

جامعة عمار ثليجي \_ الأوغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام والاتصال



## مظاهر التعصب السياسي من خلال الفايسبوك

- دراسة على عينة من مستخدمي الفايسبوك للطلبة الجامعيين بجامعة الأوغواط

قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.

تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

تحت إشراف:

- د. النوعي عبد القادر

من اعداد الطالبين:

- يعقوبي بلال.

- صيلع عبد اللطيف.

السنة الجامعية: 2019\2020.

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

# الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة على خاتم الأنبياء والمرسلين حبيبنا  
وجلاء قلوبنا وشفيعنا محمد عليه أذكى التسليم.

أهدي هذا الجهد والعمل المتواضع إلى الوالدين الكريمين أمي الغالية  
وأبي العزيز أدامهما الله علينا نعمة وحفظهما.

إلى إخواني وأخواتي

إلى جميع الأهل والأقارب

إلى جميع الأصدقاء والزملاء وإلى كل من يعرفني من قريب أو من بعيد.

# الإهداء

بعد بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين

والحبيب المصطفى.

ما عليا سوى أن أحمد الله كثيراً، وأشكره شكراً جزيلاً، لأنه وفقني وسدد

خطاي وأنعم عليا بالصحة حتى أنهيت هذا العمل.

أهدي ثمرة نجاحي إلى العائلة الكريمة، وإلى إخواني وأخواتي وإلى جميع

طلبة سنة ثانية اتصال وعلاقات عامة دفعة 2020 وأقول ألف مبروك

على التخرج.

# التشكر

الحمد لله نحمده ونشكره كتب لنا التوفيق لولاه لما وصلنا لهذه المرحلة

والصلاة على خير خلقه نبينا عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم

نتقدم بالشكر وشديد الامتنان إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا البحث

ونذكر بالأخص أساتذة الإعلام والاتصال

لما قدموا لنا من توجيه وإرشاد

كما نتقدم بشكرنا لكل من مد لنا يد العون.

# الفهرس



الصفحة	الفهرس
	الإهداء
	الإهداء
	الشكر
	ملخص الدراسة
I	الفهرس
V	قائمة الجداول
VI	قائمة الملاحق
أ	المقدمة
الإطار المنهجي	
الفصل الأول: المقاربة المنهجية للدراسة.	
13	الإشكالية
14	تساؤلات
14	أسباب اختيار الموضوع

15	أهمية الدراسة
16	أهداف الدراسة
16	نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات
21	مجتمع الدراسة وعينها
23	الدراسات السابقة
25	مصطلحات ومفاهيم الدراسة
الإطار النظري	
الفصل الثاني: التعصب السياسي	
29	تمهيد
29	المبحث الأول: ماهية التعصب السياسي.
29	المطلب الأول: مفهوم التعصب السياسي.
31	المطلب الثاني: أسباب التعصب السياسي.
31	المطلب الثالث: المفاهيم ذات صلة بالتعصب السياسي.
34	المطلب الرابع: أشكال التعصب.
35	المطلب الخامس: سمات التعصب السياسي.

36	المبحث الثاني: التعصب والصراعات الاجتماعية والسياسية.
36	المطلب الأول: الصراعات الاجتماعية.
37	المطلب الثاني: ما هو التعصب؟.
37	المطلب الثالث: التعصب والتمييز الأمثل.
38	المطلب الرابع: التعصب والتصنيف الاجتماعي.
39	المطلب الخامس: التعصب والهيمنة الاجتماعية.
الفصل الثالث: موقع الفيسبوك.	
43	المبحث الأول: موقع الفيسبوك.
43	المطلب الأول: تعريف موقع الفيسبوك.
45	المطلب الثاني: نشأة وتطور موقع الفيسبوك.
48	المطلب الثالث: مميزات الفيسبوك.
51	المبحث الثاني: أهم خصائص موقع الفيسبوك.
51	المطلب الأول: تطبيقات موقع الفيسبوك.
54	المطلب الثاني: فوائد وإيجابيات الفيسبوك.
56	المطلب الثالث: سلبيات موقع الفيسبوك.

59	المطلب الرابع: الانتقادات الموجهة إلى موقع الفيسبوك.
61	خلاصة الفصل.
الإطار التطبيقي	
الفصل الرابع: تحليل وتفسير بيانات استمارة الاستبيان	
62	تحليل وتفسير البيانات
83	النتائج والتوصيات
86	قائمة المراجع
90	الملاحق.

رقم الجدول	قائمة الجداول	الصفحة
01	توزيع مفردات العين وفق متغير الجنس.	62
02	توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي.	63
03	توزيع مفردات العينة حسب الانتماء الحزبي	64
04	توزيع مفردات العينة حسب الشبكات الأكثر استخداما	65
05	توزيع مفردات العينة حسب عدد الساعات التي تقضيها في التصفح	66
06	توزيع مفردات العينة حسب الفترات المفضلة للتصفح	67
07	توزيع مفردات العينة حسب طبيعة التفاعل على موقع الفيسبوك	68
08	توزيع مفردات العينة حسب القضايا السياسية التي تساهم في إثارتها وإثرائها	69
09	توزيع مفردات العينة حسب مساهمة الفيسبوك في الميل لظاهرة التعصب السياسي لديك بالقضايا المحلية والإقليمية والعالمية	70
10	توزيع مفردات العينة حسب كيفية تشكيل التعصب السياسي عند استخدام الفيس بوك	71
11	توزيع مفردات العينة حسب التعبير عن الرأي: إلكترونياً أو عن طريق الحوار المباشر.	72

73	توزيع مفردات العينة حسب استخدام الفيس بوك في السياسة.	12
74	توزيع مفردات العينة حسب الفيسبوك وتعميق الشعور بالمسؤولية.	13
75	توزيع مفردات العينة حسب مساهمة الفيسبوك ومواضيعه السياسية في إنماء التعصب.	14
76	توزيع مفردات العينة حسب كيفية تجلي ذلك إذا كانت الإجابة ب "نعم".	15
77	توزيع مفردات العينة حسب الوسيلة المعتمد عليها للحصول على المعلومات والأخبار.	16
78	الفيس بوك والتضليل الإعلامي نحوى القضايا السياسية.	17
79	توزيع مفردات العينة حسب تغيير المواقف إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيسبوك.	18
80	توزيع مفردات العينة حسب قرار الانضمام إلى حزب ما إزاء نقاشات سياسية على الفيسبوك.	19
81	قرار الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفيسبوك.	20



### ملخص الدراسة:

تناولت دراستنا " مظاهر التعصب السياسي من خلال الفيسبوك " وقد وقع الاختيار على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك للطلبة الجامعيين بولاية الأغواط، من خلال توزيع استمارة لجمع البيانات من المبحوثين، وتكونت عينة الدراسة من (50 مفردة).

وقسمت دراستنا إلى جانب منهجي وثاني نظري وآخر تطبيقي، وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، حيث قسمناها إلى ثلاثة محاور كالتالي: المحور الأول خاص بالبيانات الشخصية، في حين كان المحور الثاني استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المستخدمين يزيد من النزعة السياسية، أما المحور الثالث فكان عنوانه شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية من حيث كونها مصدر للمعلومات.

ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها نجد:

- أغلبية المستخدمين يعتمدون على الفاسبوك ويقضون أكثر من أربع ساعات في التصفح.
- مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" يزيد من النزعة والمشاركة السياسية وعلى التحليل السياسي، مما يؤدي إلى خلق تعصب ما بين معارض ومؤيد.

### **Study summary:**

Our study dealt with "manifestations of political intolerance through Facebook." A sample of Facebook users of university students in the state of Laghouat was chosen by distributing a form to collect data from the respondents, and the study sample consisted of 50 individuals.

Our study was divided into a methodological, second theoretical and other applied side, and we adopted in this study a questionnaire as a data collection tool, where we divided it into three axes as follows: The first axis is for personal data, while the second axis was the use of social networking sites by users increases the tendency As for politics, the third axis was called social media, which rivaled the traditional media in terms of being a source of information.

Among the most important continuous results we find are:

- The majority of users rely on Facebook and spend more than four hours browsing.

- \* Social networking sites "Facebook" increases the tendency and political participation and political analysis, which leads to the creation of intolerance between the opposition and supporter.

# مقدمة

مقدمة:

إن شبكات التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات، بل تجاوزت ذلك بحسب العديد من المختصين لتشكل واحدة من أهم أدوات الإعلام التفاعلي، وأصبحت أحد عوامل التغيير الاجتماعي محليا وعالميا، وذلك لما تتيحه من إمكانات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة، كما أصبحت محركا للشعوب من أجل المطالبة بحقوقهم السياسية المشروعة والتعبير عن آرائهم تجاه القضايا السياسية للبلاد، عن طريق التعليق و تبادل الصور ومقاطع الفيديو، في حين صارت عاملاً مؤزقاً للحكومة المستبدة.

وانتشر في الآونة الأخيرة نوع جديد من التعصب، بات يفتك بالاجتمعات ويدمرها، وترك أثره في تقسيم العائلات وتجزئتها، وهو التعصب السياسي و " سياسة التخوين الإعلامي " التي انتشرت داخل المجتمع، وهو مصطلح يوصف تمسك الفرد بالرأي السياسي لحزبه دون مراجعة لذلك الرأي اعتقاداً منه أن ذلك الحزب أو الجماعة السياسية الحق والأخريين أو باقي الأطراف عملاء لصالح أعداء الوطن، وغالبا ما ينتشر التعصب السياسي بشكل كبير في الدول الغير ديمقراطية أو الدول الغير متحضرة المتخلفة ثقافياً، وفي أكثر الأحيان يكن للتعصب السياسي غلاف ديني.

لقد حول الانترنت بهدوء، وبشكل جذري في أن، رغبات البشر حول العالم في الفعل والتنظيم السياسي، إذ أحدث مع التكنولوجيا المرتبطة بيه ثورة هائلة فيما يخص توزيع ومشاركة المعلومات وكيفية صياغتها، وسرعة تكلفة نقلها، ومن يملك السلطة لتحديد المرسل والمستقبل لها، وهو ما أدى إلى ديمقراطية اتصال غير مسبوقه.

كان للانترنت أثر كبير على كيفية إصدار الناس لأحكامهم السياسية، إذ أنهم يعطيهم القدرة على الوصول الرأسي والأفقي للمعلومات بشكل غير مسبوق أتاح معرفة دقائق الوضع المحلي والتعرف على شرائح أكثر من نفس المجتمع، وفي نفس الوقت إدراك الأوضاع السياسية في البلدان الأخرى بسهولة، خاصة تلك المتقدمة والديمقراطية، والمتواجدة أكثر من غيرها على الإنترنت، مكن هذا مستخدمي الإنترنت في تقييم أوضاعهم وحكوماتهم عبر معايير مرتبطة بصور أوسع وأعمق بالواقع العالمي.

و قد شملت دراستنا التي جاءت بعنوان: مظاهرالتعصب السياسي من خلال الفيسبوك دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عمار ثليجي الأغواط.

حيث تطرقنا في الفصل الأول (المنهجي) الذي جاء بعنوان: الإجراءات المنهجية للدراسة تناولنا فيه تحديدا للإشكالية، أسباب اختيار الموضوع، أهمية و أهداف الدراسة، منهج الدراسة، كما قمنا بتحديد المفاهيم التي شملت كل متغيرات الدراسة، و الأدوات البحثية المناسبة وصولا إلى الدراسات السابقة.

أما في الفصل الثاني فقد خصصناه للحديث عن التعصب السياسي حيث يتضمن تمهيد ثم مفهوم التعصب السياسي وأسبابها، والمفاهيم ذات الصلة، أشكال التعصب، سيماها وصولا إلى الخلاصة.

أما في الفصل الثالث الذي جاء بعنوان موقع الفيسبوك فتناولنا في مفهوم الفيسبوك ونشأته، وتطوره، ومميزاته وخصائصه، وتطبيقاته، وإيجابيات وسلبيات موقع الفيسبوك.

و في الأخير يأتي الفصل الرابع و الذي يتضمن الدراسة الميدانية و ذلك بجمع و تحليل بيانات  
الدراسة وصولا إلى النتائج العامة المصاحبة للتحليل لنصل بعد ذلك الخاتمة التي حددت ما قمنا  
باستخلاصه في الدراسة النظرية و التطبيقية.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

### أسباب اختيار الموضوع:

تعتبر أسباب اختيار موضوع الدراسة ذا أهمية بالغة، لأنه يمثل أولى المراحل التي توجه الباحث نحو دراسة ظاهرة دون غيرها فضلا على أنها تؤثر على سير عملية إنجاز البحث بأكمله وبعبارة أخرى فإن موضوع البحث يمثل جملة من الأسباب و الدوافع وتتمثل في أسباب ذاتية يختص بها الباحث وأخرى موضوعية تتضمن أهمية علمية للموضوع نذكر منها:

### أسباب ذاتية:

- كان الدافع لاختيار هذا الموضوع هو معرفة الأثر الناتج عن مظاهر التعصب السياسي من خلال الفيسبوك خاصة في ظل التغيير السياسي الذي عرفته الجزائر في الآونة الأخيرة.
- وكان تركيزنا على شبكات التواصل الاجتماعي " فيسبوك"، باعتبارها أصبحت من أولويات الإنسان في وقتنا الحالي كوسيلة اتصالية بديلة عن الوسائل القديمة والتقليدية.
- محاولة التعرف على مظاهر التعصب السياسي من خلال الفيسبوك ومدى تفاعلها لدى مستخدمي الموقع.

### أسباب موضوعية:

- يعتبر موضوع الدراسة حساس ومهم وحديث وقلة الدراسات التي درست مظاهر التعصب السياسي في المواقع التواصل الاجتماعية.

\_\_ التعرف على الدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك في نشر ظاهرة التعصب السياسي.

\_\_ انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك.

