

جامعة مولود معمري تيزي وزو  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية  
فرع علوم الإعلام والاتصال



بعنوان:

دور الفاسبوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى  
الطالب الجامعي في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

دراسة وصفية تحليلية على عينة من طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال  
تخصص: إتصال جماهيري

تحت إشراف الأستاذة:

د. تكلال سميرة

من إعداد الطالبتين:

- سلوة واكد  
- صارة سعدي

السنة الجامعية: 2025/2024

شكر وتقدير:

أولا وقيل كل شيء،

نحمد الله على نعمته التي وهبنا إياها و على واسع فضله و على توفيقه لي في اتمام هذا  
العمل

كما اود ان اعبر عن خالص شكري للأستاذة الفاضلة تكلال سميرة،

على ما بذلته من جهد كبير وتوجيهات قيّمة طيلة فترة إنجاز هذه المذكرة..

## الاهداء:

بفضل الله والشكر له،

تتحقق الخيرات اهدي انتاجي هذا الى والدي الأعماء والى اخوتي

وأخيرا اهدي هذا لكافة افراد عائلتي وأصدقائي،

كل باسمه،

ولكل من ساعدني حتى بكلمة

## الإهداء

في هذه اللحظة المميزة من حياتي اود ان اعبر عن أعمق مشاعر الانتنان والتقدير لكل من كان له الفضل بعد الله في وصولي الى هذه المرحلة اهدي تخرر أولا الى والدي العزيزين الذين كان السند والداعم الأول لي ولا انسى صديقي الوفي، الذي كان رفيق الدرب، ومصدر التشجيع والدعم النفسي و المعنوي في كل مراحل الدراسة فشكرا له على وقوفه بجاني في كل الأوقات، في الفرح و التعب في الفشل و النجاح لكم جميعا اهدي هذا التخرج، فهو ثمرة حبطم ودعمكم وايمانكم بي

## خطة البحث

### مقدمة

-الايطار المنهجي.

- الإشكالية وتساؤلات الدراسة

-أسباب اختيار الموضوع

-أهداف الدراسة

-اهمية الدراسة

-المفاهيم الأساسية للدراسة

- منهج الدراسة وادواته

- مجتمع البحث وعينة الدراسة

-الخلفية النظرية

- الدراسات السابقة

الايطار النظري.

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع: اهمية مواقع التواصل الاجتماعي

## الفصل الثاني: الاتصال السياسي ومواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: مفهوم ونشأة الاتصال السياسي

المبحث الثاني: وظائف الاتصال السياسي

المبحث الثالث: التأثير المتبادل بين الاتصال والسياسة

المبحث الرابع: واقع الاتصال السياسي في الجزائر

المبحث الخامس: موقع فيسبوك كقناة للاتصال السياسي في الفضاء الافتراضي

المبحث السادس: الخطاب السياسي عبر موقع الفاسبوك

المبحث السابع: أهمية موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك الجانب السياسي

## الفصل الثالث: الراي العام ومواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: مفهوم الراي العام

المبحث الثاني: نشأة الراي العام

المبحث الثالث: خصائص الراي العام

المبحث الرابع: أساليب الراي العام

المبحث الخامس: تطور الراي العام مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث السادس: وظائف تكون الراي العام

المبحث السابع: دور الفاسبوك في تشكيل الراي العام

## الفصل الرابع: الاطار المفاهيم للمشاركة السياسية

المبحث الأول: مفهوم المشاركة الانتخابية

المبحث الثاني: أنواع المشاركة الانتخابية

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة غفي المشاركة الانتخابية

المبحث الرابع: دور المشاركة الانتخابية في تعزيز الديمقراطية والتعددية السياسية

المبحث الخامس: أهمية المشاركة الانتخابية

الايطار التطبيقي.

1.التحليل الاحصائي للنتائج

1-1 التحليل الكمي و الكيفي للجداول البسيطة .

1-2 التحليل الكمي و الكيفي للجداول المركبة

2.عرض النتائج.

1-2 النتائج الجزئية

2-2 النتائج العامة

خاتمة

## ملخص باللغة العربية

في ظل التحوّلات المتسارعة التي شهدتها مجال الإعلام والاتصال، برز الفايسبوك كفاعل أساسي في المشهد السياسي، نظراً لما يوفره من فضاءات للنقاش، والتعبير الحر، والوصول السريع للمعلومات. وقد تجاوزت هذه المنصة دورها الترفيهي لتُصبح أداة فعّالة في التأثير على الرأي العام، لا سيّما لدى فئة الشباب الجامعي، التي تُعدّ من أكثر الفئات استخداماً لهذا الفضاء الرقمي، ووفقاً لما سبق ذكره قمنا بطرح الإشكالية التالية كيف ساهم استخدام موقع "فيسبوك" في تفعيل المشاركة السياسية لدى طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية لسنة 2024؟

وقد تفرّغت منه مجموعة من التساؤلات الفرعية ومنها:

- ما هي دوافع وأنماط استخدام طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو لموقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك في استقاء معلوماتهم حول المشاركة السياسية للانتخابات الرئاسية لعام 2024؟
  - هل يساهم موقع الفاسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة بجامعة مولود معمري تيزي وزو؟
  - كيف يتفاعل الطلبة بجامعة مولود معمري تيزي وزو مع المحتويات السياسية اثناء الانتخابات الرئاسية 2024؟
  - كيف يؤثر موقع الفاسبوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى الطلبة بجامعة مولود معمري تيزي وزو؟
- وقد اعتمدنا على المنهج المسحي الذي يُعدّ من أكثر المناهج استخداماً في الدراسات الوصفية، لما يوفره من إمكانيات في جمع البيانات وتحليلها كمياً ووصفياً. وقد استخدمنا أداة الاستبيان التي تم تصميمها وتقسيمها إلى خمسة محاور رئيسية لجمع المعطيات المتعلقة بموضوع الدراسة. وتم تطبيق هذا الاستبيان على عينة من طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو، حيث تم اختيار العينة القصدية والمقدّرة بـ 120 مفردة من مجتمع الدراسة.

ومن اهم النتائج التي توصلنا اليها:

- تأثير الزملاء والبيئة الجامعية يُعزّز الاعتماد على فيسبوك كمصدر رئيسي للمعلومات
- السعي الى تكوين قرار انتخابي واع ومستنير من خلال مقارنة الآراء والبرامج
- الرغبة في متابعة الشأن العام ومستقبل البلاد تدفع الطلبة لاستيقاء المعلومات عبر الفايسبوك
- سرعة الوصول الى الاخبار العاجلة تجعل المنصة أداة مفضلة عند ظهور المستجدات

**الكلمات المفتاحية:** الفايسبوك، الطلبة الجامعيين، المشاركة السياسية

## ملخص باللغة الإنجليزية

Communication, Facebook s'est imposé comme un acteur central dans la scène politique, en raison des espaces qu'il offre pour le débat, la libre expression et l'accès rapide à l'information. Ce réseau social a dépassé sa fonction initiale de divertissement pour devenir un outil efficace d'influence de l'opinion publique, notamment auprès des jeunes universitaires, qui comptent parmi les usagers les plus actifs de cet espace numérique.

Conformément à ce qui précède, nous avons posé la problématique suivante :  
Comment l'utilisation de Facebook a-t-elle contribué à activer la participation politique des étudiants de l'Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou lors de l'élection présidentielle algérienne de 2024 ?

De cette problématique découlent plusieurs questions secondaires :

- Quels sont les motifs et les modes d'utilisation de Facebook par les étudiants de l'Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou pour s'informer sur la participation politique à l'élection présidentielle de 2024 ?
- Facebook contribue-t-il à la formation de la conscience politique chez les étudiants de cette université ?
- Comment ces étudiants interagissent-ils avec les contenus politiques pendant l'élection présidentielle de 2024 ?
- De quelle manière Facebook influence-t-il l'activation de la participation politique des étudiants de l'Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou ?

Nous avons adopté la méthode de l'enquête, qui est l'une des plus utilisées dans les études descriptives, en raison de sa capacité à collecter et à analyser des données de manière quantitative et descriptive. L'outil principal utilisé est le questionnaire, conçu et structuré en cinq axes principaux pour recueillir les données liées au sujet de l'étude. L'enquête a été menée auprès d'un échantillon d'étudiants de l'Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, en utilisant un échantillonnage raisonné, composé de 120 individus.

Parmi les résultats les plus importants obtenus :

- L'influence des camarades et de l'environnement universitaire renforce l'usage de Facebook comme source principale d'information.
- Le désir de former une opinion électorale éclairée pousse les étudiants à comparer les opinions et les programmes politiques.
- La volonté de suivre les affaires publiques et l'avenir du pays incite les étudiants à s'informer via Facebook.
- La rapidité d'accès aux nouvelles urgentes fait de la plateforme un outil privilégié en cas de nouveautés.

**Mots-clés : Facebook, étudiants universitaires, participation politique**

# مقدمة

مقدمة:

عرف العالم في السنوات الأخيرة طفرة تكنولوجية هائلة، كان لها أثر بالغ في إعادة تشكيل المشهد الاجتماعي والسياسي على حد سواء، وقد ساهمت هذه الثورة الرقمية في نشوء فضاءات تواصلية جديدة غيرت بشكل جذري أساليب التفاعل الاجتماعي والتعبير السياسي. ولعل أبرز مظاهر هذا التطور موقع "الفايسبوك"، الذي شاع استخدامه لدى شرائح مختلفة من المجتمع الجزائري بمختلف سماتهم الاجتماعية والثقافية، أبرزهم فئة الشباب، كونهم الفئة الأكثر انجذابا وتأثيرا بكل ما هو جديد، لدرجة انه بات ينافس وسائل الاعلام التقليدية في عملية نقل ونشر الاخبار بشكل سريع، وليصبح بذلك من اهم مصادر المعلومات والتفاعل، والمداولات السياسية والانتقال الحر للأفكار والمعلومات في الوقت الحاضر، فمنذ ظهوره تمكن من فرض نفسه كأداة بديلة لوسائل الاعلام التقليدية.

وفي السياق الجزائري، يبرز الفايسبوك كوسيلة مهيمنة للتفاعل الاجتماعي والسياسي، خاصة في ظل التحديات التي عرفتها البلاد على مختلف المستويات. وبرزت هذه المنصة بشكل خاص في الفترات الحساسة مثل الانتخابات، بحيث تنشط الحركات الشبابية، وتُفتح النقاشات حول البرامج والمرشحين، وتُتشر النداءات للمشاركة أو المقاطعة، ما يجعل من هذا الفضاء الرقمي ساحة بديلة للعمل السياسي.

ويتعاضد هذا الدور بشكل أوضح في الوسط الجامعي إذ تشكّل فئة الطلبة قوة فاعلة تتميز بوعي نسبي، وحس نقدي، وقدرة على استثمار الأدوات التكنولوجية الحديثة في خدمة اهتماماتها السياسية والاجتماعية، فالطلبة بوصفهم فاعلين اجتماعيين متميزين، يُقبلون على هذه المنصة الرقمية لا فقط لتبادل المعلومات أو الترفيه، وإنما أيضًا لمواكبة المستجدات السياسية، والمساهمة في النقاش العام، والتأثير في الرأي العام الجامعي وحتى الوطني. وقد برز هذا التفاعل بوضوح خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية لسنة 2024 في الجزائر

بظروف خاصة طبعها الحراك السياسي المتزايد، والانفتاح النسبي على التعبير عبر الوسائط الرقمية، ما جعل من الفايسبوك مسرحًا حيويًا للنقاش السياسي في أوساط الشباب، وخصوصًا في الجامعات الكبرى مثل جامعة مولود معمري تيزي وزو، وقد شهدت هذه الفترة ديناميكية ملفتة على صفحات الفايسبوك، حيث كثف الطلبة من حضورهم السياسي عبر المنشورات، التعليقات، الدعوات للمشاركة أو المقاطعة، ومشاركة التحليلات السياسية والمواقف المختلفة، ما يبرز الأثر المتنامي لهذه المنصة في التأثير على وعي الشباب الجامعي وسلوكهم الانتخابي.

وعليه، فإن النظر في الكيفيات التي تم بها استخدام الفايسبوك كوسيلة لتحفيز المشاركة السياسية داخل هذا السياق الزمني والمكاني، يفتح آفاقًا لفهم أعمق للتحويلات التي تعرفها العلاقة بين الشباب والسياسة، وللقيمة المستجدة التي باتت تكتسيها الفضاءات الرقمية في تشكيل ثقافة سياسية بديلة، أكثر تفاعلاً وتحرراً من القيود التقليدية.

وانطلاقاً من هذه الاعتبارات، جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور الفايسبوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو، خلال فترة الانتخابات الرئاسية التي جرت بتاريخ 7 سبتمبر 2024. ويأتي هذا الاهتمام في ظل تنامي النقاشات العلمية والمجتمعية حول هذه الظاهرة، والسعي إلى فهم أبعادها المختلفة وانعكاساتها على سلوك الطلبة داخل الفضاء الجامعي. وقد تم اختيار هذا الموضوع بناءً على ما لوحظ من انتشار واسع واستعمال مكثف لموقع الفايسبوك من قبل الطلبة، خاصة في الفترات السياسية الحساسة، مما يطرح تساؤلات حول دوره كمنصة للتعبئة والتأثير في التوجهات السياسية.

وقد تم تقسيم الدراسة على الشكل التالي:

## الإطار المنهجي:

تضمنت هذه الدراسة تحديدا دقيقا لإشكالية البحث وصياغة واضحة لتساؤلاته الفرعية، الى جانب ابراز أهمية الموضوع في السياق الأكاديمي والاجتماعي، وتوضيح اهداف الدراسة المرجوة. كما تم اعتماد منهج مناسب لمعالجة الطاهرة المدروسة مع ضبط المفاهيم الأساسية المتعلقة بالبحث، والاعتماد على مقاربة نظرية استندت الى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تم كذلك التطرق الى اهم الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع من اجل دعم الاطار النظري وتعزيز فهم أعمق لأبعاد الظاهرة

## الإطار النظري: والذي يحتوي على أربعة فصول وجاءت عناوينها كالآتي:

**الفصل الأول:** تناولنا في هذا الفصل الأول من الدراسة مختلف الجوانب المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي حيث تم التطرق الى مفهومها ونشأتها، مع تسليط الضوء على أبرز الخصائص التي تميزها ثم استعرضنا الأنواع المختلفة لهذه المواقع بالإضافة الى الوقوف عند أهميتها المتزايدة في الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات.

**الفصل الثاني :** في الفصل الثاني تطرقنا الى مختلف المحاور المرتبطة بالاتصال السياسي و علاقته بمواقع التواصل الاجتماعي ،حيث تناولنا مفهوم الاتصال السياسي و نشأته،الى جانب استعراض ابرز وظائفه،كما تم التطرق الى الى العلاقة المتبادلة بين الاتصال و الممارسة السياسية مع تسليط الضوء على واقع الاتصال السياسي في الجزائر، و خصصنا جزءا من هذا الفصل لدراسة موقع الفايسبوك باعتباره وسيلة حديثة للاتصال السياسي داخل الفضاء الافتراضي مع التوقف عند طبيعة الخطاب السياسي المتداول عبر هذه المنصة ،و أهمية الفايسبوك في الجاني السياسي ،خاصة في سياق التفاعلات الرقمية بين الفاعلين السياسيين و الجمهور .

**الفصل الثالث:** يتناول هذا الفصل الثالث موضوع الرأي العام وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم التطرق إلى مفهوم الرأي العام ونشأته، مع استعراض خصائصه الأساسية وأساليبه المختلفة. كما تضمن الفصل دراسة تطور الرأي العام في ظل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى إبراز وظائفه في المجتمعات الحديثة. وتم التركيز في ختام الفصل على الدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك في تشكيل وتوجيه الرأي العام، خاصة لدى فئة الشباب.

**الفصل الرابع:** خصصنا هذا الفصل لتناول الاطار المفاهيم للمشاركة السياسية، حيث تطرقنا الى مفهوم المشاركة الانتخابية باعتبارها احد اشكال التعبير السياسي مع عرض مختلف أنواعها. كما تناولنا العوامل التي تؤثر فيها، سواء كانت اجتماعية، اقتصادية أو سياسية، إلى جانب إبراز الدور الذي تلعبه المشاركة الانتخابية في تعزيز الديمقراطية والتعددية السياسية. وفي الأخير، تم تسليط الضوء على أهمية هذه المشاركة في بناء مجتمع سياسي نشط وواعي.

### الإطار التطبيقي:

قمنا في هذا الفصل بتفريغ وقراءة النتائج المتوصل اليها لكل محور من محاور استمارة الاستبيان ومع إضافة تحليل لهذه المحاور وأيضا استخلاص النتائج الجزئية والعمامة للدراسة الميدانية.

انتهت دراستنا بخاتمة عامة وملخص موجز لما توصلنا اليه بالإضافة الى قائمة المصادر والمراجع المعتمد عليها.

## الإطار المنهجي

1. الإشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. المفاهيم الأساسية للدراسة
7. منهج الدراسة وادواته
8. مجتمع البحث وعينة الدراسة
9. الخلفية النظرية
10. الدراسات السابقة

### 1. الإشكالية:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث أدى انتشار شبكة الانترنت الى ظهور تحولات مهمة خاصة فيما يتعلق بما يطلق عليه الجيل الثاني للإنترنت، التي من اهم نتائجه مواقع التواصل الاجتماعي.

ويظهر جليا في مقدمة هذه الشبكات والتطبيقات ما يعرف بالفاسبوك، والذي يعتبر من بين اهم المنصات الرقمية الحديثة، الذي أسهم بفعالية في إعادة تشكيل العلاقة بين الفرد والسياسة، فبعد أن كان يستخدم أساسًا لأغراض ترفيهية، تحوّل تدريجيًا إلى أدوات فاعلة في توجيه الرأي العام، والتعبئة الجماهيرية، ونشر الوعي السياسي، وتعد هذه الشبكة الاجتماعية اليوم المصدر الرئيسي للمعلومات السياسية لدى فئة واسعة من الشباب، وبشكل خاص لدى الطلبة الجامعيين الذين يُمثلون الفئة المستهدفة لأي تحرك سياسي.

أدت هذه الوسيلة الرقمية دورًا محوريًا في دعم المشاركة السياسية، إذ أصبحت مشاركة الشباب في الحياة السياسية من أبرز القضايا التي تُسهم مباشرة في ترسيخ أسس البناء المؤسساتي للدولة، وهو ما جعله أداة فعالة لتعزيز الانخراط المجتمعي في العملية السياسية، باعتبارها القوة المحركة لاستمرارية ديموقراطية النظم السياسية ومصدرًا أساسيًا لدعمها في أداء وظائفها بكفاءة، و بالتالي فمع التحولات التي فرضتها هذه الوسائط الرقمية الحديثة وعلى رأسها "الفيسبوك"، شهدت آليات التعبير والمشاركة السياسية تغيرًا جذريًا، خاصة فيما يتعلق بالحملات الانتخابية، إذ انتقلت الحملات الانتخابية إلى طور جديد يتسم بالحدثية والتفاعل المباشر، حيث تخلّت عن أنماطها التقليدية التي كانت تعتمد على الخطابات المباشرة والتجمعات الميدانية، لتنتقل إلى المجال الرقمي الذي أتاح فضاءات مفتوحة للتواصل السياسي دون قيود أو حدود. وقد شكّل موقع "الفيسبوك" أداة محورية في هذا التحوّل، إذ مكّن المستخدمين من التعارف وتبادل المعارف والأخبار وتكوين الرؤى

السياسية بشكل حر وتفاعلي. ففي ظل التعددية الحزبية، واتساع قاعدة الجماهير، وصعوبة توجيه الناخبين بالوسائل التقليدية، أدركت العديد من الأحزاب السياسية أهمية هذا الفضاء الرقمي، فسارعت إلى استغلاله لإطلاق حملاتها الانتخابية. ولم يعد هذا الموقع مجرد منصة للتواصل الاجتماعي، بل بات وسيلة فعّالة للتأثير في الإدراك الجماهيري، وتحفيز التفاعل مع الأحداث السياسية، بفضل قدرته على الانتشار السريع ونقل الأخبار الآنية وبالتالي أصبح أداة مركزية تعتمد عليها القوى السياسية والمرشحون في الترويج لبرامجهم، والتفاعل مع الجمهور، وتعبئة الناخبين، مما عزّز من انخراط الطالب الجامعي بشكل خاص في الحياة السياسية، وأعاد تشكيل أنماط المشاركة والممارسة الديمقراطية.

