في الحصول على المعلومة السياسية.....	.4

75ص	دائرة نسبية توضح نسبة اعتبار الفايسبوك مصدر مميز لتلقي الأخبار السياسية.....	.5
76ص	دائرة نسبية توضح نسبة أنواع الصفحات الفايسبوكية المتبعة من قبل الطلبة.....	.6
77ص	دائرة نسبية توضح نسبة متابعة الصفحات الفايسبوكية السياسية الجزائرية من قبل الطلبة.....	.7
78ص	دائرة نسبية توضح نسبة وثوق الطلبة بمصداقية الصفحات الفايسبوكية.....	.8
79ص	دائرة نسبية توضح نسبة تعليق الطلبة على مناشير الصفحات الفايسبوكية.....	.9
80ص	دائرة نسبية توضح نسبة اعتماد الطلبة على التعليقات الفايسبوكية لبناء آرائهم السياسية.....	.10
81ص	دائرة نسبية توضح نسبة موضوعية التعليقات الفايسبوكية بالنسبة للطلبة.....	.11
82ص	دائرة نسبية توضح نسبة التوجه السياسي للطلبة بالنسبة لحراك 22 فيفري.....	12
83ص	دائرة نسبية توضح نسبة تأثير التعليقات السياسية على التوجهات السياسية للطلبة.....	13
84ص	دائرة نسبية توضح نسبة اكتساب حراك 22 فيفري شرعيته من خلال التعليقات الفايسبوكية.....	14

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى معرفة اثر التعليقات الفايسبوكية في التأثير على الآراء السياسية للمستخدمين، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر علوم الأعلام والاتصال بجامعة عمار التليجي بالاغواط، لمعرفة مدى تأثير التعليقات السياسية المتعلقة بحراك 22 فيفري على التوجه السياسي للطلاب المستخدم لموقع فايسبوك. ولبلوغ أهداف الدراسة قمنا بتصميم استمارة استبيان لجمع المعلومات اللازمة والإجابة على تساؤلات الدراسة التي احتوتها الاستمارة وفقا لما يلي:

الجزء الأول: يحتوي على البيانات الشخصية .

الجزء الثاني: يحتوي على ثلاث محاور، مساهمة الفايسبوك في الحصول على المعلومة السياسية، مدى تأثير التعليقات على الآراء السياسية لمستخدمين الفايسبوك مدى ارتباط التعليقات الفايسبوكية بتشكيل التوجهات السياسية حول حراك 22 فيفري. كما اقتضت طبيعة الموضوع والمجال البشري للدراسة اللجوء إلى أسلوب العينة القصدية، والمنهج المسحي، وبلغ عدد الاستبيانات الموزعة 60 استمارة استبيان على أفراد العينة، طلبة السنة أولى وثانية ماستر علوم الإعلام والاتصال، وتم استرجاعها كلها لإجراء الدراسة عليها.

وتلخصت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي: خاصية التعليق، استعملت كوسيلة لحرية التعبير على الآراء المؤيدة للحراك ورفع مطالب الشعب الجزائري وخصوصا الطلبة. الطالب دقيق في انتقاء المعلومة السياسية أبان فترة الحراك. التعليقات الفايسبوكية لا تؤثر على التوجهات السياسية للطلاب بقدر ما يستعملها هذا الأخير للتعبير عن آراءه وتوجهاته السياسية ويؤثر بها على بقية المستخدمين لاعتباره من نخبة المجتمع.

Abstract of The Study :

This study aims to discover the influences of Facebook-Comments in affecting Political Opinions of its users, Via an empirical research on a sample of Media and Communication Sciences Master's Students at University of Ammar Thelidji in Laghouat, to see to what extent

political comments related to the Hirak of February 22Th has affected the political tendency of student that uses Facebook .

To reach Study's goals, we have designed a questionnaire to gather the needed data and answering study's main questions . it was organized as following :

First Part : contains personal data

Second Part : consist of three sections, Facebook's contribution in obtaining political information, The impact of comments on the political opinions of Facebook users, and The connection between Facebook comments to formulating political trends related to Hirak of February 22th .

The nature of this subject and the human field of study called for resorting to the intentional sample method and the survey method, the number of questionnaires have been distributed was: 60 questionnaires to the members of the sample, first and second year Master student of information and communication sciences, and all were retrieved to be studied .

The main results of the study can be summarized as follows: The comment feature, has been used as modality to the freedom of expression on opinions that supports Hirak and raising the demands of the Algerian people, especially students.

The student is precised in selecting political information during the period of Hirak.

Facebook comments do not affect the student's political tendency as much as this one uses it to express his opinions and political tendencies to affect rest of the users regarding the consideration of students as an elite of society.

مقدمة

مقدمة

إن كل من يتأمل التطورات التي طالت الحياة الاجتماعية بفعل التكنولوجيا الحديثة للاتصال لابد له أن يلاحظ التغيير الكبير في العلاقات الاجتماعية، ويشير مفهوم تكنولوجيا الاتصال إلى التجهيزات و الوسائل التي اكتشفتها أو اخترعتها البشرية لجمع وإنتاج وبث ونقل واستقبال وعرض المعلومات الاتصالية بين الأفراد.

فقبل سنوات قليلة برزت مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر مكان افتراضي يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج. إذ لم يكن أحد يتوقع أن هذه المواقع ستتسبب في إحداث تغييرات كبيرة تمس الرأي العام من خلال توجيه الآراء السياسية للشعوب وضرب الأنظمة السياسية التي لا تناسبها. حيث كانت تعتبر هذه المواقع وعلى رأسها " فايسبوك " في اعتقاد الكثيرين مجرد مواقع لتكوين صداقات والتواصل بين الأصدقاء.

وتعددت استخدامات الفايسبوك من قبل كافة الأطياف العمرية (كبارا وصغارا) والأصناف الاجتماعية (طلبة. عمال. بطالين... الخ) لاعتباره عالما افتراضيا، ينتشر كل ما يعرف فيه بسرعة فائقة حيث أن له القدرة الهائلة على التأثير على مستخدميه، فبعدها كان وسيلة للتواصل أصبح أداة للتغيير في المجتمعات المحلية والعالمية

وقد وجد المستخدمون، الفايسبوك فضاء مفتوحا يحتوي على هامش كبير من الحرية في إبداء الرأي والتعبير داخل مجموعات ومساحات كبيرة للتداول، والتعليقات

والمشاركات. فصار يستعمل لأغراض أخرى ساهمت إلى حد بعيد في المساس بالأراء السياسية للشعوب عامة والعربية منها خاصة.

ومع تعدد استخدامات الفايسبوك، استخدمه الطلبة للتواصل فيما بينهم، مشاركة الدروس، المراجعة في مجموعات والتعبير عن آراءهم في مختلف المجالات إضافة إلى التعليق على مختلف المناشير السياسية، الاجتماعية، الثقافية والرياضية. خاصة مع ما شهده العالم العربي في الآونة الأخيرة من ثورات تم الحث عليها وتنظيمها بداية عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي تتناول المعلومة السياسية، تصنع وعي سياسي وتدفع بالمستخدمين إلى تبني توجهاتهم السياسية، وخير مثال الحراك الشعبي الجزائري الذي كانت بداياته في 22 فيفري 2019.

ومن هذا المنطلق سنتناول في دراستنا موضوع التعليقات الفايسبوكية ودورها في تشكيل التوجهات السياسية للمستخدمين وعلى وجه الخصوص الطلبة الجامعيين، إذ تطرقنا إلى الإطار المنهجي و التطبيق.

دراستنا تظم أربع فصول، ففي الفصل الأول تطرقنا إلى التوجه النظري والإطار المنهجي للدراسة، وذلك من خلال طرح الإشكالية والتساؤلات وذكر أهداف وأهمية الدراسة بالإضافة إلى التعليق على الدراسات السابقة مع توضيح العينة، التقنية، المنهج والمقاربة المعتمد عليهم، وكذا تحديد المفاهيم وتبيين المجال المكاني والزمني للدراسة. أما في الفصل الثاني فقد اشرنا إلى آلية التعليق في موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك بتحديد مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفايسبوك خاصة. ثم خصصنا الفصل الثالث للعلاقة بين الإعلام الجديد وبين التوجهات السياسية والحراك السياسي. وتطرقنا في الفصل الرابع والأخير إلى الإطار الميداني والتطبيقي الذي خصصناه للاستثمار، وقمنا بعرض الخاتمة واهم التوصيات في ظل ما تم الحصول عليه من نتائج حول دراستنا.

الفصل الأول:

المحددات المنهجية للدراسة

الإشكالية

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة وهامة من وسائل الاتصال وتداول المعلومات، وعلى وجه الخصوص الفايسبوك الذي يعتبر من المواقع الأكثر استعمالا إذ يزداد استخدامه يوما بعد يوم، فأليات التفاعل الذي يحتويها تتضح أهميتها من خلال تأثيرها الكبير على الأحداث العالمية، العربية وكذا على الساحة الوطنية.

فقد شهد العالم العربي منذ مطلع العام 2011، ومازالت مظاهرات واحتجاجات شعبية واسعة اندلعت من قبل الجماهير العربية عبر تجمعات بعضها نظمت في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المناشير الفايسبوكية التي تحتوي على شعارات وأهداف تختلف باختلاف الدول، وقد أخذت الثورات أسماءها مما أطلقه مستخدمين الفايسبوك، ففي تونس "ثورة الياسمين" ومصر " ثورة الشباب" وليبيا " ثورة 17 فبراير" واليمن " الثورة الشعبية" وسوريا " ثورة الكرامة".

فقد تحول الفايسبوك من طابعه الاجتماعي البحت، الذي من اجله أنشئ، إلى الطابع السياسي المؤثر واضحي يعرف بأحد مواقع الإعلام الجديد الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، وتحول مع الوقت إلى أداة إعلامية نصية مكتوبة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المستخدمين واستجاباتهم وأرائهم. فالبعض ليس لديهم آراء سياسية وبالتالي يلجئون إلى تتبع المناشير وقراءة التعليقات التي تعكس مختلف توجهات المعلقين سواء لتوسيع معرفتهم وتحليلهم للأحداث أو لتبني فكرة أو توجه سياسي معين.

وامتد استخدام الفايسبوك ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول المعلومات وأصبح أداة مهمة ومناخ ملائم لتداول المعلومات السياسية والآراء السياسية باختلافها. إذ إن آلية التعليقات الفايسبوكية على المناشير أثرت وأمنت باختلاف الآراء السياسية التي تحتويها الأحداث الوطنية الجزائرية في الفترة الأخيرة، ويتضح ذلك في حراك 22 فيفري التي تداول بدايته مستخدمين الإعلام الجديد "الفايسبوك" قبل الوسائل الإعلامية الأخرى، فالبداية كانت عبر جماهير النخبة كالطلاب والمحامين والأطباء الذين يعتبرون أول الوافدين إلى الحراك لوعيهم بالفساد المنتشر في النظام والذي يؤثر على حقوقهم، مستقبلهم و مستقبل البلاد.

فمن خلال بحثنا العلمي هذا ركزنا على الأثر الذي تخلفه التعليقات الفايسبوكية على التوجهات السياسية للطلاب المستخدمين لموقع الفايسبوك في فترة الحراك السياسي الجزائري "22 فيفري". وسنحاول في هذه الدراسة الإجابة على التساؤل المحوري التالي : هل أثرت

التعليقات الفايسبوكية على التوجهات السياسية لطلبة الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط إبان حراك 22 فيفري؟

2- التساؤلات:

- هل ساهم فيسبوك في توفير المعلومة السياسية للطلبة؟
- هل أثرت التعليقات على الآراء السياسية للطلبة؟
- ما مدى ارتباط التعليقات الفايسبوكية بتشكيل التوجهات السياسية حول حراك 22 فيفري؟

3- تحديد المفاهيم:

* الأثر

- لغة الأثر في اللغة له عدة معاني منها: تقديم الشيء، ذكر الشيء، رسم الشيء، والجمع آثار وأثور، والأثارة: البقية من الشيء، والجمع آثارات.

- اصطلاحاً: يستخدم الفقهاء لفظ الأثر بمعنى ما يترتب على الشيء، وهو المسمى بالحكم عندهم، فيقولون: أثر القتل، وأثر الجراحة، وأثر النجاسة، وغيرها من المصطلحات. ومن هنا فإن المعنى الاصطلاحي للأثر لا يخرج عن المعنى اللغوي، ولكن المعنى اللغوي أوسع.¹

- إجرائياً: الأثر هو بقية ما يرى من كل شيء.

1 محمد عبد الرحمن محمد جرغون، أثر الزمان والمكان في الجناية على النفس وما دونها، ماجستير الفقه المقارن، جامعة الأزهر، غزة، 2012، ص3.

* الاستخدام

- اصطلاحاً : يبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة الأولى مفهوماً واضحاً وبسيط المعنى غير ذي حجة أو نشاط يتوخى ضبطه غير أن أي محاولة تستهدف ضبط المعاني والدلالات النظرية والتطبيقية تصطدم بمفهوم غامض ومتنوع يحتمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي وما هو تقني الداخل في تركيبة تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة، الغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين وتقرير وتحليل مجموعة السلوكيات والمظاهر.¹

- إجرائياً: وهي كيفية استعمال والتعامل من قبل المستخدمين مع مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع الإقبال على هذه المواقع واستعمالها والتفاعل مع مضمانيها المختلفة.

* موقع فيس بوك facebook

- اصطلاحاً: يعتبر موقع فيسو بوك للتواصل الاجتماعي درة تلك المواقع، فهو أكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس في مختلف الطبقات والاتجاهات والاديان

حول العالم، وذلك بسبب خصائصه، كما شجع الناس على الاشتراك والتواصل عبره من خلال الانترنت، بدأ أساساً كموقع للتعارف الاجتماعي أو الـ Social Networking، الذي يعمل بشكل كبير على المحتوى المزود من قبل المستخدم، أو الـ User Generated

Content كما يعرف بالانجليزية، مثل الآراء والمدونات الشخصية والصور الفوتوغرافية الرقمية وغيرها.²

1 أحمد عبدلي: مستخدمو الانترنت، (2002 2003) مذكرة ماجستير غير منشورة، قسنطينة: جامعة الأمير عبد القادر، قسم الدعوة والإعلام، ص64.

2 رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مطبعة جسور للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2014، ص49.

- **إجرائيا:** موقع فيس بوك نعني به ذلك الموقع المتاح عبر الانترنت يسجل فيه الافراد من خلال فتح حساب خاص على مستواه ويتيح للفرد التفاعل مع الأفراد والمجموعات المسجلين على الشبكة من خلال النشر والمشاركة والتعليق والردشة.

* التعليقات:

- **اصطلاحا:** "التعليقات Comments هي عبارة عن جمل توضيحية يقوم المبرمج بإضافتها ضمن أي مكان في المشروع البرمجي أثناء بنائه، وتُعتبر التعليقات كالمفتاح، فهي تهدف إلى تسهيل قراءة المشروع البرمجي سواءً للشخص الذي قام ببنائه أو حتى لأي شخص آخر يحاول فهمه أو التعديل عليه.¹

- **إجرائيا:** هي عبارة عن جمل يقوم مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بكتابتها بحيث تكون منسوبا للمنشور الأصلي وتحمل اسم صاحب التعليق كما يمكن التعديل.