### الدراسات السابقة:

#### 01- الدراسة الأولى:

دراسة أزلول ومازمان، 2011، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة ما إذا كان هناك فروق في أغراض استخدام الشبكة الاجتماعية الفيسبوك، وقد اتبع الباحثان المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 870 مستخدم عام للفيسبوك، غالبيتهم بنسبة 74.4% أعمارهم تتراوح ما بين 18-25 عاماً، 73.6% منهم كانوا طلبة جامعات بينما 94.2% كانوا أعضاء ضمن مجموعة واحدة على الأقل على الفيسبوك. وكذلك غالبية المستخدمين الذكور مازالوا طلبة في الجامعات بينما غالبية المستخدمين الإناث كانوا خريجات. وتكونت أداة الدراسة من استبانة الكترونية من تصميم الباحثين، تم تقسيمها إلى محورين: المحور الأول لجمع البيانات الديموغرافية عن عينة الدراسة، أما المحور الثاني فكان عبارة عن 12 فقرة، الاستجابة على كل فقرة يتراوح ما بين 1-5 على مقياس ليكرت. وقد تم التأكد من صدق وثبات الاستبانة بعرضها على 7 خبراء ومختصين في المجال، وتوصلت الدراسة إلى أنه هناك 4 أهداف رئيسية لاستخدام الفيسبوك وهي: التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء، إنشاء علاقات اجتماعية جديدة، استخدام الفيسبوك لأغراض تربوية تعليمية، استخدام الفيسبوك لأغراض خاصة أخرى. وقد أظهرت نتائج الاختبارات أنه يوجد فروق جوهرية بين الذكور والإناث في جميع الأغراض التي ذكرت أعلاه، وكانت الفروق لصالح الذكور في بند إنشاء علاقات اجتماعية جديدة، بينما كانت لصالح الإناث في باقي الأغراض الأخرى.

### 02- الدراسة الثانية:

دراسة بارك وآخرون 2009 هدفت الدراسة التعرف إلى دوافع انضمام المستخدمين للمجموعات على الفيسبوك وعلاقتها بنشاطهم الاجتماعي والسياسي على أرض الواقع، وقد استخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي. فقاموا بتوزيع استبانته على عينة الدراسة التي تكونت من 1715 مستخدم عام للشبكة الاجتماعية فايسبوك. وقد توصلت الدراسة إلى أن المستخدمين ينضمون إلى المجموعات على الشبكة الاجتماعية الفيسبوك لتلبية لأربع دوافع هي التزامل الاجتماعي، الترفيه، البحث عن الذات، وأخيرا البحث عن المعرفة والمعلومات. كما توصلت الدراسة إلى أن الأفراد يختلفون في الدوافع حسب سجلهم الديموغرافي مثل الجنس، المدينة التي ينتمي إليها الفرد، والسنة الدراسية. أما عن الارتباط بين دوافع الأفراد للانضمام إلى المجموعات ونشاطهم الاجتماعي السياسي، فإن الدراسة توصلت إلى أن الأفراد الذين ينضمون إلى المجموعات بحثا عن المعرفة والمعلومات هم في الغالب الذين يشاركون اجتماعيا وسياسيا على أرض الواقع.

### الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال استعراض النماذج سابقة الذكر من الدراسات السابقة يتبين أن ثمة أوجه تشابه واختلاف بين الدراسات، لا سيما من حيث المنهج المتبع و أدوات الدراسة و العينة و المجتمع، و إذ أن هذه الدراسة تعتبر إضافة نوعية للدراسات السابقة فقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة في الكثير من الأمور أهمها:

- الاطلاع الواسع على موضوع الدراسة و محاولة الإلمام بجميع جوانبه .

- العرض السليم للإطار النظري.

- تصميم و بناء أداة الدراسة .

- تفسير النتائج، و مناقشتها، و التعليق عليها، و ربطها بما توصلت إليه الدراسة الحالية.

### الإشكالية:

\_\_ شهد العقد الأخير من القرن الماضي تطورا تكنولوجيا وعلميا هائلا وقد مس جميع مجالات الحياة، فأصبحنا نعيش اليوم في عصر الأقمار الصناعية، الرجل الآلي، السيارات ذاتية القيادة وكذا عصر الحاسوب والانترنت، أما بالنسبة لمجال الاتصال والمعلومات فلاقى هو أيضا تطورا مذهلا، جعل الإنسان يقف حائرا أمامه على الرغم من أنه هو السبب الرئيسي في وجوده، فأصبح الفرد قادرا على التواصل مع غيره في أي مكان وزمان دون حواجز أو قيود، ولعل أبرزها هي شبكة الانترنت وما تحويه من تقنيات الاتصال كمواقع التواصل الاجتماعي، والتي تعد الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة الطلبة باعتبارهم الفئة الأكثر تأثرا في أي مجتمع بما يمتلكونه من طاقة وقابلية للتغيير والتطوير.

كما تعد مواقع التواصل الاجتماعي هي من أحدثت منتجات تقنيات الاتصال وأكثرها شعبية خاصة الفيس بوك لما يملكه من خصائص تميزه عن المواقع الإلكترونية الأخرى، والتي جعلته أكثر انتشارا على شبكة الانترنت وأكثر استخداما من طرف المجتمع الجزائري خاصة فئة الطلبة الجامعيين منهم، حيث أتاح لهم التواصل مع بعضهم البعض والتفاعل في مختلف الأحداث والوقائع خاصة السياسية وتحريرهم من مختلف أشكال التسلط والاستبداد السياسي وتخلصهم من الضغوطات السياسية، وكذلك أتاح لهم الفرصة لإبداء آرائهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بجرية لم تكن موجودة من قبل بغية التأثير في العملية وصنع القرار، فأصبح الطالب الجامعي قادر على بناء وتشكيل معارف سياسية من خلال المعلومات المتداولة على صفحات

الفييس بوك سواء كانت هذه المعلومات تخدم السلطة وتحسن صورتها الذهنية لدى الطالب الجامعي، أو تكون معلومات ووثائق، صور وفيديوهات فاضحة لممارسة الأنظمة المستبدة، ومع بداية الألفية الثالثة حدث تحول كبير في مسار هذه الشبكات، حيث أصبحت من الوسائل التي تستعين بها الشعوب في التنظيم والحشد بالاحتجاجات المطالبة بالتغيير السياسي.

وبالتالي يبرز السؤال الذي يحدد المسار العام للدراسة ويتمثل فيما يلي:

كيف يساهم الفييسبوك في تزايد التعصب السياسي لدى طلبة جامعة الأغواط؟

فرضية التساؤل الرئيسي:

- يساهم الفييسبوك في زيادة التعصب السياسي لدى الطلبة الجامعيين بجامعة الأغواط.

تساؤلات الدراسة:

— ما هي عادات استخدام الفييسبوك لعينة البحث؟

— ما هي الدوافع التي تكمن وراء استخدام عينة البحث طلبة جامعة الأغواط لموقع الفييسبوك؟

— ما هي أهم مظاهر التعصب السياسي الناتجة عن استخدام مواقع الفييسبوك لدى طلبة جامعة

الأغواط؟

تحديد المفاهيم:

**مظاهر:** لغة: ظاهر من يظاهر، ظهاراً مظهراً، فهو مظاهر المظهر: صفة النبات في المواسم المختلفة، ف الظهر الربيعي والخريفي والصيفي والشتوي والجمع: مظاهر، الفعاليات الظاهرة التي يعبر بها الكائن الحي عن حيويته.<sup>1</sup>

**اصطلاحاً:** يعيش الناس في هذه الحياة عيشاً مشتركاً ضمن جماعات لها خصائصها التي تتميز بها، حيث يؤدي هذا العيش المشترك إلى خلق العديد من الأفعال المتشابهة فيما بينهم والتي تعرف تعرف باسم المظاهر، وهي من أهم ما يؤشر على مضمون المجتمع، ومقدار إنسانيته، وطريقة تفكيره.<sup>2</sup>

**التعريف الإجرائي لمظاهر:** وهي دراسة مظاهر الحالة النفسية للمستخدمين على الموقع وكل ما يظهر لديهم من سمات وخصائص تتعلق بالجوانب الجسمية والنفسية والعقلية والاجتماعية.

**التعصب:**

**لغة:** فاعل من تعصّب، متعصّب لآرائه: شديد الحماس لها، من يتشبّث بآرائه إلى أقصى حدّ.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> - معجم المعاني الجامع، 2020/05/20، 17:26.

<sup>2</sup> - أشرف إبراهيم سليمان، مبادئ القانون الدستوري دراسة موجزة عن القانون الدستوري والنظم السياسي، ط1، 2015، القاهرة، ص48

<sup>3</sup> - ابن المنظور، جمال الدين ابن منظور (1414هـ.) لسان العرب. بيروت: دار صادر.

اصطلاحاً: يمكن تعريف التعصب بأنه شعور داخلي يجعل الإنسان يتشدد فيرى نفسه دائماً على حق ويرى الآخر على باطلاً بلا حجة أو برهان. ويظهر هذا الشعور بصورة ممارسات ومواقف متزمتة ينطوي عليها احتقار الآخر وعدم الاعتراف بحقوقه وإنسانيته.

التعريف الإجرائي للتعصب: هو اتجاه غير مرغوب فيه نحوى شيء ما، يميل إلى أن يكون نمطاً جامداً، مشحوناً انفعالياً، وليس من السهل تغييره بالمعلومات المناقضة له.

### السياسي:

لغة: السياسة في اللغة: مصدر ساس يسوس سياسة. فيقال: ساس الدابة أو الفرس: إذا قام على أمرها من العلف والسقي والترويض والتنظيف وغير ذلك.<sup>1</sup>

اصطلاحاً: تعني رعاية شؤون الدولة الداخلية والخارجية، وتعرف بأنها دراسة السلطة التي تحدد من يحصل على ماذا متى وكيف، أي دراسة تقسيم الموارد في المجتمع عن طريق السلطة.<sup>2</sup>

تعريف الإجرائي للسياسة: هي عملية صنع القرارات ملزمة لكل المجتمع، تتناول قيم مادية ومعنوية وترمز لمطالب وضغوط، وتتم عن طريق تحقيق أهداف ضمن خطط أفراد وجماعات ومؤسسات ونخب حسب ايدولوجيا معينة على مستوى محلي أو إقليمي أو دولي.

---

<sup>1</sup> - المحكم والمحيط الأعظم في اللغة، لابن سيده، تحقيق مجموعة من المحققين، القاهرة، معهد المخطوطات العربية، ص08.

<sup>2</sup> - د. سلوى الجسار،

2020/05/04، <http://alwatan.kuwait.tt/article/details.aspx?id=225082&yearquarter=20124>

### الفايسبوك:

تعريف الموسوعة الحرة ويكيبيديا الفايسبوك على أنه شبكة اجتماعية، يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء على قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.<sup>1</sup>

### التعريف الإجرائي:

الفايسبوك هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي يسمح للفرد بتكوين علاقات اتصالية مختلفة مع الأفراد المشتركين بنفس الموقع، بما يتيح تبادل المعلومات والأخبار والآراء، وهو يعد أهم المواقع الاجتماعية في الفضاء الافتراضي بحكم القاعدة الجماهيرية الواسعة التي يحظى بها، إضافة إلى سهولة الوصول إليه والتحكم في مختلف تطبيقاته، كما يعد أحد أشكال الاتصال في المجتمعات الانتقالية.

### أهمية الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور الكبير الذي يلعبه موقع الفيسبوك في تكريس واحدة من القضايا الاجتماعية الخطيرة التي تفكك المجتمعات، وهي ظاهرة التعصب، السياسي، وبالتالي فتح كوة

<sup>1</sup> - [www.wkipidia.com](http://www.wkipidia.com)، 2020/05/21، 15:23.

أمام الباحثين والمؤسسات ذات العلاقة، كما تسعى هذه الدراسة إلى الاستفادة من نتائجها في تسخير مواقع الفيسبوك في الحد من هذه الظاهرة.

### أهداف الدراسة:

إن قيمة البحث العلمي تتحد بقيمة الأهداف والنتائج التي يرمي إلى تحقيقها كما أنه لا يمكن تصور بحث بدون وجود أهداف مستقبلية تحكمه وعليه يسعى الباحث لتحقيقها من خلال دراسته، ومن هذا المنطلق فإن دراستنا جاءت لتسلط الضوء على حلقة من حلقات الإعلام الجديد وآفاقه الواسعة وأشكاله المتنوعة.

1- التعرف على عادات استخدام الفيسبوك للطلبة الجامعيين.

2- دراسة الدوافع التي تكمن وراء استخدام عينة البحث طلبة جامعة الأغواط لموقع الفيسبوك.

التعرف على أهم مظاهر التعصب السياسي الناتجة عن استخدام مواقع الفيسبوك لدى طلبة جامعة الأغواط.

### نوع الدراسة والمنهج المستخدم:

- نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة المطروحة بعنوان " مظاهر التعصب السياسي من خلال الفيسبوك " ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف للتعرف على ظاهرة معينة بطريقة تفصيلية ودقيقة.

### - منهج الدراسة:

يرى عمار بوحوش " أن اختيار الباحث للمنهج المناسب لدراسة موضوع بحثه بعد خطوة أساسية وضرورية يلجأ إليها لتحديد أساليب وأدوات البحث وجمع المعلومات و الطريقة المثلى التي يتعامل بها مع موضوع الدراسة بالوصف والتحليل للوصول إلى نتائج مضبوطة حيث يعطي الاختيار الدقيق مصداقية النتائج المتوصل إليها".<sup>1</sup>

يعرفه موريس أنجرس " هو مجموعة من العمليات المنظمة في سبيل الوصول لهدف معين " وعرفه كذلك " أنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة للوصول إلى نتائج معينة ".<sup>2</sup>

فالمنهج هو الدليل الذي يتبعه الباحث للوصول إلى نتائج موضوعية وبما أن المناهج تختلف باختلاف المواضيع و انطلاقا من موضوع دراستنا " مظاهر التعصب السياسي من خلال الفيسبوك "، فطبيعة بحثنا تقتضي استخدام أسلوب المنهج الوصفي وهو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك لتحديد مشكلة البحث.

---

<sup>1</sup> عمار بوحوش ومحمد محمود ذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص80.

<sup>2</sup> موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، دار القصبه للنشر، 1997، ص58.