برز بالرغم من الأثر الإيجابي الذي أحدثه "فيسبوك" في توسيع قاعدة المشاركة السياسية، وتعزيز حرية التعبير والانخراط في الحياة العامة، إلا أن هذا التحول الرقمي لم يخلُ من تحديات وإشكالات. فقد ساهم الاستخدام غير المنضبط للمنصة في انتشار المعلومات الزائفة والأخبار المضللة وشكّل تهديدًا لتوجيه الرأي العام بناءً على معطيات غير دقيقة. كما أفرزت الحملات الرقمية الممولة حالة من اللاتوازن في التنافس السياسي، إذ أصبحت بعض الأحزاب أو المرشحين أكثر قدرة على التأثير بسبب إمكانياتهم التقنية والمادية،

ومنه فجاءت هذه الدراسة لتبحث عن كيف ساهم استخدام موقع "فيسبوك" في تفعيل المشاركة السياسية لدى طلبة جامعة مولود معمري بتيّزي وزو خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية لسنة 2024؟

### 2- تساؤلات الدراسة:

- ما هي دوافع وأنماط استخدام طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو لموقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك في استقاء معلوماتهم حول المشاركة السياسية للانتخابات الرئاسية لعام 2024؟
- هل يساهم موقع الفاسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة بجامعة مولود معمري تيزي وزو؟
- كيف يتفاعل الطلبة بجامعة مولود معمري تيزي وزو مع المحتويات السياسية اثناء الانتخابات الرئاسية 2024؟
- كيف يؤثر موقع الفاسبوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى الطلبة بجامعة مولود معمري تيزي وزو؟

### 3- أسباب اختيار الموضوع:

#### • الأسباب الذاتية:

- لدينا اهتمام بفهم تأثير الفايسبوك على وعي الشباب الجزائريين ومشاركتهم السياسية
- احببنا دراسة دور الفاسبوك في المشاركة السياسية
- لاحظنا ان الفاسبوك منصة رئيسية للشباب للتعبير عن آرائهم السياسية مما اثار اهتمامنا بالموضوع

#### • الأسباب الموضوعية:

- موقع الفايسبوك منصة واسعة الانتشار بين الشباب الجزائري مما جعله أداة مؤثرة سياسيا.
- مشاركة الشباب في الانتخابات الرئاسية تعزز من العملية الديمقراطية.
- اهتمام الباحثين بوسائل الاتصال الجديدة لما لها من تأثير على الافراد والمجتمعات.

### 4- أهداف الدراسة:

- التعرف على دوافع وأنماط استخدام الطلبة في جامعة مولود معمري تيزي وزو لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في استقاء معلوماتهم حول المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية لعام 2024
- الكشف عن دور موقع فيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة بجامعة مولود معمري تيزي وزو.
- دراسة كيفية تفاعل الطلبة بجامعة مولود معمري تيزي وزو مع المحتويات السياسية أثناء الانتخابات الرئاسية لعام 2024.
- معرفة كيفية تفاعل الطلبة بجامعة مولود معمري تيزي وزو مع المحتويات السياسية أثناء الانتخابات الرئاسية لعام 2024.

### 5- أهمية الدراسة:

#### أ- الأهمية العلمية:

تتبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من خلال مساهمتها في إثراء البحوث الأكاديمية المتعلقة بتأثير الإعلام الرقمي، وبوجه خاص منصة الفيسبوك على المشاركة السياسية لدى فئة الشباب الجامعي في الجزائر، كما تسعى الدراسة الى فهم الأدوار الجديدة التي باتت تلعبها وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو، في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يعرفها المجتمع الجزائري.

وتعد هذه الدراسة حديثة من حيث موضوعها وسياقها الزمني حيث تتناول تفاعل الطلبة مع الفيسبوك خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية لسنة 2024، مما يمنحها قيمة علمية مضافة ويجعلها مرجعا للباحثين في حقل الاتصال السياسي والإعلام الجديد.

### ب- الأهمية العملية:

تتجلى الأهمية العملية لهذه الدراسة في كشفها عن كيفية استخدام طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو لمنصة الفايسبوك كوسيلة للتعبير السياسي والانخراط في الشأن العام، ما يسمح للمؤسسات الأكاديمية والهيئات المعنية، كالأحزاب السياسية والمجتمع المدني بفهم طبيعة التفاعل السياسي الرقمي لدى الشباب الجامعي سواء من خلال التصويت، أو الانخراط في النقاش العمومي

### 6- المفاهيم الأساسي للدراسة:

أولاً: مفهوم الفايسبوك.

#### أ- اصطلاحاً:

هو موقع إلكتروني للشبكة الاجتماعية، يساعد الناس على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم، وأصدقاء العمل -بفاعلية أكثر- عبر الإنترنت، حيث ينشئ المستخدمون فيه حساباً لهم (profile) يتضمن غالباً صوراً، واهتمامات شخصية، ويتبادلون رسائل خاصة وعامة، ويجري فيه تكوين مجموعات من الأصدقاء، ويمكن لأي شخص الدخول إلى الموقع والتفاعل مع الأشخاص الذين يعرفهم ويثق بهم، أو التعرف إلى أشخاص جدد، كما يستطيع بموافقته التعرف على ما يسمحون له من معلومات تتعلق بهم وأصدقائهم<sup>1</sup>.

#### ب- مفاهيمياً:

يعرف الفاسبوك على أنه موقع إلكتروني للتواصل بين المستخدمين، ويمكن لكل شخص بإنشاء حساب خاص به على الفاسبوك بسهولة ودون مقابل مادي، ويهدف الموقع

<sup>1</sup> - طاهر حسن أبو زيد، "دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية"، مذكرة ماستر في كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة الأزهر غزة، 2012، ص.28.

## الإطار المنهجي

الى الربط بين الأصدقاء والتعرف على أصدقاء جدد او البحث على أصدقاء الدراسة حول العالم، او الانضمام الى مجموعات مختلفة على الشبكة<sup>1</sup>،

وكما انه موقع اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو وإمكانية المحادثة او الدردشة الفورية ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة<sup>2</sup>

### ت- اجرائيا:

هو منصة تواصل اجتماعي رقمية يستخدمها طلبة جامعة مولود معمري تزي وزو كأداة للحصول على المعلومات، والتعبير عن آرائهم السياسية التفاعل مع الاحداث السياسية خاصة خلال فترة الانتخابات الرئاسية لعام 2024، ويستخدم في هذه الدراسة كمتغير مستقل مدى تأثيره على تفعيل المشاركة السياسية لدى الطلبة

### ثانيا: مفهوم المشاركة السياسية

#### أ- اصطلاحا:

يعرفها كمال المنوفي على أنها حرص الفرد على أن يكون له دور ايجابي في العملية السياسية، من خلال المزولة الإرادية لتحقيق التصويت أو الترشح لهيئات والمنظمات المنتخبة، أو مناقشة القضايا السياسية مع الآخرين أو الانضمام إلى المنظمات الوسيطة<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> - موسى عبد الفاتح حافظ، وسيد سليمان نعبد الرحمان، وسميرة إبراهيم شند مقدمة في علم النفس الاجتماعيين القاهرة، مكتبة زهراء الشرق. طبعة 360، القاهرة

<sup>2</sup> - علاء الدين محمد عفيفي، الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعية العالمية دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص82.

<sup>3</sup> - عبد الرحمان حمدي، المشاركة السياسية للمرأة خبرة الشمال الأفريقي، مركز الدراسات الشمال الإفريقي، الطبعة الأولى مصر، 2001، ص. 113

### ب- مفاهيمياً:

يدخل العديد من المفكرين موضوع المشاركة السياسية ضمن نطاق الديمقراطية والمشاركة في القرار والسلطة، وليست الغاية منها توزيع المناصب بغية الارضاء الشكلي للجمهور بقدر ما هي مساهمة في ادارة الشؤون العامة<sup>1</sup>.

ويرى (مايرون واينر) أن المشاركة السياسية هي فعل تطوعي ناجحاً كان أم فاشلاً، منظماً أم غير منظم، عرضياً أم متواصلاً، مستخدماً وسائل شرعية أم غير شرعية، بقصد التأثير في انتقاء السياسات العامة وادارة الشؤون العامة واختيار القادة السياسيين على أي مستوى حكومي<sup>2</sup>.

استخدم الباحثون في مجال المشاركة السياسية معايير متدرجة لتعريف المشاركة السياسية إجرائياً ابتداء بالوعي ومتابعة القضايا السياسية مرورا بالتصويت والاتصال بالمسؤولين السياسيين والمشاركة الفاعلة في الانتخابات وصولاً إلى الترشح في الانتخابات<sup>3</sup>

### ت- اجرائياً:

تشير الحملة الانتخابية في دراستنا الى الأنشطة والممارسات التي يقوم بها طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو عبر منصة الفايسبوك بهدف التعبير عن آرائهم السياسية، او التفاعل مع الحملات الانتخابية، او المساهمة في النقاشات السياسية، او اتخاذ قرارته ترتبط بالتصويت والاختيار الانتخابي خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية لسنة 2024.

<sup>1</sup>- هادي نعمان الهيبي، اشكالية المستقبل في الوعي العربي مركز دراسات الوحدة العربية، ط1 / 1ب، بيروت، 2003،

ص ١

<sup>2</sup>- حسين علوان، مشكلة المشاركة السياسية في الدول النامية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم السياسية، بغداد، ١٩٩٦،

ص.٨

<sup>3</sup>- محمد عبد الله محمد الحورش، " الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، مارس، 2012، ص57

ثالثاً: مفهوم الراي العام.

أ- اصطلاحاً:

هو ذلك التعبير العلني والصريح الذي يعكس وجهة نظر اغلبية الجماعة تجاه قضية معينة في وقت معين، أو وجهة نظر الفرد، أو الجماعة كمنتج عقلي مبني على التجربة والملاحظة أو الخبرة والموروث الثقافي للفرد أو الجماعة، وتتم عملية التعبير عنه بشكل ظاهر علني او مستتر وبطرق مختلفة ووسائل متعددة، في الكلمة أو الحركة أو الصورة أو النظرة أو الإشارة، وحتى بالصمت والسكوت.<sup>1</sup>

ث- مفاهيمياً:

يعرف الراي العام بأنه مجموع من الاتجاهات والمواقف والآراء التي يعبر عنها افراد المجتمع تجاه قضية او موضوع معين في فترة زمنية محدد، ويعتبر الراي العام انعكاساً لدرجة وعي المجتمع، وكما يستعمل كوسيلة ضغط على صانعي القرار ويتشكل الراي العام من خلال وسائل الاعلام والنقاشات العامة والتجارب الفكرية والجماعية والمؤثرات الثقافية والاجتماعية.<sup>2</sup>

ج- اجرائياً:

يعرف الراي العام في دراستنا مجمل المواقف والاتجاهات والآراء التي يعبر عنها طلبة جامعة مولود معمري عبر منصة الفايسبوك بشأن القضايا السياسية، وخاصة فيما يتعلق بالانتخابات الرئاسية الجزائرية لسنة 2024. ويتمثل هذا الرأي فيما ينشره أو يشاركه أو يتفاعلون معه من محتوى سياسي، كالتعليقات والمنشورات والإعجابات والمناقشات في المجموعات والصفحات ذات الطابع السياسي.

<sup>1</sup>- سناء، محمد الجبور العالم والرأي العام العربي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط، 1 عمان، الأردن، 2010، ص 6

<sup>2</sup>- نصر عبد الباسط، الراي العام طبيعة تكوينه وقياسه دار الدار العربية للنشر والتوزيع مصر، 2008

رابعاً: مفهوم الحملة الانتخابية:

أ- اصطلاحاً:

الحملة الانتخابية هي العملية الدعائية المنظمة والمستمرة والمخططة بعناية فائقة من المرشح نفسه، أو الحزب أو الكيان السياسي واستخدام كافة إمكانات وسائل الاعلام المتاحة والأساليب الاقناعية المختلفة لإيصال رسالة معينة.

وهي الفترة التي تسبق موعد الانتخابات رسمياً وقانونياً، أي بموجب قانون الانتخابات والتي يتقدم خلالها المرشحون للانتخابات بعرض برامجهم على الناخبين<sup>1</sup>

ب- مفاهيمياً:

تعرف الحملة الانتخابية على انها مجموعة من الأنشطة والتفاعلات المنظمة التي يقوم بها المترشحون او الأحزاب السياسية بهدف اقناع الناخبون والتأثير في قراراتهم، خلال فترة زمنية معينة، وتشمل هذه الحملات استخدام وسائل الاعلام التقليدية والرقمية.<sup>2</sup>

ت- اجرائياً:

يقصد بالحملات الانتخابية في دراستنا جميع الأنشطة الرقمية التي يقوم بها المترشحون والأحزاب السياسية عبر الفايسبوك للترويج لبرامجهم السياسية والتأثير على الناخبين بما فيهم طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو، خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2024، وتشمل هذه الأنشطة الإعلانات السياسية، النشورات التوعوية، الفيديوهات، المناقشات الافتراضية.

<sup>1</sup> - الزاوي محمد الطيب، قندوز عبد القادر، تنظيم الحملات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات الجزائرية، مذكرة

ماستر في قسم العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقمة، الجزائر، ص 246

<sup>2</sup> - عبد الحميد محمد، الاعلام السياسي، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، القاهرة، 2012، ص32

### 7- منهج الدراسة وادواته:

#### أ- منهج الدراسة:

يعد المنهج في البحث العلمي العمود الفقري لكل دراسة فهو الوجه الأساسي لكل باحث، ولا يمكنه الاستغناء عنه، فالمنهج هو أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها، وبالتالي الوصول الى النتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة.<sup>1</sup>

وكما يعرف المنهج العلمي بأنه الذي يحدد مسار وطريق أي بحث، بما يتضمن التوصل الى نتائج دقيقة وموثوقة، فهو الطريق الموضوعي الذي يجدر للباحث اتباعه لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها معرفة أسبابها للوصول الى نتائج عامة يمكن تطبيقها.<sup>2</sup>

ودراستنا تنتمي الى المنهج المسحي، باعتباره نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة فهو قائم على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن وضمن ظروفها الطبيعية<sup>3</sup>

ويعرف منهج المسح بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة، او موضوع محدد من خلال فترة او فترات زمنية معلومة وذلك من اجل

---

<sup>1</sup> - عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص33.

<sup>2</sup> - محمد مبارك محمد الصاوي البحث العلمي: اسسه وطريقة كتابه دار النشر المكتبة الاكاديمية القاهرة، الطبعة الأولى، مصر، 1992، ص 26.

<sup>3</sup> - محمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، دار النشر ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2005 ص 289

الحصول على نتائج علمية تم تعبيرها بطريقة موضوعية ولما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.<sup>1</sup>

### ب- أدوات الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة الدراسة تطلب منا اعتماد أداة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات والمعلومات من الواقع والوصول الى نتائج دقيقة وموضوعية.

يعتبر الاستبيان أكثر وسائل التقصي وجمع البيانات الملائمة لدراسة جمهور الافراد المتلقين، وقد اعتمدنا في دراستنا على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع المعلومات وهذا لصعوبة مقابلة الأشخاص المبحثن لكثرة عددهم كما يعرف أيضاً بأنه مجموعة من الأسئلة المكتوبة الي تعد بقصد الحصول على معلومات وراء المبحوثين حول الظاهرة او موقف معين.<sup>2</sup>

وكما تم تعريفها أيضاً على انها أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة او الجمل الخبرية التي تتطلب من المفحوص الإجابة عليها بطريقة كما يحددها الباحث حسب أغراض البحث<sup>3</sup>

### 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

#### أ- مجتمع البحث:

يُعرّف مجتمع البحث على أنه مجموعة عناصر لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث.<sup>4</sup>

وفي الدراسات الميدانية يعرف بأنه مجموعة من المفردات التي يستهدف الباحث دراسته فهو المجتمع الأكبر او الكلي الذي يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداتها يمثل

---

<sup>1</sup>-محمد عبيدات واخرون، منهجية البحث العلمي القواعد المراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، الأردن 1997، ص 47

<sup>2</sup>- محمد عبيدات واخرون، مرجع سبق ذكره، ص63

<sup>3</sup>- ربحي مصطفى عليان عثمان محمد غنيم، مناهج البحث واساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص82

<sup>4</sup>- موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية دار القصة للنشر الطبعة الثانية منقحة، الجزائر، 2006، ص298

جميع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها، قد يكون مجموعة من البشر، وهو المجتمع الذي يصعب الوصول اليه بضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح او الذي يمكن الوصول اليه والاقتراب منه لجمع البيانات<sup>1</sup>

يتمثل مجتمع بحثنا في طلبة جامعة مولود معمري بولاية تيزي وزو الناشط على موقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك، وقد اخترنا 120 مفردة وزعناها على طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو، وهي عينة تمثيلية بالنسبة للمجتمع الكلي، وهي الفئة التي تمثل النسبة الأكبر من مستخدمي الفاسبوك والأكثر تفاعلا مع المحتوى السياسي الرقمي.

### 2-عينة الدراسة:

العينة هي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته، تمثلها نسبة مئوية تحسب وفقا للمعايير طبيعة مشكلة البحث ومصادر بياناته، تعرف في الدراسة الميدانية بأنها المجتمع الذي تجمع منه البيانات الميدانية فهي جزء من كل او نسبة معينة من افراد المجتمع الأصلي تتلخص هذه النسبة في عدد محدود من المفردات التي سيتعامل معها الباحث تعاملًا منهجيا ويجمع البيانات الأولية المطلوبة بغية تعميم النتائج الدراسة على المجتمع كله. وهذا التعميم لا يتم الا بعد التأكد بان مجتمع البحث تمثله الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها،<sup>2</sup>

فاختيار العينة بناء على نوع الدراسة وأهدافها فبالتالي فالأنسب لهذه الدراسة من بين أنواع العينات، العينة القصدية نظرا لاقتصار عينتنا على الطالب الجامعي الجزائري الناشط على موقع التواصل الاجتماعي فاسبوك

<sup>1</sup>- محمد الطاهر علام -منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية

<sup>2</sup>- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية دار هومة للنشر، الطبعة الثانية، الجزائر،

وتعرف العينة القصدية بأنها العينة التي يتعمد الباحث أن تكون من حالات معينة أو أحداث معينة لأنها تمثل المجتمع الأصلي. تعرف تحت أسماء متعددة مثل: الغرضية: العمدية أو النمطية، يقوم فيها الباحث باختيار المفردات بطريقة تحكيمية لا مجال للصدفة فيها، وفق إدراك مسبق ومعرفة جيدة لمجتمع البحث<sup>1</sup>

وقد تم تحديد حجم العينة بناءً على اعتبارات إحصائية وأهداف الدراسة، حيث تم اختيار مجموعة من الأفراد الذين تتوافق خصائصهم مع طبيعة موضوع البحث. وقد تم اعتماد أسلوب العينة القصدية العرضية، إذ جرى توزيع الاستمارات بشكل مقصود على طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو، بما يتماشى مع أهداف الدراسة. وتم تقسيم العينة إلى ذكور وإناث، وبلغ عدد أفرادها 120 مفردة من المجتمع الأصلي، وهي عينة تمثيلية بالنسبة للمجتمع الكلي.

### 9- الخلفية النظرية:

#### أ- التصور العام للنظرية:

كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في أوائل السبعينات من خلال مؤسسها "ميلفن ديفلر" و "ساندرا بول روكيتش"، وكما يوحي اسم النظرية يقوم نموذج الاعتماد على ثلاثة عناصر أساسية هي: وسائل الاعلام، النظم الاجتماعية، الجمهور أي ان كلا من وسائل الاعلام و المؤسسات الأخرى في المجتمع لا تستطيع انجاز اعمالها و تحقيق أهدافها دون الاعتماد على بعضها البعض الذي اصبح ملزما في المجتمع الحديث قد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الاعلام جميعها او مع احد اجزائها، مثل: الصحف، الراديو، التلفزيون.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - احمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 19.