*الحراك الشعبي

اصطلاحا: يعرف كوقمان الحراك على أنه "ظاهرة تخص المجتمع الحضاري بوجه خاص، والحراك سمة اساسية للمجتمع الديمقراطي ولا يعتمد الحراك على الفرص المتاحة وحسب وإنما يعتمد كذلك على الدوافع الشخصية حيث يسعى الفرد الموصول إلى مستويات أفضل.²

نعرف الحراك الشعبي بأنه " عبارة عن حركة شعبية تقوم بها الشعوب ضد انظمتها الحاكمة نتيجة لطغيانها أو نتيجة لسلبها إرادة شعوبها"³.

1 ماهية التعليقات، اسماعيل محمد، موقع كيف 15:05 <http://keefwiki.com/code/2015/05/21>

2 وهيبية صحبة: معوقات الانتقال الديمقراطي في بلدان الحراك العربي – 2011-2015، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر، باتنة، 2015-2016، ص35.

3 أسامة محمد أبو نحل: القضية الفلسطينية في الأمن القومي العربي بعد إندلاع الثورة الحركات الشعبية العربية، جامعة الازهر، فلسطين، 2016، ص01.

إجرائيا: هي حركات احتجاجية ضخمة خرجت للشارع للتعبير عن رفضها للنظام الحاكم، معبرة بذلك على رفض بقاء هذا النظام والمطالبة بالتغيير الشامل والكلي.

3- أسباب اختيار الموضوع:

1- الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في معالجة الموضوع.
- الرغبة في التعرف على درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على الفايسبوك لتشكيل توجهاتهم السياسية.
- الرغبة العلمية في البحث في موضوع يستلزم جهدا أكاديميا يكون في مستوى الشهادة.
- الميول الشخصي والاهتمام بالمواضيع المتعلقة بالفايسبوك.

2- الأسباب الموضوعية:

- قلة الدراسات المتعلقة بالحراك السياسي الجزائري "22 فيفري"
- الاستخدام الكبير لموقع فايسبوك من قبل الشباب والطلبة الجامعيين.
- الطلبة الجامعيين من بين الأوائل الناشرين لفكرة الحراك على مواقع التواصل الاجتماعي.
- اعتبار الطلبة الجامعيين من نخبة المجتمع اللذين يتعرضون للأخبار المغلوطة خاصة طلبة الإعلام والاتصال المدركين لأهمية التأكد من المعلومات والذين يمتلكون تقنيات تحليل المضامين الإعلامية.

4- أهداف الدراسة:

- معرفة مدى تأثير التعليقات الفايسبوكية السياسية على الطلبة.
- الكشف على المواقع الأكثر تتبعا من قبل الطالب الجامعي عبر موقع فايسبوك.
- الوقوف على مدى تشكيل الفايسبوك للتوجه السياسي للطلبة الجامعيين.
- التعرف على الدور الذي يلعبه فايسبوك في إيضاح الآراء السياسية للطلبة الجامعيين.

5- أهمية الدراسة:

- إن أهمية هذه الدراسة تتمثل في أنها تدرس ظاهرة من أهم الظواهر الإعلامية والسياسية المعاصرة وهي الإعلام الجديد والحراك السياسي الجزائري "22 فيفري".
- الطلبة الجزائريين من فئة الشباب الأكثر استخداما لموقع فايسبوك وهم من النخبة المهمة بتتبع الأحداث السياسية ومستجداتها .

6- دراسات سابقة:

الدراسة الاولى:

- دراسة رافت مهند عبد الرزاق " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي" مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية، سنة 2013 .
- تطرقت الدراسة إلى إشكالية: هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي متمثلة في (فيس بوك، تويتر، يوتيوب) على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل والأنبار وتكريت في طرح القضايا المعاصرة التي تهمهم، وفي التأثير على سلوكيات والفكر السياسي لديهم لا سيما ما يطلق عليه اليوم بالحراك الشعبي في العراق وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية،

السؤال الأول – ما طبيعة استخدام طلبة جامعة الموصل والأنبار وتكريت لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب) وأثرها على تشكيل الاتجاهات والسلوكيات والفكر لديهم؟

السؤال الثاني – كيف يقيم طلبة جامعات الموصل وتكريت مواقع التواصل الاجتماعي بين وسائل الإعلام الأخرى؟

السؤال الثالث – هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي لطلاب جامعة الموصل والأنبار وتكريت؟

أهداف الدراسة:

- أ- معرفة مدى مشاركة الإعلام الجديد ممثلا بمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

ب- معرفة درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في طرح القضايا المعاصرة التي تهم المجتمع العراقي.

ج- الخروج باقتراحات وتوصيات تسهم في تطوير دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية واعتمدت الدراسة على منهج المسح بأسلوب المسح بالعينة " دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والعراق وتكريت" وذلك ممن خلال استمارة الاستبيان.

أهم نتائج الدراسة:

- أن مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتوب) تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت.

- تسهم مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتوب) في طرح القضايا المعاصرة التي تهم الشباب الجامعي وفي التأثير على السلوكيات السياسية لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي.

- أظهرت النتائج بأن ما نسبته (59 بالمائة) من أفراد العينة هم مقتنعون بأن الأحداث التي شهدتها الدول العربية كانت سببا للاشتراك بشبكات التواصل الاجتماعي فيما كانت نسبة (41 بالمائة) من أفراد العينة التي لم تتأثر باشتراكها بمواقع التواصل الاجتماعي في الأحداث التي جرت بالدول العربية.

التعقيب على الدراسة:

بعد استعراض الدراسة السابقة التي تناولت موضوع " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي" حيث اهتمت بالدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك الشعبي والوضع السياسي بالعراق، وذلك بناء على نظرية الاستخدامات والاشباع، وبالتالي فهي تعطيني قاعدة انطلق منها مع بعض الإجراءات المنهجية خاصة المتعلقة بتصميم الاستبيان وصياغة الأسئلة.

الدراسة الثانية:

دراسة ساعد راشدي، هشام قارة " دور الفايسبوك في تداول المعلومة السياسية لدى الطلبة الجامعيين" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، سنة 2017.

- **تطرت الدراسة إلى إشكالية:** ما هو الدور الذي يلعبه موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في تداول المعلومة السياسية لدى الطلبة الجامعيين؟ ومعرفة اتجاهاتهم نحوه وذلك من خلال الإجابة على الأسئلة التالية:

- السؤال الأول: ماهي عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لموقع فيس بوك؟

- السؤال الثاني: ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع فيس بوك وماهي الاشباعات السياسية المحققة من هذا الاستخدام؟

- السؤال الثالث: كيف ساهم موقع فيس بوك في تداول المعلومة السياسية لدى الطلبة الجامعيين؟

أهداف الدراسة:

أ- معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، لما تتسم به العينة من مستوى علمي وثقافي.

ب- الوقوف على مدى حرص مثل هذه الفئة –عينة الدراسة- على متابعة الأحداث السياسية وتداول المعلومات السياسية.

ج- الكشف عن مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة الرؤيا وتشكل الاتجاهات – أو تدعيمها- وإثراء المعارف والمعلومات وتداولها داخل المجتمع بمعنى ما إذا كان يمس هذه الشريحة من المتعلمين (الطالب الجامعي الجزائري) وعليه مدى قدرتها على تكوين رأي العام في مراحل لاحقة.

أهم نتائج الدراسة:

- الطالب الجامعي يستخدم موقع فيس بوك منذ أكثر من ثلاثة سنوات بنسبة 52%، حيث بلغ معدل الوقت المخصص لتصفح موقع فيس بوك لدى أفراد العينة (أكثر من ساعتين) بنسبة 50%، إما بالنسبة لأوقات تصفح الفيس بوك هو ليلا وهذا بنسبة 86.7%.

- يعود دافع الإقبال على استخدام موقع الفيس بوك إلى كونه مصدر مهم في القضايا المختلفة بنسبة 53.33% بالإضافة إلى متابعة التغيرات السياسية والاجتماعية على الصعيد العربي والدولي، حيث تعتبر المواضيع والقضايا السياسية الجزائرية من أكثر المواضيع تفضيلا في موقع الفيس بوك وذلك بنسبة 44.44%. يتوفر الفيس بوك أحيانا على جميع المعلومات السياسية المهمة وذلك بنسبة 76.67%.

- من خلال الفيس بوك يمكن الحصول على أكثر من رأي حول نفس القضية السياسية كما يمكن اكتشاف مصادر أخبار سياسية جديدة، حيث له دور في التوعية السياسية والثقافية وأيضا في تشكيل الرأي حول قضايا سياسية ودعم الآراء السائدة.

التعقيب عن الدراسة:

- بعد استعراض الدراسة السابقة " دور الفيس بوك في تداول المعلومة السياسية لدى الطلبة الجامعيين" حيث اهتمت بالدور الذي يلعبه موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" في تداول المعلومة السياسية لدى الطلبة الجامعيين وذلك بناء على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مثل دراستي وأيضا تشابه مجتمع البحث في كلتا الدراستين في الطلبة الجامعيين، كما تعطيني قاعدة منهجية خاصة بتصميم استمارة الاستبيان وصياغة الأسئلة.

الدراسة الثالثة:

دراسة امال معاش "دور فيسبوك في تشكيل الرأي العام نحو القضايا الراهنة" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2019/2018.

تطرقنا الإشكالية إلى: ما هو دور فيسبوك في تشكيل الرأي العام الجزائري نحو الحراك الشعبي كأبرز القضايا السياسية الراهنة في الجزائر؟. حيث يندرج عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية تتمثل في:

السؤال الأول: - ما هي أنماط ودوافع استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك؟

السؤال الثاني: - ما هي الاشباكات المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك؟

السؤال الثالث: - ما هي أكثر القضايا أهمية بالنسبة للمبحوثين في المتابعة عبر الفيسبوك؟

السؤال الرابع: - هل تعتمد عينة الدراسة على فيسبوك لتشكيل آرائها نحو الحراك الشعبي؟

السؤال الخامس: - ما الأساليب المستخدمة من قبل المبحوثين للمشاركة برأيهم حول موضوع الحراك الشعبي عبر فيسبوك؟

أهداف الدراسة:

- معرفة أنماط ودوافع استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك، والإشباع المحققة من ذلك.
- معرفة سبب نجاح فيسبوك في استقطاب واستمالة عدد كبير جدا من المستخدمين خاصة الطلبة الجامعيين.
- الكشف عن أكثر القضايا أهمية بالنسبة للمبحوثين في المتابعة عبر فيسبوك.
- معرفة درجة اعتماد عينة الدراسة على فيسبوك لتشكيل آرائها نحو موضوع الحراك الشعبي.
- الكشف عن الأساليب التي يستخدمها الطلبة في المشاركة بموضوعات الحراك السياسي الشعبي عبر فيسبوك.

أهم نتائج الدراسة:

- يرجع أغلب المبحوثين دافع استخدامهم للفيسبوك للتواصل مع الآخرين بنسبة 25.96%، و20.19% يرجعونه إلى واقع اكتساب معارف جديدة، وتعود أقل نسبة إلى دافع التسلية ودافع قضاء وقت الفراغ لمجموع عشرة مبحوثين.
- 54.44% من المبحوثين يفضلون متابعة القضايا الاجتماعية عبر فيسبوك، و 18.88% يفضلون القضايا السياسية، أما القضايا الإعلامية والثقافية والدينية فنسب متابعتها قليلة ومتقاربة لا تتجاوز 10%.
- أكثر المضامين التي يظهرها حساب المبحوثين حول مجريات الانتخابات الرئاسية هو الحراك الشعبي بنسبة 27.35%.
- أغلب المبحوثين يتفاعلون دائما مع المضامين بنسبة 56.66%.
- صرح 46.49% من المبحوثين أنهم يفضلون متابعة منشورات الحراك التي تكون في شكل فيديوهات وصور حية

- معظم المبحوثين يصرحون بأن منشورات الحراك أضافت لديهم معارف سياسية جديدة، وذلك بنسبة 92.22%.

- 82.22% من المبحوثين غيرت متابعتهم لمنشورات الحراك اتجاهاتهم السابقة نحو الوضع بصفة عامة.

التعقيب عن الدراسة:

بعد استعراض الدراسة السابقة "دور فيسبوك في تشكيل الرأي العام نحو القضايا الراهنة" حيث اهتمت بمعرفة الدور الذي يلعبه الفيسبوك في تشكيل الرأي العام الجزائري نحو الحراك الشعبي كأبرز القضايا السياسية الراهنة في الجزائر والتي تناولت الحراك الشعبي الجزائري أنموذجا وهو ما تطابق مع دراستي وأيضا العينة المأخوذة وهي الطلبة.

الدراسة الرابعة:

دراسة جيدور حاج بشير "أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية. دراسة مقارنة" أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم السياسية. جامعة محمد خيضر بسكرة. 2017/2016.

تطرت الإشكالية إلى: مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في التحول الديمقراطي في الدول العربية وفي تنشيط السياسة فيها واعطائها بعدا تفاعليا. حيث تدرج تساؤلات فرعية وهي كالتالي :

السؤال الأول – ما هو دور وتأثير تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الاتصال والتسويق السياسي؟

السؤال الثاني – ما هي حدود مساهمة الوسائل التكنولوجية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي والتحول الديمقراطي في الدول العربية؟

السؤال الثالث – هل يمكن أن يتحقق تحول ديمقراطي ناجح في الدول العربية عن طريق تكثيف النشاط الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية فحسب؟

السؤال الرابع – كيف يكون مستقبل أداء الوسائل التكنولوجية الاتصالية ومواقع التواصل الاجتماعي وأدوات الإعلام الجديد مستقبلا في دول بعينها مثل الجزائر التي تشهد حراكا إصلاحيا بعض الدول العربية الأخرى التي شهدت حراكا ثوريا على قادة استخدام هذه الوسائل بين نشطاء هذا الحراك؟

أهداف الدراسة:

- الإحاطة المفاهيمية بالمصطلحات المستخدمة في حقل العمل السياسي، وتلك المرتبطة بالوسائل الاتصالية الحديثة وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات.
- معرفة دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأدوات الإعلام الجديد في عملية "الدمقرطة" في الدول العربية، تأسيساً على نجاحها في ذات السلوك في عدد من الدول الأخرى.
- محاولة الكشف عن العلاقة الموجودة بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتشكل الصورة الجديدة لمفهوم "الاتصال السياسي والتسويق السياسي" على منصة تقنية وتكنولوجية، وفهم أسباب ودوافع الانتشار الرهيب والسريع لهذا النوع من التكنولوجيا في بيئة النشاط السياسي.
- استشراف المستقبل فيما يتعلق بأداء وسائل التواصل الاجتماعي وأدوات الإعلام الجديد في بيئة الدول العربية، وذلك في الشق المتعلق بمجال النشاط السياسي والرغبة الملحة لدى قطاع من شعوب هذه الدول ونشاط الانترنت لبناء حياة ديمقراطية، واستخدام هذه الوسائل بفعالية وقوة من أجل دفع الأنظمة السياسية إلى التكيف والإصلاح السياسي أو مغادرة المشهد بكامله.