### المقاربة النظرية:

اعتمدنا في دراستنا على نظرية الاستخدامات والاشباع والتي طرحها Elihu Katz عام 1959م والتي تعد بمثابة نقل فكري في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال، حيث تعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك ، بينما يركز مداخل الاستخدامات والاشباع على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية ، ويتميز الجمهور في إطار مداخل الاستخدامات والاشباع بالنشاط والايجابية القادرة على الاختيار الواعي ، والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير ، والذي يعني بما تفعله وسائل الإعلام للجمهور، إلى ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة .

ويؤمن مداخل الاستخدامات و الاشباع أن للجمهور إرادة يستطيع من خلالها تحديد أي الوسائل يستخدم ، وأي محتوى يختاره ، ويرتكز المدخل على الدوافع الخاصة ، ويفترض أن المحتوى الأكثر فاعلية لوسائل الاتصال لا يستطيع التأثير على الشخص غير مستخدم للوسيلة في الإطار الاجتماعي و النفسي الذي يعيش فيه ، حيث تمثل قيم و اهتمامات و ادوار الأفراد الاجتماعية العامل الحاسم في اختيار الأفراد لوسيلة الاتصال و لنوع المضمون المقدم من خلالها .

و تعتمد البحوث في مدخل الاستخدامات والاشباع على افتراض أن الأفراد يقومون بدور ايجابي في عملية الاتصال ، إذ توجد لديهم دوافع تدفعهم لاستخدام وسائل الاتصال ، ومن هنا يظهر مصطلح الاستخدامات ، كما يفترض أيضا إن احتياجات الأفراد يمكن أن يتم إشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال ، ومن هنا يظهر مصطلح الإشباعات .

ويحقق مدخل الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، و ذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار و استخدام الوسائل التي تشبع حاجاته .
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض .
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات : وتتلخص فيما يلي:

- السلوك الاتصالي سلوك هادف وذو دوافع ، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل .
- يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء و استخدام وسائل الاتصال و إشباع رغبته.
- قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية أو في البناء الاجتماعي و السياسي والثقافي و الاقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى.
- تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الاتصال الأخرى على عمليات الانتباه و الانتقاء و الاستخدام التي يجريها الجمهور لإشباع حاجاته و رغبته .<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر، 2007، ص68. 69. 71.

فنظرية الاستخدامات والإشباعات تتماشى وتتطابق مع موضوع بحثنا فالفرد يستخدم الشبكات الاجتماعية لأغراض تخدم وتشبع رغباته ويبقى الاختلاف فقط في من يستخدمها لدرجة الإدمان ، ومن يستخدمها بدرجات متفاوتة.

### أدوات جمع البيانات:

قد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة أو للإجابة عن أسئلتها ، ويجب على الباحث أن يقرر مسبقا الطريقة المناسبة لبحثه أو دراسته و قد اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان نظرا لأهداف الدراسة والمنهج المستعمل ، وهذا بعد ملاحظتنا للظاهرة عن قرب وجعلها محل دراسة.

- الاستبيان: حسب عمار بوحوش و محمد الذنبيات " إن الاستبيان هو وسيلة للاتصال بالمبحوثين و استفسارهم واحد واحد ، وبشكل مماثل هو تقنية مباشرة لنقل المعلومات من الأشخاص تسمح بإستفسارهم مباشرة قصد الحصول علاقات سياسية وعقد مقارنات كمية " .

ويعرف أيضا بأنه " مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل إلى الأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها وبواسطتها يمكن التواصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق " <sup>1</sup>.

<sup>1</sup> مرجع سابق، عمار بوحوش ومحمد محمود ذنبيات، ص66.

والاستبيان بمفهومه العام هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة للبحث.<sup>1</sup>

مجتمع الدراسة وعينتها :

- مجتمع الدراسة:

المجتمع مجموعة محدودة أو غير محدودة من المفردات أو العناصر أو الوحدات حيث تنصب الدراسة، أي أن مجتمع البحث هو جميع مفردات الظاهرة المدروسة و هو المجموع الكلي للمفردات التي تخضع إليها الدراسة.<sup>2</sup>

يتمثل مجتمع الدراسة الذي سنقوم بدراسته حول مظاهر التعصب السياسي من خلال " الفيس بوك " للحصول منهم على أجوبة عن الأسئلة المطروحة للوصول إلى المعلومات و التي تفي بالغرض النهائي للدراسة .

- عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها " مجموعة من الوحدات المعاينة تخضع لدراسة تحليلية أو ميدانية ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا متكافئا مع المجتمع الأصلي ويمكن تعميم نتائجها عليه " .

من الصعب على الباحث أن يقوم بدراسته الميدانية حول موضوعه لجمع البيانات لكنه من السهل على الباحث انتقاء العينة المناسبة لبحثه بطريقة منتظمة أو عشوائية، ولقد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة

---

<sup>1</sup> مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص165

<sup>2</sup> فاطمة عوض صابر، ميرفت خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002، ص196.

القصدية وهذا لكونها تتماشى مع دراستنا، ويعرفها الدكتور مولود زايد الطيب: " العينة القصدية هي اختيارنا بقصد معين، عادة ما يكون لدينا مجموعة بعينها نبحث عنه دون غيرها"<sup>1</sup>.

وحسب طبيعة هذه الدراسة نجد أنفسنا أمام نوع من البحوث التي تتعلق بنطاق الدراسة وهي البحوث الوصفية التي تجري على كل وحدات المجتمع، وبما أن دراستنا تناولت مظاهر التعصب السياسي من خلال الفيسبوك، أقمنا دراستنا على مجموعة من مستخدمي موقع الفيس بوك و اخترنا 50 مفردة عشوائية من مستخدمي الفيس بوك للطلبة الجامعيين في ولاية الأغواط.

وبعد إعداد الإستمارة وعرضها على الأستاذ المشرف وبعض الأساتذة للتحكيم فقد ضمنت المحاور التالية:

- المحور الأول: البيانات الشخصية
- المحور الثاني: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المستخدمين يزيد من النزعة السياسية.
- المحور الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي تتنافس وسائل الإعلام التقليدية من حيث كونها مصدر للمعلومات.

### حدود الدراسة:

- الإطار الزمني: لقد استغرقت دراستنا قرابة 05 أشهر من فيفري إلى جوان حيث قسمت الدراسة على مراحل بداية من الدراسة الاستطلاعية و الكتب و المراجع و جمع البيانات، وبعد ذلك تحريرها ثم التحرير النهائي للبحث

---

<sup>1</sup> - موقع الدكتور زايد الطيب، -12-15-28-07-2013-13-works-by-others/ejtema3e.com، 15:26، 45.html

الإطار المكاني: أجريت الدراسة على مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي واخترنا موقع الفيسبوك

كنموذج وقمنا بدراسة على الطلبة الجامعيين بجامعة الأغواط.



## الفصل الثاني

### التعصب السياسي

تمهيد:

العلاقة التي تربط الإنسان بالمجتمع علاقة ضرورة وليست علاقة سلبية أو علاقة تعارض متضادة، ومن أبرز معالمها أنها ديناميكية، ملؤها التفاعل والتبادل المستمر.... فيتفاعل الفرد مع المجتمع يتكون التماسك والتداخل والتشابك الاجتماعي بأشكاله الثقافية والاقتصادية والسياسية والروحية، ويتأثر هذا التبادل والتفاعل للأدوار الاجتماعية، يحصل التكامل النفسي للفرد والتكامل الاجتماعي للمجتمع ككل... فالفرد يحقق ذاته من خلال الجماعة، والجماعة تحقق وجودها من خلال مجموع الجماعات والشعوب في وحدتها الكلية لتشكل ديناميكية ارتقائية تنشُد الرقي وليس نقيضه. إن موضوع التعصب (التطرف) بكل أشكالها وأنواعها تشمل الإنسان بما هو إنسان.

### الفصل الثاني: التعصب السياسي

المبحث الأول: ماهية التعصب السياسي.

المطلب الأول: مفهوم التعصب السياسي.

التعصب فلسفة ومنهج وأسلوب حياة، إذا ابتلى به إنسان، كان كفيلاً بقصر نظره على مزاياه من جهة، والتركيز على سلبيات غيره فقط من جهة أخرى، لتصطبغ به جميع المشاهد التي تحدث أمامه، ليكون الجميع من الطبقة التي تلي طبقته، وأذكياء لكنهم دونه، ليكون رأيه هو الأصح لأنه رأيه، ودليله الذي يميل إليه موقفه.

الفكر السياسي يمتاز بسعته ومرونته وتطوره، إذ ليس هنالك فكر سياسي لا يتصف بذلك، كونها من أسس استمراره وانتشاره، ليكون قادراً على مواجهة التحديات والتطورات، ليستجيب لها ويتطور معها، ويبقى معيار النجاح هو تطابق الفكر السياسي مع مصادقه في الواقع العملي، ليكشف السلوك السياسي حقيقة الفكر كون السلوك نابع من الفكر وليس من العدم، وبهذا يمكن تقييم الأحزاب السياسية حسب فكرها وسلوكها بصورة واضحة.

التعصب السياسي ينتج جملة من السلوكيات والمواقف، التي قد تهدد المستقبل السياسي للبلد بكل ما للكلمة من معنى، لتعصف بالأسس الديمقراطية التي يقوم عليها نظامه، انطلاقاً من نظرية أفضلية حزب على غيره وأحقيته بكل المكتسبات السياسية والحكومية، ومجرد الشعور بذلك هو خطر كبير، ليكون مناهجه هو المنهج القويم وغيره منحرف ومندس، لينتج عن ذلك سلوك سياسي عدواني تجاه الآخرين، قائم على أساس تسقيط الآخرين، لإزاحتهم بداعي عدم الاستحقاق وعدم امتلاك القدرة للتصدي على خلاف المنطق القائل بتساوي القرص مادام الجميع متساوون في المكانة، ومن حق الجميع طرح مشاريعهم وأفكارهم والتعبير عن ذواتهم وأفكارهم السياسية، وليس للتسلط مكان في النظام الديمقراطي.

استخدام الأساليب التسقيطية في التعبير عن الشعور بالأفضلية، ينتهجه الكثير، وما دام غير قادر على إثبات ذلك في الواقع، فستكون ضالته في التسقيط وتشويه صورة الآخرين وعلى رأسها منهج الشلح قلع، ليكون هو المعصوم الوحيد وسط المعذبون في الأرض، ليكون ذلك أحد ابتلاءات المجتمع الذي زادت ابتلاءاته منذ أن قرر أن يستوطن عالم الأشخاص، ليدافع ويتبنى من جهة أو يرفض ويحارب من جهة أخرى كل فكرة بتجريد، ليحدد توجهه وخياره وفق الأفكار المطروحة ليجد ضالته في الفكرة التي تنسجم مع منظومته الفكرية، سواء المعتدلة منها والمتطرفة.

المطلب الثاني: أسباب التعصب السياسي.

- 1- الجهل أو الضعف السياسي.
- 2- إعلام البروباغندا: الإعلام بكل أشكاله له دور هام في توجيه الرأي السياسي العام، وحتى يتم تلك المهمة بنجاح وجب عليه أن يوهم الفرد أو الأفراد المستهدفين بأحقية ذلك الرأي أو الهدف المراد وغالبا يستخدم الدين كغلاف وغالبا ما يكون ضد مصالح هؤلاء الأفراد، بينما يكون لصالح إما السلطة الحاكمة أو الشركات الكبرى.
- 3- الانتهازية والفساد: تدخل السلطة الحاكمة بطرق غير مشروعة لترغم أفراد الشعب على إتباع رأي سياسي أو لبلوغ هدف لصالحها.<sup>1</sup>

المطلب الثالث: المفاهيم ذات الصلة بالتعصب السياسي.

### 1- المشاركة السياسية.

يعد مفهوم المشاركة السياسية من المفاهيم التي أثارت الجدل والتساؤل حول ماهية والأنشطة السياسية المختلفة التي تنضوي تحته ويقوم بها الأفراد المشاركون.

وقدم علماء السياسة وباحثيها \_ أجاناب وعرب \_ العديد من التعريفات منها:

تُعرف المشاركة السياسية بأنها: الأنشطة الإدارية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام أو التأثير في القرارات السياسية التي يتخذونها، وتشمل هذه الأنشطة التصويت

---

<sup>1</sup> - د. حنا عيسى: صدی الإعلام <https://www.sadaa.ps/?p=89988>، تاريخ الدخول: 25/05/2020، على الساعة: 11:50.

ومتابعة الأمور السياسية والدخول مع الغير في مناقشات سياسية وحضور ندوات أو المشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعاية والانضمام إلى جماعات المصالح والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين والترشيح للمناصب العامة وتقليد المناصب السياسية كما تتضمن أساليب الشكوى والتظاهر والإضراب وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون.

ويتناول " آلا نبيك وسينيمج beek&senings " مجالات المشاركة السياسية بمفهوم أوسع من خلال تعريفهما لها بأنها: " العملية التي يحدث فيها إشراك المواطن في صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر على كافة مستويات النظام السياسي و يكون تحديد المشاركة السياسية من خلال متصل متدرج يمثل أقصى درجات المشاركة السياسية وأقل درجة منها مثل تقليد منصب سياسي، السعي نحو منصب سياسي، العضوية الإيجابية في التنظيم السياسي، العضوية السلبية في التنظيم شبه السياسي، المشاركة في الاجتماعات السياسية والمظاهرات والمشاركة في المناقشات السياسية والرسمية والاهتمام العام بالسياسة والتصويت".

ويذكر بعض الباحثين أن هناك أربع مراحل للمشاركة السياسية هي:

- مرحلة الاهتمام السياسي: أي متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية.
- مرحلة المعرفة السياسية: بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى أو القومي.
- مرحلة التصويت السياسي: ويتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية والمشاركة في التصويت.
- مرحلة المطالب السياسية: وتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والالتماسات والاشتراك في عضوية الأحزاب والجمعيات التطوعية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - د. وديع العززي: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، صنعاء، د.ط، د.س، ص7.