<sup>2</sup> - محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط1، مصر، 1997، ص140

فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام يتفاعلون معها باعتبارها مصادر المعلومة لتحقيق أهدافهم و ادراك المحيط الاجتماعي من حولهم هذا التفاعل يتم اعتمادا على الخبرات السابقة تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة وكلما زادت الحاجة الى وسائل الاعلام والاعتماد عليها زاد الاحتمال بان تغيير المعلومات من معارف ومشاعر وسلوك الافراد، كما ان المجتمع ووسائل الاعلام يسيران باتجاه النمو والتطور مما يزيد من دور وسائل الاعلام في وظيفة نقل المعلومات.<sup>1</sup>

وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام نظرية شاملة حيث تساعد في فهم تأثيرات الاعلام واستخدامه فتجاوز بذلك دراسة تأثير وسائل الاعلام في المجتمع، الى دراسة تأثير المجتمع في وسائل الاعلام، حيث تعكس الاتجاه العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة، بالنظر الى الحياة الاجتماعية كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة ليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب ونتائجها.<sup>2</sup>

### ب- نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

اهتم بعض الباحثين في العشرينات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي Cognitive Level وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساسا إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة. كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العالقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل. ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على يد الباحثة ساندر بول روكيتش وزملائها عام (1881) عندما قدموا ورقة بحثيه بعنوان ” منظور المعلومات ” وطالبوا فيها

<sup>1</sup> - بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الاعلام والسياسية، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1996، ص291

<sup>2</sup> - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية،

بضرورة الانتقال من مفهوم الاقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة نظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك عالقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى<sup>1</sup> ومن هذا وضع كل من ساندر بول وروكتيش وميلفين ديلفير إطارا لنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال حيث تنبع نظرية الاعتماد من العديد من الجذور الفكرية المشابهة لنظرية الاستخدامات الإشباعية فكالمها يركز على العالقة بين الأهداف الفردية والنظام الإعلامي، وهما نظريتان تتبعان مداخل وظيفية اجتماعية، ويمكن القول أن نظرية الاعتماد هي "نظرية بيئية" تنظر إلى المجتمع تسود بين أجزاءه ارتباطات، ومن ثم تحاول تفسير هذه الارتباطات والعلاقات باعتبارها مركبا<sup>2</sup> ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة وأحيانا أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما

### ت- محتوى نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

ركزت نظرية الاعتماد على ان العلاقة التي تربط وسائل الاعلام و الجمهور النظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، اذ ان الجمهور يعتمد على وسائل الاعلام باعتبارها نظام فرعي من فهم و ادراك نظام فرعي اخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه افراد الجمهور أي ان وسائل الاعلام هنا تمثل مصادر رئيسية يعتمد عليها افراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الاحداث من حوله خاصة في حالات الاستقرار و التحولات و الصراعات داخل البيئة الاجتماعية التي تفرض على افراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الاعلام لفهم الواقع

<sup>1</sup> - عبد الرزاق، الدليمي.. نظريات الاتصال فالقرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، ط.1 عمان، 2016، ص231

<sup>2</sup> - ميلفين، ديلفر، ساندر بول، روكيتش. (1992)، نظريات وسائل الاتصال ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط1، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع

الاجتماعي، هذا دون اغفال ان نشاط وسائل الاعلام لا يتم من جهة أخرى دون اعتمادها على المصادر المتناثرة داخل عناصر مكونات البناء الاجتماعي من هيئات و مؤسسات، ففيما يخص علاقة وسائل الاعلام بالنظام السياسي فيرى ديفلور انها علاقة اعتماد متبادل فهو لا يمكنه الاستغناء عنها من اجل نشر مبادئه و قيمه والترويج لها، ولا هي باستطاعتها الاستغناء عنه لدعم مشاريعها، و هو ما أكده هلبرت شيلر الذي رأى ان العلاقة التي تربط المؤسسات الاعلانية بالنظام السياسي هي علاقة قائمة على رؤية هذا النظام لهل بوصفها وسيلة و أداة منافسة لترويج أفكاره و مبادئه قصد بسط سيطرته على ثقافة و حياة المجتمع كما هو الحال في المجتمع الرأسمالي

و فيمل يتعلق بعلاقتها بالنظام الاقتصادي فهي علاقة لا تقل عما سبق ذكره في الجانب السياسي اذ تعتبر وسائل الاعلام أدوات مهمة لتحقيق الأهداف المادية للنظام الاقتصادي عبر وسائل الاعلام و الاشهار اما فيما يخص طبيعة العلاقة بين المؤسسة الإعلامية و الجمهور فهي علاقة وثيقة و متينة فالجمهور ليس بمقدورة الاستغناء عنها لمعرفة شؤون حياته اليومية.<sup>1</sup>

### ث- فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

- يتراوح تأثير وسائل الاعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة والخبرات الخاصة بالجمهور
- نظام ونشاط وسائل الاعلام جزء او صورة مجزاة للنسق الاجتماعي للمجتمع
- استخدام وسائل الاعلام وتأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي اليه الجمهور ووسائل الاعلام

<sup>1</sup> - سها فاضل، العلاقة بين التعرض للصحف المصرية والوعي بقضية الإرهاب الدولي لدى الشباب الجامعي "المجلة المصرية لبحوث الراي العام، العدد العشرون، مصر، 2003، ص175

- حالات اللااستقرار والازمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات وبالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الاعلام لإشباع هذه الحاجة
  - اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادرا على الاستجابة للاحتياجات النظام الاجتماعي الجمهور
  - يختلف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الاعلام بين الصفوة التي تعتمد على مصادر خاصة كالبرقيات او شريط وكالات الانباء والتي ليست متاحة لكل الجمهور<sup>1</sup>
- ج- تصنيف نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:**

تصنف هذه النظرية ضمن النظريات المتكاملة لعدة أسباب نوجزها بالقول:

- تضمينها لعدد من عناصر علم الاجتماع ومفاهيم علم النفس
- تفسيرها للعلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع العلاقة بين النظم (الاجتماعية والنظام الإعلامي)
- جمعها وضمها للعناصر الرئيسية لنظرية الاستخدامات الإشباعية وكذا نظريات التأثير التقليدية الأخرى
- حاولت تقديم نظرة فلسفية تجمع بين الاهتمام بمضمون الرسائل والتأثير الذي يحدث للجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون<sup>2</sup>

### ح- الانتقادات التي وجهت لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

- مبالغة النظرية في درجة اعتماد وسائل الاعلام أثناء نشاطها على مكونات النظام الاجتماعي وذلك ان وسائل الاعلام غالبا ما تكون محايدة حيث انها مصدر غير سياسي وغير اقتصادي بل هي وسيط محايد وليست هي النظام السياسي او الاقتصاد في حد ذاته.

<sup>1</sup>- وفاء عبد الخالق ثروت، اعتماد الجمهور على التلفزيون المصري اثناء الازمات بالتطبيق على حادث شرم الشيخ،

المجلة المصرية لبحوث الاعلام، ال عدد26، مصر، 2003، ص489\_516

<sup>2</sup>- على عوجة"الاعلام وقضايا التنمية"، عالم الكتب، ط1، القاهرة مصر، 2004، ص123

- جزم النظرية المسبق بتأثر الجماهير بمضامين وسائل الاعلام واهمالها للقدرة الانتقائية للأفراد وتأثرهم بوسائط اجتماعية أخرى كالأصدقاء والجماعات المرجعية وغيرها

- أنصار هذه النظرية عرفوا الاعتماد على انه التعرض في حين ان الاعتماد غير التعرض قد يتعرض الى مضامين وسائل الاعلام المختلفة لكنه لا يعتمد عليها في حصوله على المعلومات بل يعتمد على مصادر إعلامية أخرى داخل النظام الاجتماعي كالمؤسسات او افراد مقربين او أصحاب قرار ومواقع معينة داخل النظم الاجتماعية

تعني هذه النظرية و تفترض انه كلما اشبع الفرد حاجاته من وسائل الاعلام، أصبحت هذه الوسائل تشكل دورا مهما في حياته من ثم يكون لها تأثير كبير عليه و من منظور المجتمع الكبير كلما اصبح مزيد من الناس يعتمدون على وسائل الاعلام، فان مؤسساتها يعاد تشكيلها، و تأثيرها العام يزداد ،و دورها في المجتمع يصبح محوريا<sup>1</sup>

### 10- الدراسات السابقة:

لقد سبقتنا في هذا المجال دراسات علمية رصدت ظاهرة توظيف موقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك في تفعيل المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية كما لاحظنا تقريبا في بعض عناوين رسائل ماستر سابقة في جامعات ولايات الوطن وجامعتنا فقد كانت استقادتنا من هذه الدراسات نوعيا وتمحورت هذه الدراسات فيما يلي:

### أ- الدراسة الأولى:

مذكرة تخرج ماستر من اعداد طرشي سميحة ورحماني امال بعنوان تأثير شبكة الفايسبوك على المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين

<sup>1</sup> Stanley J. Baran and Dennis Davis, "Mass Communication Theory, Fondations". Ferment and future USA THOMSON WADSWARTA ،USA.،2006،4th Ed Pp 195-199,

عالج الباحثان في هذه الدراسة اشكالية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة فيسبوك، على تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، حيث تحولت من أدوات اجتماعية إلى فضاءات سياسية تتيح تداول المعلومات السياسية بسرعة وفعالية. ساهمت هذه الوسائل في تمكين الأفراد، خاصة الطلبة، من التعبير عن آرائهم والمشاركة في اختيار ممثليهم عبر التصويت.

كما أصبحت وسيلة فعالة تستخدمها الأحزاب والسياسيون للتأثير على الرأي العام وتحفيز المشاركة الديمقراطية.

تمثل السؤال الجوهرى لهذه الدراسة: كيف تؤثر شبكة الفيس بوك على المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين؟

### التساؤلات الفرعية:

- ماهي دوافع استخدام الطلبة للشبكة الفيسبوك في المجال السياسي؟
  - ماهي الإشباعات السياسية التي تحققها شبكة الفيسبوك لطلبة الجامعيين؟
  - فيما تتمثل مستويات وأشكال استخدام الطلبة لشبكة الفيسبوك في المجال السياسي؟
- واستخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي بواسطة أداة من أدوات البحث العلمي وهي الاستبيان على عينة من مجتمع البحث الكلي والتي هي قسم سنة أولى ماستر وعلاقات عامة وتما اختيارها من خلال العينة العشوائية المنتظمة.

وتظهر النتائج المتوصل اليها ما يلي:

- درجة اهتمام الافراد بالقضايا السياسية عبر الفيسبوك متوسطة وهذا لتتنوع اهتمام الافراد بقضايا مختلفة
- تتنوع طبيعة المنشورات على شبكة الفيسبوك وأكثر المنشورات التي تثير انتباه الافراد هي التي على شكل فيديوهات لالتماسها خاصية الصوت والصورة معا.

- ثقة الافراد بالمعلومات السياسية التي تنشر على الفايسبوك بدرجة متوسطة وذلك لعدم تصديق كل ما ينشر على الفايسبوك فهناك منشورات يطغى عليها طابع التكذيب

- الفايسبوك ليط ضرورة حتمية للأفراد لمعرفة الواقع السياسي الن هناك وسائل إخبارية أخرى يطلع من خلالها الافراد على كل ما هو جديد في الحياة السياسية<sup>1</sup>

### • أوجه الاختلاف:

ما يلاحظ في الاختلاف المسجل بين هذه الدراسة ودراستنا أولاً من خلال السياق الزمني السياسي، تمثلت دراستنا في فترة الانتخابات الرئاسية الجزائرية لسنة 2024، اما دراسة طرشي سميحة فقد جاءت عامة وغير مرتبطة بحدث سياسي معين، بل سعت إلى فهم تأثير الفايسبوك على المشاركة السياسية بشكل عام ومستمر. وكذلك الاختلاف في الإشكالية ومحاور الدراسة فدراستنا ركزت على مساهمة الفايسبوك في تفيل المشاركة السياسية لدى الطلبة خلال الانتخابات، بينما اهتمت الدراسة الأخرى بتحديد دوافع استخدام الطلبة للفايسبوك في المجال السياسي، الإشباعات المتحققة منه، ومستويات وأشكال الاستخدام الاختلاف في مجتمع الدراسة فقد اشغلت دراستنا على طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو بينما تناولت الدراسة الأخرى طلبة سنة أولى ماستر علاقات عامة.

### • أوجه التشابه:

جاءت هذه الدراسة مشابهة مع دراستنا في متغير الفاسبوك، إضافة الى التشابه في نوع الفئة المستهدفة فكلتا الدراستين ركزت على الطلبة الجامعيين، باعتبارهم فئة نشطة في استخدام التكنولوجيا ومنفتحة على المشاركة السياسية الرقمية. وكذلك التشابه في الأداة لجمع البيانات الا وهي أداة الاستبيان.

<sup>1</sup>- طرشي سميحة، تأثير شبكة الفايسبوك على المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، الجزائر، 2020

### • التعقيب على الدراسة:

تعد هذه الدراسة من بين الدراسات المشابهة لموضوع دراستنا كونها تكشف عن تأثير شبكة الفايسبوك على المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين بينما دراستنا تكشف عن دور الفايسبوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين ومن هذا المنطلق قمنا باستخلاص أوجه الاختلاف والتشابه من حيث الدراسة ودراستنا والمتمثلة في:

أظهرت دراسة طرشي أن اهتمام الطلبة بالقضايا السياسية عبر الفايسبوك وثقتهم بالمحتوى السياسي كان متوسطاً، بينما بينت دراستك أن الاهتمام ارتفع بشكل ملحوظ خلال فترة الانتخابات، خاصة عبر الفيديوهات والنقاشات الافتراضية.

ركزت دراسة طرشي على استخدام الفايسبوك كمجرد وسيلة من بين أخرى للحصول على المعلومة السياسية، في حين أبرزت دراستك دوره المحوري في بناء الوعي السياسي وتحفيز بعض الطلبة على المشاركة الانتخابية الفعلية.

كلتا الدراستين اتفقتا على أن التفاعل الطلابي على الفايسبوك غالباً ما يكون رمزياً (تعليقات، متابعة)، مع ضعف في المشاركة الميدانية، إلا أن دراستك أوضحت أن هذا التفاعل الرقمي ساهم في تشكيل مواقف سياسية لدى البعض.

لم تُبرز دراسة طرشي تأثير الفايسبوك في خلق الرغبة في التغيير أو التعبئة السياسية، بينما كشفت دراستك أن النقاشات الافتراضية لعبت دوراً في دفع بعض الطلبة نحو اتخاذ قرارات انتخابية ومواقف سياسية ملموسة.

### ب- الدراسة الثانية:

دراسة الباحثة خنوس خولة بعنوان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري.

عالجت الباحثة في هذه الدراسة موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري، انطلاقاً من إشكالية التالية: كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري؟ وما مدى تأثيرها على وعيهم وسلوكهم السياسي؟

واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وكذلك استمارة الاستبيان والمقابلات لجمع البيانات وتحليل العلاقة بين استخدام هذه المنصات ومستوى المشاركة السياسية، حيث تم جمع البيانات باستخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسية. على عينة قصدية والتي تكونت من 100 مفردة مقسمة بالتساوي بين طلبة قسم سنة ثانية ماستر تخصص علوم إنسانية وطلبة سنة ثانية قسم علوم الاعلام والاتصال وتم اختيار 50 مفردة من كلى التخصصين

أظهرت نتائج الدراسة ان مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً هاماً في نشر الوعي السياسي بين الشباب، حيث يعتمدون عليها لمتابعة الأخبار، التعبير عن آرائهم، والمشاركة في النقاشات العامة

كما تبين أن هناك علاقة إيجابية بين كثافة استخدام هذه المنصات ومستوى المشاركة السياسية الفعلية، مثل التصويت والانخراط في الحملات الإلكترونية .

كما حققت مواقع التواصل الاجتماعي اشباعاً سياسية للطلبة الجامعيين اي زيادة رصيدهم المعرفي المتعمق بالمواضيع السياسية بنسبة، %82 يليها الإشباع السياسي المتمثل اي زيادة الوعي نحو القضايا السياسية المختلفة ب 11، % يم المسالمة اي معالجة وطرح القضايا السياسية بنسبة. %17<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - خنوس خولة بعنوان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، رسالة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، 2019

### • أوجه الاختلاف:

يظهر الاختلاف بين هذه الدراسة ودراستنا في المنهج المستخدم فهم اعتمدوا على المنهج الوصفي واما في دراستنا اعتمدنا على المنهج المسحي وفيما يخص أدوات جمع البيانات هم اعتمدوا على الاستبيان والملاحظة ونحن في دراستنا اعتمدنا على استمارة الاستبيان فقط

### • أوجه التشابه:

جاءت هذه الدراسة مشابهة لدراستنا من خلال وجود متغير مشابه الا وهو المشاركة السياسية إضافة الى التشابه في نوع العينة فكلا الدراستين اعتمدت على العينة القصدية.

### • التعقيب على الدراسة:

تعد هذه الدراسة من بين الدراسات المشابهة لموضوع دراستنا، كونها تكشف عن تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري، بينما دراستنا تسلط الضوء على دور الفايسبوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين خلال فترة الانتخابات الرئاسية. ومن هذا المنطلق، قمنا باستخلاص أوجه الاختلاف والتشابه بين الدراستين والمتمثلة في:

أظهرت دراسة خنوس أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في نشر الوعي السياسي وتحقيق إشباعات معرفية لدى الطلبة بنسبة مرتفعة، في حين ركزت دراستنا على أن الفايسبوك كان أداة أساسية في تشكيل وعي سياسي أولي ساعد على تحفيز بعض الطلبة للمشاركة الانتخابية، لكن بدرجات متفاوتة من حيث العمق والانخراط.

رصدت دراسة خنوس علاقة إيجابية مباشرة بين كثافة الاستخدام والمشاركة السياسية الفعلية، مثل التصويت والانخراط في الحملات، بينما بينت دراستنا أن معظم التفاعل الطلابي على

الفايسبوك كان رمزياً (تعليق، متابعة)، مع ضعف في المشاركة الميدانية رغم وجود تأثير معرفي وتحفيزي واضح.

لم تفصل دراسة خنوس في دور النقاشات الافتراضية وتأثيرها على اتخاذ المواقف السياسية، بينما بينت دراستنا أن هذه النقاشات ساعدت بعض الطلبة في تبني مواقف سياسية واضحة والانخراط في الانتخابات الرئاسية، مما يُظهر دوراً عملياً للفضاء الرقمي في تشكيل السلوك السياسي الواقعي.

كلا الدراستين تشتركان في أن مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة الفايسبوك، تمثل فضاءً تفاعلياً يسهم في رفع وعي الشباب بالقضايا السياسية، غير أن دراستنا ركزت على ضرورة ربط هذا الوعي بمبادرات فعلية على أرض الواقع لتجاوز الطابع الاستهلاكي للمحتوى السياسي الرقمي

### ت - الدراسة الثالثة:

مذكرة تخرج من اعداد عثمانية عبد القادر و د. صالحية الزهرة، تحت عنوان مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في الوعي السياسي لدى الشباب  
وهدفنا هذه الدراسة لمعرفة كيفية استخدام الشباب الجزائري لموقع الفاسبوك كمصدر للمعلومات السياسية اتجاهات المبحوثين خاصة فيما يتعلق بالمعلومات حول الواقع السياسي،

وتمحورت إشكالية الدراسة حول ما مدى مساهمة الفاسبوك في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري؟

وكما قاموا بأدراج ثلاثة أسئلة فرعية ضمنها

- هل يكون الشباب أكثر اعتمادا على الفايسبوك من اجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي في حالة عدم الاستقرار في الدولة؟
  - هل تزداد درجة اعتماد الشباب على الفايسبوك من اجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي في حاله اشباعه لاحتياجاتهم؟
  - هل تزداد درجة اعتماد الشباب على موقع الفايسبوك في حالة ضعف الاعلام التقليدي في تزويدهم بمعلومات حول الواقع السياسي؟
- استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي في دراستهما بهدف التعرف على نطاق الدراسة وخصائص مجتمعها. كما اعتمدا على العينة القصدية في اختيار المشاركين، واستمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات.
- واظهرت نتائج الدراسة بأن الفاسبوك يلعب دورًا ملموسًا في تعزيز الوعي السياسي بين الشباب الجزائري، حيث يُستخدم كمنصة لمتابعة الأخبار السياسية، واستنتجوا ان الشباب يلجؤون للفاسبوك من اجل الوصول الى المعلومات السياسية والتفاعل أيضا مع هذه المعلومات، وابداء آرائهم حولها في حالة عدم الاستقرار الذي تمر به الدولة

الشباب يعتمدون على المعلومات المستقاة من موقع الفاسبوك لعدم قدرة وسائل الاعلام التقليدية على المنافسة وعلى تزويدهم بالمعلومات حول الواقع السياسي، وفي ظل هذا العجز فانه أي الفاسبوك في هذا الوقت هو المصدر الوحيد للحصول على المعلومات لأفراد عينة الدراسة<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - عثمانية عبد القادر و د. صالحية الزهرة، مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في الوعي السياسي لدى الشباب . مستخدم الفاسبوك في الجزائر انموذجا، رسالة دكتوراه في كلية علوم الاعلام والاتصال جامعة، جامعة برج باجي مختار الجزائر، 2022

### • أوجه الاختلاف:

الباحثان في هذه الدراسة قاموا بتسليط الضوء على موقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك وأرادوا البحث في تأثيراته على الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري اما نحن في دراستنا قمنا بالبحث على دور الفاسبوك في تفعيل المشاركة السياسية وتمثلت عينتهم حول الشباب الجزائري اما نحن اقتصرنا على الكالاب الجامعي.

### • أوجه التشابه:

جاءت هذه الدراسة مشابهة لدراستنا من خلال استخدام موقع الفاسبوك كنموذج مشابه لدراستنا إضافة الى التشابه في نوع العينة فكلا الدراستين اعتمدت على العينة القصدية كما التشابه في أداة جمع البيانات الا وهي استمارة الاستبيان.

### • التعقيب على الدراسة:

تعد هذه الدراسة من بين الدراسات المقاربة لموضوع دراستنا، كونها سلطت الضوء على تأثير موقع الفاسبوك في تعزيز الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، بينما ركزت دراستنا على دور الفاسبوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية لسنة 2024. ومن هذا المنطلق، قمنا باستخلاص أوجه الاختلاف والتشابه بين الدراستين والمتمثلة في:

أظهرت دراسة عثمانية وصالحية أن الشباب الجزائري يعتمد بشكل واضح على الفاسبوك كمصدر بديل عن الإعلام التقليدي في الحالات التي تشهد ضعفاً أو غياباً للمعلومة السياسية، بينما ركزت دراستنا على أن الفاسبوك شكّل وسيلة مباشرة لتحفيز الطلبة على المشاركة السياسية، خصوصاً خلال الحملات الانتخابية.

-سعت دراستهم إلى قياس مستوى الاعتماد على الفايسبوك في ظل الأزمات السياسية وضعف الإعلام، في حين أن دراستنا ركزت على تحليل أنماط التفاعل السياسي داخل الفضاء الرقمي، مثل التعليق، المشاهدة، واتخاذ المواقف الانتخابية.

-بينت دراستهم أن الفايسبوك يمثل المصدر الوحيد للمعلومة السياسية لدى الشباب، نتيجة العجز الإعلامي، أما دراستنا فقد أبرزت أن الفايسبوك لا يُعتمد عليه فقط كمصدر للمعلومة، بل كمنصة تفاعلية ساعدت على بناء مواقف سياسية واضحة، وتحفيز الطلبة على الانتقال من التفاعل الرقمي إلى الفعل الانتخابي الواقعي.

-لم تتناول دراسة عثمانية وصالحية بشكل مباشر مسألة التحول من النقاش الافتراضي إلى المشاركة الواقعية، بينما أكدت دراستنا أن التفاعل عبر الفايسبوك ساهم في تعزيز الرغبة في التغيير السياسي والانخراط الفعلي في الانتخابات.

-تتقاطع الدراستان في أن الفايسبوك لعب دورًا كبيرًا في نشر الوعي السياسي وتوسيع مساحة التعبير لدى الشباب، لكن دراستنا انفردت بتحليل طبيعة هذا الوعي ومدى ترجمته إلى سلوك سياسي ملموس.

# الإطار النظري

# الفصل الأول

## ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1. مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.
3. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.
4. اهلية مواقع التواصل الاجتماعي.