أهم نتائج الدراسة:

- أصبحت تداول مصطلح ديمقراطية الانترنت شائعاً لارتباطه بممارسة السياسة عبر المجال الإلكتروني بشراهة وقوة محسوسة
- أصبح للشبكات الاجتماعية دور كبير في بناء بيئة رقمية لرعاية التحول الديمقراطي في المراحل الزمنية الآتية، حيث انتقل دورها من صنع، الحراك الثوري" على تأطير "الحراك السياسي"، وأبرز ما تقدمه ارتبط بالوظائف الجديدة للمجال الافتراضي في هذا الحراك.
- ارتبط النشاط عبر موقع (facebook) عموماً بالتواصل السياسي، في حين غلب على موقع وشبكة (twitter) اهتمام المتعاملين به بالتسويق السياسي.
- لجأت كثير من النخب الفكرية والسياسية العربية، وفئة عريضة من السياسيين الممارسين والراغبين في الممارسة السياسية، إلى الفضاءات الافتراضية لممارسة فعل "الاتصال" والتسويق السياسي، من أجل الانتفاع بمخرجات هذا اللجوء في مراحل لاحقة.

التعقيب عن الدراسة:

بعد استعراض الدراسة السابقة " أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية" حيث اهتمت بمعرفة مدى تأثير التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية في دراسة مقارنة. والتي تناولت التحولات أي التقلبات السياسية في الجزائر "الحراك السياسي الجزائري" وهذا ما اعتمدت عليه كأنموذجاً في دراستي.

8- حدود الدراسة الميدانية:

إن الدراسات العلمية تدور في مكان وزمان معينين، أي مجتمع البحث والفترة الزمنية للدراسة والذين يتطلبان من الباحث تركيز ودقة بالغة في الاختيار للحصول على أحسن وأدق النتائج، إذ يشير مجتمع البحث إلى جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث. وبما أن مجتمع البحث العلمي يكون كبير، ويصعب إجراء دراسة مسحية على جميع مفردات مجتمع البحث، يجب ضبط مفردات البحث في عينة محددة.

"فالعينة عبارة عن الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثيل مجتمع البحث تمثيلاً علمياً وسليماً"¹

أما بخصوص الإطار الزمني فقد تم تحديد الفترة من 22 فيفري 2019 إلى 12 ديسمبر 2019. لارتباط التاريخين بحديثين مهمين يصبان في دراستنا وهما بداية الحراك السياسي بالجزائر والانتخابات الرئاسية.

1 أحمد بن مرسل، منهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، ص170.

9- تحديد العينة المعتمدة وخصائصها

فبعد تحديدنا لمجتمع البحث والذي يتمثل في الطلبة الجامعيين، قمنا بتحديد عينة الدراسة المتمثلة في الطلبة الجامعيين باستخدام العينة القصدية، نظراً لاقتصار دراستنا على الطلبة مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

والعينة القصدية هي " التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة محكمة لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق و معرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرد ما بطريقة مباشرة"¹.

وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من ستون مفردة وقد تمت عملية توزيع الاستمارة في الفترة ما بين 22 فيفري 2019 إلى 12 ديسمبر 2019 على طلاب السنة أولى ماستر والثانية ماستر قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة لجامعة عمار التليجي بولاية الأغواط.

10- تحديد التقنية المستخدمة في البحث:

أما فيما يخص التقنية المستخدمة في البحث، والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع فلقد اعتمدت على الملاحظة والاستبيان كأداة رئيسية، وتم اعتماد هذه الأدوات باعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح لي بجمع معلومات بشكل معمق عن المبحوثين.

¹موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، ط1، دار القصة، 2006، ص107.

10-1 الملاحظة:

هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة على كثب، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات تفاعلات المبحوثين. وحسب "frey" فإن الملاحظة تعتبر من بين أكثر الأدوات استخداما في دراسات الاتصال، لما توفره من ميزة جمع عدد كبير من البيانات والمعلومات¹.

ولقد اعتمدنا على الملاحظة في دراستنا هذه من خلال ملاحظتنا لمجتمع البحث عن قرب ومعرفة الطلبة المالكين لحسابات فاييسوكية، بالإضافة لالتحاقنا بالحرارك الذي شمل عدد كبير من الطلبة و كذا العديد من الشعارات والمطالب المتداولة عبر التعليقات والمناشير الفاييسوكية.

10-2 الاستبيان:

تعتبر الاستمارة أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث

تكون متسلسلة وواضحة الصياغة، ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الاستبيان أو الاستقصاء التي وزعت على عينة من مستخدمي موقع "الفايسبوك" كإنموذج باعتباره من أكثر المواقع استخداما حسب ما أفادت به العديد من الإحصائيات. ويعرف الاستبيان بأنه " أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها"².

1 احمد بن مرسل، نفس المرجع سبق ذكره، ص473.
2 أحمد عارف العساف، محمود الوادي، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارة المفاهيم والأدوات، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط 4، 2011، ص255.

وتم اعتماد هذه الأداة في دراسة " أثر التعليقات الفاييسبوكية على التوجهات السياسية للمستخدمين" دراسة عينة متكونة من 60 طالب لعلوم الإعلام والاتصال 30 طالب سنة أولى ماستر و30 طالب سنة ثانية ماستر، تم توزيع عليهم الاستمارة المتكونة من 4 محاور، إذ يشمل المحور الأول البيانات الشخصية للطالب، أما المحور الثاني يكمن حول مساهمة الفاييسبوك في الحصول على المعلومة السياسية، في حين أن المحور الثالث يدور حول مدى تأثير التعليقات على الآراء السياسية لمستخدمين الفاييسبوك، أما المحور الرابع يدرس مدى ارتباط التعليقات الفاييسبوكية بتشكيل التوجهات السياسية حول حراك 22 فيفري.

11-المقاربة النظرية المعتمدة في التحليل: 11-1-1- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

11-1-2- نشأة النظرية وتطورها:

لقد كانت البداية الأولى لبروز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة "ساندرا بول روكيتش و ملفين دي فلور" وزملائها عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" والتي طالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم قوة الإقناع لوسائل الإعلام على وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يعتمد في نشاطه على مصادر المعلومات الأخرى التي تصنع النظام الإعلامي القائم في المجتمع، ليتم فيما بعد ظهور مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل "ساندرا روكيتش ودي فلور" في مؤلف بعنوان "نظريات وسائل الإعلام" الذي حاولا من خلاله ملء الفراغ وسد الثغرات التي خلفها نموذج الاستخدامات والإشباع التي أهمل تأثير وسائل الإعلام وقوتها في ذلك، لهذا فقد وضع "دي فلور وروكيتش" نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى ورأيا أن المؤسسة الإعلامية هي نظام اجتماعي ذو طبيعة تبادلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع وبالتالي يصعب فهم طبيعة أدوار وسائل الإعلام وتأثيرها ما لم يتم فهم طبيعة الاعتماد المتبادل والترابط الوثيق بينه وبين الأنظمة الأخرى (النظام السياسي، النظام الاقتصادي) هذا من جهة ، وما لم يتم أيضا تحديد المجالات التي يعتمد فيها الجمهور على هذه المؤسسة من جهة أخرى.¹

[محمد عبيد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004، ص264.

11-1-3- محتوى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ركزت نظرية الاعتماد على أن العلاقة التي تربط وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، إذ أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها نظام فرعي من أجل فهم وإدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور، أي أن وسائل الإعلام هنا تمثل مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حوله وبخاصة في حالات للاستقرار والتحويلات والصراعات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي، هذا دون إغفال أن نشاط وسائل الإعلام لا يتم من جهة أخرى دون اعتمادها على المصادر المتناثرة داخل عناصر مكونات البناء الاجتماعي من هيئات ومؤسسات وبنى جزئية أو فرعية مشكلة للبناء الاجتماعي بصفة عامة، ففيما يخص علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي فيرى "دي فلور" أنها علاقة اعتماد متبادل فهو لا يمكنه الاستغناء عنها من أجل نشر مبادئه وقيمه والترويج لها، ولا هي باستطاعتها الاستغناء عنه لدعم مشاريعها، وهو ما أكدته "هلبيرت شيلر" الذي رأى أن العلاقة التي تربط المؤسسات الإعلامية بالنظام السياسي هي علاقة قائمة على رؤية هذا النظام لها بوصفها وسيلة وأداة منافسة لترويج أفكاره ومبادئه قصد بسط سيطرته على ثقافة وحياة المجتمع برمته كما هو الحال في المجتمعات ذات النظام الرأسمالي.¹

1 محمد عبد الحميد، نفس المرجع سبق ذكره، ص 265.

11-1-4- فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- أ- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات الخاصة بالجمهور.
- ب- نظام ونشاط وسائل الإعلام جزء أو صورة مجزأة للنسق الاجتماعي للمجتمع.
- ج- استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور ووسائل الإعلام.

- د- حالات عدم الاستقرار والأزمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات وبالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجة.
- ه- اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادرا على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي والجمهور.
- و- يختلف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الإعلام بين الصفة التي تعتمد على مصادر خاصة كالبرقيات أو شريط وكالات الأنباء والتي ليست متاحة لكل الجمهور¹.

1 محمد عبد الحميد، نفس المرجع سبق ذكره، ص265، ص266.

11-1-5- الانتقادات الموجهة للنظرية:

- أنصار هذه النظرية عرفوا الاعتماد على وسائل الإعلام أنه التعرض في حين أن الاعتماد غير التعرض فالفرد قد يتعرض إلى مضامين وسائل الإعلام المختلفة لكنه لا يعتمد عليها في الحصول على المعلومات بل يعتمد على مصادر إعلامية أخرى داخل النظام الاجتماعي كالمؤسسات أو الأفراد أو الأصحاب أو مواقع معينة...
- المبالغة في التصوير يرجعهم الاعتماد العقلي للعناصر المختلفة على وسائل الإعلام، خاصة المتعلقة بوسائل الإعلام واستقلالها عن النظام الاجتماعي فوسائل الإعلام غالبا ما تكون محايدة.
- جزم النظرية المسبق يتأثر الجماهير بمضامين وسائل الإعلام وإهمالها للقدرة الانتقائية للأفراد وتأثرهم بوسائط اجتماعية أخرى كالأصدقاء والجماعات المرجعية وغيرها¹.

الفصل الثاني: آلية التعليق في مواقع التواصل الاجتماعي فاييبوك

محتويات الفصل الثاني

تمهيد

1-2 ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1-1-2 تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

2-1-2 مميزات مواقع التواصل الاجتماعي

3-1-2 مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

2-2 موقع فايسبوك وآلية التعليق

1-2-2 تعريف موقع فايسبوك

2-2-2 نشأة موقع فايسبوك

3-2-2 التعليقات الفاييسبوكية

خلاصة الفصل

• تمهيد:

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي السنوات القليلة الماضية تطورات منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا، مما أدى هذا، انتشارا واسعا وسريعا في مقدمتها موقع الفايسبوك وغيرها من المواقع مما أدى إلى تزايد عدد مستخدميها بشكل ملحوظ وهذا بفضل خاصية التفاعل والتواصل التي يقدمها بين الأفراد المستخدمين لها واستطاعة أن تغير التواصل بين الناس إلى حد كبير.

ولهذا خصصنا في هذا الفصل مبحث اول نتناول فيه تعريف مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضا تعريف الفايسبوك وآلية التعليقات الفايسبوكية.

1.2 ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1.1.2 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع أو تطبيقات مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم، من خلال وضع معلومات، تعليقات، رسائل صور وغيرها. وتسيطر مواقع التواصل الاجتماعي حاليا على سوق الإعلام والاتصال، ولكل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي خصائصها ومميزاتها وتفردتها في نقل المحتوى المطلوب بثه، لكنها جميعا تتفوق في سمة واحدة وهي القدرة على تحقيق التواصل بين البشر دون حدود مكانية أو زمانية، أو قيود على الحرية. وكذلك إمكانية نقل محتوى أي رسالة سواء كانت مرئية أو صوتية أو مكتوبة. ومعظم مواقع التواصل الاجتماعي يمكن الوصول إليها من أي مكان في العالم، بعد أن توفرت شبكة الإنترنت خطيا ولاسلكيا وعبر الأقمار الصناعية على مستوى الكون، وكذلك بعد انتشار الهواتف النقالة الذكية والحواسب اللوحية وغيرها من وسائل التكنولوجيا الحديثة التي تتيح الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي¹.

ولم يكن الحديث على الإنترنت في سنوات مضت بالكثافة التي هو عليها الآن. والكثيرون اعتقدوا أن الأمر لا يعدو كونه ثورة سريعة لن تلبث أن تخدم، وبسرعة فائقة انتشر الإنترنت في العالم وفي العالم العربي بصفة خاصة فانتشرت معه مواقع التواصل الاجتماعي².

1 جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية. من القبيلة الى الفيسبوك، ط1، 2013، ص20

2 محمد لعقاب. قضايا ساخنة في الاعلام والاسلام والثقافة. دار هومة. ط1. الجزائر. 2010. ص91.

وكذلك عرفت هذه المواقع بأنها مواقع يجتمع فيها الأفراد ذو الاهتمامات المشتركة، ويتبادلون الأفكار والمعلومات ويتصلون مع بعضهم ويبدرون وينشرون الأخبار التي تهتم مجتمعاتهم، وقد يكون المجتمع طائفا أو دينيا أو حتى علميا، ولعل أهم هذه المواقع "الفيسبوك" الذي يعطي للأفراد مساحة في الشبكة ليضعوا فيها معلومات عن أنفسهم أو خواطرهم أو معارفهم الخاصة¹.

2.1.2 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور أواخر التسعينات مثل classmates-com عام 1995 للربط بين الزملاء في الدراسة وموقع الاشخاص، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الاصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع لم تستطع ان تدر ربحا لمالكها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001².

وفي المدة ما بين 2002م و عام 2004م بلغت شعبية الشبكات الاجتماعية عبر العالم ذروتها، فقد ظهر موقع freindater عام 2002م في كاليفورنيا من قبل janttlan brams ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية ويسمى بالأصدقاء بسبب دوائر العرض، من صور وملفات الأصدقاء والأفراد، ويستخدم على نطاق واسع في آسيا، وهو متاح بلغات عدة³.

1 عباس مصطفى صادق. الاعلام الجديد المفاهيم الوسائل والتطبيقات. ط1. دار الشروق للنشر والتوزيع. الأردن. 2008. ص100.

2 ماهر عودة الشمالية وأحرون، الاعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الاعصار للنشر والتوزيع، الاردن، ص210.

3 حسين محمود هيتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2015، ص80.

وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة skrock كموقع للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية عام 2007، وفي عام 2003 أنشئ موقع "ماي سبيس my space" الامريكي ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006.

وفي فيفري عام 2004 انشأ موقع الفاييس بوك face book على يد مارك زوكربيرج في جامعة هارفارد، وكانت الفكرة إنشاء موقع اجتماعي يستطيع الطلبة عن طريقه التواصل مع بعضهم، وقد كان الموقع في البداية متاحا فقط لطلاب جامعة هارفارد، ثم فتح لطلبة الجامعات، وبعد ذلك لطلبة المدارس الثانوية، ثم عمت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر.

وفي عام 2005 تأسس موقع اليوتوب Youtube في مدينة Menlopark في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الامريكية، وكان الاصدار التجريبي له عام 2005 ويتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو¹.