### 2- التنشئة السياسية:

يقول "هايمن" في كتابه " التنشئة السياسية" بأنها " عملية تعلم الفرد المعايير الاجتماعية عن طريق مؤسسات المجتمع المختلفة"، والتنشئة السياسية هي جزء من التنشئة الاجتماعية والتي من خلالها يكسب الفرد الاتجاهات والقيم السائدة في المجتمع، كما تعتبر التنشئة السياسية وسيلة لتصحيح الثقافة السياسية المنحرفة في المجتمع، وخلق ثقافة مدنية جديدة ومتحضرة للعبور بالمجتمع من حالة التخلف إلى التقدم.<sup>1</sup>

### 3- الثقافة السياسية:

تعرف الثقافة السياسية Political culture على أنها فرع من فروع الثقافة العامة التي تهتم بطبيعة العلاقة بين الأفراد من ناحية القيم والمعايير السلوكية مع السلطة السياسية في مجتمع ما، كما يمكن تعريف الثقافة السياسية بأنها جملة من المعارف والآراء والاتجاهات الخاصة بمجتمع ما تجاه الشؤون السياسية والسلطة والحكم في المنطقة. تشمل الثقافة السياسية الولاء والانتماء والشرعية والمشاركة والسياسة والحكم والدولة، بذلك يمكن القول إن الثقافة السياسية هي ذلك الفرع المنبثق عن الثقافة العامة ويمتاز باستمرارية تغييره وتطوره، وتُبنى هذه الثقافة تبعاً لما ينتهجه مجتمع ما من قيم واتجاهات وسلوكيات يتأثر ويؤثر فيها، وتتفاوت الثقافة السياسية بين المجتمعات والأفراد.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> - ناجي الغزي: مفهوم التنشئة السياسية، <http://www.djaziess.com/elayam/40273>، تاريخ الدخول: 07/04/2020 على الساعة: 19:20.

<sup>2</sup> - إيمان الحيارى: مفهوم الثقافة السياسية، <http://mawdoo3.com>، تاريخ الدخول: 07/04/2020 على الساعة: 20:30.

### المطلب الرابع: أشكال التعصب.

#### 1- التعصب الديني:

هو مصطلح لوصف التمييز على أساس الدين هو إما بدافع تعصب المرء خاصة تجاه المعتقدات الدينية أو تعصب ضد الآخر، أو معتقداتهم الدينية أو الممارسات. يمكن أيضاً أن يكون جزءاً رسمياً من عقيدته خاصة من الجماعات الدينية، التعصب الديني يمكن أيضاً أن يكون إدعاءً بتمايز أصحاب دين من الأديان على أصحاب الديانات الأخرى.

#### 2- التعصب السياسي:

هو مصطلح يوصف تمسك الفرد بالرأي السياسي لحزبه دون مراجعة لذلك الرأي اعتقاداً منه إن ذلك الحزب أو الجماعة السياسية الحق و الأخرين أو باقي الأطراف السياسية عملاء لصالح أعداء الوطن، وغالبا ما ينشر التعصب السياسي بشكل كبير في الدول غير الديمقراطية أو الدول غير المتحضرة المتخلفة ثقافياً، وفي أكثر الأحيان يكن للتعصب السياسي غلاف ديني.

#### 3- التعصب الفكري:

وهو التفكير دائماً بصفة أحادية مع إلغاء الرأي الآخر ورفض تقبله ونقاشه. وهو إلغاء العقل، والإسلام دين وسطية وتوازن في تناول الأمور وعند التعامل مع البشر.

#### 4- التعصب الاجتماعي:

كتعصب قبيلة مع إلغاء مبدأ تفضيل الناس على أساس التقوى والكفاءة والموهبة والمهارة كل بحسبه.

### 5- التعصب الرياضي:

وهو الحب الشديد لفريق أو رياضة دون غيرها وعدم تقبل النقد له. ويكفي في بيان ضرورة أنه بلا ثمرة، والألعاب الرياضية وسيلة وليست غاية.

### 6- التعصب الطبقي:

وهو عدم قبول الطبقة الفقراء من قبل الأغنياء والتعالي عليهم وعدم التحدث معهم بسبب أنهم ليسو من طبقتهم.

### المطلب الخامس: سمات التعصب السياسي.

يميل الأفراد إلى أن ينظموا أنفسهم والآخرين في سياق من التصنيفات الاجتماعية البارزة، وهذا يؤدي إلى تأكيد إدراكي مضاد بين أعضاء الجماعة الداخلية وأعضاء الجماعة الخارجية، بمعنى إن أعضاء الجماعة الداخلية سيسعون لتمييز جماعتهم عن الجماعة الخارجية، ربما عن طريق نشر مميزات سلبية عن الجماعة الخارجية أو أنهم يسعون إلى تدعيم أو تعزيز أو المبالغة في المفاهيم الإيجابية الخاصة بجماعتهم الداخلية، وعند بناء مثل هذه الاختلافات، فإن الجماعة ستكون قادرة على الظهور ببناء متناسق ومميز بحدود واضحة، وفقاً لذلك يبدأ أعضاء الجماعة برؤية ووصف أنفسهم وفقاً لانتمائهم لجماعاتهم بدلاً من كونهم أعضاء منفردين.

ومن سمات التعصب

ما يلي:

- التسلط والجمود في التفكير.
- اللجوء إلى العنف لتحقيق الغايات.

- التمركز حول الذات وعدم تقبل الحوار من الآخرين.
- الغرور والتمسك بالباطل.
- عدم الموضوعية في تناول القضايا الخلافية.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: التعصب والصراعات الاجتماعية.

#### المطلب الأول: الصراعات الاجتماعية.

شغل تساؤل: ما هو التعصب العديد من دراسات علم النفس وكذلك دراسات علم الاجتماع، وغالباً ما تستخدم الهوية القومية والعرقية واكتساب تلك الهوية، كمتغير في دراسات التعصب، إذ تؤثر الأيديولوجيات المختلفة على تصور الأفراد للتعصب والتمييز على الآخرين، وعلى الرغم من إن العديد من العلماء قد توقعوا في أوائل القرن العشرين إن الظواهر البدائية مثل التعصب ستخف في الأهمية، وتختفي في التاريخ الحديث وما بعد الحداثة، فقد أثبت التاريخ عكس ذلك. إن تساؤل: ما هو التعصب يقود إلى دراسة نشأة الاختلافات الثقافية والدينية والسياسية وغيرها، على تشكيل مصدر رئيس للتعصب وما يتبعه من صراعات واضطرابات في أجزاء كثيرة من العالم.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> - د. حنا عيسى: <https://www.sadaa.ps/?p=89988>، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - edited. T.H. Eriksen (1993) Ethnicity and nationalism. Sterling. Pluto Press. Page

### المطلب الثاني: ما هو التعصب.

في إجابة مباشرة عن التساؤل: ما هو التعصب، يشار إلى التعصب هو الإيمان يتفوق سياق معين، فرد أو جماعة أو فريق أو دين، على سياق آخر، وقد يعني هذا المصطلح أيضاً التحيز أو التمييز أو العداوة الموجهة ضد الآخرين، لأنهم من مجموعات اجتماعية مختلفة، وعادة ما تستند متغيرات وعوامل التعصب إلى التصورات شكل سلوكيات اجتماعية أو ممارسات أو معتقدات دينية أو أنظمة سياسية، يتم فيها تصنيف المجموعات المختلفة بطبيعتها على أنها متفوقة، أو أنها أدنى من بعضها البعض، استناداً إلى تلك السمات أو القدرات أو الصفات المشتركة والمختلفة القابلة للملاحظة.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: التعصب والتمييز الأمثل.

ناقشت نظرية التمييز الأمثل تساؤل: ما هو التعصب، وحاولت الإجابة عليه، وقد اعتمد البناء الأساسي لهذه النظرية ابتداءً على فرضية أن متطلبات العيش الجماعي تتدخل في تطوير سيكولوجيا الأفراد، وبصورة أكثر تحديداً، أن التمايز بين الجماعات والمشاركات بين الجماعات هما عاملين مهمين للتعاون الاجتماعي، الذي يعد ضرورياً لبقاء الإنسان، وتشكل وفقاً لهذين العاملين مجموعة من الآليات النفسية الفردية، والتي تعمل على تحفيز واستمرارية تحديد الهوية والتعصب للمجموعة.

وتفترض نظرية التمييز الأمثل أن البشر يتميزون بمحاجتين متعارضتين، تتحكمان في العلاقة بين مفهوم الذات والعضوية في الفئات الاجتماعية، الأولى هي الحاجة إلى الاستيعاب والاندماج، والرغبة في الانتماء

---

<sup>1</sup> D.M Newmen (2012). Sociology. Exploring the architecture of everyday life. Los Angeles. Saga. Page. 405. Part 9.

والتخلص من العزلة، الذي يحفز الاندماج في الفئات الاجتماعية، والثانية هي الحاجة إلى التمييز عن الآخرين الذي يعمل بالتضاد مع الحاجة إلى الاندماج، وبما أن عضوية المجموعة هي أكثر شمولاً، فإن الحاجة إلى الاندماج تكون قد أشبعت، ولكن الحاجة إلى التمييز تبقى غير مشبعة. وعلى العكس من ذلك، عند انخفاض الشمولية، يتم تقليل الحاجة إلى التمييز ويتم تفعيل الحاجة إلى الاندماج، هذه الحاجات المتنافسة تعقد بعضها البعض، وعادة ما يولد التعصب نتيجة المصلحة الشخصية، والتي لم يتم التضحية بها باستمرار في مقابل المصالح الاجتماعية الأخرى.<sup>1</sup>

### المطلب الرابع: التعصب والتصنيف الاجتماعي.

يميل الأفراد إلى أن ينظموا أنفسهم والآخرين في سياق من التصنيفات الاجتماعية البارزة، وهذا يؤدي إلى تأكيد إدراكي مضاد بين أعضاء الجماعة الداخلية وأعضاء الجماعة الخارجية، بمعنى إن أعضاء الجماعة الداخلية سيسعون لتمييز جماعتهم عن الجماعة الخارجية، ربما عن طريق نشر مميزات سلبية عن الجماعة الخارجية أو أنهم يسعون إلى تدعيم أو تعزيز أو المبالغة في المفاهيم الإيجابية الخاصة بجماعتهم الداخلية، وهذا الأمر قد يجيب عن سؤال: ما هو التعصب، وعند بناء مثل هذه الاختلافات، فإن الجماعة ستكون قادرة على الظهور ببناء متناسق ومميز بحدود واضحة، وفقاً لذلك يبدأ أعضاء الجماعة برؤية ووصف أنفسهم وفقاً لانتمائهم لجماعاتهم بدلاً من كونهم أعضاء منفردين، وبهذه الحال فإن الهوية الاجتماعية تكون أكثر بروزاً من الهوية الشخصية، وبالتالي فإن الأفراد ينظرون إلى أنفسهم كأعضاء كتشابهين، ويرون

<sup>1</sup> Leonard Berkowitz. Elaine Ed Walster (2010). Advances in experimental social Psychology. USA. Academic press. Page 63-113. Part 9.

أنهم مختلفين قليلاً، بمعنى تقليل الفروق بينهم وبين الآخرين، وقد يكون هذا الوصف هو أدق إجابة ما هو التعصب.<sup>1</sup>

إن المصالح المتضاربة بين المجموعات المختلفة تساهم في تفسير العلاقات الفردية داخل المجموعة، والميل إلى تفضيل المجموعة الداخلية مقارنة المجموعة الخارجية في كل من التقييمات والسلوك، لاسيما ما يتعلق بالوضع الاقتصادي أو التنفيع لمعربي، لكن قد لا تلعب المصالح المتضاربة للمجموعات غير المتوافقة دوراً لتوليد الصراع في كثير من الأحيان، بل هناك قدر كبير من الأدلة التجريبية على أن هذه الشروط ليست ضرورية دائماً لتوليد المنافسة والتعصب بين المجموعات.<sup>2</sup>

### المطلب الخامس: التعصب والهيمنة الاجتماعية.

تمت صياغة نظرية الهيمنة الاجتماعية من قبل سيدانيوس وبراتو في تسعينيات القرن الماضي، وتبدأ النظرية بملاحظة أن المجموعات الاجتماعية البشرية تميل إلى أن تكون منظمة وفقاً لتسلسل هرمي اجتماعي قائم على مجموعات في مجتمعاتهم التي تنتج فائضاً اقتصادياً، هذه التسلسلات الهرمية تحتوي على هيكل ثلاثي الأشكال، تستند إلى:

- **العمر:** أي أن البالغين يتمتعون القوة أكثر ووضوح اجتماعي واقتصادي أعلى مقارنة بالأطفال.

---

<sup>1</sup> –john turner. Henri Tajfel (1986) « The social identity theory of intergroup behavior ». psychology of intergroup relations. Issue 7. Folder 24. Page 1–9. EDITED.

<sup>2</sup> –john hunter (2003). « Ingroup favoring allocations and domain specific self esteem in 13– the minimal group setting”. Current research in socilpsychology. Issue 8. Folder.. Page 176–186.

- **الجنس:** أي أن الرجال لديهم قوة أكبر ووضوح أعلى من النساء.
- **المجموعة:** وهي تسلسلات هرمية قائمة على مجموعات محددة ثقافياً ولا توجد بالضرورة في جميع المجتمعات.