## 1- مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

تُعرّف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: (منظومة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم لتشكيل مجموعة من الشبكات الضخمة والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور)<sup>1</sup>.

ويعرفها الباحث مرسي مشري، على أنها تلك الشبكة الاجتماعية الرقمية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العالقات المهنية أو علاقات الصداقة.<sup>2</sup>

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي: على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاصّ به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكرتوني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.<sup>3</sup>

وفي الولايات المتحدة الأمريكية نشأت مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت في العام 1994م في شكل تجمعات مثل موقع (The Global) و (Geocities)، ويلي ذلك ظهور موقع (Trippool)، وقد ركزت هذه المواقع على تنظيم لقاءات بين الأفراد والسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتبادل المعلومات والأفكار حول مواضيع مختلفة وذلك باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات، في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني الذي يركّز على الروابط غير المباشرة والملفات الشخصية للمستخدمين والرسائل المتبادلة

<sup>1</sup>- زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تهيئة الرأي العام الفلسطيني حول التغيير الاجتماعي والسياسي، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، العلوم الإنسانية، العدد 6، فلسطين، 2012، مجلد 26،

<sup>2</sup>- مرسي مشري: شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد: 395، بيروت، لبنان، 2012، ص 122-129

<sup>3</sup>- زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 10، جامعة عمان الاهلية، عمان، سنة 2003 ص4

الدمجة ضمن قائمة الأصدقاء، كما ظهرت في العام 1999م نماذج مختلفة من شبكات التواصل الاجتماعي تقوم أساساً على الصداقة والثقة حيث منحت التحديثات المستخدمين سلطة التحكم في المضمون والاتصال.<sup>1</sup>

وخلال الفترة من 2002-2004م بلغت شعبية مواقع التواصل الاجتماعي عبر العالم ذروتها من خلال ثلاثة مواقع هي (Friend star) و (My Space) و(Bello)، فيما ظهر موقع فيس بوك (Facebook) إلى الوجود في ذات العام وقد أنشأه مارك زوكر بيرج ليجمع زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكية، وتطور بعد ذلك ليصبح أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها استخداماً.<sup>2</sup>

## 2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:<sup>3</sup>

### أ- التواصل الشبكي المتداخل "Interconnectedness":

بحيث تسمح بالتواصل من عدة نقاط إلى عدة نقاط أخرى، وليس فقط من نقطة واحدة إلى عدة نقاط، كما هو الحال في الاتصال الجماهيري التقليدي.

### ب- سهولة الوصول والدخول: "Access"

من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمراسلين ومستقبلين ومنتجين.

<sup>1</sup> - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر، ط1، عمان، سنة 2014، ص59  
<sup>2</sup> - علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2005، ص25

<sup>3</sup> - الد بن عبد الله الحلوة: الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال" الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية، الرياض، جامعة امملك سعود، السعودية 23/24 جمادي الأول 1433هـ، 16/15 أبريل 2012م)

### ت- عنصر التفاعلية: « interactivity »

يعتبر هذا العنصر أهم ما يميز هذه المواقع عن العالم التقليدي القديم، وهي قدرة المستخدم على المشاركة في إنتاج المحتوى الاتصالي، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحوار المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين، والمحادثة "Chating" حول مواضيع ويتناولها أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية كما يتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات، والحصول عليها، وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني

### ث- التنوع الغزير في المحتوى:

مقارنة بالأعلام القديم المحصور بأنواع وأنماط محددة من المضامين الإعلامية.

### ج- تعدد الاستخدامات وخاصة الانفتاح Ended-open على كل ما هو جديد

موضوعيا وفنيا في محتوى وشكل المضامين

### ح- سعة الانتشار والتحرر من المكان delocatedness وعدم ارتباط مواقع

التواصل الاجتماعي بمنطقة جغرافية محددة، أي أنها تتخطى حواجز المكان الجغرافي.

## 3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

### أ- الشبكات الاجتماعية:

هي مواقع تهدف لجمع المستخدمين ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وتكوين

الصدقات ومن أشهرها

• **تويتر:** موقع على الانترنت يمثل شبكة تواصل اجتماعي، ويتيح فيه يتم للمستخدم حساب يربطه بالآخرين من خلال خاصية التتبع. تبادل الرسائل النصية وتسمى tweets ويجب ألا تزيد عن 140 حرفاً توضع في الملف الشخصي للمستخدم وتكون هذه الرسائل مفتوحة للجميع، إلا إذا رغب المستخدم في حصرها لأصحابه المقربين وقد بدأ هذا الموقع في بداية 2006 كاستخدام تجريبي وفي 2007 تأسست شركة تويتر كشركة مستقلة<sup>1</sup>.

• **اليوتيوب:** اليوتيوب موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها<sup>2</sup> وقد تأسس هذا الموقع سنة 2005، ويستخدم الموقع تقنية الأدوب فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها.

وقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين وللهاواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم، وأغانيتهم، ومنتجاتهم للعامة ومجانا، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات والحكومات لبث برامج النوعية أو الحصص الإلكترونية عبره.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - علي بن شويل القرني، الإعلام الجديد من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، د.ذ.س.ن. ص. 95.

<sup>2</sup> - حلمي خضر ساري، ثقافة الانترنت، دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن سنة 2005، ص 307

<sup>3</sup> - حلمي خضر ساري، مرجع سابق، ص 311.

• **فيس بوك: Facebook** يعد الفيس بوك أشهر المواقع الاجتماعية على مستوى العالم، وقد تم إطلاقه في فبراير 2004 أنشاه مجموعة من طلاب (جامعة هارفارد) كشبكة لبعض الجامعات الأمريكية حينها ثم فتح الموقع مجال الانضمام منذ سبتمبر 2006 بحيث أصبح كل من يملك بريدا الكترونيا أن ينظم إلى شبكة الفيس بوك.<sup>1</sup> ويمكن من خلال هذا الموقع الذي يعد من مواقع الشبكات الفيس بوك، الاجتماعية أن يقوم المشترك بإضافة أصدقاء إلى ملفه الشخصي، ويقوم بتحديثه ويصل هذا التحديث إلى جميع أصدقائه، وأصدقاء أصدقائه، إضافة 19 إلى إمكانية الانضمام إلى مواقع المنظمات المهنية والتعليمية وغيرها.<sup>2</sup>

• **موقع واتساب: Whats App** : هو تطبيق ترسل فوري محتكر، ومتعدد المنصات للهواتف الذكية، ويمكن بالإضافة للرسائل الأساسية للمستخدمين إرسال الصور والرسائل النصية والصوتية والفيديو والوسائط.

تأسس واتساب عام 2009م من قبل الأمريكي بريان أكتون (Brian Acton) والأوكراني جان كوم (Jan Koum) الرئيس التنفيذي أيضاً، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو (yahoo) ويقع مقرها في سانتا كلارا كاليفورنيا، يتنافس WhatsApp مع عدد من خدمات الرسائل الأسيوية مثل (line we chat) ، (Kakao talk) والواتساب مُتاح لكل من أيفون وأندرويد وبلاك بيري ووندوز وفون 7، وعلى آي باد (بصورة غير رسمية)،

<sup>1</sup> - دليلة غروبة، الانترنت، الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 10، الجزائر، سنة 2013، ص 304

<sup>2</sup> - علي بن شويل القرني، مرجع سبق ذكره، ص 86.

ويتزامن مع جهات الاتصال في الهاتف لذلك لا يحتاج المستخدم لإضافة الأسماء في سجل مفصل<sup>1</sup>

وبرنامج وتطبيق الواتساب يتيح التواصل بشكل مباشر مع الأصدقاء وتبادل الرسائل الكتابية والصور ومقاطع الفيديو، ويُشترط لاستخدام هذا البرنامج وجوده على هاتف المستخدم، حيث يتم التطابق من رقم هاتف المستخدم للتطبيق عن طريق إرسال رسالة نصية إلى نفس الرقم وتأكيد عملية التسجيل، وقد ظهرت مؤخراً إمكانية استخدام البرنامج على أجهزة الكمبيوتر والأجهزة اللوحية، وما يتعلق بسبب تسمية هذا التطبيق بواتساب أن لفظ الكلمة في اللغة الإنجليزية هو نفس لفظ كلمة what's up وهي تعني (ما الأخبار أو ما هناك من أمر أو ما الجديد) ولكن أضيفت كلمة App بدلاً من Up لتعطي مدلولاً على أن هذا عبارة عن تطبيق وهو باللغة الإنجليزية (Application).<sup>2</sup>

#### ب- مواقع المفضلات الاجتماعية:

هي مواقع تسمح لك بإنشاء مفضلاتك وتسجيلها، ومشاركتها مع باقي الأعضاء المشتركين في هذه المواقع، وهي مفضلة ال ترتبط بجهاز الكمبيوتر بل تكون موجودة على شبكة الأنترنت، ومن أشهر هذه المواقع موقع ديج digg .

#### ت- واقع استضافة المدونات:

هي مواقع تمكن المستخدمين العاديين من الحصول على مدونة بشكل مجاني، بعد التسجيل فيها، ومن أشهرها: الوردبرس، بلوجر، تيب باد..

<sup>1</sup> - نفس المرجع السابق.

<sup>2</sup> - فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، ط1 عمان، 2015، ص 9

### ث- مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر:

وهي تعتبر بمثابة خزان يحتوي على أعداد كبيرة من التسجيلات، التي ينجزها المستعملون ويثونها، كما تقدم خدمة مشاركتها على المواقع الاجتماعية الأخرى، وإمكانية تفاعل المشاهدين فوراً ويف نفس لحظة البث، ومن أبرز هذه المواقع: live Stream ، YouTube

### ج- شبكات التصوير والفن:

وهي مواقع تمنح مكاناً لحفظ وتخزين وعرض الأعمال الفنية سواء كانت صوراً أو رسومات، حيث يتمكن الناس من رؤيتها وإبداء الإعجاب أو النقد هلاً، كما تفيد في إمكانية بيع أعمالك للغير وإيجاد دخل مالي منها ومن أبرز هذه المواقع: Photobucket

### ح- مواقع الأخبار الاجتماعية:

وهي مواقع تعتمد على شبكة واسعة من المستخدمين يقومون بتقديم الأخبار المهمة، وبإمكان القراء ترقيتها إن كانت فعال مهمة، كما تتيح تصنيفات كثيرة تساعدك على تحديد جمال اهتمامك، ومن أشهرها: NowPublic Technorati ، Newsvine

## 4- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

برزت في الآونة الأخيرة شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، وحظيت بانتشار كبير على الصعيد العالمي، بل وقد أصبح بعضها من أكثر الشبكات زيارة في العالم، حتى أنها أصبحت تطفئ على ما كان يُعرف في علم الاجتماع (المكان الثالث)، أي المكان الذي يلجأ إليه الإنسان بعد مكانه الأول (البيت) ومكانه الثاني (العمل، أو المدرسة، أو الجامعة)، لقد أصبح واضحاً أن المكان الثالث مكاناً إلكترونياً بامتياز.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - Sean P Hagerty (2008). An Examination of uses and Graduations of YOUTUBE, Unpublished Master thesis Department of Communication, Villanova University.

وتكمن أهميتها في:

- تساعد مستخدميها على الاطلاع على كل ما هو جديد في مجالات الحياة المتعددة
- القدرة على صناعة الحدث الإعلامي وتوجيه الرأي العام .
- القدرة على إنتاج المعنى بعدما كان يكتفي باستقباله وتأويله، وهو ما قد يؤدي إلى خلق اتصال حر.
- الكشف عن الهامشي والمسكوت عنه، وهو ما لم تستطع أو لم ترد المؤسسات الإعلامية مواكبته بسبب الأجندة المسبقة التي تقيدها.
- التحرر من قيود السلطة بأبعادها الكلاسيكية المختلفة.
- التكتل في جماعات افتراضية متجانسة أكثر فأكثر وضاعطة، حتى صار جمهور الشبكات يشكل سلطة حقيقية يمكن تسميتها بالسلطة الخامسة<sup>1</sup>.
- تبادل الرسائل والمضامين الإعلامية وتوفير مساحة للحوار والنفاش واختيار المعلومات كما يستطيع المستقبل اختيار الموضوع الملائم من بين البدائل المتعددة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- باديس لونيس، صحافة المواطن وإعادة تشكيل مفهوم الجمهور، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية، العدد 20، 10، ص. 255

<sup>2</sup>- بورقعة سمية، التفاعلية في الصحافة الالكترونية الجزائرية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، الجزائر العدد الخامس عشر، سنة 2013، ص 272

# الفصل الثاني

## الاتصال السياسي ومواقع التواصل الاجتماعي

1. مفهوم ونشأة الاتصال السياسي.
2. وظائف الاتصال السياسي.
3. التأثير المتبادل بين الاتصال والسياسة.
4. موقع فيسبوك كقناة للاتصال السياسي في الفضاء الافتراضي.
5. الخطاب السياسي عبر موقع الفاسبوك.
6. أهمية موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك الجانب السياسي.

## 1 مفهوم ونشأة الاتصال السياسي:

## أولاً: مفهوم الاتصال السياسي:

تعدد مواضيع البحث المتعلق بالاتصال السياسي حسب Gaze nave يظهر عندما نحاول تقديم تعريف للاتصال السياسي، فقد يمكن أن نطلق عليه تسمية اتصال سياسي هو كل التقنيات التي يستعملها الفاعلين السياسيين والحكام بالإضافة إلى مساعدة أهل الاختصاص في ميدان الاتصال السياسي كالمهنيين في مجال النصيحة السياسية للتواصل مع الناخبين والمحكومين وكل التقنيات المستعارة من ميدان التسويق كتقنية سبر الآراء والعلاقات العامة والإشهار فضلاً عن استعمال التكنولوجيات الحديثة كالإعلام الآلي والوسائل السمعية البصرية المتطورة كالوسائل الإلكترونية في مجال السياسة . كما يمكن تعريفه على أنه مجموع الرسائل السياسية التي يبثها الحكام ورجال السياسة بصفة عامة باتجاه جمهور الناخبين، بالاعتماد على بعض القنوات والدعائم كالخطب العمومية حوارات، رسائل، ملصقات، منشورات، والملاحظ أنه في الوقت الذي نجد فيه أن التعريف الأول يركز على ممارسات وقنوات الارسال الاتصالية أي وبالتالي فهو يعرض العلاقة الموجودة بين البلاغة والسياسة في حين نجد التعريف الآخر يركز على محتوى الرسالة المتضمنة للمعلومات السياسية. ن يعرف في نفس الوقت على أنه مجموع التقنيات والرسائل ونسق من العلاقات بين الفاعلين السياسيين<sup>1</sup>

ويعرف أيضاً على انه للنشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب والذي يعكس أهدافا سياسيو محددة السياسية تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال .ويعين الاتصال السياسي في جوهره تنظيم حياة المجتمع وعلاقته

<sup>1</sup> - حسن قطيم طماح المطربي، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل "تويتر" من قبل الشباب، رسالة ماجستير،

جامعة الشرق الأوسط، الأردن سنة 2013 ص.15-16

ومصالحه وتحقيق الأمن والثبات هلا عن طريق الأنظمة والقوانين والقوة التي تمثلها السلطة.<sup>1</sup>

### ثانياً: الأصول التاريخية للاتصال السياسي:

أصبح الاتصال السياسي ميداناً علمياً يستهان به في العلوم؛ حيث أنه استطاع أن ينفرد بأسسه من المتتبع لتاريخ نشأة ومناهج دراسته، والاتصال السياسي والبحث العلمي فيه الينكر أن إعطاء تحديد دقيق زمني لنشأته من الصعب، فالاهتمام بالخطاب السياسي ضارب في عمق التاريخ خاصة لدى اليونان القدماء كونهم قد درسوا عدة علوم وكانت ساحاتهم تشهد عدة مناظرات بين الفلاسفة في محاولة لعرض أفكار كل منهم واقناع الطرف الآخر وجمهور المشاهدين بها،

ارتبطت المعرفة السياسية منذ الفكر اليوناني القديم بالاعتبارات الفلسفية والأخلاقية، وكان المفكرون السياسيون ينظرون إلى المجتمع نظرة مثالية دون الاهتمام بالواقع، فمن حيث الموضوعات كان اهتمامهم منصباً على دراسة أنواع الحكومات والنظم السياسية التي تعمل في ظلها، وقد تطرق هؤلاء الفلاسفة والمفكرون في كتاباتهم إلى مواضيع ذات صلة بموضوع الاتصال السياسي، فربط أفلاطون بين السلوك السياسي والاستعداد الطبيعي للفرد حسب الطبقة التي تنتمي إليها، ورأى أن كل فرد لا بد من وضعه في المكان الذي يتناسب مع استعداداته وقدراته الفطرية طبقاً لطبقته الاجتماعية، فالسياسي عند أفلاطون كان هو المؤهل بمعرفته لفن السياسة لتولي الحكم والقدرة على الاتصال السياسي بالمجتمع حتى إن لم يتولاه بالفعل وبالتالي فإن الحكومة الأفضل في نظره هي حكومة الذين يعملون، أما أرسطو فقد نظر إلى الإنسان ككائن سياسي بطبعه، وانطلق من خلال كتاباته من ضرورة الاعتراف بأن القانون في أي دولة صالحة يجب أن يكون له الصوت الأعلى، وأن الحكمة

<sup>1</sup> - المصالحة، محمد حمدان، الاتصال السياسي: مقترح نظري-تطبيقي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط 1، عمان الأردن، 1996، ص 13.

الجماعية لشعب من الشعوب أسمى من حكمة أعقل المشرعين ،فالأفراد متصلون سياسيا واجتماعيا ويتشاركون في أمور حياتهم وتكمل بعضهم البعض وبالتالي فإن مشاركة أفراد المجتمع في السلطة ضروري، فالدولة من وجهة نظر أرسطو شراكة بين قوم يعيشون معا لتحقيق أفضل حياة ممكنة.<sup>1</sup>

مع بداية عصر النهضة بدأت مرحلة جديدة في الفكر السياسي والاجتماعي في أوروبا من خلال طرح الفلاسفة والمفكرون لأفكار معبرة عن التغيرات الاجتماعية والسياسية والمعرفية الجديدة، حيث تستند في أساسها على مبادئ الحرية والديمقراطية والمساواة، وكان من اهم هذه التغيرات ذات الصلة بالاتصال الاتي:

- التغيرات الاجتماعية، ومن أبرزها انتقال أوروبا من التنظيم الإقطاعي للمجتمع إلى التنظيم الرأسمالي وظهور الطبقة البرجوازية الجديدة.
- التغيرات السياسية من خلال ظهور الدولة القومية والتخلص من الهيمنة والسلطة السياسية للكنيسة.
- التغيرات الدينية مثل حركة الإصلاح الديني التي أعادت تشكيل العلاقة بين العابد والمعبود .
- التغيرات المعرفية كالثورات العلمية والفلسفية وتأثير تطور المعلومات والمعارف على علاقة المجتمع بالسلطة السياسية.

كما نستطيع تتبع مراحل تطور الاتصال السياسي من خلال ظهور النظرية الليبرالية في بريطانيا على يد "جون ميلتون" في بداية القرن السادس عشر للميلاد، والذي نادى بحرية الرأي والتعبير، هذه النظرية التي تبلورت بشكل واضح و جلي في القرن السابع عشر ميلادي من خلال الإضافات الفكرية لأساتذة العلوم السياسية الذين كانوا يحاولون لتأسيس

<sup>1</sup> - مرتضى شنشول ساهي العقابي: "النظم السياسية في الفكر السياسي لدى أرسطو"، المجلة السياسية والدولية، العدد (33\_34)، العراق، 2016، ص، 193

نظام سياسي أمثل من خلال رفع القيود التي تفرضها الحكومات على حرية الرأي والتعبير، وفلسفة هؤلاء المنادين برفع الرقابة عن الاتصال تتمحور حول الفرضية التي تقول: " إن حرية الاتصال تشجع على الحوار والنقاش و استعمال العقل من أجل الوصول إلى الحقيقة " هذه الفرضية بنى عليها السياسة دعوتهم لحرية الاتصال والرأي والتعبير وجدت قبولاً واسعاً من قبل فئات اجتماعية متعددة في أوروبا منها:

-رجال الدين البروتستانت المحافظون الذين كانوا يعادون الكنيسة الكاثوليكية التي كانت تملي عليهم نمطاً فكرياً يكرهونه، فطالبوا بالحرية من تسلط هذه الكنيسة، كما طالبوا بالحكومات بتنظيم اجتماعي معين تكفل لهم الحرية من سلطة الكنيسة.

- رجال الأعمال وبخاصة التجار الصغار الذين أيدوا فكرة الاتصال الحر والسوق الحرة والمنافسة التجارية التي تستخدم وسائل الاتصال لتروج السلع والخدمات ورفضوا الاحتكار الرسمي بكل أشكاله.

- الساسة الذين كانوا يطالبون بالمزيد من المشاركة السياسية في المجتمع عبر قنوات الاتصال المختلفة.