وفي مارس من عام 2006 ظهر موقع التويتير على يد جاك دوزي jack dousey وبيزستون Bizstone، وايفيان وويليامن Evan Williams، والتويتير خدمة أطلقتها شركة (Obvious) والتي مقرها سان فراتسيسكو، ثم قامت بفصل تويتير في شركة مستقلة تحمل اسم تويتير (Twitter) في أفريل من عام 2007².

أحسين محمود هيثمي، مرجع سبق ذكره، ص81.
2 عبد الله ممدوح، مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2011، ص34ص35.

2.3.2 مميزات الشبكات الاجتماعية

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدة مميزات منها، ما يلي:

1. **العالمية:** حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.
2. **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغى السلبية المقتنية في الاعلام القديم – التلفز والصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.
3. **التنوع وتعدد الاستعمالات:** فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القارئ... وهكذا.
4. **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
5. **التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليست ذلك حكرا على جماعة دون أخرى وتحتل شبكة الفيس بوك حاليا من حيث الشهرة والاقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسفت)، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص.¹

1عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد، دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال، 2011، ص9.

2.4.2 مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة وذلك من خلال مجموعة من الخدمات من بينها: **الممارسات السياسية:** حيث أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعية تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية من عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته، ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع. يمكن لمستخدمي الشبكات الاجتماعية تلخيص ما نشر قديما وحديثا وله علاقة وثيقة بالقضية المطروحة للنقاش، ولا تتوقف الشبكات الاجتماعية عند العرض بل يسعى مستخدموها إلى تقييم هذه الأعمال والتعليق عليها أو إبداء ملاحظات حولها، وبالتالي تمكن المهتم أن يتعرف على مواطن القوة والإيجاب وكذلك أوجه القصور فضلا عن التعرف عن مضمون حدث ما، مما يساعد الجماهير ليس فقط □ تكوين وجهة نظرهم بل في تكوينها على أساس يقود إلى رأي عام صحيح.¹

²عقيق عواشة، الرأي العام بين الدعاية والإعلام، الجامعة المفتوحة، ط الثانية، 1998، 60.

إنشاء صفحة خاصة على موقع فايسبوك:

تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون اسم الدومين الخاص بها منتهيا بفايسبوك، ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع face book adds. والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفايسبوك تدفع مبلغا يوميا أو شهريا أو سنويا يتراوح بين بضعة سنتات إلى الآلاف بل الملايين في حالة الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رؤيته.¹

إخالد غسان. يوسف المقدادي. ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص36.37.

2.2 موقع فايسبوك وآلية التعليق

1.2.2 تعريف موقع فايسبوك

يعتبر موقع "الفايسبوك" واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء¹.

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال dictionary of media and communications "فايسبوك" facebook على أنه "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 من طرف أحد طلبة هارفارد "مارك روكربيرج" "Mark ZUCKERBERG" وانتشر الموقع في عموم أرجاء العالم بسرعة قياسية حتى أنه أصبح يحتل المرتبة الثانية بين أكثر المواقع زيارة على مستوى العالم حسب ترتيب موقع اليكسا Alexa².

وجاء تعريف آخر للفايسبوك: "يشير إلى دفتر ورقي يمل صور ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعد هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في الكلية نفسها³.

1عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، 2008، ص218.
2مصعب حسم الدين قتلوني، ثورات الفايسبوك مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، لبنان، 2014، ص104.
3ياسر حضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014، ص390.
وفي تعريف آخر : الفايسبوك هو موقع للشبكات الاجتماعية على الانترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم، أو الانضمام الى مجموعات متلفة على شبكة الويب، يمكن المشتركين في الموقع من الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية، أو المجموعات الاجتماعية، وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيح لهم رؤية صفحتهم الشخصية¹.

2.2.2 نشأة موقع فايسبوك

تأسس الفايسبوك في فيفري 2004 من قبل طالب في جامعة "هارفارد" الامريكية يدعى مارك زوكربيرج. Mark zukerberg الذي اشتهر بولعه الشديد بالانترنت وكان هدفه أن يقوم بتصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل اخبارهم وصورهم وارائهم ويسهل عملية التواصل بينهم دون أن يفكر في إنشاء موقع تجاري يتجذب الاعلانات، وسرعان ما لقي هذا الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم وخلال الشهر الاول من اتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة وبعد فترة وجيزة، الامر الامر الذي شجعه الى توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول الى الموقع لتشمل طلبة جامعات اخرى أو طلبة مدارس يسعون الى التعرف على الحياة الجامعية².

1سعاد عيساني، أولويات الاساتذة الجامعيين، مذكرة مكملة نيل شهادة الماجيستر في علوم الاعلام والاتصال، (غير منشورة)، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2014، ص62.

2سعاد عيساني، مرجع سبق ذكره، ص38.

انطلق موقع الفاييسبوك كنتاج غير متوقع من الموقع "فايس ماش" "Face match" التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع Honor Not يعتمد على نشر صور امجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفاييس ماتش في 28 أكتوبر من عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية، في هذه الأثناء ووفقا لما نشرته جريدة هارفارد كريسمون، فان موقع "فايس ماتش" استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاح على الانترنت والخاصة بتسعة من الطلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية¹.

لقد بدأ عمله باختراق مناطق محمية في الحاسوب وقام بنشر صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي، ومثل هذا الانتهاك لا يسعد إدارة جامعة هارفارد واتخذت إجراءات قاسية ضد "مارك زوكربيرج" دون أن اعرف القيمة الحقيقية الذي قام به هذا الطالب المشاكس، وفي مدونته يقول "مارك زوكربيرج" (هناك أمر مؤكد هو انني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع والانتهاك الذي حدث لكن وعلى أي حال فاعتقد أن أي شخص آخر سوف يقوم بذلك في نهاية الأمر... الخ)

لقد اتهمت إدارة الجامعة "مارك زوكربيرج" بخرق قانون الحماية وانتهاك خصوصية الأفراد مما يعرضه للطرد من الجامعة، لكن ولحسن الحظ ثم إسقاط جميع التهم التي وجهت إليه².

1 مروى عصام صلاح، الاعلام الالكتروني الاسس وافاق المستقبل، ط1، دار الاعصار للنشر والتوزيع، الاردن، ص251.
2 كاظم المقدادي، الاعلام الدولي الجديد وتصدع السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص204.
وفي 04 نوفمبر من عام 2004، قام مارك زوكربيرج بتأسيس موقع الفاييسبوك على النطاق the face book.om، كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كوليغ أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة.

وبعد فترة وجيزة انظم كل من ادوارد دو سافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداستين موسكوفيتز (ميرمج) واندروماكولام (رسام جرافيك) وكريس هيوز إلى زوكربيرج لمساعدته في تطوير الموقع، وفي شهر مارس من عام 2004 فتح الفاييسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولوبيا وبيل، بعد ذلك اتسع الموقع وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة

واشنطن وجامعة ايڤيليج، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الامريكية¹.

وفي شهر يونيو من عام 2004 تم نقل مقر الفاييبوك الى مدينة "بالو التو" ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق face book.com عام 2005 نظير 200.000 دولار أمريكي، كما قام الفاييبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005 وهو ما أشار إليه زوكيربيرج بالخطوة المنطقية الثانية فخلال هذه الفترة، كانت شبكة المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع، بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات ومن بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت².

1فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة على الفيس بوك، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص210.

2صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص209 ص210.

وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أما جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريدي إلكتروني صحيح. وفي أكتوبر من عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفاييبوك اتخاذ مدينة دبلين عاصمة إيرلندا مقرا دوليا لها¹.

3.2.2 التعليقات الفاييبوكية

تعتبر التعليقات الفاييبوكية من بين أهم آليات التواصل في موقع الفاييبوك، وهي خاصة متاحة بين الأصدقاء وفي المجموعات والصفحات المنضمين له، ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة، يمكن للمستخدم أن يكتب تعليقا في مساحة التعليقات ويمكنك الضغط على زر comment إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكنك أن تضيف رابط موقع أو صورة².

1صلاح محمد نفس المرجع سبق ذكره، ص210.
2وائل مبارك. خضر فضل الله، اثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر، السودان، 2011، ص16.

• خلاصة:

إن التطور الكبير في مجال تكنولوجيا الاتصال الذي شهده العالم في السنوات الأخيرة أحدث تغييرات كبيرة في شتى المجالات. وتعد مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها وخاصة فايسبوك الظاهرة الأبرز في عالمنا اليوم التي أصبحت الأكثر شهرة واستخداما من قبل الأفراد، وهذا راجع لسهولة استخدامها والخصائص والمميزات والتطبيقات التي تميزها، والتي قدمت للمستخدمين العديد من الخدمات ومكنتهم بان يتفاعلوا مع مختلف المواضيع والقضايا داخل العالم الافتراضي، وفي المقابل على الرغم من الايجابيات التي تتحلى بها مواقع التواصل الاجتماعي إلا أنها لا تخلوا من السلبيات.

الفصل الثالث:

الإعلام الجديد والحراك السياسي

محتويات الفصل الثالث

تمهيد

1.3 سلطة الإعلام الجديد

1.1.3 ماهية الإعلام الجديد

2.1.3 خصائص وسمات الإعلام الجديد

3.1.3 ماهية الإعلام السياسي

4.2.3 الوظائف السياسية للإعلام

5.2.3 الدور السياسي للإعلام الجديد

2.3 الحراك والتوجهات السياسية

1.2.3 الحراك الاجتماعي

2.2.3 الحراك السياسي

3.2.3 الحراك الاجتماعي عبر مواقع فايسبوك

4.2.3 التوجهات السياسية

خلاصة الفصل

• تمهيد

لقد برزت أهمية الإعلام الجديد في المجال السياسي من خلال السماح لأشخاص بإبداء آرائهم وأفكارهم مباشرة إلى جمهور عالمي بسهولة ويسر وانخراطهم في العديد من الأطروحات والتوجهات والقناعات السياسية وإثرائها. لذلك يعتبر فرصة هائلة للناس حول العالم لممارسة حرية الرأي والتعبير السياسي، ويبدو ذلك من خلال اختيار المستعمل للمعلومات بحرية دون قيود وبطريقة ديمقراطية، وتسمح لمشاركتها بالتغلب على الرقابة الصحفية التقليدية التي تفرضها بعض الحكومات.

1.3 سلطة الإعلام الجديد

1.1.3 الإعلام الجديد:

يصعب تقديم تعريف محدد للإعلام الجديد، فعلى الرغم من ثراء المفهوم من الناحية التقنية ولأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية، مازال تنظيره تائها بين العلوم الإنسانية ونظريات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة، ومن التعاريف التي سيقف في هذا الجانب نجد:

مصطلح ظهر فعليا مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين بسبب ظهور وسائل إعلامية جديدة متقدمة جدا قادرة على ربط الناس في كل الظروف والأحوال بالمعلومة، وتقوم فلسفته على مبدأ استغلال الوسائل المحسوبة والشبكات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة للوصول لأكبر عدد من الجمهور المهتم بالمعلومة التي تقدمها مؤسسة الإعلام بأقل تكلفة واقصر طريقة وأسرع نقل للمعلومة زمنيا¹.

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High Tech Dictionary " الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه اندماج الكمبيوتر والوسائط المتعددة " وبحسب ليستر Lester الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو².

وتقوم فلسفة الإعلام الجديد على مبدأ استغلال بين الوسائل المحسوبة والشبكات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور المهتم بالمعلومة التي تقدمها مؤسسة الإعلام بأقل تكلفة أقصر طريقة، وأسرع نقل للمعلومة زمنيا. **ص10** ومن أهم وسائل الإعلام الجديد المدونات الإلكترونية، الشبكات الاجتماعية، الويكيز wikies... وغيرها.

1 محمود عواد، مدخل إلى الإعلام الجديد، مكتبة الحياة، القاهرة، 2010، ص16.

2 عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص33.

2.1.3 خصائص وسمات الإعلام الجديد

مع أن الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه في عدة جوانب أهمها:

1- يعتمد الإعلام الجديد بشكل يكاد يكون حصري على الكمبيوتر الشخصي، والأجيال المتقدمة من الهواتف المحمولة.

2- يعتمد الإعلام الجديد على الملتيميديا (Multimédia) من خلال عملية إنتاج وتوزيع ومطالعة المواد المكتوبة والمسموعة والمرئية.

3- منح الإعلام الجديد قدرات غير محدودة للأفراد لإنتاج محتوهم الخاص وتبادلته وبثه على نطاق واسع.

4- الإعلام الجديد إعلام عابر للحدود والثقافات واللغات.

5- يتميز الإعلام الجديد بالسرعة في كافة مراحل الإنتاج والتوزيع والتخزين والاطلاع.

- 6- يعتمد الإعلام الجديد على الحرية الفكرية من خلال عمل الأفراد بعيدا عن أي رقابة.
- 7- الوضوح وتحقيق الهدف المنشود من قبل الإعلام الجديد.
- 8- الأرشفة والتأريخ لمختلف المواد والمعلومات مهما كان شكلها.
- 9- البحث الذكي عن مختلف المضامين في مختلف مواقع الانترنت.
- 10-التطور فائق السرعة للأجهزة والتطبيقات والسرعة في تحديث المضامين.¹

أبدرالدين بلمولاي، استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية بجامعة بسكرة حول استخدام الانترنت والهاتف النقال في اختيار الزوج، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011-2012، ص115. ص116.

2.1.3 الإعلام السياسي

يعرف الإعلام السياسي بأنه المضمون السياسي لوسائل الإعلام الذي لها أثر ويقصد أن يكون لهذا المضمون أثر في توزيع أو استخدام السلطة في المجتمع، كما يعرف بأنه العملية التي تقوم من خلالها قيادة الأمة وإعلام مواطنيها لإضفاء معنى على الوسائل المتعلقة بسير السياسة العامة.

وارتباط الإعلام بالسياسة ليس جديدا ومسؤولية الإعلام في هذا المجال ليست وليدة هذا العصر

إذ يعود إلى السوسطانيين، وإسهامات أرسطو في كتابيه "السياسة" و"الخطابة" لكن كحقل أكاديمي له تقاليده الخاصة أنظمتها المتعددة، يعد ظاهرة حديثة. ويشير "نيمون" و"ساندرز" Nimmon Et Sanders إلى أن أول ذكر للاتصال السياسي كمجال مستقل كان في عام 1956 حيث ظهر كتاب بعنوان "السلوك السياسي" Political Behavior يناقش تبادل التأثيرات السياسية بين الحكومة والمواطن وقد حدثت تطورات مهمة في أعقاب هذه المعادلة شملت السياسة وأثار الدعاية وتحليل اللغة السياسية، المناظرات السياسية، التنشئة السياسية، الحملات الانتخابية، الحركات السياسية، العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام الخ... ويستخدم الباحثون عددا من الأساليب المنهجية مثل نظرية ترتيب الأولويات ونظرية الاستخدامات والاشباع لكن هناك اتجاه جديد يرفض اعتبار الحملة الانتخابية نموذجا أساسيا للاتصال السياسي.¹

1 هشام محمود الاقداحي، الحراك السياسي، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجمعة، ص29.
ويقول أصحاب هذه النظرية التي عرفت بالنقدية، أنه من الخطأ السماح لسياق الحملة الانتخابية أن يقرر جدول أعمال حقل علمي فقصد الدراسة على تأثير الاتصال في قرارات التصويت التي يتخذها الجمهور أثناء الانتخابات يعمي الأبصار عن حقيقة مهمة وهي أن " تصوير وسائل الإعلام للانتخابات يمثل طقوسا مسرحية تضيي الشرعية على السلطة في الديمقراطية الليبرالية" فالحملات الانتخابية كما تعرضها وسائل الإعلام توهم أن الشعب يمكنه الاختيار حقا، بينما لا تمثل الفروق بين البدائل الموجودة اختلافا حقيقيا، ولهذا فالانتخابات تساعد على تعزيز أسطورة الديمقراطية النيابية"¹.