ويمكن أن تستند التسلسلات الهرمية المعيارية إلى العرق والدين والجنس، وما إلى ذلك، وتتألف التسلسلات الهرمية الاجتماعية البشرية من مجموعة مهيمنة واحدة، والتي يعدّها الفرد من المجموعات المرجعية العليا، ومجموعة أخرى سالبة في القاع، ومن المحتمل بشكل كبير أن يشغل أعضاء المجموعة المهيمنة أدواراً اجتماعية أقوى، وأسباب نشوة المعتقدات المسبقة، مثل العنصرية والتمييز على أساس الجنس والقومية والطبقية، كلها مظاهر لهذا النظام للتسلسل الهرمي الاجتماعي، إن نظرية الهيمنة الاجتماعية توضح العلاقات بين المجموعات، التي تركز على صيانة واستقرار التسلسل الهرمي الاجتماعي بشكله القائم، وفقاً للنظرية، يتم الحفاظ على عدم المساواة المستندة إلى المجموعة من خلال ثلاثة سلوكيات أساسية بين المجموعات - التمييز الجماعي المحدد، والتمييز الفردي المتراكم، وعدم التماثل السلوكي-، إن المعاملة الخاصة والتمييز والتعصب التعصبية ينشأ بسبب المعتقدات الثقافية المشتركة وإضفاء الشرعية على هذه المعتقدات، وهذا الأمر يوفر المبرر الأخلاقي والفكري لهذه السلوكيات بين المجموعات.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> -Naomi Ellemers. Arjne BOS (1998). « Social identity. Relative deprivation. And coping with the threat of position loss Afild study among native shopkeepers in Amsterdam». Journal of Applied soc

# الفصل الثالث

## موقع الفاييبوك

### المبحث الأول: موقع الفاييسبوك

#### المطلب الأول: تعريف موقع الفاييسبوك:

عرفته الموسوعة الحرة "ويكيبيديا" بأنه:

موقع ويب واخذ أشهر وسائل تواصل اجتماعي، تديره شركة فاييسبوك شركة مساهمة، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.<sup>1</sup>

ويعرف ايضا الفاييسبوك على انه أحد مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية من خلال الرابط (face book) وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال أدوات تقنية تفاعلية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - <http://ar.m.wikipedia.org>، تاريخ الزيارة: 25 مارس 2020، على الساعة: 21.22.

<sup>2</sup> - محمد منتصر، شعبان حلاسة، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، رسالة استكمالات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013، ص20.

وجاء تعريف آخر للفايبيوك : "هو موقع للشبكات الاجتماعية على الانترنت لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم، أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة 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 صفحاتهم الشخصية.<sup>1</sup>

وفي تعريف آخر: الفايبيوك 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 نفسها.<sup>2</sup>

و من خلال التعريفات السابقة يمكن القول أن الفايبيوك موقع ويب و احد أشهر شبكات التواصل الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي الذي يساعد على ربط العديد من الناس مهما تباعدت مواقعهم، حيث يسمح بتكوين أصدقاء و تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و الفيديوهات و التعليق عليها.

### المطلب الثاني: نشأة و تطور موقع الفايبيوك :

تأسس الفايبيوك في فيفري 2004 من قبل طالب في جامعة "هارفارد" الأمريكية يدعى مارك زوكربيرج.

<sup>1</sup> - سعاد عيساني، أولويات الأساتذة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2014، ص62.

<sup>2</sup> - باسر حضير البياني، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014، ص390.

Mark Zuckerberg الذي اشتهر بولعه الشديد بالانترنت و كان هدفه أن يقوم بتصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة و يمكنهم من تبادل إخبارهم و صورهم و آرائهم و يسهل عملية التواصل بينهم دون أن يفكر في إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات، و سرعان ما لقي هذا الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، و اكتسب شعبية واسعة بينهم و خلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة و بعد فترة وجيزة، الأمر الذي شجعه إلى توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية.<sup>1</sup>

انطلق موقع الفاييبوك كنتاج غير متوقع من الموقع "فايس ماش" (Face match) التابع لجامعة هارفارد، و هو موقع من نوع . Horror Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية و قد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفاييس ماش في 28 أكتوبر من عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية، في هذه الأثناء ووفقاً لما نشرته جريدة هارفارد كريمسون، فإن موقع "فايس ماش" استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاحة على الانترنت و الخاصة بتسعة من الطلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض و دعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية"<sup>2</sup> لقد بدأ عمله باختراق مناطق محمية في الحاسوب و قام بنشر صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي، و مثل هذا الانتهاك لا يسعد إدارة جامعة هارفارد و اتخذت إجراءات قاسية ضد مارك زوكربيرج دون أن تعرف القيمة الحقيقية الذي قام به هذا الطالب المشاكس، و في مدونته يقول مارك زوكربيرج

<sup>1</sup> - سعاد عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 64.

<sup>2</sup> - مروى عصام صلاح، الإعلام الالكتروني الأسس وأفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 64.

(...هناك أمر مؤكد هو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع و الانتهاك الذي حدث لكن و على أي حال فاعتقد أن أي شخص آخر سوف يقوم بذلك في نهاية الأمر).

لقد اتهمت إدارة الجامعة مارك زوكربيرج بخرق قانون الحماية وانتهاك خصوصية الأفراد، مما يعرضه للطرد من الجامعة، لكن ولحسن الحظ تم إسقاط جميع التهم التي وجهت إليه.<sup>1</sup>

و في 04 نوفمبر عام 2004، قام مارك زوكربيرج بتأسيس موقع الفايسبوك على النطاق the facebook.com، 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 (مبرمج) واندروماكولام (رسام جرافيك) وكريس هيوز الى زوكربيرج لمساعدته في تطوير الموقع، وفي شهر مارس من عام 2004 فتح الفايسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد و كولومبيا وبيبل، بعد ذلك اتسع الموقع وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينو واشنطن وجامعة ايفيليج، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> - كاظم المقدادي، الإعلام الدولي الجديد وتصعد السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص204.

<sup>2</sup> - فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص210.

وفي شهر يونيو من عام 2004، تم نقل مقر الفاييبوك إلى 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 زوكريبرج بالخطوة المنطقية التالية 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 ابل المندمجة وشركة مايكروسوفت.

وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريدي الكتروني صحيح.

وفي أكتوبر من عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفاييبوك اتخاذ مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقرا دوليا لها.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: مميزات الفاييبوك:

يعتبر الفاييبوك من أهم أنواع الشبكات الاجتماعية وأكثرها انتشارا وهذا راجع إلى خصائصه ومميزاته المختلفة مما جعله الأكثر استخداما عن باقي المواقع الأخرى، و من أهم هذه المميزات نذكر :

<sup>1</sup> - صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص209، 210.

- الملف الشخصي "profile"

وعندما نشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن عن سلعتها بالتحديد.

- إضافة صديق: "AddFreind"

وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفايسبوك بواسطة بريد الكتروني.

- إنشاء مجموعة: "Groupes"

يستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشأ مجتمعنا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية..... الخ، ويستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصري للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

- لوحة الحائط: "Wall"

وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص35،

### - النكزة: "Pokes"

منها يتاح للمستخدمين إرسال فكرة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشهار يخطر للمستخدم بان احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

### - الصور: "Photos"

تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع.<sup>1</sup>

### - الحالة: "Status"

التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بإمكانهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

### - التغذية الإخبارية: "News Feed"

التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين وحيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، تتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

### - السوق: "Market Place"

وهو المكان أو الفسحة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.

---

<sup>1</sup> - حسنين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، د.ط، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص95، 96.

### إنشاء صفحة خاصة على الموقع facebook

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.<sup>1</sup>

المبحث الثاني: أهم خصائص موقع الفيسبوك.

المطلب الأول: تطبيقات موقع الفايسبوك :

تم إنشاء التطبيقات كاستبيانات أو مسابقات من السهولة تنفيذها وهناك ألعاب gammes مختلفة تتبع لكبرى الشركات المعروفة حاليا، هناك عدد كبير جدا من التطبيقات بعضها منشأ من قبل الشركات كما أسلفنا والبعض الآخر منشأ من قبل المستخدمين العاديين.

<sup>1</sup> - خالد غسان يوسف مقدادي، مرجع سبق ذكره، ص 36.37.

### المجموعات

يمكن لكل مشترك أن ينشأ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم أيميل مدير admin بحروف كما أسلفنا سابقا يتم إنشاء المجموعات لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر اجتماعي كان أو ديني أو سياسي.

المجموعات لديها نفس العناصر و أدوات الصفحة الشخصية ذاتها (wall) صفحة تسمح بالكتابة فيها لجميع أعضاء الجروب واليوم صور ومساحة للحوار (discussion) وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مدير المجموعة.<sup>1</sup>

### الصفحات

الصفحات لها نفس حيز واستخدامات المجموعة فيما عدى أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية (home) لكل المستخدمين وغالبا ما يكون هذا التطبيق لـ (fanclub) معجبون للجماهير ونجوم المجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصيات المعنية.

### الصفحة الرئيسية "Home"

يظهر بهذه الصفحة كل جديد، تعليقات وصور وروابط أصدقاءك وذلك يحدث فقط إذا أتاح المستخدم معبر إعدادات الصلاحية مشاهدة محتويات صفحة أصدقاء أصدقائه.

<sup>1</sup> - صلاح محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص ص 106، 107.

## الألعاب Gammes

بالفايبوك العديد من الألعاب المختلفة مغامرات إستراتيجية، كرة قدم، يستطيع المستخدم أن يستخدمها ويجتاز مراحلها مرحلة تلوى الأخرى والمثير في هذه الألعاب و الأكثر أهمية هو انه يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة (جماعية).

### المناسبات

إقامة دعوة لأصدقائك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماع على أرض الواقع، توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعوين له وبعض المناسبات event تكون مفتوحة لأي عضو في الفاييبوك.<sup>1</sup>

### آلية التواصل بين أعضاء موقع الفاييبوك :

من بين أهم آليات التواصل في موقع الفاييبوك هي :

### التعليقات:

خاصة التعليقات متاحة بين الأصدقاء وفي المجموعات والصفحات المنضمين لها، 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 صورة.

<sup>1</sup> - وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفاييبوك على المجتمع، ط1، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر، السودان، 2011، ص14.

### الإشارة: "tags"

خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو و النوت بحيث يمكنك أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفاييسبوك وبالتالي سترسل لهم تنبيهات ألي تحديث جديد في الصورة.

### الإعجاب: "like"

خاصية معجب أيضا متاحة بنفس آلية التعليقات بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها، ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة حيث يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل معجب like ألي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائك.

خاصية "معجب" طورها موقع الفاييسبوك في 2010 وقد نمت إضافتها في كل المواقع الأخرى كوسيلة تربط المستخدم بحسابه في الموقع وبنضرة أخرى تهدف للترويج للمواقع.<sup>1</sup>

### النكزة: "pokes"

خاصية نكزة "غمزة" تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بان احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> - وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق، ص16.

<sup>2</sup> - حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص95، 96.

### المطلب الثاني: فوائد و ايجابيات موقع الفايبيوك :

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم و تواصلهم، ومن هذه الخدمات :

#### 1- إتاحة الفرصة للصدقة و التواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع :

و ذلك عن طريق :

- إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد اخذ موافقتهم، فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع، وتتاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إيجابا على الطلب الذي يتلقاه، ويمكن لمن يتلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الاستفسار عنه من الأصدقاء الآخرين وفي حال تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التواصل مع الآخر.
- إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع، حتى و أن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.
- اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة و التواصل التي يمتلكها.
- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماءهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذ حياتهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.
- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا الموقع الافتراضي.

### 2- خدمة الشركات و أصحاب الأعمال :

في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفايسبوك بعين الاعتبار عند البدا في اختبار الموظفين من بين المتقدمين، كذلك يمكن للفايسبوك إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات.

### 3- يتيح الفايسبوك كذلك فرصة تحميل البومات الصور:

يشكل أكبر و أوسع مما تتيحه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفايسبوك، وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الالكتروني، حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.

### 4- التواصل مع مجتمعات افتراضية :

متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم، من هذه المجتمعات و زيادة خبرتها.

### 5- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات :

كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في مجالات الاجتماعية والدينية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفايسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على إخبارهم و أفكارهم وخواطرهم، ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا.

### 6- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور و مقاطع فيديو:

ومقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع و أخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء، حيث يمكن للفيسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: سلبيات موقع الفايسبوك :

الفايسبوك حاله حال الكثير من الاختراعات والتقنيات التي أثرت في حياة البشر، فإلى جانب المضي للمجتمعات والنشاطات التي ساعدت الشباب على تنفيذ الأعمال المفيدة وتحقيق الكثير من الأهداف، وهناك الكثير من الآثار السلبية على مستخدميها منها :

### 1- إضاعة الوقت:

بمجرد دخول المستخدم الموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة إلى أخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقاءه دون أن يزيد أي فائدة له أو لغيره، فالفايسبوك يهدر الكثير من وقت الشباب دون فائدة تجنى فهناك أعداد كبيرة من طالب الجامعات يقضون أكثر من 10 ساعات في تصفح الفايسبوك فقط.

---

<sup>1</sup> - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص66، 69.

### 2- الإدمان و إضعاف مهارات التواصل:

هي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين، فان قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع، وبما أن التواصل بين الناس بشكل مباشر يؤدي إلى تطوير المهارات التي تساعد الشباب في مجالات الاتصال الإنساني حيث تنمي عندهم الحس بالمسؤولية اتجاه الغير وتقوي سرعة البديهة لديهم فيستطيعون التعامل مع المواقف الاجتماعية بحذاقة وحنكة وهذا ما تفقده المواقع الاجتماعية، فان إدمان الشباب على التواصل الإلكتروني يؤدي بهم إلى العزلة الاجتماعية وفقد مهارات التواصل المباشر مع المجتمع.<sup>1</sup>

### 3- ظهور لغة جديدة بين الشباب :

ظهرت لغة جديدة بين فئة الشباب يستخدمونها في جميع اتصالاتهم بين رسائل جوال أو محادثات عبر الانترنت، وباستخدام التواصل عبر الشبكات الاجتماعية انتشرت هذه اللغة بشكل أكبر، وهي لغة ليست بالعربية ولا بالانجليزية بل تجمع حروف اللغتين بالإضافة إلى أرقام ورموز لا يفهمها سوى المتعاملين بها، ومن يعيشونهم بصفة مستمرة، و أن الاستمرار في تداول هذه اللغة يؤدي إلى تهديد لغتنا العربية وإلى ضياعها مع مرور الأيام، فمثلا أصبحت كلمة "محمد" تكتب "mo7amed" وكلمة "أخبار" تكتب " a7'bar " ويزداد الخوف مع مرور الوقت من غزو هذه المفردات، وبالتالي ترسخ هذه اللغة بين جموع الجيل الجديد مما يزيد الهوة بين الأجيال السابقة و الأجيال الناشئة.