-الصحفيون والناشطون الذين طالبوا بحرية الرأي والتعبير ورفع القيود المفروضة على ممارسة العملية الاتصالية.<sup>1</sup>

لقد تأثرت الدراسات السياسية منذ عصر النهضة كغيرها من الدراسات الإنسانية بالنزعة التحررية و الاتجاه نحو التجريب و المنهج العلمي، ومن هنا بدأ الاهتمام بالسياسة في الإطار الواقعي و البعد عن التأملات الفلسفية المثالية والميتافيزيقية، ومهدت آراء المفكرين في عصر النهضة بالاهتمام بالإنسان ودوره في المجتمع والحياة السياسية والحرية

<sup>1</sup>هدى الحنافية، عناصر الاتصال السياسي، مقال إلكتروني على منصة 3اغسطس 2023 من موقع:

والديمقراطية، وكان لذلك أثره الواضح في الاهتمام بالاتصال السياسي، وهو ما اتضح فيما بعد في آراء كل من كأنط" و"هيجل" و"ماركس" وغيرهم من المفكرين الذين ساهموا في وضع الأسس الأولى للديمقراطية الحديثة، و انتبهوا إلى أهمية العلاقة بين السياسة و المجتمع حيث شهد القرن الثامن عشر مولد العديد من الدراسات التي كان لها الأثر البارز في الفكر الاجتماعي و السياسي نتيجة التغيرات التي نمت بفعل الثورة الصناعية و ما أحدثته من تطورات في وسائل الاتصال..

إن بروز الاتصال السياسي كحقل أكاديمي له تقاليده الخاصة و أنظمتها المتقدمة تعد ظاهرة حديثة و شار " نمو وسنדרز" إلى أن أول ذكر للاتصال السياسي كمجال مستقل كان في عام 1956 حيث ظهر كتاب بعنوان " السلوك السياسي Political Behavior و يناقش تبادل التأثيرات السياسية بين الحكومة والمواطن، وبعد ذلك فقد حدثت تطورات مهمة في أعقاب هذه المحاولة المهمة شملت المجال البحثي والتطبيقي، فعلى صعيد البحث أجريت دراسات واسعة النطاق حول المجالات و الأساليب الرئاسية للاتصال السياسي مثل: آثار وسائل الإعلام في الانتخابات الرئاسية أو السياسية و آثار الدعاية وتحليل اللغة السياسية، ففي عام 1972 - مثلاً- أعد " ساند رز وهرش و بيس" أكثر من (1000) مدخل في فهرسهم الشامل تتعلق بالبحث في الاتصال السياسي، وفي عام 1974 سجل "ساند رز وكاد و هيرش" ما زاد على (1500) مادة تبحث في الاتصال السياسي للحملة الانتخابية في الولايات المتحدة الأمريكية و بلدان أخرى، وتستخدم الباحثون في ذلك عددا من الأساليب المنهجية مثل نظرية ترتيب الأولويات، ونظرية الاستخدامات و الإشباعات

إن هذه الدراسات و غيرها من التي تلتها وبخاصة في عقد الثمانينات في هذا القرن لم تعد مقتصرة على البحث في موضوع الاتصال السياسي كأحد المتغيرات التي تدرس العلاقات بين الحكومة و المجتمع فحسب؛ بل توسعت لتشمل موضوعاته المتعددة والمتنوعة مثل: اللغة السياسية و الخطابة السياسية و الإعلام السياسي و الدعاية السياسية و

المناظرات السياسية عبر وسائل الإعلام، وسائل الإعلام والتنشئة السياسية و الحملات الانتخابية و الرأي العام، السياسة الإعلامية للدولة والحكومات الحركات السياسية و العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام وغير ذلك من الموضوعات التي تفرضها الظروف التي تمر المجتمعات المعاصرة<sup>1</sup>

## 2- وظائف الاتصال السياسي:

يتكلم الباحثان "أملود" و"كليمان" عن وظيفة الاتصال السياسي ويؤكدون بصفة دقيقة أن الاتصال ليس مظهرا من مظاهر الوظائف السياسية الأخرى، جيب أن يكون الاتصال منفصلا عن وظائف فصل المصالح، التجميع والحشد، فوظيفة الاتصال مستقلة وتسمح بتحديد طابع سري النسق السياسي وهنا يعد الاتصال العنصر السياسي الذي يسمح للنسق السياسي بتحقيق وإنجاز نفسه دون الاتصال فإن الوظائف الأخرى للنسق لا يمكن أن تكتمل، ولكي تكتمل بصفة موضوعية وحرية فإنهم يجعلون منه ضمان للنظام الديمقراطي، فوظيفة الاتصال داخل الانساق السياسية تتوقف على هياكل وبنيات الاتصال وأساليب استكمال وظيفة الاتصال بحيث تتطور هذه البنيات والهياكل بصفة متوازنة مع الانساق السياسية، أما أساليب الاتصال السياسي فأنها تستجيب لبعض الأساليب منها: بارزة أو مخفية نوعية أو مسهبة، خاصة أو عامة، حيادية أو موجهة وكل نسق سياسي يتبع أسلوب اتصالي معني من الأساليب السابقة.

نجد أيضا أن الاتصال السياسي له وظيفة التأثير في الرأي العام سواء كان بشكل مباشر أو غري مباشر عن طريق الانطباعات التي يوجد لها لدى المتلقين، فالالاتصال ال يضع فقط الأمور في بؤرة الاهتمام، وإمنا أيضا الشخصيات والأحداث بالغموض والإلهام وعدم تغطيتها الاعتباريات تتعلق ظروف كل وسيلة أو هدف الضغط أو إخفاء المعلومات

<sup>1</sup> - منصورى فاطمة الزهراء، دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر بسكرة،

الجزائر، (2013/2014) ص 11

أسباب سياسية أو إيديولوجية. بالإضافة إلى وظائف أخرى يقوم بها منها: التنشئة السياسية والتسويق السياسي، الرقابة على الحكومة، المشاركة السياسية و كما تتمثل كذلك وظائف الاتصال السياسي فيما يلي:<sup>1</sup>

- **وظيفة التنشئة السياسية:** تقوم وسائل الاتصال بهذه الوظيفة عن طريق تقديمها للمعلومات حول البيئة السياسية، حيث أن التنشئة السياسية هي عملية مستمرة عبر مراحل الإنسان .
- **التسويق السياسي:** ويعرف التسويق كونه لا يعد وكونه تطبيقاً لمبادئ التسويق وأساسه وأساليبه على الحياة السياسية، فأطراف العملية السياسية يستخدمون هذه المبادئ في اتصالاتهم السياسية خصوصاً في الحملات الانتخابية.
- **التأثير عمى الرأي العام:** حيث أن معالجة القضايا والأحداث تؤثر كثيراً في إدراك الناس لهذه الأحداث، فهي تزود أفراد المجتمع بكافة المعلومات عن البيئة السياسية.
- **الرقابة عمى الحكومة:** توصف وسائل الاتصال بأنها تمثل دور الحارس اليقظ ضد استخدام السلطة من قبل الجيهاة الرسمية .المساعدات في صنع القرارات
- **التأثير المتبادل بين الاتصال والسياسة:**

إن الاتصال الذي تغلغل في كل مجالات الحياة الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية... وغيرها، لم يكن ليترك المجال السياسي دون اتصال بل إنه لا يمكن أن تكون هناك سياسة ما مل يرافقها اتصال، فالعلاقة بينهما مترابطة ارتباطاً وثيقاً لدرجة أنه لا يمكن تصور وجود أحدهما دون الآخر، فكما يؤثر الاتصال في السياسة تؤثر السياسة في الاتصال وهذا التأثير تكون شدته وتأثيره مرتبطاً بنوع النظام السياسي الموجود في البيئة الاتصالية ونحن نلاحظ

<sup>1</sup> - عبد الغفار رشاد القصبي، الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي، القاهرة، مكتب الآداب، 2007، ص106

تأثير النظم السياسية الكبرى على الاتصال خاصة في الدول النامية أكبر من تأثير الاتصال على النظم السياسية<sup>1</sup>.

وليس بإمكان أي نظام سياسي حديث أن يعمل دون مساعدة وسائل الاتصال، ذلك أن الاتصال المشتغل بالمسائل السياسية يكون عادة وليس دائماً أداة مساعدة للسياسة، ينقل سياسات صناع القرارات إلى الشعوب ويبلور اتجاهات ومواقف الشعوب حيث يستفيد منها صناع القرارات، فهو العنصر الدينامي للوجود السياسي الذي يعين بنقل الرسائل فيما بين أجزاء النظام السياسي، ثم بينه وبني النظام الاجتماعي، وتكرس النظم السياسية كلها مساحات وأوقات في وسائل الاتصال مشاكل الحكومة، وقد وجد القائمون بالاتصال في الاهتمام المشترك من أفراد الشعب كلهم التي تحظى به أنشطة الحكومة سبيلاً للوصول إلى المزيد من القراء والمستمعين والمشاهدين، فمن جهة يجد السياسيون أنفسهم حاجة إلى قنوات اتصال جماهيري إيصال صوتهم وسياساتهم للجماهيرية ومن جهة أخرى يرى الإعلاميون أنهم بحاجة إلى ربط الصلة مع السياسيين للحصول على الأخبار والمعلومات، وبالتالي فهم مشاركون في العملية السياسية من خلال تركيز الانتباه على قضايا سياسية دون أخرى وتدعيم النظام السياسي القائم ألن بقائها مرهون ببقائه<sup>2</sup>.

### 3- موقع فيسبوك كقناة للاتصال السياسي في الفضاء الافتراضي:

مع ظهور شبكة الإنترنت وتعدد استخداماتها في كل المجالات اجتهدت الأنظمة السياسية بدورها إلى الاستفادة من خدماتها خاصة مع الشعبية الكبيرة التي تميز استخدام هذه الشبكة بما تحتويه من مواقع وفضاءات عمومية وأخرى تعليمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث والمدونات وغرف الدردشة.. وغيرها، ويعتبر موقع الفيس بوك واحداً من بين تلك المواقع والشبكات الجزائرية للاتصال الاجتماعية التي تحظى باستخدام واسع سواء على المستوى العملي أو الوطني فأصبح للأحزاب السياسية قنوات أخرى جديدة

<sup>1</sup> - كمال الدين جعفر عباس، الاتصال السياسي، المكتب الإسلامي، بيروت، سنة 2004، ص20.

<sup>2</sup> - كمال المنوفي، نظريات النظم السياسية، وكالة المطبوعات للنشر، ط1، الكويت سنة 1918، ص143

للاتصال السياسي تساعدها في عملية الاقتراب من الناخبين ومن الأفراد المهتمين بالسياسة، وأصبح للأنظمة السياسية فضاءات من خلالها يمكن إيصال رسائل للمواطنين " بفضل سرعة الوصول إليها وسهولة استخدامها تقنيا<sup>1</sup>"

يعود اهتمام الأنظمة السياسية والأحزاب السياسية التواجد الرقمي لهم إلى اتجاه الأفراد نحو امتلاك وإنشاء حسابات عرب مواقع التواصل الاجتماعي عموما و الفاسبوك خصوصا اعتباره الأكثر شعبية وسهولة في الاستخدام وأن الر رسالة السياسية تصل اليهم بشكل أسرع من الوسائل العالمية الأخرى، كما مكنها قياس مدى أنتري تلك الر رسالة من خلال التفاعل الذي تحظى به من طرف المتابعين والنقاش حولها عبر الفضاء العمومي الافتراضي وهو ما يمكن السلطة والأحزاب السياسية من تعديل الرسالة أو تغييرها أو تثبيتها انطلاقا من ردود الفعل حولها. إن ذلك التفاعل والنقاش يمكنه أن يتحول إلى رأي عام يتشكل حول موضوع سياسي ما قد يؤثر على السياسيين والسلطة السياسية وقد يتأثر هذا الرأي بالرسائل السياسية التي تستهدفه الدرجة الأولى في عملية تواصل واتصال لم تكن متاحة في الوسائل العالمية الأخرى بنفس القوة وبنفس الحرية في التفاعل، والفضل في ذلك يعود إلى الفيس بوك ذلك الفضاء الأزرق الذي هو جزء لا يتجزأ من الفضاء العمومي الافتراضي الذي كان محور أبحاث ودراسات عديدة من قبل الباحثين " فبفضل شبكة الإنترنت أصبح لكل مواطن الحق في إبداء رأيه دون حرج أو خوف في مختلف المواضيع ومنها السياسية بفعل التفاعلية الالكترونية التي جعلت من المواطنين منتجين للرسائل العالمية والسياسية ومشاركين فاعلين في إعدادها والتفاعل معها وكذا والتأثري فيها أو التأثير بها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>-سليمة رابحي، الأحزاب السياسية و الاتصال السياسي ،رسال ماستر كلية علوم الاعلام و الاتصال ،جامعة الجزائر،الجزائر،2008-2007 ص104

<sup>2</sup>- دان ما ركان وماري تشكنو، مكتب صحفي مسؤول في العصر الرقمي، مكتب برامج الاعلام الخارجي، الولايات المتحدة الامريكية، ص56

#### 4- الخطاب السياسي عبر موقع الفاسبوك:

#### 4-1 مفهوم الخطاب السياسي:

الخطاب بشكل عام من الألفاظ التي شاعت في حقل الدراسات اللغوية ولقيت إقبالا واسعا من قبل الدارسين والباحثين، فالخطاب ليس بالمصطلح الجديد ولكنه كيان متجدد يولد في كل زمن ولادة جديدة تتسجم وخصوصية المرحلة، وهو كمفهوم لساني يمتد حضوره إلى النصوص المتعاليات من شعر جاهلي وقرآن كريم، وكذا في الدراسات الأجنبية، حيث تمثل الأوديسا والإلياذة نماذج خطابات متفرقة بغض النظر عن نوع الخطاب. ورغم قدم جذور هذه الكلمة في الثقافة العربية من حيث أصولها المقترنة بالنطق، فإن الكلمات " استخداماتها المعاصرة، بوصفها مصطلحا له أهميته المتزايدة تدخل بمعانيها إلى دائرة الاصطلاحية التي هي أقرب إلى الترجمة، والتي تشير حقولها الدلالية إلى معان وافدة، ليست من قبيل الانبثاق الذاتي في الثقافة العربية، فما نقصد بالكلمة المصطلح (الخطاب) هو نوع من الترجمة أو التعريب لمصطلح Discourse في الإنجليزية ونظيره Discours في الفرنسية أو Diskurs في الألمانية"<sup>1</sup>

#### 4-2-الخطاب السياسي عبر موقع الفاسبوك:

للخطاب مكانة مركزية في العملية السياسية خاصة في فترة الانتخابات حيث يعمل على التأثير في المواطنين من خلال اعتماده على التواصل الانتخابي والتسويق السياسي لأفكار الحزب أو للهيئات السياسية بمختلف الاساليب الحديثة. ومصطلح التسويق السياسي يشجع استخدامه كثيرا خلال الحملات الانتخابية إلا أنه يعد نشاطا مستمرا ومتواصلا في الزمن وتعتمد الأحزاب السياسية عليه كثيرا في بناء قاعدة النضالية حيث تستخدم في سبيل ذلك كافة وسائل الاتصال الممكنة للوصول إلى أهدافها ولعل من أبرز الأمثلة على ذلك دخول

<sup>1</sup>- جابر عصفور، آفاق العصر، دار الهدى للثقافة والنشر، ط1، دمشق، سنة 1997، ص 47

الأنترنت مع الحياة السياسية، بعد تعزيز الأحزاب السياسية لتواجدها عبر هذا الفضاء الاتصالي الجديد حيث اتضحت الأحزاب سياسية اليوم تملك مواقع إلكترونية وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي على حيث اتجهت الظاهرة الحزبية في الجزائر الى الاستعانة بمنصات التواصل الاجتماعي في ترويج خطابات أثناء الاستحقاقات الانتخابية وكان أول استحقاق انتخابي هو رئاسيات 2009 ، ليحظ باهتمام في الجزائر ، إذ اقتصرت الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 على مجرى استعمال وسائل تقليدية والتواجد الرقمي المتواجد منذ خلال الاكتفاء بإنشاء مواقع إلكترونية لبعض المرشحين كان ابرزها حضور موقع المرشح عبد العزيز بوتفليقة 1

لتاتي الانتخابات التشريعية لشهر ماي من عام 2012 شهدت خلالها الجزائر حضور قوي على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفاسبوك وذلك لمواكبة مسار الحقل السياسي العام الذي عرفه العالم العربي من ثورات، لتعرف الشبكات الافتراضية اتساعا خلال السنوات الاخيرة وتسارعا جعل الاستحقاق الانتخابي الجزائري يبدو افتراضيا أكثر منه في الواقع. ففي الانتخابات التشريعية لعام 2017 عمدت الاحزاب الجزائرية الى تجديد صورا مرة اخرى بتواجدها عبر منصة الفاسبوك للدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التعبئة السياسية فحزب جبهة التحرير الوطني كان أول قوة سياسية في الجزائر تحوز على أكثر من 100 صفحة للتواصل الاجتماعي عبر الفاسبوك. والخطاب السياسي على فيسبوك أصبح أداة رئيسية للتواصل بين السياسيين الجزائريين

فقد بدأت هذه العملية اليوم تتأخذ أبعادا مختلفة من خلال شبكات التواصل، وخصوصا منذ أن فاز بارك أوباما في العام 2008 في الانتخابات الرئاسية في الولايات

<sup>1</sup>فضيل ديلو، الاتصال السياسي في الجزائر. مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة قسنطينة، 2010

المتحدة الأمريكية، بعد حملة استغلت بها وسائل التواصل جيدا، وكان لها دور أساسي فيها، لقد أصبح اللجوء إلى الخدمات الرقمية، والذي صار من المسلمات في الحملة الانتخابية<sup>1</sup>.

### 5- أهمية موقع الفاسبوك في الجانب السياسي:

ان اغلب السياسيين سارعوا إلى استغلال الفضاءات الاتصالية الجديدة من أجل إيصال صوتهم إلى جمهور أوسع، في عملية تسمى بالاتصال السياسي، فنجد الأحزاب السياسية على سبيل المثال كانت تروج أفكارها وبرامجها عبر القنوات الاتصالية التقليدية سابقا لتلجأ إلى أهم الوسائل انتشارا في وقتنا الحالي وهي وسائل التواصل الاجتماعي بمواقعها وشبكاتها المختلفة ومن بينها موقع الفيس بوك، فيكاد يخلو حدث سياسي دون أن يتم تداوله عبر هذا الفضاء وخلق نقاشات حوله من طرف مستخدمي هذه الشبكات والمواقع وخاصة الفيس بوك، وفي هذا الإطار نجد منخرطي الأحزاب السياسية يسابقون الزمن أثناء الحملات الانتخابية خاصة من أجل كسب أكبر عدد ممكن من المؤيدين من خلال نشر معلومات وآراء حول الشؤون السياسية في عملية تعرف باسم الاتصال السياسي الذي هو عبارة عن مزج وتزاوج بين السياسة والاتصال وهو موجود منذ القدمي في الوسائل العالمية التقليدية والصحافة المكتوبة ونشهد اليوم تداول واسعا لهذا المصطلح عند الباحثين وكثير الحديث عنه في المواقع الالكترونية عموما وعند السياسيين على وجه الخصوص<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> جمال نون، وغسان مراد. الفعل السياسي الرقمي في العالم العربي ومنظومة القيم والتحويلات، مركز الجزيرة للدراسات الإعلامية، قطر، 2019، ص25

<sup>2</sup> زين زيراري، آسيا. (دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنشيط المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، الجزائر، 2020. ص. 145-160.

# الفصل الثالث

## الراي العام ومواقع التواصل الاجتماعي

- 1- مفهوم الراي العام .
- 2- نشأة الراي العام.
- 3- خصائص الراي العام .
- 4- أساليب الراي العام .
- 5- تطور الراي العام مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- وظائف تكون الراي العام .
- 7- دور الفاسبوك في تشكيل الراي العام .

## 1- مفهوم الراي العام:

الراي العام هو المادة الخام الذي تعمل فيه العلاقات العامة، وحيث تسعى العلاقات العامة الى تنمية سواء فيما يتعلق بالانظمة الاجتماعية او الاقتصادية او السياسية، كما تعمل على دراسته تحليله، و معرفة طبيعته و كيفية تكوينها، و طرق التأثير فيها و لعل اهم سمات المجتمعات الحديثة الاعتراف بأهمية الشعوب، و اعتبار الراي العام الحكم النهائي في الشؤون العامة، السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية، و مع ان الراي العام وجود معنوي لا تراه فان ذلك لا ينقص شيئاً من قوته، شأنه في ذلك الضغط الجوي الذي لا تراه و لكنه موجود، وعلى الرغم من شعبية مفهوم الراي العام، فإنه كغيره من مفاهيم العلوم الاجتماعية لم يتم الاتفاق على تعريف واحد جامع له، خاصة مع تداخله مع المفاهيم أُخرى مثل العادات والتقاليد والاعتقاد والقناعة والاتجاه والحكم والسلوك<sup>1</sup>

بالرغم من ان مصطلح الراي العام لم يستخدم هذا المسمى الا في أواخر القرن الضامن عشر، نتيجة لظهور الجماهير الغفيرة بسبب النمو السكاني السريع حينذاك، فان المناقشات القديمة المتعلقة بالراي العام لا تختلف كثيرا عن المناقشات الحديثة من حيث إدراك مدى النفوذ الذي يفرضه الراي العام على تصرفات الانسان وحياته اليومية.

"بينما يقول جيمس برايس James Bryce - فالراي العام هو اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التي يدين بها الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاص".