4.2.3 الوظائف السياسية للإعلام

يعد تطور الإعلام جزءا من تطور الحياة السياسية بشكل عام، فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء، من دون انتشار واسع واتصالات سريعة يوفرها الإعلام. ويجد (ألموند) أن وسائل الإعلام بدأت تؤدي دورا مهما في بث التوجهات والقيم السياسية الحديثة إلى الأمم، فعلاوة على تقديمها معلومات دقيقة ومحددة وفورية عن الأحداث السياسية في العالم، فإنها تنقل -سواء بطريقة مباشرة- أو -غير مباشرة- القيم الأساسية التي يقرها المجتمع الحديث (الغربي) إذ أنها تنقل عنه بعض الشعارات بطريقة مثيرة للعاطفة كما أن الأحداث التي يتم وصفها مع هذه الشعارات يكون لها لون عاطفي محدد، وهو ما يجعل من وسائل الإعلام أداة قوية تسهم في تشكيل المعتقدات السياسية².

1 هشام محمود الاقداحي، نفس المرجع السابق ذكره، ص29.
2 انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صغد حسام الساموك، الإعلام الجديد.. تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، 2011، ص51.

5.2.3 الدور السياسي للإعلام الجديد:

ارتبط بروز الاهتمام بالدور السياسي للإعلام السياسي بمنطقة الشرق الأوسط بالاحتجاجات التي أعقبت انتخابات الرئاسة الإيرانية في العام 2009، وسميت "ثورة تويتر" إضافة إلى "الثورة الخضراء" غير أن ذروة هذا الاهتمام، إعلاميا وبحثيا، إنما جاءت مع انطلاق ما يسمى "الربيع العربي" نهاية 2010 وبداية العام 2011، والذي سارع عدد من الإعلاميين والباحثين الغربيين خصوصا، إلى اعتبار ثوراته ناجمة أساسا عن وسائل

التواصل الاجتماعي لاسيما "فيسبوك" و"يوتيوب" و"تويتر". وقد لعبت كل وسائل الإعلام الجديد دورها في المجال السياسي حيث نجد:

- **شبكات التواصل الاجتماعي:** وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات في أنماط واتجاهات استخدامها، دورا هاما في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية. وشهدت هذه الفترة تحولات واضحة في اتجاهات الاستخدام من الأغراض الاجتماعية والتجارية إلى الأغراض السياسية على مستوى المنطقة.

وتبلور هذا التحول بشكل جلي بعد الثورات العربية، التي عدت المنطلق الأساس للعديد من الأفراد للتحول نحو الاهتمام بالشأن العام، والتعبير عن أفكارهم وآرائهم إزاء القضايا المختلفة¹.

1 دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، بدر الدين بلمولاي، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة، العدد 29، جوان 2017، ص06.

2.3 الحراك والتوجهات السياسية

1.2.3 الحراك الاجتماعي

الحراك الاجتماعي Social Mobility هو الحركة التي تحدث في داخل البناء الاجتماعي بمعنى تغيير الوضع الاجتماعي سواء بالنسبة لفرد أو لجماعة أو لفئة من اجتماعية معينة فالحراك الاجتماعي عملية اجتماعية ينتقل من خلالها الفرد أو الجماعة من وضع اجتماعي معين إلى وضع آخر، ويذهب سوركين إلى أن الحراك الاجتماعي يعني " أي تحول لشخص أو لموضوع اجتماعي أو لقيمة خاصة – أو لأي شيء يمكن خلقه أو تكييفه عن طريق النشاط البشري- من وضع اجتماعي معين إلى آخر.

ويعرف (كيرت ماير) الحراك الاجتماعي بأنه "الوضع الذي يشير إلى إمكانية الأشخاص في التحرك إلى أسفل أو إلى أعلى الطبقة أو المكانة الاجتماعية على هرم الترتيب الطبقي. وهذا يعني أن الحراك الاجتماعي ظاهرة اجتماعية ترتبط بظاهرة أهم هي ظاهرة التغيير

الاجتماعي "Social Change" التي يتعرض لها الأشخاص أو الجماعات أو الموضوعات الاجتماعية أو القيم الاجتماعية، حيث تنتقل أو تتحول من وضع اجتماعي معين إلى آخر ومن مكانة اجتماعية معينة إلى أخرى، و ذلك حسب اختلاف المكان والزمان¹.

1 معلومات عن الحراك الاجتماعي على موقع ، catalogue.bnf.fr ، 2019/04/30

2.2.3 الحراك السياسي:

ونعني به النشاطات السياسية (الفردية منها والجماعية) في داخل الوطن وخارجه بغض النظر عن كون هذه النشاطات "موالية" أو "معارضة" للنظام السياسي، فالحراك السياسي قد يكون اجتماعا أو مؤتمرات أو مسيرات أو مظاهرات أو اعتصامات أو احتجاجات أو مطالبات أو تجمعات أو إضرابات أو ما شابه، وهو إما حراك "سلبى" لا يخدم المصلحة العامة بقدر ما يكون هدفه التجميل، وتحركه أجندات لا علاقة لها بهدف الإصلاح المنشودة، أو هو حراك إيجابي يهدف إلى الإصلاح كغاية جماهيرية عامة. واليات الحراك السياسي هي التعبئة والتوعية والاتصال المباشر بالناس ونشر المعلومات وتبادلها وطرح وجهات النظر جميعها وإدارة المناقشة العامة بشفافية ونزاهة وتجرد عن الأهواء¹.

3.2.3 الحراك الاجتماعي عبر مواقع فايسبوك:

إن الفيس بوك من عوامل الافتراضية ومدونات الالكترونية وضعت أخيرا في الحسبان، حيث أصبح وسيلة اتصال رئيسية مستخدمة في أنحاء شتى من العالم، استطاع أن يزيد من مهارات التواصل الاجتماعي على الإنترنت، وعزز تواجد كثير من الناس في محادثات وتجمعات إلكترونية بين متصفحى الشبكة العنكبوتية واستقطب أعداد كبيرة من البشر بكافة الأعمال والتوجهات والاتجاهات وبالتالي انطلاق مرحلة جديدة من التواصل².

1محمد فحري راضي، دور الاعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، دار امجد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ص16.

2 حارص صابر، اشكاليات الاعلام في التأثير على الرأي العام، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، ص21.

إن شبكات التواصل الاجتماعي من بينها موقع الفيس بوك خاصة ذو تأثير عالي الفعالية لم يتصوره المحللون وخبراء الإعلام والاتصال، بل يتفوق على العديد من الفضائيات في النقل المباشر للأحداث والوقائع، فقد بثت أخبارا بلحظتها متضمنة حوارا ومقاطع مرئية التقطها شباب من أبناء الجيل الإلكتروني الجديد في سباق مع القنوات الفضائية، مثل ما حدث في تغطية أمطار جدة وسيولها، والدعوات الايجابية للمشاركة في أعمال تطوعية لمساندة المتضررين، بل إن الفيس بوك ساهم في صناعة ثقافة التأثير من قبل بعض المؤثرين من مستخدمي الانترنت، كما كان في الاحتجاجات المصرية الأخيرة، التي بدأت إلكترونيا ثم أصبحت ثورة شبابية شعبية على أرض الواقع.

وطلأت تلك الشبكات التفاعلية العنقودية لعلاقات الكترونية أكثر عمقا بين المتصفحين، تبادلت فيها المعلومات والبيانات والآراء والأفكار في شفافية وحرية وأصبح إحدى الوسائل المحورية للتعبير عن الرأي، لتضع حراكا اجتماعيا واقعيا وتركيبية متداخلة بين أفراد وجماعات مختلفة ومتجانسة، وذلك هو الذي خلق صراعا. تتنافس بين المواقع الإلكترونية العالمية مثل : جوجل ومايكروسوفت سعيا لامتلاك تلك المواقع التفاعلية.

وهذا الإعلام الاجتماعي الجديد الذي يشهد حركة ديناميكية من التطوير والانتشار كان في بداياته مجتمعا انترناتيا على نطاق ضيق وحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة نصية عبر الكتابة □ أداة إعلامية سمعية بصرية تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم، بضغوط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها بأنماط الشخصية للفرد (السمعي، البصري، الحسي)، كون التأثير وأنماطه محورا مهما كانت عملية التأثير¹.

1 حارص صابر، نفس المرجع السابق ذكره، ص21.

وبما أن الفيس بوك أحد مواقع التواصل الاجتماعي ساهم في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في نفس الاهتمامات والأنشطة، فإن له أيضا دور في التجييش والتفاعل والتأثير بقيادات غير منظمة، واستطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ¹.

4.2.3 التوجهات السياسية:

هي موقف الشخص إزاء القضايا التي تهمة بناء على خبرات مكتسبة عن طريق التعلم من مواقف الحياة المختلفة في البيئة التي يعيش فيها وهذه المواقف قد تأخذ شكل الموافقة أو الرفض وذلك من خلال السلوك اللفظي أو العملي.

وتعتبر من حقوق للأفراد باعتبارهم أعضاء في جماعة سياسية ويستطيعون بواسطتها القيام بأعمال يشتركون بمقتضاها في إدارة شؤون المجتمع السياسية كحق الانتخاب والترشيح في المجالس النيابية وحق تولى الوظائف العامة ولا يثبت هذا النوع من الحقوق إلا للمواطنين دون الأجانب ولا تقرر لجميع المواطنين بل لمن تتوافر فيهم شروط خاصة ينص عليها القانون وتفصيل دراسة مثل هذه الموضوعات يكون محله على وجه الخصوص في القانون الإداري والدستوري.

ويؤكد على الباز 1993م أن الحقوق السياسية فرع هام من فروع الحقوق والحريات العامة وهي تشمل: حق المساواة، حق الانتخاب، حق الترشيح لعضوية مجالس النيابة حق تولى الوظائف والمناصب السياسية، حق المخاطبة للسلطة العامة².

1 حارص صابر، مرجع سبق ذكره، ص 21.

2 <https://acofps.com/vb/138830.html> 2020/03/05, 15:10

• خلاصة:

رغم لجوء الكثير من الدول في المجتمعات المغلقة سياسيا لى تقييد الإعلام الرقمي عبر استخدام أدوات قانونية وتقنية مقيدة، فإن الإعلام الجديد استطاع تحرير الخطاب العام، وتقلل تكلفة وصول المواطن للمعلومات السياسية وتبادلها مع الآخرين عبر خلق منصات مفتوحة مثل شبكات التواصل الاجتماعي "فايسبوك" "تويتر" و"يوتوب" للتعبير عن آرائه ومواقفه وقضايا الشأن العام.

الفصل الرابع
الإطار الميداني
للدراسة

تمهيد

يعتبر الجانب الميداني من أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية الذي يستهدف جمع كافة المعلومات التي تخدم دراستنا، إذ انه يساهم في تحقيق أهداف الدراسة. و يتناول الفصل الرابع الجزء الأساسي من دراستنا، من خلال تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المتحصل عليها، وقد تم إدراج إجابات أفراد العينة في شكل جداول، استنادا للاستمارة التي تم توزيعها على المبحوثين ومن ثم جمعها تحليلها والتعليق عليها كميًا وكيفيًا من أجل استخلاص النهائية للدراسة

1/ تفرغ البيانات وتحليلها

محور البيانات الشخصية

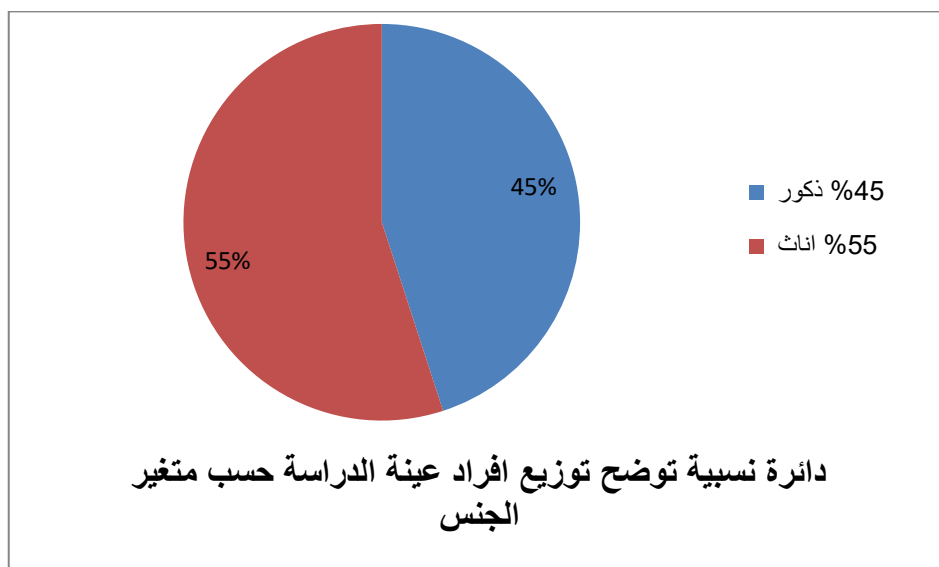
تساعد البيانات الشخصية الباحث التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين وخلفياتهم وكثيرا ما يعتمد عليها كمؤشر في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية حيث تقتضيه متغيرات

الدراسة وأهدافها، كما كان في دراستنا التي اعتمدت على تحليل فرضية انطلاقاً من المؤشرات والبيانات الشخصية للمبحوثين، ولهذا فهي على جانب كبير من الأهمية إذ يندر أن نصادق بحثاً ميدانياً لم يتخذها إطار موجهاً له ومن هذا المنطلق اشتملت استمارة هذه الدراسة على محور خاص بالبيانات الشخصية مع ثلاث متغيرات بالجنس والسن والدرجة العلمية.