<sup>1</sup> - وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق، ص20.

### 4- انعدام الخصوصية:

تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب في الكثير من الإضرار المعنوية والنفسية على المستخدم وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدمين في هذه الشبكة يحتوي على جميع المعلومات الشخصية إضافة إلى ما يبينه من هموم ومشاكل قد تصل إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير.

### 5- التعرض للجرائم الالكترونية :

كما أعلن بذلك موقع كاسبرسكي الذي رصد أكثر من 43 ألف فيروس خبيث عام 2008 ثم نشرها عبر الشبكات الاجتماعية مثل الفايبيوك.

انتحال أسماء شخصيات عامة و استخدام صور أشخاص آخرين وتزوير الصور الخاصة بالأفراد الذين نتواصل معهم عبر الموقع، و ربما ساء استغلالها بشكل يسيء لأصحابها.<sup>1</sup>

### المطلب الرابع: الانتقادات الموجهة إلى موقع الفايبيوك:

تعرض موقع الفايبيوك للكثير من الانتقادات من مدار السنوات القليلة الماضية، ففي أكتوبر من عام 2005 قامت جامعة نيومكسيكو بحظر الدخول إلى الموقعين أجهزة الكمبيوتر والشبكات الخاصة بالحرم الجامعي،

<sup>1</sup> - سعاد عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 77.

وقد أشارت الجامعة إلى أن السبب وراء ذلك فيما يتعلق بإساءة استخدام الموارد المتاحة على الانترنت علاوة على أن الموقع يفرض استخدام وثائق التفويض الخاصة بالجامعة في أنشطة لا تتعلق بالجامعة.<sup>1</sup>

وفي وقت لاحق قامت الجامعة بإلغاء الحظر الذي فرضته من قبل على استخدام الموقع وذلك بعد أن تمكن القائمون على إدارة الموقع من معالجة الموقف من خلال عرض أخطار على صفحة الدخول تنص<sup>2</sup> على أن مواقع التفويض التي تستخدم على الموقع ليس لها علاقة بوثائق التفويض المستخدمة في الحسابات الخاصة بالكلية.

علاوة على ما سبق، قامت حكومة اونتااريو بحظر دخول الموظفين إلى الموقع في مايو من عام 2007 حيث ذكرت أن الموقع لا يمت بمكان العمل بصفة مباشرة.

في 1 يناير من عام 2008 قامت إحدى المجموعات على الفايبيوك بالإفصاح عن هوية ستيفاني رينجيل، تلك الفتاة التي قتلت في ولاية توريننتو والتي لم تكن أسترحتها قد أعطت تصريحاً لشرطة تورنتو بعد نشر اسمها أو أسماء المتهمين في القضية إلى وسائل الإعلام، وذلك على الرغم من انه يحظر نشر أسماء القصر الذين تتم إدانتهم في إحدى القضايا بموجب قانون العدالة الجنائية للأحداث وعلى الرغم من محاولات الشرطة وكذلك القائمين على الموقع الالتزام بقواعد الخصوصية عن طريق حذف اسم<sup>3</sup> الفتات، فإنهم قد لاحظوا صعوبة القيام بذلك حيث تتم إعادة نشر البيانات مرة أخرى كلما تم حذفها. ونظراً لطبيعة الفايبيوك التي تتيح دخول أي

---

<sup>1</sup> - حسن عماد المكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص189، 188.

فرد إليه، فان العديد من الدول قامت بحظر الدخول إلى المواقع ومن بينها سوريا وإيران ، وقد ذكرت الحكومة السورية أن قرار الحظر جاء استنادا إلى قيام البعض بالتحريض على شن هجمات ضد السلطات من خلال الموقع، إضافة إلى ذلك فان الحكومة السورية تخشى التسلل للشبكات الاجتماعية في سوريا، كما انه تم استخدام الفاييبوك من قبل بعض المواطنين السوريين لتوجيه الانتقادات إلى الحكومة حيث أن توجيه الانتقاد إلى الحكومة السورية يعد جريمة يعاقب عليها بالسجن، و في يوم 5 فيفري من عام 2007 تم إلقاء القبض على مواطن مغربي يدعى فؤاد مرتضى بتهمة إنشاء ملف زائف على الفاييبوك باسم موالى رشيد أمير المغرب.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - صلاح محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 222،223.

### 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: يوتوب، تويتر، فايسبوك ... و غيرها الظاهرة الأبرز في عالمنا اليوم التي أصبحت الأكثر شهرة واستخداما من قبل الأفراد، وهذا راجع لسهولة استخدامها والخصائص والمميزات والتطبيقات التي تتميزها، والتي قدمت للمستخدمين العديد من الخدمات ومكنتهم انب تفاعلوا مع مختلف المواضيع والقضايا داخل العالم الافتراضي، وفي المقابل على الرغم من الايجابيات التي تتحلى بها مواقع التواصل الاجتماعي إلا أنها لا تخلو من سلبيات وهذا ما تطرقنا اليه من خلال هذا الفصل.

# الفصل الرابع

## تحليل وتفسير النتائج

### تمهيد:

بعد تعرضنا لمختلف الجوانب النظرية في الفصل السابق والتي لها علاقة بموضوع دراستنا "مظاهر التعصب السياسي من خلال الفايسبوك لدى مستخدميه"، وسوف نتعرض في هذا الفصل إلى مناقشة وتحليل البيانات التي جمعت من مستخدمين الفايسبوك للطلبة الجامعيين بالأغواط حول مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالتعصب السياسي، وكذا علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالاتجاه نحوى التعصب وهذه المؤشرات شكلت محوري الاستمارة التي طبقت على أفراد العينة.

### المبحث الأول: تحليل الجداول.

#### 1- الجدول رقم (01): الجنس:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية. %
ذكر	24	48. %
أنثى	26	52. %
المجموع	50	100. %

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة الإناث بلغت 52 وبعدهد تكرارات 26 تكرار، بينما وصلت نسبة

الذكور إلى 48 وبعدهد تكرار وصل إلى 24 تكرار.

## الفصل الرابع: تحليل البيانات

وهذا راجع إلى طريقة التوزيع لأننا لم نوزع الاستمارة على المبحوثين ( ذكور، إناث ) بالتساوي لأن الذي يهمننا في بحثنا هو مدى تأثير الفيس بوك على الطلبة الجامعيين، ومن المتعارف عليه أيضاً أن فئة الإناث هي الفئة الأكثر انتشاراً في الوسط الجامعي.

### 02- الجدول رقم (02): المستوى التعليمي:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية %
ليسانس	33	66%
ماستر	17	34%
دكتوراه	00	00%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول نرى أن نسبة طلبة الليسانس وصلت إلى 66 وبتكرار 33، يليها طلبة الماستر بنسبة 34 وبتكرار 17، أما طلبة الدكتوراه فكانت النسبة منعدمة.

### 03- الجدول رقم (03): الانتماء الحزبي:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	08	16%

## الفصل الرابع: تحليل البيانات

لا	42	84%
المجموع	50	100%

يتبين من خلال الجدول أن نسبة 84 من أفراد العينة الإجمالية وبعدهد تكرارات 42 تكرار ليس لديهم

انتماء حزبي، في حين مثلت الفئة التي لديها انتماء حزبي نسبة 16 وبعدهد تكرارات 08 تكرار.

ويرجع ارتفاع نسبة الفئة التي ليس لها انتماء حزبي إلى غياب الميول السياسي أو ضعفه، فيما ترى الفئة

التي لديها انتماء حزبي بأن الانخراط في الأحزاب يسهل مهمة الوصول إلى الأهداف الموضوعية بعد التخرج

بالإضافة إلى كون الحزب يتيح فرصة خدمة الوطن.

تحليل الجداول وفق المتغير الأول: (الجنس).

### 04- الجدول رقم (04): الشبكات الأكثر استخدامات:

المتغيرات		الجنس		الخيارات	
		أنثى	ذكر		
المجموع		النسبة			
النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
فيس بوك	45	92.31%	24	87.5%	21
تويتر	00	00%	00	00%	00

يوتيوب	03	%12.5	02	%7.69	05	%10
المجموع	24	%100	26	%100	50	%100

بين لنا من خلال الجدول أن نسبة الطلبة الذين يستخدمون الفيس بوك هي 90٪ وبتكرار 45، منها 87.5٪ للذكور وبتكرار 21 و92.31٪ للإناث بتكرار 24، يليها اليوتيوب بنسبة تقدر بـ 10٪ وبتكرار 5، موزعة بين الذكور بنسبة 12.5٪ و7.69٪ للإناث، أما فيما يخص تويتر فكانت الإجابة منعدمة.

ويرجع ارتفاع نسبة الفيس بوك إلى شعبيته وسهولة الاستخدام ومميزاته.

#### 05- الجدول رقم (05): عدد الساعات التي تقضيها في التصفح:

المجموع		الجنس				المتغيرات
النسبة		أنثى		ذكر		الخيارات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%16	08	%11.54	03	%20.83	05	أقل من ساعة
%40	20	%30.77	08	%50	12	من 02 إلى 03 ساعات

أكثر من 04 ساعات	07	29.17%	15	57.69%	22	44%
المجموع	24	100%	26	100%	50	100%

أظهرت النتائج المتعلقة بعدد الساعات التي يقضيها المستخدم في التصفح في الفيس بوك بأن المشتركين يحرصون على قضاء أوقات مختلفة، حيث جاءت إجابة أكثر من أربع ساعات بالمرتبة الأولى ونسبة 44%. وبتكرار 22، حيث توزعت بين الإناث بنسبة 57.69٪، أما نسبة 40٪ وبتكرار 20 فكانت للأفراد الذين يتصفحون من 2- إلى 3 ساعات فقد كان للذكور منها 50٪ والإناث 30.7٪.

في حين نالت إجابة أقل من ساعة 16٪ وبتكرار 08، 83، 20٪ منها للذكور و11.54٪ للإناث. وهنا يمكن أن نقول أن ارتفاع نسبة إجابة أربع ساعات راجع إلى أهمية الموقع إليهم ولما يحققه من رغبات متنوعة كالتواصل مع الأصدقاء في مختلف الأماكن والتسلية والترفيه، وتبادل المعلومات كما يمكننا أن نقول أنهم وصلوا إلى حد الإدمان.

أما فيما يخص إجابة 02- إلى 03 ساعات فهذا راجع إلى الدور الذي يلعبه الفيس بوك في المجال التعليمي والثقافي، في حين احتلت أقل من ساعة المرتبة الأخيرة بسبب عدم تحييدهم للموقع أو ربما غياب الانترنت في المنزل.....إلخ.

06- الجدول رقم (06): الفترات المفضلة للتصفح:

المتغيرات		الجنس				المجموع
		أنثى		ذكر		
الخيارات	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
ظهراً	02%	01	3.85%	01	00%	00
مساءً	86%	43	80.77%	21	91.67%	22
المجموع	100%	50	100%	26	100%	24

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة 86% وبتكرار 43 أي الأغلبية الساحقة عادت للإجابة "مساءً"، حيث كان نصيب الذكور منها 91.67% في حين الإناث وصلت نسبتهم إلى 80.77%، أما فترة الصباح فوصلت نسبتها إلى 12% وبتكرار 06، 15.38% للإناث و8.33% للذكور، أما فيما يخص فترة الظهر فوصلت النسبة الإجمالية إلى 02% وبتكرار 01 حيث استحوذت عليها الإناث بنسبة 3.85% في حين كانت منعدمة عند الذكور.

يرجع سبب ارتفاع خيار فترة المساء لأنها الفترة التي يتفرغ فيها أغلبية المستخدمين للإنترنت، وبالنسبة لخيار الصباح فالبعض يفضلون التصفح صباحاً خاصة عندما تكون هناك ساعات فراغ، فقد أصبح الجميع يملكون هواتف ذكية وتقنية 3 جي و4 جي فتتيح لهم فرصة التصفح في ومن أي مكان تواجد فيه.

07- جدول رقم (07): طبيعة تفاعلك على موقع الفيس بوك:

المتغيرات		الجنس				المجموع
		أنثى		ذكر		
الخيارات		النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
التعليق على بعض الأنشطة		44%	22	46.15%	12	41.67%
نشر الصور		28%	14	38.46%	10	16.66%
التأييد أو المعارضة		28%	14	15.38%	04	41.67%
المجموع		100%	50	100%	26	100%

## الفصل الرابع: تحليل البيانات

من خلال الجدول نجد أن إجابة التعليق على بعض الأنشطة قد احتلت الصدارة بنسبة 44% بتكرار 22، حيث كان للذكور منها نسبة 41.67% والإناث 46.15%، أما فيما يخص نشر الصور والإعجاب قد استحوذتا على نفس النسبة 28% وتكرار 14.

ومن هذه النتائج يمكننا القول أن المستخدمين يفضلون التعليق على الأنشطة السياسية سواء كان هذا التعليق ساخراً، بناءً، أو ناقداً، المهم أن يخرج المستخدم مكتوباً ته ويعبر ويناقش.

جدول رقم (08): القضايا التي تساهم في إثارتها وإثرائها:

المتغيرات	الجنس		المجموع			
	الخيارات		النسبة			
	ذكر	أنثى	التكرار	النسبة		
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
المواضيع الساخر من السياسة	05	20.83%	06	23.07%	11	22%
الموالاتة الحزبية	08	33.33%	00	00%	08	16%
المعارضة للنظام الحاكم	04	16.67%	01	3.85%	05	10%
المشاركة في	07	29.17%	19	73.08%	26	52%

						الحوار
%100	50	%100	26	%100	24	المجموع

الملاحظ من خلال الجدول أن نسبة من أجابوا بالمشاركة في الحوار قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 52%. وبعدد تكرارات 26، حيث كان للإناث فيها نصيب 73.08%. ولكن الذكور وصلت نسبتهم إلى 29.19%. أما من أجابوا على المواضيع الساخرة من السياسية فوصلت نسبتهم الإجمالية إلى 20% وبتكرار 11، توزعت بين الذكور بنسبة 20.83% والإناث بنسبة 23.07%. أما فيما يخص الموالاة الحزبية فكانت نسبتها الإجمالية 16% وبتكرار 08، حيث كان للذكور الأغلبية الساحقة بنسبة 33.33% وبتكرار 08، في حين كانت نسبة الإناث منعدمة، وأخيرا إجابة المعارضة للنظام بنسبة 10% وبتكرار 05.