وقد أكدّت هذه التعاريف الأخيرة "أنّ الراي العام هو رأي الأغلبية، ومعنى ذلك أنّ هناك إمكانية لوجود آراء أُخرى تختلف عنه، ولكنها لا تقلل من أهميته أو إمكانية وصفه بأنّه عام"، وكما عرّف بأنّه: "تعبير إداري عن وجهات نظر الجماهير، نتيجة التقاء كلمتها

<sup>1</sup> - عبد الحلیم محي الدين، الراي العام، مفهومه، انواعه، مكتبة الانجل المصرية، القاهرة سنة 2009، ص14،

وتكامل مفاهيمها بشأن مسألة تثير اهتمامها وتمس مصالحها". وقد أشار إلى أنّ الرأي العام ليس مجموعاً حسابياً للآراء الفردية، وإنما هو محصلة تفاعل اكتملت حلقاته، ومرحلة بين أعضاء الجماعة وارتضته كأحد البدائل المتاحة، لكنه أكثرها ملاءمة وأهمية من وجهة نظر الجماعة ككل.<sup>1</sup>

## 2- نشأة الرأي العام:

لقد بدأ الاهتمام بالرأي العام منذ عشرينيات القرن الماضي، ولكنه كظاهرة فهو يعاصر المجتمعات الإنسانية في نشأتها حيث إن الحضارات القديمة لم تكن خالية من مفاهيم قريبة من مفهوم الرأي العام وقد مرّ مفهوم الرأي العام بمراحل مختلفة عبر العصور المختلفة أهمها:

### • الرأي العام في الحضارة الإغريقية:

فقد عرف الإغريق مفاهيم قريبة من الرأي العام مثل مصطلح الاتفاق العام والاتجاهات السائدة، حيث قسم أرسطو المستمعين في عصره حسب السن إلى شباب ورجال وكبار السن، وأن هؤلاء في رأيه هم الذين كانوا يكونون الرأي العام في عصره ثم قسمهم حسب الحظ أي الأصل والثروة والقوة. ولم يقتصر هذا على الحضارة اليونانية بل عرفتها الحضارات في مختلف العصور، فقد كان ينصب جهود الدعاة في الحضارات القديمة على إشاعة الطاعة بين الناس، ومن هنا جاءت سياسة إضفاء العظمة على الحكم، كما نشاهد ذلك في آثارهم وآدام، وعلى واجهة معابدهم، كما هو في حضارة مصر القديمة من لوحات وتمائيل فنية، ومن البحث لوحظ أنه في جميع العصور كان الحاكم يحاول دعم المؤيدين له والذين ينفقون معه من الناس.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - شداد عبد الرحمان، الرأي العام، مجلة تاريخ اليوم، العدد 6، الجزائر، 2017،

<sup>2</sup> - زهير عبد اللطيف عابد، ال رأي العام وطرق قياسه، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط3، عمان، 2014، ص 14.

• الرأي العام في العصر المسيحي:

هو عبارة عن الاتفاق العام والاجتماع العام، والتي كان يستخدمها أنصار البابا وخصومهم أنصار الإمبراطورية للتعبير عن التقاليد السائدة والاتجاهات العامة للرأي<sup>1</sup>.

• الرأي العام في الحضارة الإسلامية:

ظهر الرأي العام واضحا وجليا في العصر الإسلامي خاصة في العصر المدني من حياة الرسول -صلى الله عليه وسلم، - حيث نشأة الدولة الإسلامية في صورة متكاملة، حيث أرسى ورسخ الرسول -صلى الله عليه وسلم- الحرية في هذا المجتمع مما جعل الرأي العام يؤدي وظائفه بفاعلية، فقد عود الرسول -صلى الله عليه وسلم- أصحابه رضوان الله عليهم أجمعين على حرية التعبير والرأي العام الحر في أدق المواقف مثل غزوة بدر وغزوة الأحزاب، وكثير من الأمور التي علمهم فيها على حرية الرأي، وقد سمي الرأي العام بعد عصر الرسول -صلى الله عليه وسلم- بالإجماع.

• الرأي العام في العصر الحديث:

يعتبر "مكيافيللي" أول من وجه الأنظار إلى ضرورة الاهتمام بصوت الشعب واتجاهاته، وقد عبر (شكسبير) بلسان (هنري الرابع) عن الرأي الذي ساعد في الوصول إلى الحكم، كذلك عملت النزاعات والحروب على ظهور الرأي السائد، ولم يستخدم تعبير الرأي العام إلا إبان الثورة كثمره كفاح طويل من أجل الحرية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - سعد يماني العوض، العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية، دار النمر للطباعة، ط1، عمان، 1996، ص 19، ص 20.

<sup>2</sup> - أحمد شريف، الرأي العام وقياسه، دار الكتب المصرية للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، 1989، ص 21.

3- خصائص الرأي العام:<sup>1</sup>

لقد أجريت كثير من الدراسات والأبحاث على الرأي العام لمعرفة خصائصه وما هي العوامل والظروف التي تتحكم فيه وتفسره بالذات أو توجيهه وجهة معينة، ويمكن القول أن الرأي العام يتميز بعدة خصائص، وأن هذه الخصائص التي يتسم بها الرأي العام ناتجة عن الظاهرة الأساسية وهي الجماهيرية، حيث أن الرأي العام ظاهرة جماهيرية وليست فردية، كما أنها ظاهرة عامة حول المشكلة أو موضوع بذاته وهي كالتالي:

- يظل الرأي العام ساكنا كما نرى ويتحرك بصورة بطيئة، ويبقى غير قابل للإثارة لمدة طويلة من الزمن حتى تبرز قضية بالنسبة للجماعة والقضية تظهر حينما يوجد صراع أو قلق وإحباط أو تثير الاهتمامات والمصالح الذاتية التي تظهرها أو تبرزها الحوادث
- الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للأحداث الهامة، أي أن الرأي العام سرعان ما يتحرك للأحداث الصحيحة التي تمس حياة الأمة كلها، أو تغطي قطاعا كبيرا من المشاعر، والتي قد تحرك نسبة كبيرة من وجدان الأمة، وهو غير ثابت بل يتغير من وقت لآخر، ويتحول من موضوع إلى موضوع ومن مشكلة إلى أخرى
- تستطيع الأحداث غير العادية بكل ثقلها وما تملك من قوة أن تحرك الرأي العام من موقف إلى آخر بدرجة كبيرة، وعلى ذلك فإن الرأي العام يستطيع أن يستقر على حالة واحدة ونمط معين بشكل واضح، ما لم تساعده بالمساهمة بالأحداث وبطريقة متطورة في كل أبعاده وعمقه
- يحتاج الرأي العام إلى مطابقته لرأي الأغلبية ومسايرته لها
- يصبح الرأي العام الباطن ظاهرا أو خارجيا حينما تكون قوة العامل المؤثر عظيمة.
- إذا أعطي الشعب في جو من الديمقراطية والحرية فرصة التعليم والإعلام الجيد، فإن الرأي العام يبدو صلبا كالعود، ولا يسهل خداعه عن طريق الدعاية.

<sup>1</sup> - غريب محمد سيد أحمد، علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ط 1، 1985، ص 63، ص 64.

- حينما تحل أزمة أو في الظروف الحاسمة والمحرجة، يصبح الناس أكثر حساسية لنيل رضا القائد، فهذه الظروف تجعل من الرأي العام متجها اتجاها موحدا نحو هدف واحد يتمثل في تشجيع القائد على المضي إلى المعركة في سبيل إحراز النصر، وتلعب القيادة دورا أكثر أهمية من أي عامل آخر في تكوين الرأي العام في الجماعة.
- كلما كان الرأي العام عليما بمجريات الأمور كان أقدر على الفهم والحكم الصحيح على الأشياء.
- يضطرب الرأي العام بمقدار ما يعلنه الإحصائيين من نتائج الاستفتاءات والدراسات الإحصائية.
- كلما قل الاهتمام الشخصي أو الجماعي بأحداث إحدى القضايا أو المشكلات الاجتماعية، فإن الفرصة لتكوين رأي العام قوي يعضد من هذه المشكلة أو القضية تكون ضعيفة.
- تؤثر الكوارث التي تصيب الشعوب في فترة ما في الرأي العام بدرجة أكبر مما يفعله أي عامل آخر.
- ليس من السهل تكوين رأي عام عالمي إذا تفادت المعايير والأخلاق العامة للشعوب المختلفة.

#### 4- أساليب تكين الرأي العام:

- ويمكن أن تحدد أساليب الرأي العام المستخدمة في وسائل الرأي العام كوسائل الاتصال الجماهيرية من خلال الرسالة الإعلامية، وذلك من خلال تأثيرها وفعاليتها من ناحية القضية أو الحدث أو المسألة التي تتعلق بها الأساليب المتمثلة لتالية:

**أولاً: أسلوب التكرار والملاحقة:**

وهذا الأسلوب يعتمد على التكرار لا الجدل والمناقشة، وهو من أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام وتكوينه، فتكرار الوسائل الإعلامية في القنوات الفضائية العربية لا شك فيه يعمل على التأثير في الرأي العام العربي وحشده للقضية الفلسطينية، وهذا ما شاهدناه أثناء تكرار المشاهد المؤثرة الناتجة عن القصف الإسرائيلي للمنازل والمدارس مثل تكرار مشاهدة مقتل محمد الدرة

**ثانياً: أسلوب الإثارة العاطفية:**

فهذا الأسلوب يعتمد على إثارة العاطفة لدى الجماهير، فقد استخدم (هتلر) ذلك بتركيزه على جمهور النساء فهن ذات عاطفة قوية أكبر من الرجال، فالاستجابة لدى النساء عاطفية أكثر منها عقلية، حيث استخدم في أسلوبه الدعائي لإثارة العاطفة للمرأة للتأثير على الرأي العام خاصة عاطفة الحقد أو إثارة العواطف اتجاه العوامل القومية أو السياسية أو الدينية، كما تفعل إسرائيل في دعايتها لكسب الرأي العام العالمي نحوها بأنها شعب الله المختار، وإنما مضطهدة من قبل العرب والمسلمين، متقدمة في وسط متخلف

**ثالثاً: أسلوب عرض الحقائق:**

وهذا الأسلوب يطلق عليه لفظ الإعلام، حيث أنه يعتمد أساساً على وصول الحقائق إلى عدد كبير من الناس بحيث تكون ملموسة، لأ في هذه الحالة تكون أقوى تأثيراً وأبقى من الأكاذيب والتهويل والشائعات، وهذا الأسلوب يحترم عقلية الجمهور وحقه الديمقراطي في حكم نفسه بنفسه، والذي يساعد هذا الأسلوب ويحقق من نجاحه هو التربية السياسية والوعي للجماهير عن طريق الشرح والمناقشة والإقناع.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - محمد عبد الله الحوتي، المرجع السابق، ص 78، ص 79.

## رابعاً: أسلوب تحويل الجماهير:

قد يصعب في نواحي كثيرة معارضة الرأي العام السائد بين الجماهير بالنسبة لموضوع معين أو مشكلة أو قضية مثل القضية الفلسطينية، ولذلك تتبع أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري في مثل هذه الأحوال أسلوب تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر مثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر أهمية منه، وهذا ما لاحظناه على وسائل الإعلام الغربية والأمريكية والإسرائيلية خاصة في تحويل الرأي العام وانتباهه إلى العراق لنسيان ما يفعله في فلسطين

## خامساً: أسلوب البرامج الإيجابية المحددة:

يدرك كثير من السياسيين مزايا البرامج المحددة في التأثير وتغيير الرأي العام، حيث يقوم الكثير منهم إلى تقديم أنفسهم إلى لناخبين ببرامج من هذا القبيل، وكلما كانت هذه البرامج والوعود الانتخابية متسمة بالتفاؤل والإيجابية بالمستقبل يضاعف تأثيرها على الرأي العام، نظراً لأن الجماهير بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لما تحمله في طياتها من سلبية وهدم<sup>1</sup>.

## 5- تطور الرأي العام مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي:

أدى ظهور الإعلام التفاعلي (وسائل التواصل الاجتماعي)، إلى تغيير الكثير من المفاهيم المرتبطة باستخدامات وسائل الإعلام والاتصال، من وسائل ترفيه في رتبة الكماليات إلى أدوات فاعلة في صناعة الرأي العام وتحويل النمط الاجتماعي السائد، لقد تحول دورها تدريجياً وتعاظمت وظيفتها في صناعة المعرفة ونشر المعلومة، وظهر الرأي العام الإلكتروني.

<sup>1</sup>-عاطف عدلي العبد عبيد، الرأي العام الأسس النظرية والإسهامات العربية، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع القاهرة، مصر، 2001، ص 79، ص 80.

## الرأي العام الإلكتروني:

نتيجة للتطور الوسائل التقنية الإلكترونية، ظهر ما يسمى بالرأي العام الإلكتروني، الذي يمكن تعريفه<sup>1</sup>، بأنه عبارة عن آراء جماعة من الناس تجاه قضية أو موضوع معين وشكلت شبكة الإنترنت، أهم بنية تحتية لمجتمع الإعلام المتنامي من جميع البلدان، والثقافات، واللغات، والفئات العمرية المختلفة والمهن دون تمييز، وكانت بداية هذا الدور قد ظهرت منذ منتصف التسعينيات، في دعم مفهوم وممارسة الديمقراطية، وأخذ هذا الدور في التبلور المتصاعد مع النمو المتزايد للإنترنت، وانتشار تكنولوجيا الاتصال، والمعلومات، وعمل الإنترنت على إعادة تنشيط المجال المدني، وتوسيع نطاق الحياة المدنية، وفتح مجالات واسعة عن طريق تنوعه، وسرعته، وتحديه للحدود الجغرافية، وكذلك عمل الإنترنت على إتاحة الفرصة أمام العديد من البشر المختلفون، في توفير فرص للتفاعل و الاتصال فيما بينهم حول الجدل السياسي العام وعملية صناعه القرار<sup>2</sup>

وقد تعدد التعريفات التي تناولت مفهوم الرأي العام باعتباره مفهوماً واسعاً وشاملاً، غير أنه بظهور النمط الافتراضي منه، كان لازماً على الباحثين تقديم تعريفات مناسبة له، رغم ما شاب البعض منها من غموض في الطرح واختلاف في تحديد ماهيته، باعتبار "الرأي العام الإلكتروني" ظاهرة لم تكن موجودة من قبل وإنما ارتبطت كنتيجة لظهور الفضاء العام الافتراضي، وتطور وسائل وتكنولوجيات الاتصال.

كما يعتبر الرأي المتاح بالفضاء العام عبر وسائل العالم الجديد المختلفة قد يكون موجوداً بمواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات ومواقع تشارك الفيديو والوسائط المتعددة أو

<sup>2</sup>- عادل عبد الصادق، سلسلة قضايا استراتيجية، مجلة متخصصة في دراسات الإعلام الجديد، العدد الأول، 2010، ص 12

على ساحات المنتديات أو عبر غرف الدردشة أو البريد الإلكتروني أو مواقع العرائض الإلكترونية، أو المساحات المتاحة لتعليقات المستخدمين والقراء<sup>1</sup>

### ويتميز الرأي العام الإلكتروني:

- **الانتشار والوصول:** يتميز الرأي العام الإلكتروني بأنه يصل إلى شريحة كبيرة من الجمهور في جميع أنحاء العالم وبسرعة فائقة
- **سهولة قياس اتجاهاته:** يقاس الرأي العام الإلكتروني بطرق علمية عديدة من خلال برامج تقنية مختلفة والتي توفر الإحصائيات الدقيقة للرأي العام إلى حد مقبول نسبياً
- **التفاعل:** يتسم الرأي العام الإلكتروني بالتفاعل، فالمستخدم يعلق بأرائه ويتفاعل مع الآراء المستخدم بالقضية ومدا جدلية القضية وأهميتها بالنسبة له
- **انخفاض التكلفة:** ففي الآونة الأخيرة أصبح الدخول على الأنترنت والتقنيات الإلكترونية رخيصة التكلفة. كما.
- **خصوصية المبحوث (المستطلع):** ساعدت التقنية الإلكترونية في إمكانية إجراء استطلاعات الرأي العام، حيث إن المبحوث عبر التقنية الإلكترونية يتمتع بميزة الخصوصية
- **اللامركزية:** يتحرر الرأي العام الإلكتروني من هيمنة وتوجيه الحكومات أكثر من الرأي العام الواقعي الذي قد يتم توجيهه والتأثير عليه وتضليله .

<sup>1</sup> -محمد مصطفى رفعت، اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر دراسة تطبيقية لما بعد 30 يونيو رسالة دكتوراة غير منشورة كلية الاعلام، القاهرة، (2012) ص120

## الاندماج والتكامل الدولي:

يسهم الرأي العام الإلكتروني في إنشاء روابط وتجمعات إلكترونية بين الدول المختلفة، بما يعزز من التفاهم الدولي المشترك، وكذلك تسهيل عملية اندماج المجتمعات المحلية في السياسة العالمية وإمكانية التنسيق لتشكيل رأي عام إلكتروني دولي خلف القضايا المختلفة<sup>1</sup>

**الشفافية:** أسهمت عملية التدفق الحر للمعلومات عبر الفضاء الإلكتروني في تكوين رأي عام إلكتروني يتسم بالوضوح والشفافية

## 6- وظائف تكوين الرأي العام:

يقوم الرأي العام الوهمي أو الحقيقي في المستوى الشعبي بوظيفة الضغط الاجتماعي الذي يدفع أفراد المجتمع إلى الالتزام بأنواع من السلوك نسميها العادات والتقاليد أو إلى تبني آراء أو مواقف محددة في قضايا الحياة الفردية والجماعية المختلفة فيسهم في دعم الوحدة العنصرية أو القومية. أما في المجال السياسي فإن الرأي العام وعناصره يقوم بوظائف متعددة، ومن هذه التي أشار إليها المؤلفون في مجال الرأي العام ما:<sup>2</sup>

- دعم القرارات التي تتخذها القيادة وذلك بالمشاركة الفعلية للأغلبية في صناعة القرار أو اعتقاد ذلك. والتحمس في تنفيذها.

- إسهام المناقشة المفتوحة أثناء تكوين الرأي العام في الكشف عن كثير من الجوانب الخفية للمشكلات والإسهام في التعرف على أفضل الحلول لهذه المشكلات من وجهة

<sup>1</sup> Bode. Ek vraga (2014). P borah. Dv shah a new space for political behavior : political networking and its democratic consequences. Journal of computer-mod : communication. Vol 19. Iss (3). Pp415-416

<sup>2</sup> -د. سعيد إسماعيل صيني. مدخل الى الرأي العام والمنظور الإسلامي، جامعة محمد بن سعود الإسلامية للنشر، ط1، السعودية، 1999 ص39-40

نظر القيادة والشعب. ويلاحظ أن رأي الأغلبية غير ملزم إلا إذا كان هناك اتفاقاً مسبقاً بين الأطراف المعنية على ذلك.

- اقتراح القوانين أو القرارات السياسية التي تحقق المصلحة العامة واقتراح إلغاء أو استبدال القوانين والقرارات التي لا تحقق المصلحة العامة من وجهة نظر الشعب خاصة والبت بين الآراء المتعارضة فيها بالتصويت على الصياغة النهائية للتشريعات التي تعرض على جمهور الشعب.

- المساهمة في مواجهة أخطار الحرب النفسية الذي يوجه إلى الرأي العام المحلي من خارجه أو من داخله والذي أصبح أمراً شائعاً في عصرنا الحاضر، ولا يقل خطره عن خطر الأسلحة الفتاكة.

- الإسهام في اختيار القيادات ذات الكفاءة للوظائف الرسمية الأساسية في الدولة بالتصويت والتأييد، وفي عزل من ينحرف منهم بالاحتجاج وحسم المنافسات على هذه الوظائف بالتصويت للأكثر شعبية.

- مراقبة ما يجري في الساحة السياسية مما له تأثير على أفراد الجمهور، سواء فيما يتعلق بسن الأنظمة الإجرائية أو تنفيذ التشريعات والالتزام بها. والغالب على الفرد والرأي العام أنه يسارع في التعبير عن عدم الرضاء والسخط أكثر من ميله إلى التعبير عن حالات الرضاء.

## 7- دور الفاسبوك في تشكيل الرأي العام:

لقد ساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث وبالتالي التأثير على تصور المواطن حولها ونخص موقع الفاسبوك من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تمارس تأثيرات قوية في تشكيل الرأي العام وذلك راجع إلى البيئة الاتصالية، التي تتم من خلالها عمليات التلقي والاستخدام لموقع الفيس بوك فقد أصبح في السنوات الأخيرة حلقة وصل بين الرأي العام وصناع القرار وصناع القرار<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - عبد الصادق عادل، الفضاء الإلكتروني والرأي العام، مجلة سلسلة قضايا استراتيجية، العدد الأول، مصر، ديسمبر 2011، ص5

# الفصل الرابع

## الإطار المفاهيمي للمشاركة السياسية

- 1- مفهوم المشاركة الانتخابية
- 2- أنواع المشاركة الانتخابية
- 3- العوامل المؤثرة غفي المشاركة الانتخابية
- 4- دور المشاركة الانتخابية في تعزيز الديمقراطية والتعددية السياسية
- 5- أهمية المشاركة الانتخابية

## 1- مفهوم المشاركة الانتخابية:

فهي أبرز صورها و جزء مهم منها، خصوصا و أنها تغطي كافة الصور التقليدية لها  
مثل :

الترشح والنشاط في العمل والتصويت، فالمشاركة الانتخابية إذا هي الوسيلة الأفضل  
والأكثر فعالية في تحقيق المشاركة السياسية لأنها تتسم إزاء الصور والإشكال الأخرى من  
المشاركة بقدر كاف من الانتظام والديمومة.<sup>1</sup>

المشاركة الانتخابية هي عملية إرادية واعية ومستمرة ومتراكمة وإن كانت موسمية  
حتى يتمكن الأفراد الحق في مباشرة حقوقهم السياسية من خلالها وإمكانية المفاضلة والاقتراع  
على من يمثلونهم وهي عملية متبادلة، فبقدرها هي حق مكفول من قبل الدستور والقانون إلا  
أنها في المقابل واجب تابع من المؤسسة الاجتماعية والسياسية للفرد اتجاه مجتمعه.<sup>2</sup>

والمشاركة الانتخابية مشاركة ظرفية، وتسمى بالمشاركة الآلية لأنها فعل يمارسه الفرد  
لمرة واحدة أو عدة مرات في مناسبات، ومن مظاهرها التصويت في الانتخابات وفي  
الاستفتاءات، والمعني السياسي للمشاركة الانتخابية هي نوع من أنواع الممارسة السياسية  
التي يؤديها المواطنون دون تميز من خلال صناديق الاقتراح، تعبيراً عن إرادة الشعب في  
الحكم باختيار ممثلية فيمن بين المتنافسين المرشحين في الانتخابات لتولي مسؤولية  
التنظيمات السياسية والاجتماعية في المجتمع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> يحي بن يمينة: السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر رسالة ماجستير في علم الاجتماع السياسي كلية العلوم الاجتماعية  
جامعة وهران الجزائر 2014/2023، ص 48.