الجدول رقم (01): توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرارات	النسبة
ذكر	27	45%
أنثى	33	55%
المجموع	60	100%

% بين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، حيث بلغت نسبة الإناث 55 بالمائة. % بالمائة، أما نسبة الذكور قدرت بـ 45

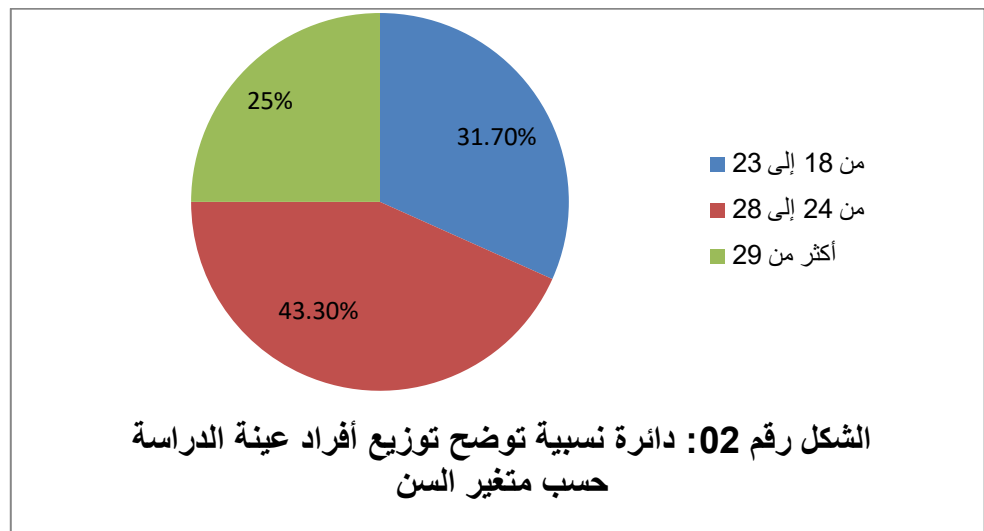


الجدول رقم (02): توزيع المبحوثين حسب متغير السن.

السن	التكرارات	النسبة
من 18 إلى 23	19	31.7%
من 24 إلى 28	26	43.3%
أكثر من 29	15	25%

المجموع	60	100%
---------	----	------

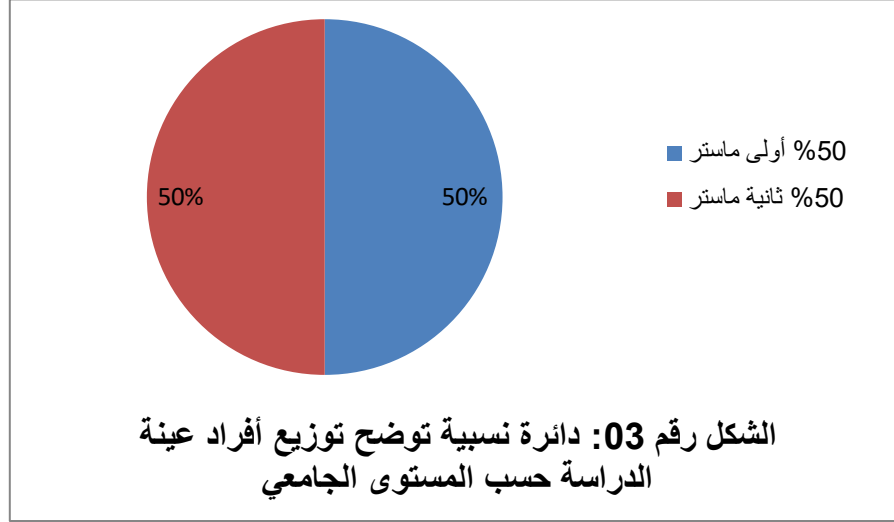
يعد تحديد السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة وذلك راجع إلى أن كل مرحلة عمرية لها اهتمامات وحاجات محددة وميولات معينة وآراء مختلفة عن مرحلة عمرية أخرى و28 سنة يحتلون أكبر 24 وانطلاقاً من الجداول نلاحظ أن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين بالمائة، بينما تأتي في المرتبة الثانية الفئة ما بين 18 و23 بنسبة % بنسبة والمقدرة ب 43.3 سنة. بالمائة للفئة أكبر من 29 % بالمائة، وفي المرتبة الثالثة بنسبة 25% 31.7%



الجدول رقم (03): توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الجامعي.

المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة
أولى ماستر	30	50%
ثانية ماستر	30	50%
المجموع	60	100%

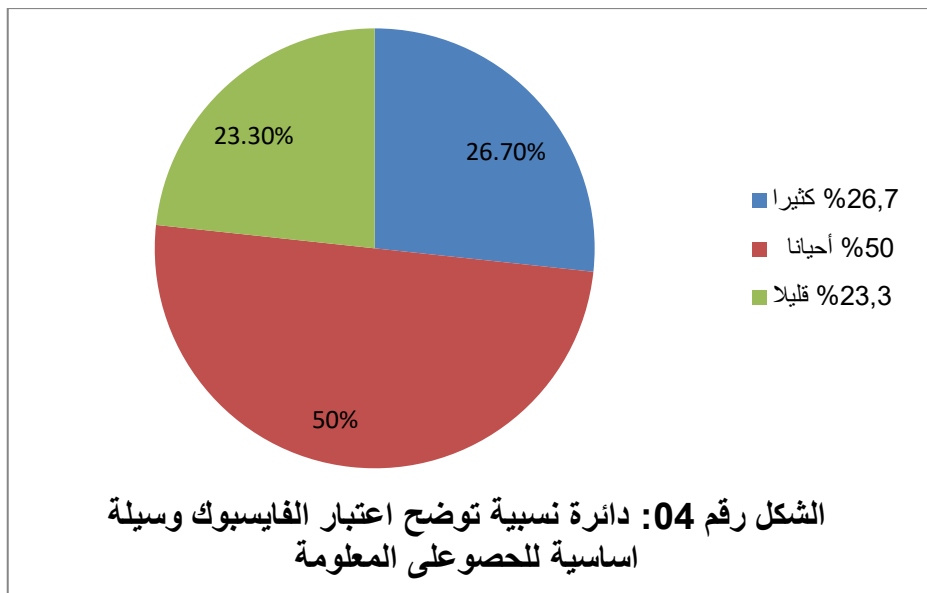
تؤثر الدرجة العلمية بصفة كبيرة على درجة الوعي بأهمية الأفكار والمعلومات المتداولة في موقع فايسبوك ويتوزع أفراد العينة بحسب الدرجة العلمية إلى فئتين رئيسيتين حيث تمثل نسبة . بالمائة من كل مستوى % العينة لكل من طور ماستر سنة أولى والسنة الثانية 50



المحور الأول: مساهمة الفايسبوك في الحصول على المعلومة السياسية
الجدول رقم (04): اعتبار الفايسبوك وسيلة أساسية في الحصول على المعلومة السياسية.

الإجابة	التكرارات	النسبة
كثيرا	16	26.7%
أحيانا	30	50%
قليلًا	14	23.3%
المجموع	60	100%

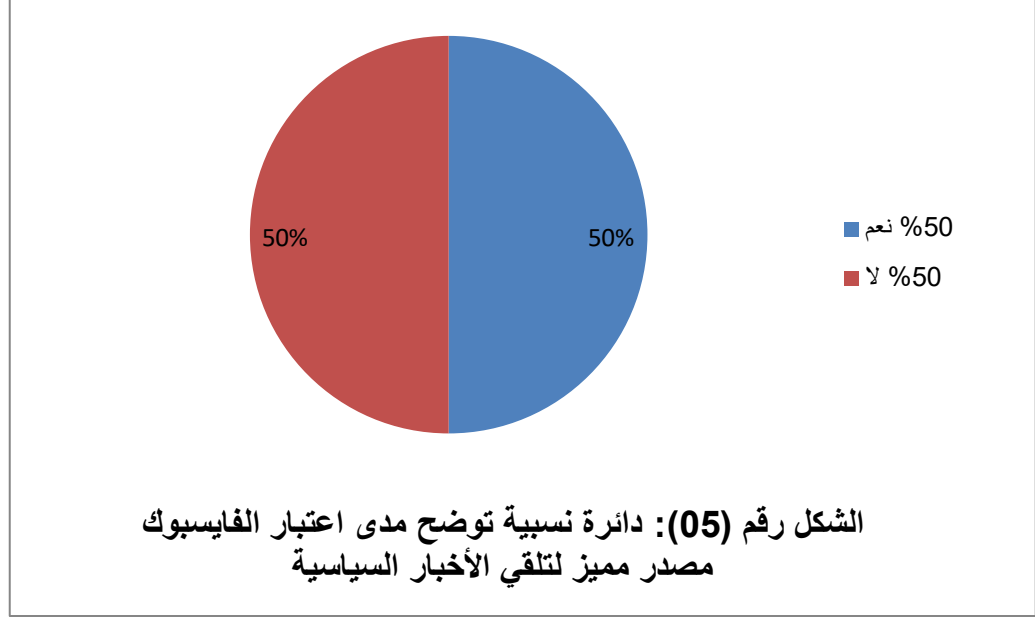
بالمائة لا تعتبر دائما الفايسبوك % يكشف الجدول أعلاه أن أغلبية العينة والمقدرة بنسبة 50 % وسيلة أساسية للحصول على المعلومة السياسية إلا في بعض الأحيان في حين أنا 26.7 بالمائة من نسبة العينة تعتمد كثيرا على الفايسبوك للحصول على المعلومة السياسية، أما نسبة . بالمائة لا تعتبرها كوسيلة أساسية 23.3%



الجدول رقم (05): اعتبار الفايسبوك مصدر مميز لتلقي الأخبار السياسية.

النسبة	التكرارات	الإجابة
50%	30	نعم
50%	30	لا
100%	60	المجموع

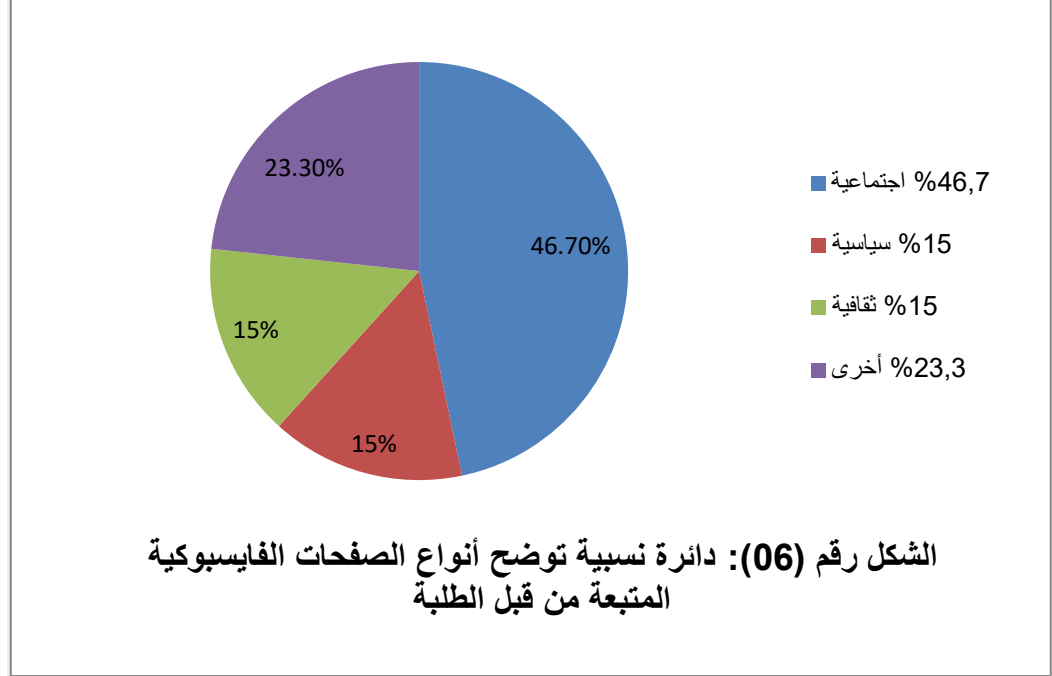
بالمائة تعتبر موقع فايسبوك كمصدر % يوضح الجدول الخامس أن نصف العينة أي نسبة 50 مميز لتلقي الأخبار السياسية، في حين أن النصف الآخر لا يعتبره كذلك



الجدول رقم (06): أنواع الصفحات الفاييسبوكية المتبعة من قبل الطلبة.

النسبة	التكرارات	الإجابة
46.7%	28	اجتماعية
15%	9	سياسية
15%	9	ثقافية
23.3%	14	أخرى
100%	60	المجموع

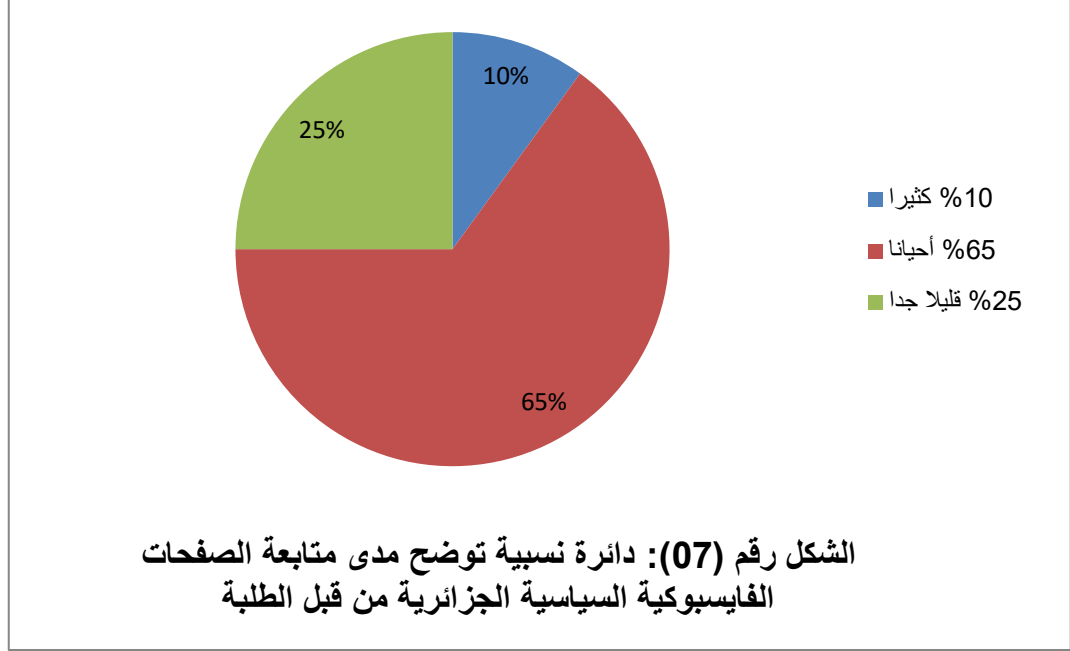
يمثل الجدول أنواع الصفحات الفاييسبوكية التي يتبعها أفراد العينة، بحيث أن أكبر نسبة من بالمائة تتبع % بالمائة تتبع الصفحات الاجتماعية، أما نسبة 15% العينة والتي تقدر ب 46.7 بالمائة، أما باقي النسبة % الصفحات السياسية، في حين أن الصفحات الثقافية تتبعها نسبة 15 . تتبع صفحات مختصة في مجالات أخرى



الجدول رقم (07): مدى متابعة الصفحات الفيسبوكية السياسية الجزائرية من قبل الطلبة.