نلاحظ من خلال النسب أن ارتقاء نسبة المشاركة في الحوار وهذا راجع لأن المستخدمين من الفئة المثقفة والتي ترغب دوما في إبداء آرائها عن طريق النقاش والحوار.

أما عن الطلبة الذين أجابوا عن المواضيع الساخرة من السياسية فلم تتعدى نسبتهم 22% وذلك بسبب الخوف من المسائلة القانونية وهو نفس الشيء بالنسبة للمعارضة للنظام الحكم.

في حين كانت نسبة الموالاة الحزبية منخفضة وهذا ربما راجع لفقدان الأحزاب المصادقية وعزوف المستخدمين عن التنظيمات الحزبية.

08- جدول رقم (09): مساهمة الفيس بوك في الميل لظاهرة التعصب السياسي لديك بالقضايا

المحلية والإقليمية والعالمية:

المتغيرات		الجنس				المجموع
		أنثى		ذكر		
الخيارات	النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
لا	24%	12	23.08%	06	25%	06
المجموع	100%	50	100%	26	100%	24

الملاحظ من نتائج الجدول أن إجابة المستخدمين كانت متباينة، حيث نجد أن نسبة 76٪ وبتكرار 38 أجابوا ب"نعم" حيث توزعت هذه النسبة على الذكور بنسبة 75٪ والإناث بنسبة 76.92٪، بينما هناك نسبة 24٪ من المستخدمين الذين أجابوا ب"لا" كما توزعت أيضا هذه النسبة بين الذكور بنسبة 25٪ والإناث بنسبة 23.08٪.

وهذا راجع للدور الفعال الذي يلعبه الفيس بوك في زيادة التعصب للأوضاع السياسية للمجتمع المحلي والإقليمي والعالمي، في حين يرى من أجابوا بلا أن الفيس بوك موجود لربط علاقات صداقة فقط.

09- جدول رقم (10): كيفية تشكيل التعصب السياسي عند استخدام الفيس بوك.

المجموع		الجنس				المتغيرات
النسبة		أنثى		ذكر		الخيارات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
42%	21	50%	13	33.33%	08	الاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها
26%	13	23.08%	06	29.17%	07	تقديم معلومات
32%	16	26.92%	07	37.5%	09	التعليق وإبداء الرأي
100%	50	100%	26	100%	24	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 42% وبتكرار 21 من النسبة الإجمالية ترى بأن التعصب السياسي يتشكل من خلال الاحتكاك بالصفحات، حيث نجد أن نسبة الذكور المؤيدة لهذه الإجابة وصلت إلى 33.33% و50% من الإناث، أما بالنسبة للتعليق وإبداء الآراء فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة 32%.

وبتكرار 16، 37.5٪ منها للذكور و26.92٪ للإناث، في حين جاءت إجابة تقديم معلومات في المرتبة الأخيرة بنسبة 26٪ منها 29.17٪ للذكور و23.08٪ للإناث.

أي أن التعصب السياسي يتشكل من خلال الاحتكاك بالصفحات السياسية والدخول في نقاشات مع الأعضاء واستسقاء معلومات منها عن طريق طرح الأسئلة والحصول على إجابات، أما فيما يخص التعليق وإبداء الرأي فهي أيضاً طريقة لإظهار التعصب وذلك يكون سواء بالمعارضة أو الموالاة، النقد.... الخ، نفس الشيء بالنسبة لتقديم المعلومات والتأكد من صحتها وإثرائها من قبل الناقد.

10- جدول رقم (11): التعبير عن الرأي: إلكترونياً أو عن طريق الحوار المباشر.

المتغيرات		الجنس		الخيارات		
		أنثى	ذكر			
النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
42%	21	38.46%	10	45.83%	11	إلكترونياً
54%	27	53.85%	14	54.17%	13	الحوار المباشر
04%	02	7.69%	02	00%	00	معاً
100%	50	100%	26	100%	24	المجموع

بعد معاينتنا للجدول نرى بأن نسبة 54٪ وبتكرار 27 من أفراد العينة الإجمالية ترى بأن الحوار المباشر هو أفضل طريقة للتعبير عن الرأي، حيث كانت نسبة الذكور المثوية لهذه الإجابة 54.17٪ و53.85٪ للإناث، في حين جاءت الإجابة "إلكترونيًا" في المرتبة الثانية بنسبة 42٪ وبتكرار 21، 45.83٪ منها للذكور و38.46٪ للإناث، أما فيما يخص الإجابة "معاً" فقد نالت نسبة 04٪ وبتكرار 02 استحوذت عليها الإناث بنسبة 7.69٪ في حين كانت النسبة منعدمة عند الذكور.

ويرجع سبب ارتفاع نسبة الحوار المباشر لتفضيل المستخدمين النقاشات السياسية المباشرة كالمؤتمرات، المحاضرات والملتقيات ويرون بأنها أكثر فعالية لتحقيق المبتغى بالإضافة إلى تميزها بالشفافية والمصادقية والوصول إلى الأهداف المحددة.

#### 11- جدول رقم (12): استخدام الفيس بوك في السياسة.

المتغيرات		الجنس				المجموع
الخيارات		أنثى		ذكر		النسبة
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
تطور في مجال	السياسة	12	50%	08	30.77%	20
فشل في السياسة		08	33.33%	14	53.85%	22
						44%

المباشرة						
زيادة في حدة التعصب	04	%16.67	04	%15.38	08	%16
المجموع	24	%100	26	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 44% وبتكرار 22 ترى بأن استخدام الفيس بوك في السياسة هو فشل في السياسة المباشرة، حيث نجد أن نسبة 53.85% من الإناث و33.33% من الذكور اختاروا هذه الإجابة، في حين نالت الإجابة "تطور في مجال السياسة" نسبة 40% وبتكرار 20 حيث استحوذ الذكور على نسبة 50% والإناث على نسبة 30.77%، أما فيما يخص الإجابة "زيادة في حدة التعصب" فكانت نسبتها 16% وبتكرار 08، و16.67% منها للذكور و15.38% منها للإناث.

ويرجع حصول إجابة "فشل في الإجابة المباشرة" على أعلى نسبة إلى فشل الدولة أو السلطة في سياستها الموجهة إلى المواطنين عامة والمستخدمين الفايسبوك بشكل خاص التي تعتمد على وسائل الإعلام التقليدي كجسر يربط بين الدولة والمواطن، وعدم القدرة على معرفة اتجاهات الشعب والرأي العام وذلك راجع لعزوف الطلبة عن وسائل الإعلام التقليدية والتوجه نحو الفيسبوك وبالتالي عوضت الدولة إخفاقها في السياسة المباشرة بالاعتماد على الفيس بوك في المجال السياسي.

13- جدول رقم (13): الفيس بوك وتعميق الشعور بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية.

المجموع		الجنس				المتغيرات
النسبة		أنثى		ذكر		الخيارات
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
38%	19	34.62%	09	41.67%	10	نعم
62%	31	65.38%	17	58.33%	14	لا
100%	50	100%	26	100%	24	المجموع

أظهرت نتائج الجدول أن نسبة 62% وبتكرار 31، ترى بأن الفيس بوك لا يعمق الشعور بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية، حيث كانت نسبة الذكور في هذه الإجابة 58.33% أما الإناث فكانت نسبتهم 65.38%، في حين نالت الإجابة "نعم" نسبة 38% وعدد تكرارات وصل إلى 19 تكرار، حيث توزعت هذه النسبة على الذكور 41.67% و34.62% للإناث.

فيما يخص الفئة التي تنفي دور الفيس بوك في تعميق الشعور بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية ترى بأن معلومات الفيس بوك فاقدة للدقة والوضوح، كما أنه لا يهتم بتحليل المعلومات عكس الإعلام التقليدي ولا يقدم معلومات سياسية دقيقة.

14- جدول رقم (14): مساهمة الفيس بوك ومواضيعه السياسية في إنماء التعصب.

المتغيرات		الجنس				المجموع
الخيارات		أنثى		ذكر		النسبة
النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
نعم	17	46.15%	12	70.83%	29	58%
لا	07	53.85%	14	29.17%	21	42%
المجموع	24	100%	26	100%	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 58% من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 29 قد أجابوا بـ "نعم"، حيث كان للذكور منها نسبة 70.83% و 46.15% للإناث، أما نسبة المستخدمين الذين أجابوا بـ "لا" فوصلت إلى 42% وبتكرار 21 حيث توزعت كالتالي: 29.17% للذكور، 53.85% للإناث.

أن هذه النتائج تدفع بنا إلى القول بأن موقع الفيس بوك يقدم معلومات سياسية بكم هائل، أي أن الفيسبوك يساهم في مواضيعه السياسية في إنماء التعصب هذا فيما يخص لمن أجابوا بـ "نعم"، أما بالنسبة لمن أجابوا بـ "لا" فيرون بأن الفيس بوك يمتاز بجرية الرأي وأن هذا الموقع يفتقد للمصداقية لذا لا يمكن أن يزيد من التعصب السياسي.

15- جدول رقم (15): كيفية تجلي ذلك إذا كانت الإجابة ب"نعم".

المتغيرات		الجنس				المجموع
الخيارات		أنثى		ذكر		النسبة
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
قراءة ما بين	الأسطر	08	%27.59	03	%29.41	05
معرفة الخلفية	السياسية	13	%44.82	05	%47.06	08
إدراك الأفكار	والإيديولوجيات السياسية	08	%27.59	04	%23.53	04
المجموع		50	%100	26	%100	24

بعد معاينتنا للجدول نجد أن نسبة 44.82% من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 13 ترى بأن معرفة الخلفية السياسية هي الإجابة المثالية، حيث اختار 46.06% من الذكور و41.67% من الإناث هذه الإجابة، في حين نالت الإجابتين "قراءة ما بين الأسطر" و "إدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية" نفس النسبة 27.59% ونفس التكرار 08.

ومن هنا يمكن أن نقول أن معظم المستخدمين يرون بأن التعصب ينتج من خلال معرفة الخلفية السياسية، كما تتجلى هذه الخلفية عن طريق الموقع "فيس بوك"، وتكون هذه المعرفة في السير في أغوار النصوص والتحليلات والنقاشات ومحاوله الوصول إلى المعرفة الحقة والأهداف الباطنية، لأنه ليس بالشكل تعرف الأشياء.

16- جدول رقم (16): الوسيلة المعتمد عليها للحصول على المعلومات والأخبار السياسية.

المتغيرات		الجنس				المجموع
		أنثى		ذكر		
الخيارات		النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
فيس بوك		72%	36	73.08%	19	70.83%
إعلام تقليدي		28%	14	26.92%	07	29.17%
المجموع		100%	50	100%	26	100%

من خلال الجدول نلاحظ أن الوسيلة المعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية هي الفيس بوك، حيث نالت الإجابة 72% بتكرار 36، 70.83% منها ذكور و73.08% للإناث، في حين نالت إجابة الإعلام التقليدي 28% وبتكرار 14، حيث توزعت على الذكور بنسبة 29.17% وللإناث بنسبة 26.92%.

وهذا راجع لما يتميز به الفيس بوك من سرعة وأنية التفاعل، بالإضافة إلى الحرية المطلقة عكس الإعلام التقليدي الذي يعتبر مقيد وافتقاده للتفاعلية والمصداقية.

17- جدول رقم (17): الفيس بوك والتضليل الإعلامي نحوى القضايا السياسية.

المتغيرات		الجنس		الخيارات	
		أنثى	ذكر		
المجموع		النسبة			
النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم	27	34.62%	09	75%	18
لا	23	65.38%	17	25%	06
المجموع	50	100%	26	100%	24

الملاحظ على هذا الجدول أن نسبة من أجابوا ب"نعم" وصلت إلى حد 54% بتكرار 27، تليها نسبة 46% لفئة من أجابوا ب"لا" وبتكرار 23، حيث نجد أن 75% من الذكور أجابوا ب"نعم" من إجاباتهم الإجمالية و25% أجابوا ب"لا"، أما الإناث فنسبة 34.62% منهن أجبن ب"نعم" و65.38% أجبن ب"لا".

نجد أن معظم أفراد العينة يؤكدون على أن الفيس بوك يقوم بالتضليل الإعلامي نحوى القضايا السياسية، وذلك لما يروجه من معلومات وأخبار قد تكون غير صحيحة وتفتقد للمصداقية بهدف الوصول إلى أهداف

شخصية، فكثير من الأخبار تعتمد على المغالطات المنطقية حيث يقوم القائم بالدعاية عبر الفيس بوك باستخدام عبارات مقنعة وإن كانت غير سليمة أو واقعية، وهذا يتم النفوذ إلى العقل الباطن والتأثير اللاواعي على اهتمامات المتلقي ورغباتهم ثم توجيهها وفق مصالح النخبة.

18- جدول رقم (18): تغيير الموقف إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيس بوك.

المتغيرات		الجنس				المجموع
		أنثى		ذكر		
الخيارات	النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
لا	52%	26	46.15%	12	58.33%	14
المجموع	100%	50	100%	26	100%	24

ما نلاحظه من خلال الجدول أن نسبة 52% من أفراد العينة وبتكرار 26 لم يغيروا موقفهم إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيس بوك، حيث نجد أن نسبة الذكور الذين اختاروا هذه الإجابة وصلت إلى 58.33% أما الإناث فكانت نسبتهم 46.15%. في حين كانت نسبة 48% لمن أجابوا ب «نعم»، 41% منها للذكور و53.85% للإناث.

أي أن معظم أفراد العينة يقرون بأن الفيس بوك ساهم في تغيير موقفهم إزاء بعض القضايا السياسية وذلك بناء على المعلومات التي يتوافر عليها "الفيس بوك"، كما أنه يؤثر على فهم الأفراد للمواقف والحكم على الأشياء.