<sup>2</sup> منصورى فاطمة الزهراء: دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، مذكرة ماستر في العلوم السياسية والعلاقات  
الدولية، جامعة بسكرة كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر، 2014/2013، ص 27.

<sup>3</sup> منذر الشاوي؛ الاقتراع السياسي، مجلة العدالة، العدد الأول، بغداد، 2001، ص 18.

## 2- أنواع المشاركة الانتخابية:

المشاركة الانتخابية تعني مساهمة الأفراد والجماعات في العملية الانتخابية، وهي تختلف في أشكالها ومستوياتها. يمكن تصنيفها إلى عدة أنواع منها:

### من حيث الشكل:

- المشاركة المباشرة: مثل التصويت في الانتخابات أو الترشح لمنصب انتخابي.
- المشاركة غير المباشرة: مثل دعم المرشحين أو الأحزاب أو التأثير على الرأي العام من خلال وسائل الإعلام.

### من حيث الدافع:

- المشاركة الطوعية: تكون نابعة من قناعة شخصية واهتمام بالقضايا العامة<sup>1</sup>.
- المشاركة القسرية: تحدث نتيجة ضغوط اجتماعية أو قانونية (كما في الدول التي تفرض التصويت الإجباري).

### من حيث المستوى:

- المشاركة الفردية: مثل الإدلاء بالصوت في الانتخابات.
- المشاركة الجماعية: مثل الانضمام لحزب سياسي أو جماعة ضغط للتأثير على الانتخابات.

### من حيث الدرجة:

- المشاركة النشطة: تشمل الترشح، تنظيم الحملات الانتخابية وحشد الناخبين.
- المشاركة السلبية: مثل التصويت فقط دون أي انخراط إضافي في العملية السياسية.

<sup>1</sup> - سعد أبو ضيف أحمد، "المشاركة السياسية في الفقه السياسي المعاصر"، علم الفكر، المجلد 30، العدد 3، القاهرة، 2002، ص 152.

من حيث القنوات المستخدمة:

- المشاركة التقليدية: مثل التصويت في مراكز الاقتراع أو حضور التجمعات الانتخابية.

- المشاركة الرقمية: مثل التصويت الإلكتروني، ونشر الآراء السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي<sup>1</sup>.

### 3- العوامل المؤثرة في المشاركة الانتخابية:

مما لا شك فيه أن مسألة مشاركة الناخبين في الانتخابات تعتبر من المسائل التي تهتم بها الديمقراطية في الوقت الحاضر حيث كلما كانت نسبة المشاركة مرتفعة كلما كان الاختبار جماعي و أكثر تعبير عن إرادة الأمة، و بالتالي ضمان شرعية البرلمان و المحليات على سواء مما يبعث لدى المواطنين الشعور بأهمية مشاركتهم في الحياة السياسية و من وجهة نظر أدبيات النظم السياسية على وجه الخصوص، فإن النظام الانتخابي المطبق في أي بلد يكون غالباً لديه دور في إحداث هذه الفروق، فنسب المشاركة في الانتخابات تختلف تبعاً للطبيعة النظام الانتخابي في بلد ما<sup>2</sup>

### 4- دور المشاركة الانتخابية في تعزيز الديمقراطية والتعددية السياسية:

تعتبر المشاركة الانتخابية من الركائز الأساسية للديمقراطية حيث تساهم في تجسد إرادة الشعب وتعزيز الشرعية السياسية للنظام الحاكم فيما يلي بعض الأدوار المهمة التي تلعبها في دعم الديمقراطية والتعددية السياسية<sup>3</sup>.

- تعزيز الشرعية الديمقراطية: تعكس الانتخابات الحرة مشاركة المواطنين في اختيار ممثلهم مما يضفي شرعية على الحكومات والقرارات السياسية.

<sup>1</sup>- سعد مظلوم العبدلي، الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها، دراسة مقارنة، دار دجلة، ط1، عمان، 2009، ص 27.

<sup>2</sup>- زهرة بن علي، دور النظم الانتخابية في إصلاح النظم السياسية دراسة مقارنة (أطروحة دكتوراه في القانون العام، جامعة تلمسان كلية الحقوق والعلوم السياسية)، الجزائر، 2014/2015، ص 95، ص 97

<sup>3</sup>- هاني علي الطهراوي: النظم السياسية والقانون الدستوري، دار الثقافة، ط1، عمان، 2008، ص 208.

- تفعيل مبدأ سياسة الشعب: المشاركة الانتخابية تجسد مبدأ الشعب مصدر السلطة، حيث يمارس المواطنون حقوقهم في اتخاذ القرارات.
- ضمان التعددية السياسية: الانتخابية تتيح الفرصة للأحزاب والتوجيهات السياسية المختلفة للتنافس على السلطة مما يعزز التعددية السياسية والفكرية.
- تحقيق المشاركة المدنية: الانتخابات تحفز المواطنين على الانخراط في الحياة العامة، مما يعزز الوعي السياسي والمواطنة الفعالة.
- محاسبة المسؤولين السياسيين: الانتخابات تمنح الشعب فرصة لتقييم أداء الحكومات والنواب ومعاقتهم أو مكافأتهم عبر صناديق الاقتراع.<sup>1</sup>

#### 5- أهمية المشاركة الانتخابية:

تتجسد أهمية النظام الانتخابي باعتباره وسيلة لترجمة الأصوات المدلى بها في الانتخابات إلى مقاعد توزع على المرشحين، بغرض تحقيق المساواة وإتاحة الفرص لكافة المواطنين للمشاركة السياسية، فإن اختيار أعضاء المجالس التمثيلية الوطنية والمجلية بطريقة أكثر ديموقراطية<sup>2</sup>

إن النظم الانتخابية المعود بها في الدول تتعدد وتتغير تبعاً لظروف ومقتضيات العملية السياسية والمتغيرات الأساسية، والتي تتمثل في المعادلة الانتخابية المستخدمة، هل يتم استخدام إحدى النظم التعددية الأغلبية أو النسبية، وما هي المعادلة الحساسة التي تستخدم لاحتساب المقاعد المخصصة لكل فائز وتركيبه أوراق الاقتراع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- لرقم رشيد: النظم الانتخابية وأثرها على الأحزاب السياسية في الجزائر (رسالة ماجستير في القانون، فرع قانون عام، جامعة قسنطينة، علم الحقوق)، الجزائر، 2006/2005، ص 18.

<sup>2</sup>- المرجع نفسه.

<sup>3</sup>- المرجع نفسه.

الايطار التطيقي

## الإطار التطبيقي

### 1- التحليل الاحصائي للجداول

1.1 التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة

1.2 التحليل الكمي والكيفي للجداول البسيطة والمركبة

### 2. عرض النتائج.

2.1 النتائج الجزئية

2.2 النتائج العامة

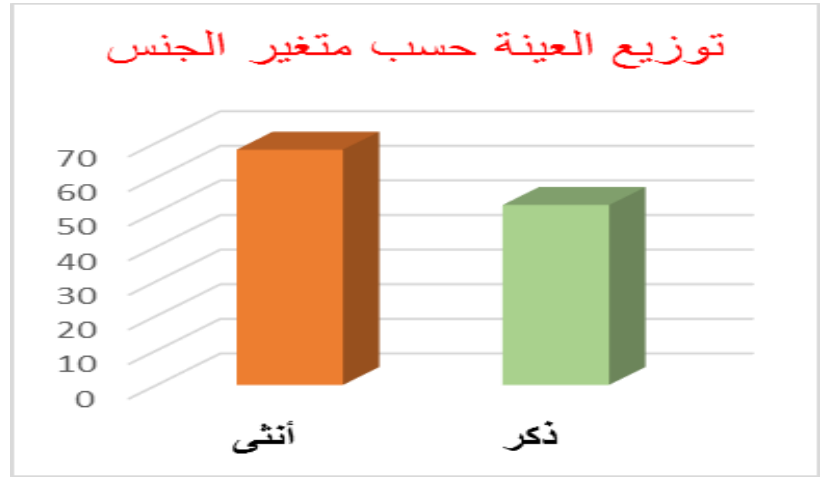
1- التحليل الاحصائي للجدول:

1.1 التحليل الكمي والكيفي للجدول البسيطة.

المحور الأول: البيانات الشخصية (المتغيرات الديموغرافية)

الجدول رقم (01): يبين توزيع افراد العينة من حيث الجنس

الفئة	التكرار	النسبة (%)
أنثى	68	56.7
ذكر	52	43.3
المجموع	120	100.0%



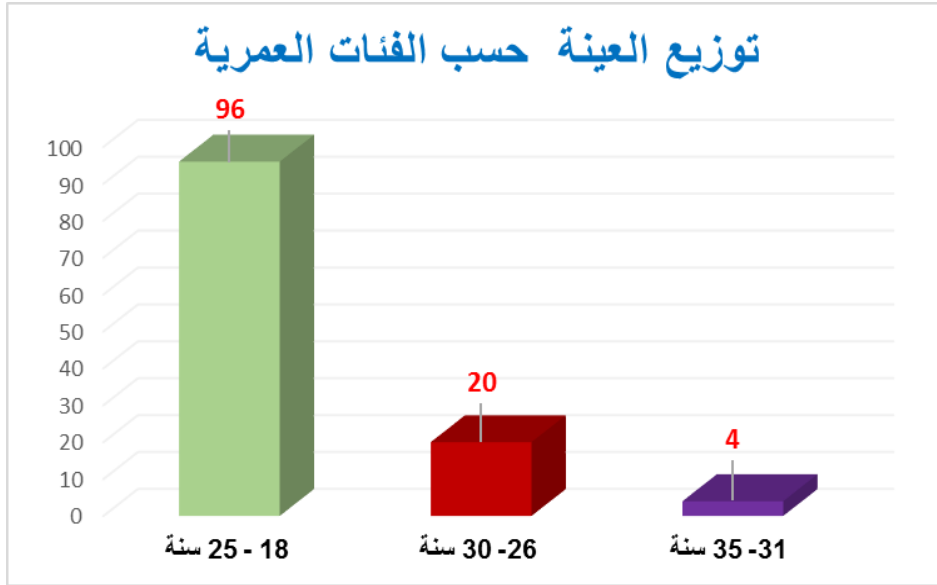
الشكل رقم (01): يبين توزيع افراد العينة من حيث الجنس

يتبين من خلال الجدول والشكل رقم (1) أن عينة الدراسة بلغت 120 مفردة، منهم

68 انثى بنسبة 56.7%، وبعدهد 52 ذكرا ما يقابله نسبة 43.3%

الجدول رقم (02): بين توزيع افراد العينة من حيث السن

الفئة	التكرار	النسبة(%)
من 18 إلى 25 سنة	96	80.0
من 26 إلى 30 سنة	20	16.7
من 31 إلى 35 سنة	4	3.3
المجموع	120	100.0

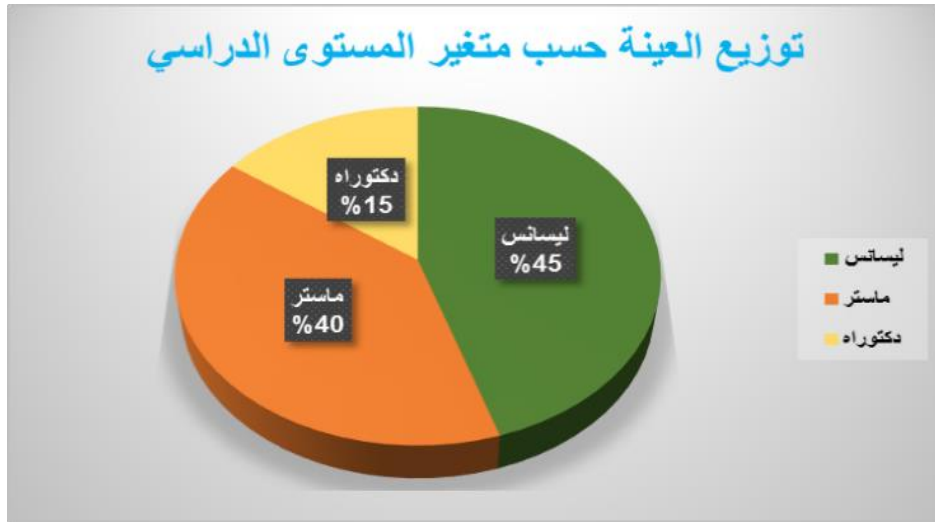


الشكل رقم (02): بين توزيع افراد العينة من حيث السن

من خلال الجدول والشكل رقم (2) أن عينة الدراسة موزعة حسب متغير الفئة العمرية، حيث قدر عدد الافراد في فئة (18- 25 سنة) 96 ونسبة 80.0 % وهي أكبر فئة في العينة والتي تتزامن مع التعليم الجامعي، ثم تلي الفئة من (26-30 سنة) بعدد 20 ما يقابله نسبة 16.7 %، وبقية العينة توزعت في فئة (31-35 سنة) بعدد 4 ما يقابلها نسبة 3.3 %.

الجدول رقم (03): بين توزيع افراد العينة من حيث المستوى الدراسي

الفئة	التكرار	النسبة(%)
ليسانس	54	45.0
ماستر	48	40.0
دكتوراه	18	15.0
المجموع	120	100.0



الشكل رقم (03): بين توزيع افراد العينة من حيث المستوى الدراسي

يعكس المستوى التعليمي في المجتمع تقدمه ومدى تمثيل التطور الفكري في شتى المجالات العلمية، الاقتصادية، السياسية والاجتماعية لدوره الكبير في مسايرة الدول المتحضرة وضمان التنمية المستدامة. ومن خلال نتائج الجدول اعلاه يتضح لنا أن النسبة الأكثر مشاركة في عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي هو الليسانس بنسبة 45.0%، ثم يلي مستوى الماستر بنسبة 40.0%، أما الدكتوراه فكانت اقل نسبة حيث قدرت ب 15.0%.

المحور الثاني: دوافع وأنماط استخدام الطلبة في جامعة مولود معمري تيزي وزو لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في استقاء معلوماتهم حول المشاركة السياسية للانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

جدول رقم (04): مدة الاستخدام اليومي لموقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية.

الفئة	التكرار	النسبة (%)
أكثر من 3 ساعات	17	14.2
من ساعة إلى 3 ساعات	60	50.0
أقل من ساعة	30	25.0
لا أستخدمة يومياً	13	10.8
المجموع	120	100.0

من خلال الجدول رقم (04) الذي يبين مدة الاستخدام اليومي لموقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية، حيث أن أغلب أفراد العينة بنسبة 50.0% يستخدمون الموقع لفترة تتراوح بين 1 ساعة و3 ساعات يومياً، ويشير هذا إلى تفاعل معتدل نسبياً مع المنصة، مما قد يعكس رغبة لدى الطلبة في مواكبة المستجدات السياسية والانتخابية دون الإفراط في الاستخدام.

في المرتبة الثانية، نجد نسبة 25.0% من العينة يستخدمون فيسبوك لأقل من ساعة يومياً، وهو ما يدل على وجود فئة مهتمة ولكن بمتابعة محدودة أو انتقائية للمحتوى السياسي. أما من يستخدمونه بكثافة بأكثر من 3 ساعات يومياً، فبلغت نسبتهم 14.2%، مما يعكس وجود أقلية من المستخدمين المكثفين الذين قد يكون لهم دور أكبر في التفاعل والنقاش السياسي عبر المنصة.

## الجانب التطبيقي

وفي الأخير، أشارت نسبة 10.8% على عدم استخدام الفايسبوك يوميًا، وهو ما يعكس وجود فئة طلابية غير منخرطة بشكل مستمر في التفاعل على الموقع الإلكتروني خلال فترة الانتخابات الرئاسية، بسبب عدم الاهتمام أو بسبب الاعتماد على مصادر بديلة للمعلومة السياسية.

وعليه تشير النتائج إلى أن الغالبية النسبية من الطلبة يميلون إلى استخدام معتدل للفايسبوك، مما يجعله منصة فاعلة في بناء الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي خلال فترة الانتخابات، وإن بدرجات مختلفة حسب مدة الاستخدام اليومي.

### جدول رقم (05): استخدام موقع الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية

الفئة	التكرار	النسبة (%)
في المنزل	77	36,0
في الجامعة	63	29,4
في الأماكن العامة (مثل المقاهي أو الحدائق)	62	29,0
مقاهي الإنترنت	12	5,6
المجموع	214	100,0

يبين الجدول رقم (05) بأمكان استخدام موقع الفايسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك في المنزل، حيث بلغت نسبتهم 36.0% ويعكس هذا أن المنزل هو الفضاء الأكثر خصوصية وراحة الذي يسمح للطلبة بالتفاعل مع المحتوى السياسي بعيدًا عن الضغوط أو الرقابة المباشرة، ما قد يسهم في زيادة حرية التعبير وتفاعلهم مع القضايا الانتخابية.

تليه فئة المستخدمين في الجامعة بنسبة 29.4% وهو ما يشير إلى أن المؤسسات الجامعية تشكل أيضًا فضاءً مهمًا لاستخدام الفايسبوك، ربما خلال فترات الاستراحة أو بين المحاضرات، وهو ما يعزز حضور النقاشات السياسية داخل الأوساط الطلابية.

## الجانب التطبيقي

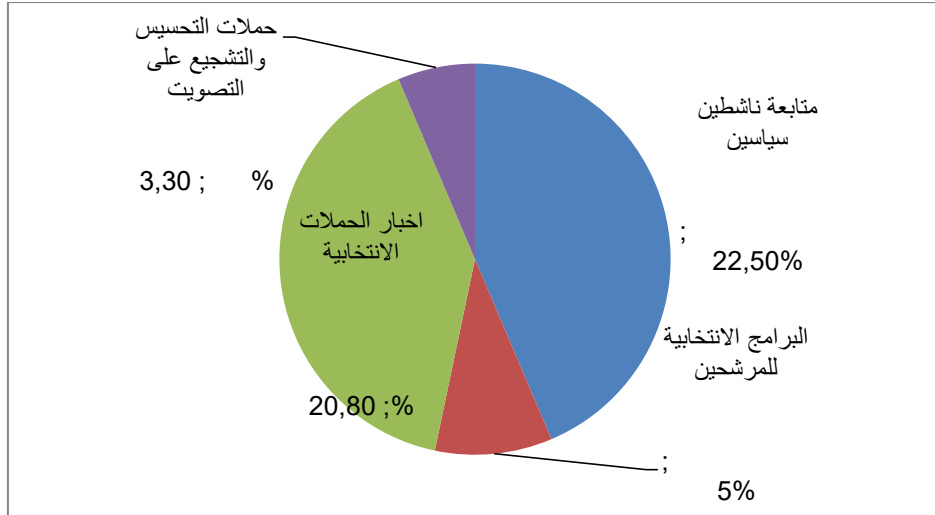
وبنسبة قريبة جدًا، يستخدم 29.0% من العينة الفايسبوك في الأماكن العامة مثل المقاهي أو الحدائق، ما يعكس انتشار استخدام الهواتف الذكية وتوفر الإنترنت في هذه الفضاءات، بما يتيح التفاعل مع الحملات والمستجدات السياسية في أي وقت.

أما أقل نسبة فقد سُجلت لدى من يستخدمون الفايسبوك في مقاهي الإنترنت، حيث بلغت 5.6% فقط وهو ما قد يُفسّر بتراجع الاعتماد على هذه الفضاءات نتيجة لامتلاك معظم الطلبة لهواتف ذكية واتصال دائم بالإنترنت.

تبين هذه النتائج إلى أن الطلبة الجامعيين يستخدمون الفايسبوك في عدة أماكن مختلفة، لكن التركيز الأكبر يتم داخل الفضاءات الخاصة أو شبه الخاصة (المنزل والجامعة)، ما يدل على ارتباط الاستخدام بعوامل الراحة وتوفر الاتصال، وهو ما يعزز دور الفايسبوك كوسيلة فعالة للوصول إلى هذه الفئة خلال الفترات الانتخابية.

**جدول رقم (06): المواضيع التي يتم متابعتها على الفايسبوك خلال فترة الحملة الانتخابية الرئاسية 7 سبتمبر**

الفئة	التكرار	النسبة (%)
متابعة ناشطين سياسيين	27	22,5
البرامج الانتخابية للمرشحين	7	5,0
اخبار الحملات الانتخابية	25	20,8
حملات التحسيس والتشجيع على التصويت	4	3,3
مقارنات بين المترشحين	13	10,8
المجموع (مجييين )	76	100,0



شكل رقم: 06 يمثل المواضيع التي يتم متابعتها على الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

تشير بيانات الجدول رقم (06) إلى أن المواضيع الأكثر متابعة من قبل مستخدمي الفاسبوك خلال فترة الحملة الانتخابية الرئاسية ليوم 7 سبتمبر تمثلت أساسًا في متابعة الناشطين السياسيين بنسبة بلغت 22,5%، تليها أخبار الحملات الانتخابية بنسبة 20,8%، ما يعكس اهتمامًا واضحًا بالمواقف الفردية وتحركات الفاعلين السياسيين أكثر من البرامج الرسمية. بالمقابل، لم تحظ البرامج الانتخابية للمرشحين إلا بنسبة 5,0%، وحملات التحسيس والتشجيع على التصويت بنسبة 3,3%، مما يدل على ضعف التفاعل مع المضامين ذات الطابع التوجيهي أو التثقيفي، وربما يشير إلى غياب ثقة أو انجذاب فعلي نحو الخطاب المؤسسي أو الرسمي. كما أن المقارنات بين المترشحين حازت على نسبة 10,8%، وهو ما يعكس بعض الاهتمام النقدي من طرف المتابعين، إلا أنه يظل منخفضًا مقارنة بمتابعة الناشطين والأخبار العامة. هذه النتائج توحي بأن الاستخدام السياسي للفاسبوك خلال الحملة الانتخابية يركز أساسًا على المتابعة الفردية والتفاعل اللحظي، أكثر من التقييم الموضوعي للبرامج أو الانخراط في جهود التوعية الانتخابية.