الإجابة	التكرارات	النسبة
كثيرا	6	10%
أحيانا	39	65%
قليلًا جدا	15	25%
المجموع	60	100%

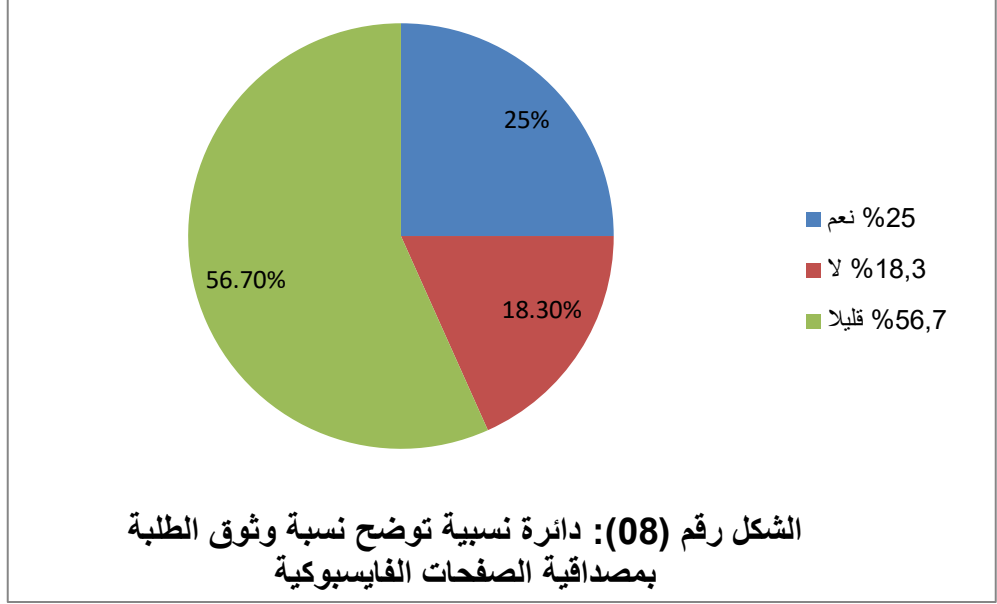
%الجدول أعلاه يمثل مدى متابعة العينة للصفحات الفيسبوكية السياسية، بحيث أن نسبة 65 بالمائة تمثل من العينة تتبناها بنسبة قليلة جدا، في حين أن 25% بالمائة تتبناها أحيانا، أما بالمائة فقط من يتبعون الصفحات الفيسبوكية السياسية بكثرة 10% .



المحور الثاني: مدى تأثير التعليقات على الآراء السياسية لمستعملي الفايسبوك.
الجدول رقم (08): نسبة وثوق الطلبة بمصداقية الصفحات الفايسبوكية.

النسبة	التكرارات	الإجابة
25%	15	نعم
18.3%	11	لا
56.7%	34	قليلا
100%	60	المجموع

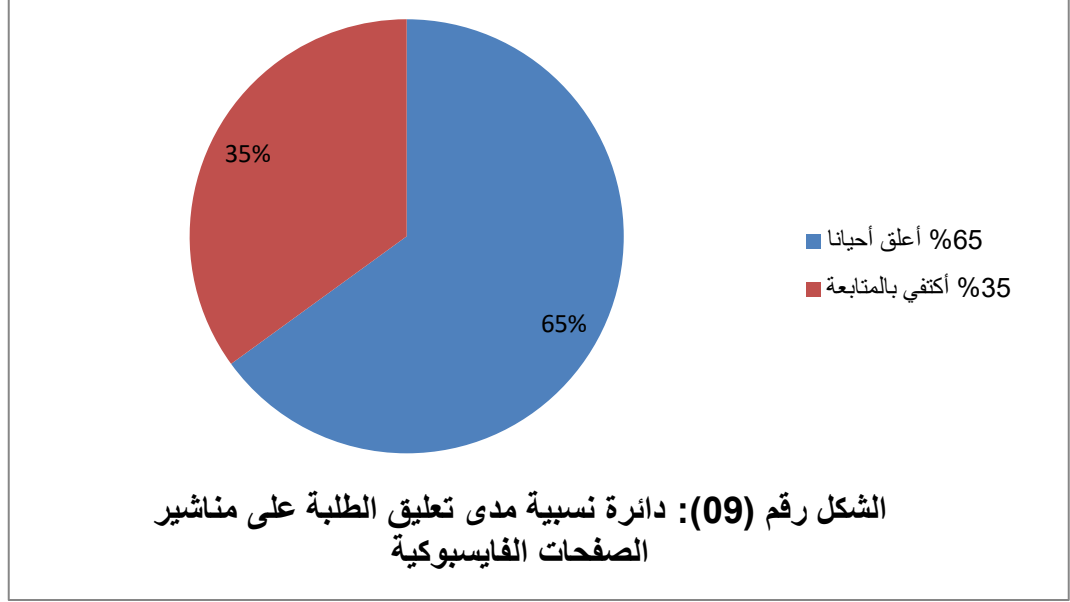
بالمائة تثق %الجدول الثامن يمثل نسبة ثقة العينة بمصداقية هذه الصفحات، حيث أن 56.7 بالمائة لا تثق بمصداقية % بالمائة تثق بالمصداقية، أما نسبة 18.3% بنسبة قليلة، في حين 25 هذه الصفحات.



الجدول رقم (09): مدى تعليق الطلبة على مناشير الصفحات الفايسبوكية.

الإجابة	التكرارات	النسبة
أعلق أحيانا	39	65%
أكتفي بالمتابعة	21	35%
المجموع	60	100%

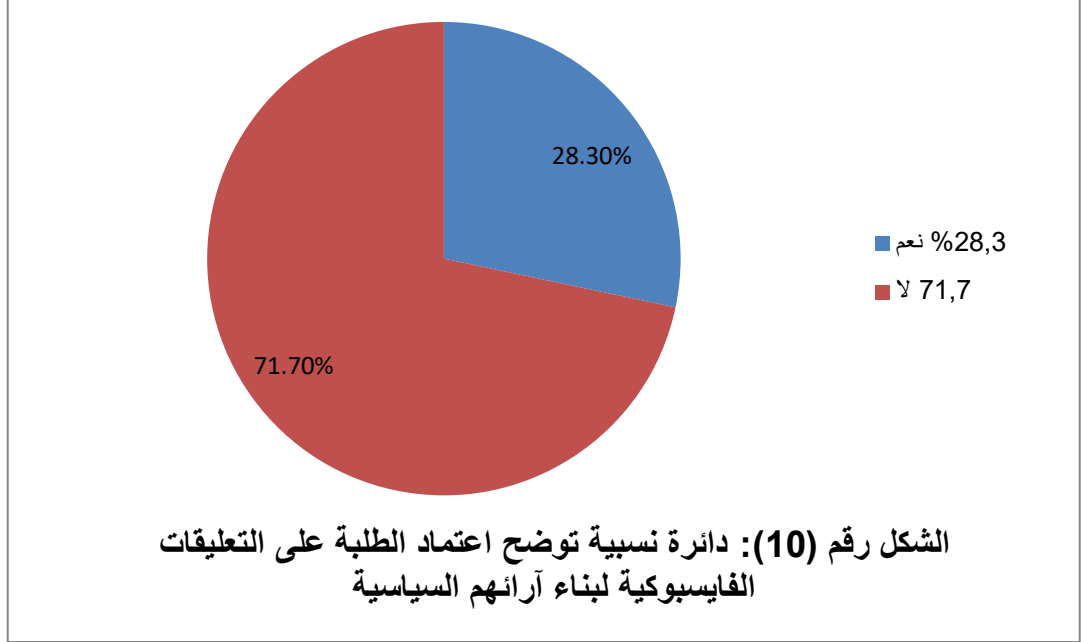
بالمائة تعلق % تفحصا للبيانات المحصل عليها يتضح لنا أن النسبة الأكبر والمقدرة ب 65 بالمائة من عينتنا تكتفي بالمتابعة فقط % على المناشير الفايسبوكية أما نسبة 35



الجدول رقم (10): نسبة اعتماد الطلبة على التعليقات الفايسبوكية لبناء آرائهم السياسية.

النسبة	التكرارات	الإجابة
28.3%	17	نعم
71.7%	43	لا
100%	60	المجموع

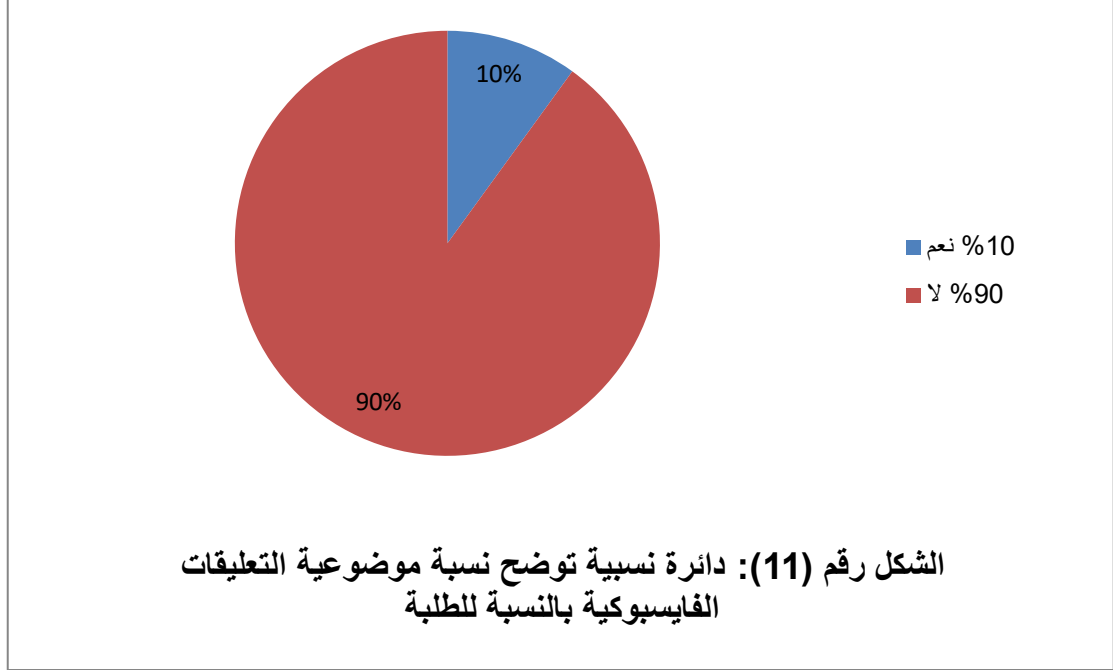
بالمائة لا يعتمدون على المنشير والتعليقات الفايسبوكية % يوضح الجدول أعلاه أن 71.7 بالمائة من العينة يعتمدون ذلك % في بناء آراءهم السياسية في حين أن 28.3



الجدول رقم (11): نسبة موضوعية التعليقات الفايسبوكية بالنسبة للطلبة.

الإجابة	التكرارات	النسبة
نعم	6	10%
لا	54	90%
المجموع	60	100%

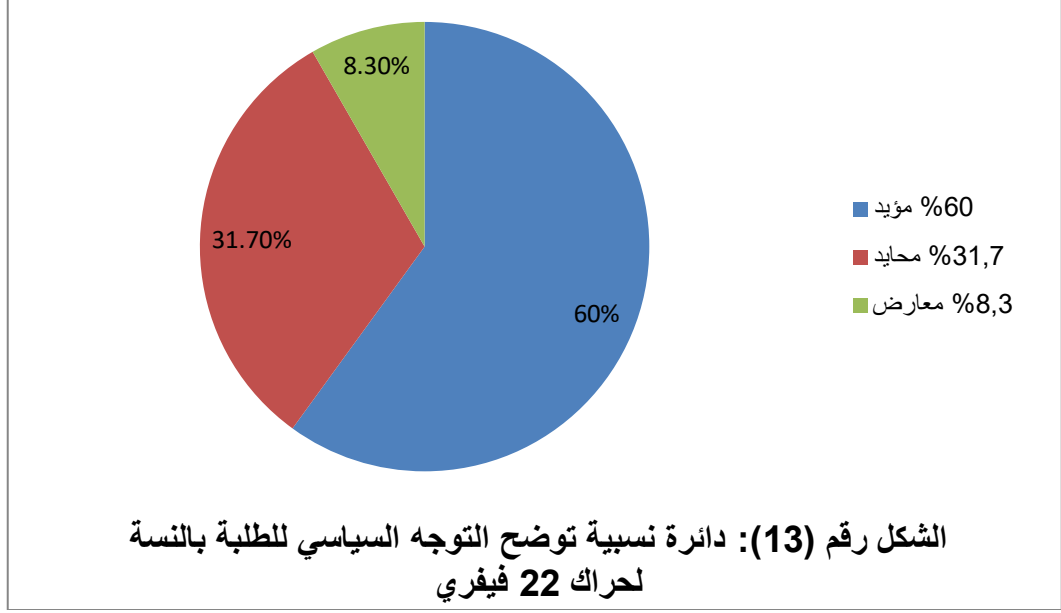
%الجدول أعلاه يوضح أن أغلبية العينة لا تجد التعليقات السياسية موضوعية وهذا بنسبة 90 بالمائة تجدها موضوعية %بالمائة، أما باقي النسبة والمقدرة ب 10



الجدول رقم (12): التوجه السياسي للطلبة بالنسبة لحراك 22 فيفري.

الإجابة	التكرارات	النسبة
مؤيد	36	60%
محايد	19	31.7%
معارض	5	8.3%
المجموع	60	100%

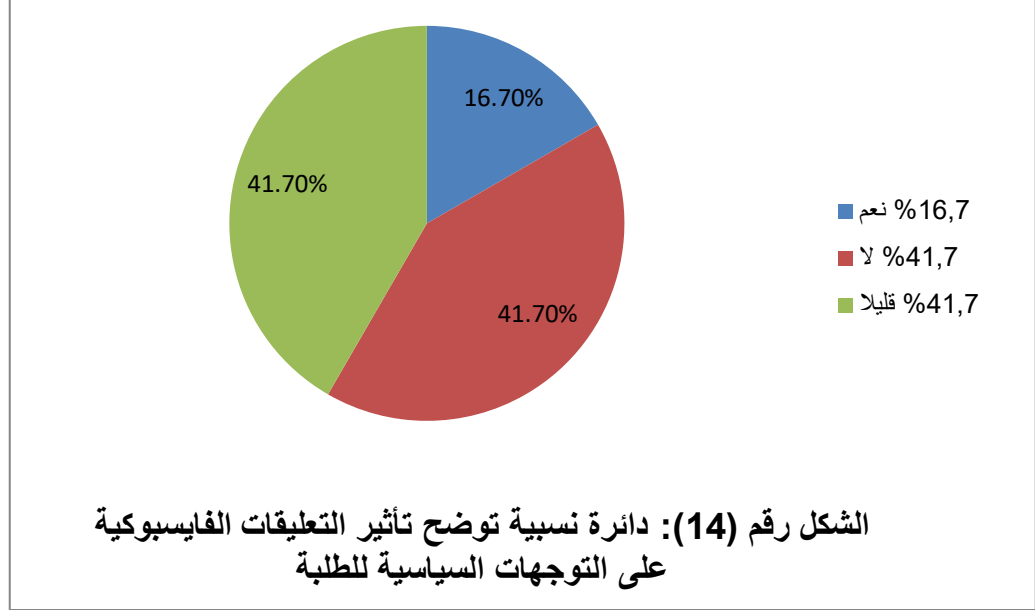
% بالمائة من عينتنا مؤيدة لحراك 22 فيفري، في حين 31.7% كشف الجدول أن نسبة 60 بالمائة معارضة تماما % بالمائة اتجاههم محايد، أما نسبة 8.3 .



الجدول رقم (13): تأثير التعليقات السياسية على التوجهات السياسية للطلبة.