19- جدول رقم(19): قرار الانضمام إلى حزب ما إزاء نقاشات سياسية على الفيس بوك.

المتغيرات		الجنس		الخيارات	
		أنثى	ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم	08	%33.33	00	%00	08
لا	16	%66.67	26	%100	42
المجموع	24	%100	26	%100	50

في هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة وبنسبة 84% وبتكرار 42 يرون أن الفيس بوك ونقاشاته السياسية ليست بالسبب الكافي للالتحاق بالأحزاب والانضمام إليها، حيث توزعت هذه النسبة على الذكور بنسبة 66.67% و100% للإناث، في حين نالت الإجابة "نعم" 16% وبتكرار 08 استحوز عليها الذكور بنسبة 33.33% لأن الإناث كانت نسبتهم منعدمة.

وفي هذا الصدد نقول أن الأغلبية الراضية ترى بأن عدم الانخراط في الأحزاب راجع لعدم وضوح أهدافهم وكذا توجه الحزب إيديولوجيا، كذلك طبيعة استخدام الموقع اجتماعيا وثقافيا أكثر منه سياسيا.

20- جدول رقم (20): قرار الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفيس بوك.

المتغيرات		الجنس		الخيارات	
		أنثى	ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم	07	07.69%	02	20.83%	05
لا	43	92.31%	24	79.17%	19
المجموع	50	100%	26	100%	24

يوضح الجدول أن نسبة 86% من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 43 لم يقرروا يوما الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفيس بوك، حيث نجد أن نسبة 79.17% من الذكور أجابوا ب"لا" أما الإناث اللواتي أجبن ب"لا" فكانت نسبتهم 92.31%، أما فيما يخص الإجابة ب"نعم" فقد نالت نسبة 14%، 20.83% منها ذكور و79.69% للإناث.

وفي هذا الصدد نجد أن من أجابوا ب"لا" أنهم كانوا راضين للانتخابات والفيس بوك زاد من رفضهم وخفض من رغبتهم في الاقتراع وذلك عن طريق المنشورات المتداولة، مثال ذلك: إن البرلمانين موجودون

لنهب أموال الدولة والشعب وخدمة صالحهم الخاص لا خدمة الشعب (تزامن فترة الدراسة مع الانتخابات التشريعية).

أما فيما يخص من أجابوا ب"نعم" فهم قد غيروا موقفهم من الرفض إلى زيادة الرغبة في المشاركة الانتخابية وذلك تأثراً بما ينشر في الفيس بوك من حملات تحسيسية ومقالات تؤكد على ضرورة الانتخاب والحفاظ على الوطن.....الخ



# الاستنتاج العام

### الاستنتاج العام:

بعد عرضنا للجانب المنهجي والنظري من دراستنا، وكذا تحليل وتفسير البيانات المستقاة من أجوبة المبحوثين وخلصت الدراسة إلى نتائج نعرضها كالتالي:

- أن غالبية المستخدمين ليس لديهم انتماء في حين الأقلية التي وجدناها كانت مصادفة للانتخابات التشريعية.
- وجدنا أن غالبية أفراد العينة تعتمد على الفيس بوك، حيث يعتبر أكثر موقع للتواصل الاجتماعي استخداماً.
- أظهرت البيانات الإحصائية أن معظم أفراد العينة تقضي أكثر من أربع ساعات في تصفح الموقع وذلك خلال الفترة المسائية.
- ساهم الفيس بوك في إدراج التعصب السياسي والتعرف بالقضايا المحلية والعالمية لدى غالبية المستخدمين وذلك من خلال المضامين السياسية المتداولة عبر صفحات الفيس بوك.
- غالبية المستخدمين يقولون بأن استخدام الفيس بوك في السياسة هو عبارة عن تدارك لما أصبحت عليه السياسة المباشرة، فقد أصبحت تعاني من الفشل وغياب المصداقية.
- أجمع أغلبية المستخدمين على أن الفيس بوك هو الوسيلة المعتمدة عليها في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية، لما يتميز به من سرعة وأنية ومتوفر في كل وقت وزمان، كذلك عوض الإعلام التقليدي من حيث زيادة المعرفة، فكما نلاحظ صارت الأحزاب اليوم تعتمد وبشكل كبير على الفيس بوك للترويج لبرامجها وأفكارها، وذلك راجع لجملة من الأسباب نذكر منها: التنوع في المعلومات، السرعة والمرونة، سهولة الاستخدام، أهمها القدرة على التعرف على أهم الآراء.

# الخاتمة

### الخاتمة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية، وقد غيرت كثيراً من ملامح العالم حيث جعلته قرية صغيرة، فعلى الرغم من أنها أنشئت للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، إلا أنها تعددت لإحداث التغيير في البيئة الاجتماعية والاقتصادية وامتدت أيضاً لتشمل النشاط السياسي، من خلال تداول المعلومات الخاص بالأحداث والقضايا السياسية.

هنالك ندرة ملحوظة في دراسات التعصب في مجال الإعلام والاتصال، مما تسبب في عدم فهم ظاهرة التعصب في المنظمات المعاصرة من حيث أسبابها والعوامل المؤثرة فيها وآثارها فضلاً عن أساليب تخفيض مستويات التعصب في تلك المنظمات، لاسيما أن مواقع التواصل الاجتماعي تتأثر منطلقاتها وأساليبها وفعاليتها بالمنظومة الثقافية للمجتمع العربي التي تنتظم القيم الدينية والتقاليد العربية السائدة وطبيعة التركيبة الاجتماعية؛ وتتمحور مشكلة الدراسة حول استكشاف أهم أبعاد التعصب وما يرتبط بها من الظواهر والعوامل التي قد تسبب في إيجاده أو استفحاله داخل البيئة الإعلامية عموماً وفي مواقع التواصل الاجتماعي على وجه التحديد. وتستهدف هذه الدراسة في علم الباحث - تعميق فهمنا لظاهرة التعصب في سياق مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً في حقل الإعلام والاتصال، عبر استكشاف أهم أبعاد تلك الظاهرة، باعتبارها ظاهرة "مسكوتاً عنها" في العالم العربي، وبشكل أكثر تحديداً تستهدف هذه الدراسة إيضاح أهمية دراسة تلك الظاهرة في البيئة السياسية والتعريف بالأدبيات العلمية المتخصصة لتشجيع الجهود البحثية لتلك الظاهرة، وتحديد ماهية التعصب وأشكاله واتجاهاته؛ بما يسهم في بلورة إطار نظري لدراسات تطبيقية لظاهرة التعصب في مجال الإعلام، واقتراح منهجية علمية ملائمة لدراسة تلك الظاهرة، واستعراض أهم العوامل

الشخصية والمعرفية والديموغرافية ذات العلاقة بظاهرة التعصب وتحديد مستويات تأثيراتها المحتملة في إيجاد أو تكريس التعصب في المواقع الاجتماعية والسياسية؛ بالإضافة إلى بلورة مادة علمية حول أبعاد تلك الظاهرة.

وخلاصة القول إن كافة أشكال التعصب أو التطرف تتوقف أساساً على استعداد الفرد أو الجماعة لقبول هذه الظاهرة أو المفهوم أو السلوك الذي يقترن مع نجاحه في حل المشكلة الاجتماعية وبالتالي تتشكل وتبرز أساليب للتعامل مع قضايا الحياة المتعددة، ويكون الخطأ حينها صحيحاً، ويسير عليه الناس...





# قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب.

مراجع اللغة العربية:

- 1) أشرف إبراهيم سليمان، مبادئ القانون الدستوري دراسة موجزة عن القانون الدستوري والنظم السياسي، ط1، 2015، القاهرة، ص48
- 2) باسر حضير البياني، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014.
- 3) حسن عماد المكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 4) حسنين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، د.ط، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014.
- 5) خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النقاش للنشر والتوزيع، عمان، 2010
- 6) د. وديع العززي: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، صنعاء، د.ط، د.س.
- 7) رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر، 2007

- (8) سعاد عيساني، أولويات الأساتذة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014.
- (9) صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- (10) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- (11) عمار بوحوش ومحمد محمود ذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص80.
- (12) فاطمة عوض صابر، ميرفت خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 2002.
- (13) فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- (14) كاظم المقدادي، الإعلام الدولي الجديد وتصعد السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- (15) المحكم والمحيط الأعظم في اللغة، لابن سيده، تحقيق مجموعة من المحققين، القاهرة، معهد المخطوطات العربية
- (16) محمد منتصر، شعبان حلاسة، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، رسالة استكمالات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013.

- (17) مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة  
الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن
- (18) مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار للنشر  
والتوزيع، الأردن، 2013، ص64.
- (19) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، دار القصة  
للنشر، 1997.
- (20) وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء  
النشر، السودان، 2011.

ثانيا: المعاجم والقواميس:

- (21) المحكم والمحيط الأعظم في اللغة، لابن سيده، تحقيق مجموعة من المحققين، القاهرة، معهد  
المخطوطات العربية.
- (22) ابن المنظور، جمال الدين ابن منظور (1414هـ). لسان العرب. بيروت: دار صادر
- (23) معجم المعاني الجامع، 2020/05/20.

ثالثا: المواقع الإلكترونية:

24. إيمان الحيارى: مفهوم الثقافة السياسية، <http://mawdoo3.com>
25. د. حنا عيسى: صدى الإعلام <https://www.sadaa.ps/?p=89988>، تاريخ  
الدخول: 25/05/2020، على الساعة: 11:50.

26. موقع الدكتور زايد الطيب، [https://ejtema3e.com/works-by-](https://ejtema3e.com/works-by-others/13-2013-07-28-15-12-45.html)

[others/13-2013-07-28-15-12-45.html](https://ejtema3e.com/works-by-others/13-2013-07-28-15-12-45.html)

27. ناجي الغزي: مفهوم التنشئة السياسية،

<http://www.djazaiss.com/elayam/40273>

رابعا: المراجع الأجنبية:

28. Leonard Berkowitz. Elaine Ed Walster (2010). Advances in experimental socail. Psychology. USA. Academic press.

Page 63-113. Part 9.

29. edited. T.H. Eriksen (1993) Ethnicity and nationalism.

Sterling. Pluto Press. Page 1-5

30. D.M Newmen (2012). Sociology. Exporing the architecture of everyday life. Los. Angeles. Saga. Page. 405.

Part

31. john hunter (2003). « Ingroup favoring allocations and domain specific self esteem in the minimal

32. [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) .





الملاحق

جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة

قسم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة



استمارة استبيان بعنوان:

## مظاهر التعصب السياسي من خلال الفيس بوك

دراسة على عينة من مستخدمي الفيسوك للطلبة الجامعيين بجامعة الأغواط

في إطار التحضير لمذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

إشراف:

د. النوعي عبد القادر

إعداد:

يعقوبي بلال

صيلع عبد اللطيف

ملاحظة: أخي نرجو منكم ملاءمة الاستمارة وهذا من أجل مساعدتنا في هذه الدراسة، كما نعلم سيادتكم أن المعلومات المقدمة من

طرفكم تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط، وشكراً لتعاونكم.

الموسم الجامعي: 2019\2020

المحور الأول: بيانات شخصية.

1- الجنس: ذكر  أنثى

2- المستوى التعليمي:

ليسانس  ماجستير  دكتوراه

3- هل لديك أي انتماء حزبي؟

نعم  لا

المحور الثاني: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المستخدمين يزيد من النزعة السياسية؟

4- أي من هذه الشبكات الأكثر استخداما عندك؟

- الفايسبوك
- التويتر
- اليوتوب

5- ما هو عدد الساعات التي تقضيها في تصفح الموقع؟

- أقل من ساعة
- من 2 إلى 3 ساعات
- أكثر من 4 ساعات

6- ما هي الفترات المفضلة لديك للتصفح؟

- الصباح
- الظهيرة

المساء •

7- ما هي طبيعة تفاعلك على موقع الفيسبوك ؟

التعليق على بعض الأنشطة •

نشر صور •

الاعجاب •

8- حسب أولويتك أي من هذه القضايا السياسية التي تساهم في إثارتها وإثرائها ؟

المواضيع الساخرة من السياسة •

الموالاة الحزبية •

المعارضة للنظام الحاكم •

المشاركة في الحوار •

9- هل يساهم الفيسبوك في الميل لظاهرة التعصب السياسي لديك بالقضايا المحلية والإقليمية

والعالمية ؟

نعم •  لا

10- يتشكل التعصب السياسي عند استخدام الفيسبوك من خلال ؟

الاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها •

تقديم المعلومات •

التعليق وإبداء الآراء •

11- أيهما أفضل أن تعبر عن رأيك الكترونياً أو عن طريق الحوار المباشر؟

- الكترونياً
- الحوار المباشر
- كلاهما معاً

12- هل ترى بأن استخدام الفيس بوك في السياسة هو؟

- تطور في مجال السياسة
- فشل في السياسة المباشرة
- زيادة في حدة التعصب

13- هل عمق الفيسبوك شعورك بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية؟

- نعم
- لا

14- هل ساهم الفيسبوك ومواضيعه السياسية في إنماء التعصب لديك؟

- نعم
- لا

15- إذا كانت إجابتك (نعم) كيف يتجلى لك ذلك؟

- معرفة الخلفية السياسية
- قراءة بين الأسطر
- إدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية

المحور الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي تتنافس وسائل الإعلام التقليدية من حيث كونها مصدر

للمعلومات.

16- ما هي الوسيلة التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بالأحداث

السياسية؟

• الفاييسبوك  الإعلام التقليدي

17- حسب رأيك هل يقوم الفاييسبوك بالتضليل الإعلامي نحو القضايا السياسية؟

• نعم  لا

18- هل حدث وإن غيرت موقفك إزاء قضية ما بسبب معلومات وردت في موقع الفيسبوك؟

• نعم  لا

19- هل أثرت فيك النقاشات السياسية على موقع الفاييسبوك وقررت الانضمام إلى حزب ما؟

• نعم  لا

20- بناء على ما ورد في الفاييسبوك من معلومات سياسية هل قررت أن تنتخب بسببها؟

• نعم  لا