الإجابة	التكرارات	النسبة
نعم	10	16.7%
لا	25	41.7%
قليلا	25	41.7%
المجموع	60	100%

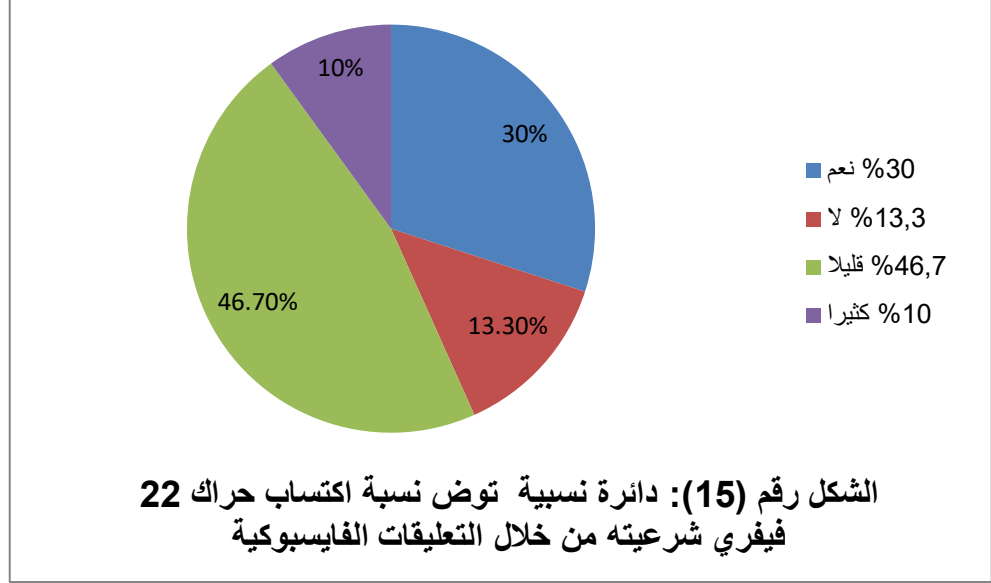
بالمائة من العينة لم تؤثر التعليقات % بناءا على الجدول أعلاه يتبين لنا أن نسبة 41.7 المناشير الفايسبوكية السياسية في بناء اتجاههم السياسي بالنسبة لحراك 22 فيفري، أما نسبة بالمائة الأخرى أثرت التعليقات والمناشير بنسبة قليلة فقط على آراءهم السياسية، في 41.7% بالمائة من العينة لم تتأثر بها % حين أن 16,7.



الجدول رقم (14): نسبة اكتساب حراك 22 فيفري شرعيته من خلال التعليقات الفايسبوكية.

الإجابة	التكرارات	النسبة
نعم	18	30%
لا	8	13.3%
قليلا	28	46.7%
كثيرا	6	10%
المجموع	60	100%

من خلال تحليلنا للجدول السابق اتضح لنا أن تلك التعليقات أضافت شرعية على الحراك بالمائة يرون أن الحراك %بالمائة من عينتنا في حين أن 10 46,7% بشكل قليل حسب المائة من يرون %اكتسب شرعية كبيرة من التعليقات والمناشير الفايسبوكية، إلى جانب 30 بالمائة لا يجدون أن الحراك اكتسب %أن تلك التعليقات اكسبته شرعية، على عكس ذلك 13.3 شرعيته منها على الإطلاق



من خلال تحليلنا لمجموعة الجداول السابقة يمكن القول :

الصفحات الفايسبوكية السياسية غير متبعة بكثرة من قبل الطلبة مقارنة بالصفحات الثقافية والاجتماعية.

إن فئة الطلبة واعية في انتقاء المعلومة السياسية، حيث أن الأغلبية لا تجد تلك المنشير والتعليقات موضوعية

أغلبية مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك يعتبرونه مصدرا لتلقي المعلومة السياسية ولا يعتبرونه الوسيلة الأساسية للحصول على المعلومة السياسية، إذ يعتمدون على وسائل إعلامية أخرى أكثر مصداقية بحيث أغلبيتهم لا يثقون بمصداقية الأخبار المتداولة بهذا الموقع.

أغلبية الطلبة يعلقون على المنشير الفايسبوكية السياسية وبالتالي يعبرون عن آراءهم السياسية

التعليقات الفايسبوكية أضافت شرعية لحراك 22 فيفري

أغلبية التعليقات السياسية على موقع فايسبوك مؤيدة للحراك التعليقات الفايسبوكية أضافت شرعية لحراك 22 فيفري إن فئة الطلبة واعية في انتقاء المعلومة السياسية، حيث أن الأغلبية لا تجد تلك المنشير و التعليقات موضوعية

تعليقات الطلبة مؤيدة لحراك فيفري، حيث أن الطالب الجزائري يعتبر أبرز المساهمين في بداية حراك 22 فيفري.

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة

بعد القراءة والتحليل والتفسير لنتائج الجداول وفروض الدراسة وربطها بالدراسات السابقة والمداخل النظرية، يمكن إيجاز أهم نتائج الدراسة في النقاط التالية:

1- المحور الأول: مساهمة الفايسبوك في الحصول على المعلومة السياسية.

لموقع فايسبوك دور في التوعية السياسية و الثقافية والاجتماعية.

غرض استعمال الفايسبوك اجتماعي ثقافي بالدرجة الأولى حيث أن غرض الحصول على المعلومة السياسية يقدر بـ 26% بالمائة فقط.

يعتبر الفايسبوك مصدرا لتلقي المعلومة السياسية بنسبة 50% بالمائة.

الفايسبوك ليس الوسيلة الأساسية للحصول على المعلومة السياسية.

من خلال موقع فايسبوك يمكن اكتشاف مصادر أخبار سياسية جديدة.

2- المحور الثاني: مدى تأثير التعليقات على الآراء السياسية لمستعملي الفايسبوك.

الطالب لا يثق دائما بمصداقية التعليقات والمناشير الفايسبوكية 65% بالمائة من الطلبة يعلقون على المناشير الفايسبوكية السياسية.

الطالب الجزائري لا يعتمد على التعليقات الفايسبوكية لبناء آراءه السياسية.

التعليقات السياسية الفايسبوكية غير موضوعية بنسبة 90 بالمائة لأنها تعبر عن رأي مدونها.

لموقع فايسبوك دور في تشكيل الرأي حول قضايا سياسية.

من خلال الفايسبوك يمكن الحصول على أكثر من رأي حول نفس القضية السياسية.

3- المحور الثالث: مدى ارتباط التعليقات الفايسبوكية بتشكيل التوجهات السياسية حول

حراك 22 فيفري

توجهات الجزائريون المستخدمون للفايسبوك مؤيدة للحراك بنسبة تفوق 50 بالمائة توجهات الطلبة الجزائريين مؤيدة للحراك بنسبة 60 بالمائة لحراك 22 فيفري

الطالب الجزائري دقيق في تلقي المعلومات السياسية المتعلقة بالحراك بنسبة 41 بالمائة.

في منظور الطالب الجزائري التعليقات والمناشير السياسية اضافت شرعية لحراك 22 فيفري.

التعليقات الفاييسبوكية عكست التوجه السياسي الطلبة الجزائريين بالنسبة لحراك 22 فيفري.

خاتمة عامة

خاتمة

من دراستنا نستنتج أن موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك حظي بأهمية بالغة الأثر لدى الشعوب العربية بأكملها وخاصة الشعب الجزائري. فبعد ما ساهم الفايسبوك بشكل فعال في إسقاط انظمه حكومية وانطلاق الثورات العربية , جاء الدور على الجزائر، لتضرب مثالا تقتدي به الشعوب الأخرى في التلاحم والتعاون والسلم.

وقد اتضح اثر الفايسبوك على الشعب الجزائري أبان حراك 22 فيفري الذي شهدته الجزائر من اجل التغيير الايجابي السلمي للأوضاع السائدة، من خلال تنظيم مسيرات سلمية بدا التخطيط لها عبر مختلف المناشير الفايسبوكية التي تلقّت استجابة فعالة بالتعليقات المؤيدة للآراء التي تنادي بوجوب الخروج يوم 22 فيفري، وعلى وجه خصوص آراء طلبة الجامعات الجزائرية. عكست آراء الطلبة الجزائريون وعيمهم السياسي واهتمامهم بالمستجدات السياسية في الفترة ما بين 22 فيفري 2019 و12 ديسمبر 2019، واتضح أن الطالب أصبح دقيق في انتقاء المعلومة السياسية، ويعبر عن آراءه السياسية عبر خاصية التعليق التي تمكنه من الرد على الآراء التي يراها جديرة بالنقاش، وسعى من خلالها إلى التركيز الوحدة الوطنية في ظل الحراك وكذا دعم السلم المجتمعي.

ولطالما استعملت التعليقات الفايسبوكية للتعبير عن حرية الآراء في العالم بأسره إلى أن نجح الطالب الجزائري الواعي والمهتم بالأحداث السياسية وبالوضع التي آلت إليه البلاد، إلى نقلها على ارض الواقع بلافتات رسخت مطالب الشعب أسبوعيا يومي الثلاثاء والجمعة، فكما عرفت التعليقات الفايسبوكية بأنها تعكس آراء وتوجهات مدونها، نجحت أيضا بتبيين آراء ومطالب أغلبية الطلبة المؤيدين لحراك 22 فيفري إلى انتخابات 12 ديسمبر والتي غيرت الوضع السياسي في الجزائر .

قائمة المصادر والمراجع

المراجع:

- 1- أحمد بن مرسلي، منهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر.
- 2- احمد عارف العساف، محمود الوادي، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارة المفاهيم والأدوات، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط 4، 2011.
- 3- أحمد عبيد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، القاهرة.
- 4- انتصار إبراهيم عبد الرزاق، صفا حسام الساموك، الإعلام الجديد تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، 2011.

- 5- جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية، من القبيلة الى الفيسبوك، ط1، 2013.
- 6- حسين محمود هيتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2015.
- 7- حارص صابر، اشكاليات الاعلام في التأثير على الرأي العام، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة.
- 8- خالد غسان. يوسف المقفادي. ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 9- صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط1، دار الفائز، الجزائر.
- 10- عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، ط2، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977.
- 11- عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والنظريات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2008.
- 12- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، مصر، 2002.
- 13- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة غلى الفيس بوك، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- 14- كاظم المقفادي، الاعلام الدولي الجديد وتصعد السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 15- محمود عواد، مدخل إلى الإعلام الجديد، مكتبة الحياة، القاهرة، 2010.
- 16- محمد فخري راضي، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، عمان، الأردن، دار امجد للنشر والتوزيع.
- 17- مروى عصام صلاح، الاعلام الالكتروني الاسس وافاق المستقبل، ط1، دار الاعصار للنشر والتوزيع، الاردن.

- 18- مصعب حسام الدين قتلوني، ثورات الفايسبوك مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، لبنان، 2014.
- 19- موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، ط1، دار القصبية، 2006.
- 20- هشام محمود الاقداحي، الحراك السياسي، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجمعة.
- 21- وائل مبارك، خضر فضل الله، اثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر، السودان، 2011.
- 22- ياسر حضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014.

أطروحات ورسائل:

- 1- أحمد عبدلي: مستخدمو الانترنت، (2002 2003) مذكرة ماجستير غير منشورة، قسنطينة: جامعة الأمير عبد القادر، قسم الدعوة والإعلام
- 2- أسامة محمد أبو نحل: القضية الفلسطينية في الأمن القومي العربي بعد إندلاع الثورة الحركات الشعبية العربية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2016.
- 3- بدرالدين بلمولاي، استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية بجامعة بسكرة حول استخدام الانترنت والهاتف النقال في اختيار الزوج، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة-، 2011.
- 4- سعاد عيساني، أولويات الاساتذة الجامعيين، مذكرة مكملة نيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، (غير منشورة)، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014.
- 5- محمد عبد الرحمن محمد جرجون، أثر الزمان والمكان في الجناية على النفس وما دونها، ماجستير الفقه المقارن، جامعة الأزهر، غرة، 2012.
- 6- وهيبة صحبة: معوقات الانتقال الديمقراطي في بلدان الحراك العربي – 2011-2015، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر، باتنة، 2015-2016.

الصحف والمجلات:

1- دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، بدر الدين بلمولاي، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، العدد29، جوان2017.

مواقع الكترونية:

1-<https://acofps.com/vb/138830.html>

2<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AD%D8%B1%D8%A7%D9%83%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A>

3- <http://keefwiki.com/code> ماهية التعليقات، إسماعيل محمد، موقع كيف

الملاحق استمارة سير آراء

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال
بعنوان:

أثر التعليقات الفايسبوكية على التوجهات السياسية للمستخدمين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الاعلام والاتصال
بجامعة عمار الثليجي -الأغواط -

- ملاحظة (1) : الرجاء منكم التفضل بالإطلاع على هذه الاستمارة والإجابة على أسئلتها بكل دقة وموضوعية وذلك من أجل خدمة البحث العلمي بالشكل الأمثل ومن ثم خدمتكم ونؤكد لكم حرصنا الشديد على سرية البيانات المقدمة من قبلكم وأنها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.
- ملاحظة (2): ضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة.

إشراف:
د. النوعي عبد القادر

إعداد:
خاوة عبد الرحيم

العام الجامعي
2020/2019
محور البيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر
أنثى

2- السن:

من 18 الى 23 سنة
من 24 الى 28 سنة
أكثر من 29 سنة

3- المستوى الدراسي:

أولى ماستر
ثانية ماستر

المحور الاول: مساهمة الفايسبوك في الحصول على المعلومة السياسية

1- هل تعتبر الفايسبوك وسيلة أساسية في الحصول على المعلومة السياسية؟

كثيرا أحيانا قليلا

2- هل تعتبر الفايسبوك مصدرا مميزا لتلقي الأخبار السياسية؟

نعم لا

3- ما نوع الصفحات الفايسبوكية التي تتبناها؟

اجتماعية
سياسية
ثقافية
أخرى

4- ما مدى متابعتك للصفحات الفايسبوكية السياسية الجزائرية؟

قليل جدا أحيانا كثيرا

- أذكر بعض منها

المحور الثاني: مدى تأثير التعليقات على الآراء السياسية لمستخدمي الفايسبوك

1- هل تثق بمصداقية هذه الصفحات؟

لا قليلا نعم كثيرا

2- هل تعلق على مناشير هذه الصفحات أو تكتفي بالمتابعة؟

أكتفي بالمتابعة

أعلق أحيانا

أعلق بكثرة

3- هل تعتمد على مناشير وتعليقات المتواجدة بهذه الصفحات في بناء آراءك السياسية؟

نعم لا كثيرا

4- هل تجد التعليقات السياسية موضوعية؟

نعم لا أحيانا

المحور الثالث: مدى ارتباط التعليقات الفايسبوكية بتشكيل التوجهات السياسية

حول حراك 22 فيفري

1- من خلال تعليقات المتابعين، كيف تجد توجهاتهم السياسية لحراك 22 فيفري؟

معارضة محايدة مبدية

2- ما هو توجهك السياسي بالنسبة لحراك 22 فيفري؟

مؤيد محايد بارض

3- هل أثرت آراء المناشير والتعليقات في بناء اتجاهك السياسي بالنسبة لحراك 22

فيفري؟

لا قليلا

4- هل أضفت التعليقات والمناشير الفايسبوكية شرعية على الحراك؟

لا قليلا نعم كثيرا