جدول رقم (07): الدافع الرئيسي الذي يجعلك تستخدم موقع الفاسبوك لتعزيز المشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية 7 سبتمبر 2024

النسبة (%)	التكرار	الفئة
42,74	53	الاهتمام بالشأن العام والمستقبل السياسي للبلاد
30,64	38	الفضول الشخصي
16,93	21	تأثير المحيط الجامعي
9,67	12	الرغبة في اتخاذ قرار انتخابي مدروس
100,0	124	المجموع (مجيئين)

يعكس جدول رقم (07) تنوع الدوافع التي تحفز الأفراد على استخدام موقع الفاسبوك لتعزيز مشاركتهم السياسية خلال الحملة الانتخابية ليوم 7 سبتمبر 2024، حيث تصدر الاهتمام بالشأن العام والمستقبل السياسي للبلاد قائمة الدوافع بنسبة 42,74%، ما يدل على وجود وعي سياسي نسبي لدى شريحة معتبرة من المستخدمين واهتمامهم بمصير الوطن. في المرتبة الثانية جاء الفضول الشخصي بنسبة 30,64%، وهو ما يشير إلى أن جانباً كبيراً من الاستخدام قد لا يكون مدفوعاً بدافع الالتزام السياسي، بل رغبة في الاطلاع العام دون نية واضحة للمشاركة الفعلية. أما تأثير المحيط الجامعي فجاء بنسبة 16,93%، ما يبرز دور الفضاء الأكاديمي في تحفيز النقاش والانخراط السياسي، ولو بنسبة أقل. بينما حلت الرغبة في اتخاذ قرار انتخابي مدروس في المرتبة الأخيرة بنسبة 9,67%، مما يعكس ضعف التوجه العقلاني والتقييم الموضوعي لدى معظم الأفراد، وربما يشير إلى تأثير العوامل الانفعالية أو الظرفية في تشكيل القرار السياسي. بشكل عام، توضح هذه النتائج أن استخدام الفاسبوك في هذا السياق يجمع بين الاهتمام الحقيقي بالقضايا السياسية والدوافع الذاتية أو الاجتماعية، لكن بدرجات متفاوتة من الوعي والانخراط.

## الجانب التطبيقي

جدول رقم (08): فعالية الفيس بوك في تحفيز طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو على المشاركة السياسية أثناء الحملة الانتخابية لـ 7 سبتمبر 2024

النسبة (%)	التكرار	الفئة
32,6	47	يُسهّل الوصول إلى المعلومات السياسية بسرعة وسهولة
22,9	33	يوفر فضاءً حراً للتعبير عن الآراء السياسية دون رقابة مباشرة
21,5	31	يستخدم على نطاق واسع من طرف الطلبة ويشكّل جزءاً من حياتهم اليومية
15,3	22	يُسهّم في خلق نقاشات جماعية تزيد من وعي الطلبة بالقضايا السياسية
7,6	11	يسمح بالتفاعل المباشر مع المترشحين أو مع الحملات الانتخابية
100,0	144	المجموع (مجيبيين)

يعكس جدول رقم (08) الأدوار المتعددة التي يلعبها الفيس بوك في تحفيز طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو على المشاركة السياسية خلال الحملة الانتخابية ليوم 7 سبتمبر 2024. فقد احتلت خاصية تسهيل الوصول إلى المعلومات السياسية بسرعة وسهولة المرتبة الأولى بنسبة 32,6%، ما يؤكد على دور الفيس بوك كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية الفورية، وهو عامل حاسم في جذب الطلبة نحو متابعة الشأن السياسي. يلي ذلك توفيره لفضاء حر للتعبير عن الآراء السياسية دون رقابة مباشرة بنسبة 22,9%، وهو ما يدل على تقدير الطلبة للحرية التعبيرية التي يوفرها الفضاء الرقمي مقارنة بالفضاءات التقليدية.

أما كونه جزءاً من الحياة اليومية للطلبة ويُستخدم على نطاق واسع، فقد حصل على نسبة 21,5%، مما يعكس اندماج الفيس بوك في الروتين اليومي للطلبة، وبالتالي سهولة تحوله إلى وسيلة للتأثير السياسي. من جهة أخرى، اعتبر 15,3% من الطلبة أن الفيس

## الجانب التطبيقي

بوك يسهم في خلق نقاشات جماعية تزيد من الوعي بالقضايا السياسية، مما يشير إلى وجود بعد تفاعلي/تشاركي في استخدامه، وإن كان بدرجة أقل. وأخيراً، جاءت خاصية التفاعل المباشر مع المترشحين أو الحملات الانتخابية في المرتبة الأخيرة بنسبة 7,6%، ما يكشف عن محدودية هذا الشكل من التفاعل، وربما عن ضعف انخراط الفاعلين السياسيين أنفسهم في هذا الفضاء بالشكل المطلوب.

بشكل عام، تُظهر النتائج أن فعالية الفيس بوك في تحفيز المشاركة السياسية لدى الطلبة تركز أساساً على كونه وسيلة إعلامية مرنة ومفتوحة، أكثر من كونه أداة تواصل مباشر مع الفاعلين السياسيين.

**جدول رقم (09): استخدام الفيس بوك في فترة الانتخابات الرئاسية يزداد مقارنة بالفترات الأخرى**

الفئة	التكرار	النسبة (%)
موافق	22	18.3
محايد	68	56.7
غير موافق	30	25.0
المجموع	120	100.0

يوضح جدول رقم (09) توجهات آراء طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزوو حول مدى زيادة استخدام الفيس بوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية مقارنة بالفترات الأخرى. حيث أبدى 56,7% من المبحوثين موقفاً محايداً، ما يعكس غياب تصور واضح لديهم حول ما إذا كانت فترات الانتخابات تدفعهم فعلاً لاستخدام الفيس بوك بشكل أكبر أم لا، وربما يشير ذلك إلى استخدام منتظم للموقع لا يتأثر كثيراً بالسياق السياسي.

في المقابل، صرّح 31,8% فقط أنهم موافقون على أن استخدامهم للفيس بوك يزداد في فترات الانتخابات، ما يدل على وجود فئة محدودة ترى أن الاهتمام السياسي أو الحملات

## الجانب التطبيقي

الانتخابية تشكّل دافعًا إضافيًا للتفاعل عبر المنصة. بينما عبّر 25,0% عن عدم موافقتهم، وهو ما قد يُفهم على أن الفاسبوك لا يمثل لهم وسيلة مرتبطة بالسياق الانتخابي أو أن اهتمامهم بالموقع لا يرتبط بالتغيرات السياسية.

تشير هذه النتائج عمومًا إلى أن الفيس بوك لا يُستخدم بشكل موجه أو موسمي لدى أغلب الطلبة، بل يحتفظ بوظيفته الترفيهية أو الاجتماعية المعتادة، مع تأثير نسبي محدود للسياق الانتخابي على نمط الاستخدام.

جدول رقم (10): نوع الحسابات السياسية التي تمت متابعتها خلال فترة الانتخاب الرئاسية

7 سبتمبر 2024

النسبة (%)	التكرار	الفئة
30,2	38	حسابات المترشحين للرئاسية
30,2	38	صفحات الأحزاب السياسية
20,6	26	حسابات نشطاء سياسيين أو مؤثرين عبر الفاسبوك
10,3	13	صفحات المجموعات الطلابية أو النوادي الجامعية ذات التوجه السياسي
8,7	11	صفحات الحملات الانتخابية (الرسمية أو غير الرسمية)
100,0	126	المجموع (مجيئين)

تبين معطيات الجدول رقم (10) تنوع التوجهات والمتابعات السياسية لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزوو خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024، حيث سجّل كل من حسابات المترشحين للرئاسية وصفحات الأحزاب السياسية نفس النسبة الأعلى بـ 30,2 %، ما يشير إلى اهتمام واضح من الطلبة بالمصادر الرسمية للمعلومة السياسية ومحاولة تتبع الخطاب الانتخابي مباشرة من أصحابه أو من الجهات الحزبية المعنية.

## الجانب التطبيقي

أما حسابات النشاط السياسي أو المؤثرين عبر الفاسبوك فجاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 20,6 %، ما يدل على ثقة جزء من الطلبة في التحليلات الفردية أو المحتوى السياسي البديل الذي يقدمه هؤلاء الفاعلون الرقميون، وغالبًا ما يكون هذا المحتوى أكثر جاذبية أو تفاعلية من الخطاب الرسمي. بالمقابل، حصلت صفحات المجموعات الطلابية أو النوادي الجامعية ذات التوجه السياسي على نسبة 31 %، ما يعكس ضعف الدور الذي تلعبه التنظيمات الطلابية في تأطير الحياة السياسية داخل الجامعة أو قلة حضورها الرقمي خلال الحملات الانتخابية.

أما صفحات الحملات الانتخابية الرسمية أو غير الرسمية فقد سجلت النسبة الأدنى بـ 8,7 %، وهو ما قد يشير إلى محدودية فعالية هذه الصفحات في جذب اهتمام الطلبة، أو إلى ضعف الحملات الرقمية من حيث التخطيط والتأثير.

بوجه عام، توضح هذه النتائج أن الطلبة يفضلون المتابعة المباشرة للمرشحين والأحزاب أكثر من التفاعل مع الفضاءات الشبابية أو الحملات الإعلامية الرسمية، مما يبرز أهمية تطوير خطاب سياسي موجه وفعال عبر الوسائط الرقمية يستجيب لتوقعات هذا الجمهور الجامعي.

جدول رقم (11): فعالية اعتماد الفيس بوك للمشاركة السياسية خلال الحملة الانتخابية

الرئاسية 7 سبتمبر 2024

الفئة	التكرار	النسبة (%)
نعم	72	60.0
لا	48	40.0
المجموع	120	100.0

يكشف جدول رقم (11) عن تصورات طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزوو بشأن فعالية اعتماد الفيس بوك كوسيلة للمشاركة السياسية خلال الحملة الانتخابية للرئاسيات التي جرت في 7 سبتمبر 2024. وقد أبدى 60,0% من المجيبين تأييدهم لفكرة أن الفيس بوك يُعد وسيلة فعالة في هذا السياق، ما يدل على قناعة غالبية الطلبة بدوره في تعزيز التفاعل السياسي، سواء من خلال تبادل المعلومات، أو التعبير عن الرأي، أو المتابعة المباشرة للمستجدات الانتخابية.

في المقابل، عبّر 40,0% عن عدم اقتناعهم بفعالية المنصة، وهو ما يمكن أن يُعزى إلى عدة عوامل، مثل التشكيك في مصداقية المحتوى المنشور، أو الطابع السطحي لبعض التفاعلات، أو حتى ضعف العلاقة بين المشاركة الرقمية والفعل السياسي الواقعي. تشير هذه النتائج إلى أن الفيس بوك يُنظر إليه من قبل فئة واسعة من الطلبة كأداة لها قدرة على تحفيز المشاركة والانخراط في الشأن السياسي، رغم بقاء نسبة معتبرة تُبدي تحفظاً، ما يعكس تبايناً في مستوى الثقة والوعي السياسي الرقمي بين الطلبة.

- مدة الاستخدام اليومي أن غالبية الطلبة يستخدمون الفيس بوك بشكل معتدل، حيث بلغت نسبة الذين يستخدمونه ما بين ساعة إلى 3 ساعات يومياً نحو 50% من أفراد العينة، مما يدل على متابعة نشطة ولكن غير مفرطة، توفّر مساحة للتفاعل دون أن تتحوّل إلى إدمان رقمي.

- أماكن الاستخدام المنزل يُعدّ المكان الأول لاستخدام الفيس بوك بنسبة 36%.  
- طلبة الجامعة يتعاملون مع الفيس بوك كأداة سياسية مرنة تُستخدم بشكل يومي معتدل في فضاءات تضمن الراحة والخصوصية، خلال الفترات الانتخابية  
- المواضيع المتابعة على الفيس بوك الطلبة يركّزون بالدرجة الأولى على متابعة الناشطين السياسيين (22.5%).

- الدوافع الرئيسية لاستخدام الفيس بوك سياسياً يتصدر الاهتمام بالشأن العام والمستقبل السياسي للبلاد (42.74%).

- فعالية الفيس بوك في التحفيز السياسي يُعد تسهيل الوصول للمعلومة السياسية (32.6%).

- تطور استخدام الفيس بوك خلال الانتخابات أكثر من نصف الطلبة (56.7%) كانوا محايدين

-تقييم فعالية الفيس بوك كأداة للمشاركة السياسية رأى 60% من المجيبين أن اعتماد الفيس بوك للمشاركة السياسية خلال الحملة الانتخابية فعّال.

ومنه تعكس النتائج أن الفيس بوك يُستخدم لدى طلبة الجامعة كمصدر للمعلومة ومجال للتعبير الحر، أكثر من كونه فضاء للتفاعل السياسي المنظم أو العقلاني. دوافع الاستخدام يغلب عليها الطابع الوجداني والفضولي، وتظل فعاليته مرتبطة بإتاحته لفضاءات مرنة للنقاش والتعبير، وليس بالضرورة كمصدر موثوق لصنع القرار الانتخابي أو المشاركة السياسية الواعية.

### خلاصة المحور 2:

نستخلص خلال تحليل نتائج جداول المحور الثاني يتضح أن موقع فيسبوك يلعب دوراً مهماً في تشكيل الوعي والمشاركة السياسية لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو خلال فترة الانتخابات الرئاسية لـ 7 سبتمبر 2024، حيث أظهرت النتائج أن أغلب الطلبة يستخدمون فيسبوك يومياً بمتوسط استخدام يتراوح بين ساعة إلى ثلاث ساعات، ما يعكس الاستعمال الكبير في حياتهم الرقمية. وقد بينوا تفضيلهم لاستخدام المنصة من المنزل والجامعة، تعكس مدى تكامل هذا الفضاء الرقمي مع الحياة الاجتماعية والأكاديمية للطلبة.

كما تنوعت المواضيع السياسية المتابعة، بين نشاطات المترشحين والأحزاب، والحملة الانتخابية، في حين تركزت الدوافع الأساسية للاستعمال في الاهتمام بالشأن العام، يليه الفضول الشخصي، وهو ما يعكس تبايناً بين البعد المعرفي والوجداني للمشاركة السياسية. من جهة أخرى، تبين أن فيسبوك يُعد أداة فعّالة في تسهيل الوصول إلى المعلومات السياسية وفتح فضاء حر للتعبير، إلا أن هناك تفاوتاً في تقييم فعاليته، ما يكشف عن الاختلاف في

وعي الطلبة بمدى تأثير النشاط الرقمي على المشاركة السياسية الواقعية. كما لوحظ ميل أكبر لمتابعة الحسابات الرسمية للمرشحين والأحزاب، مقارنة بالمجموعات الطلابية أو الحملات الرسمية، هذا يبين الضعف في التواصل السياسي الجامعي أو الرسمي على المنصة، وأن الشباب ينجذب إلى المحتوى الذي يتسم بالحيوية والواقعية لا الحملات النمطية والموجهة من أعلى، وعلى العموم تعكس هذه النتائج وجود قابلية للمشاركة السياسية الرقمية لدى الطلاب الجامعيين، لكنّها محدودة بتحديات التفاعل، المصادقية، والتنظيم السياسي داخل الفضاء الرقمي. تبيّن تنوع في الدوافع يعكس تفاوتاً في أنماط التلقي والانخراط، مع تأكيد الطابع التفاعلي المحدود للحملات الانتخابية الرقمية في الجزائر، رغم الإمكانيات التقنية المتاحة، وهي ملاحظة تؤكدتها دراسة العزاوي (2020) حول ضعف التوظيف الفعال للمنصات الرقمية من قبل الفاعلين السياسيين في الجزائر، خاصة في جانب التفاعل الشخصي.

كما نجد تداخل استخدام الفاسبوك السياسي مع الاستخدام اليومي العادي، ما لا يمكن التمييز بينهما، أو يشير إلى ضعف الاستراتيجيات التحفيزية خلال الحملات الرقمية، "الوهم الرقمي" الذي يجعل المستخدمين يشعرون بالتفاعل السياسي دون تأثير فعلي.

التفاعل الجماعي للطلبة منظم داخل الفضاء الرقمي يتطلب دعماً لمبادرات المشاركة السياسية الطلابية. ولتعزيز فعالية هذه المنصات في الحياة السياسية الطلابية يتطلب تكثيف الجهود من قبل الفاعلين السياسيين، الجامعات، والنشطاء الرقميين، من خلال بناء محتوى جاذب، تفاعلي، وموثوق.

المحور الثالث: مساهمة موقع الفيس بوك في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو في فترة الانتخابات الرئاسية

جدول رقم(12) : مساهمة الفيس بوك في تغيير الوعي السياسي اثناء فترة الانتخابات الرئاسية

النسبة(%)	التكرار	الفئة
25,6	34	ساهم الفيس بوك في تحفيز النقاشات السياسية بيني وبين الآخرين
24,8	33	أتاح لي الفيس بوك التفاعل مع المترشحين والحملات الانتخابية بشكل مباشر
22,6	30	ساعدني الفيس بوك في الوصول إلى المعلومات السياسية بسرعة وسهولة
16,5	22	لم أستخدم الفيس بوك في المشاركة السياسية خلال الحملة الانتخابية
10,5	14	استخدمت الفيس بوك لمتابعة الأحداث السياسية والتطورات الانتخابية
100,0	133	المجموع (مجيبيين)

يوضح جدول رقم (12) مساهمة الفيس بوك في تغيير الوعي السياسي لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو خلال فترة الانتخابات الرئاسية، أن المنصة لعبت دورًا متنوعًا من حيث التأثير، سواء على مستوى النقاش، التفاعل المباشر، أو تسهيل الوصول إلى المعلومة. فقد تصدّرت تحفيز النقاشات السياسية بين الطلبة والآخرين المرتبة الأولى بنسبة 25.6%، مما يشير إلى أن الفيس بوك يُستخدم كوسيلة فعّالة لتبادل الآراء وخلق مساحة حوارية داخل الأوساط الطلابية، وهو ما يعزز تنمية الوعي السياسي الجماعي. يليها مباشرة إتاحة التفاعل المباشر مع المترشحين والحملات الانتخابية بنسبة 24.8% وهو ما يُظهر وجود نوع من القرب الرقمي بين الطلبة والفاعلين السياسيين، حتى وإن كان التفاعل جزئيًا أو محدودًا.

## الجانب التطبيقي

أما الوصول السريع للمعلومات السياسية فقد حلّ في المرتبة الثالثة بنسبة 22.6% ما يبرز أهمية الفيس بوك كمصدر سريع وغير تقليدي للحصول على المستجدات، وهو عامل أساسي في تشكيل الرأي السياسي لدى الشباب الجامعي. في المقابل، صرّح 16.5% من الطلبة بأنهم لم يستخدموا الفيس بوك في المشاركة السياسية خلال الحملة، ما يعكس وجود شريحة غير منخرطة أو غير مقتنعة بجدوى التفاعل السياسي الرقمي. أما نسبة 10.5% الذين استخدموا الفيس بوك فقط لمتابعة الأحداث السياسية دون تفاعل مباشر، فتمثل فئة المتابعين السلبيين أو المتلقين للمحتوى دون انخراط فعلي.

وعليه تؤكد النتائج أن الفيس بوك أسهم بشكل معتبر في تعزيز الوعي السياسي عبر ثلاث وظائف أساسية: التحفيز على النقاش، التفاعل المباشر، وتسهيل الوصول إلى المعلومة. ومع ذلك، لا تزال هناك فئة غير منخرطة أو تكتفي بالمتابعة السلبية، ما يشير إلى تفاوت في مستويات التفاعل السياسي الرقمي بين الطلبة. وهذا يُبرز أهمية تطوير مضامين أكثر تحفيزاً وانخراطاً لدمج الفئات الأقل مشاركة ضمن النقاش السياسي العام.

### جدول يمثل خيارات الذين أجابوا بنعم

العبارات	التكرار	نسبة
متابعة الصفحات الرسمية للمرشحين او الأحزاب السياسية	77	53,1
الاطلاع على الاخبار والمستجدات السياسية عبر المنشورات	33	22,57
مشاهدة فيديوهات تحليلية او توعوية حول الانتخابات	15	10,34
المشاركة في النقاشات او قراءة تعليقات المستخدمين	20	13,79
المجموع	145	100

يبين الجدول أن من بين الذين أجابوا بـ "نعم" بشأن استخدامهم للفيس بوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية، تفاوتت أنماط التفاعل السياسي الرقمي، مما يعكس اختلافاً في مستوى الانخراط بين الطلبة.

- تصدّرت متابعة الصفحات الرسمية للمرشحين أو الأحزاب السياسية قائمة الأنشطة بنسبة 53,1 %، وهو ما يعكس اهتماماً واضحاً بالمصادر السياسية الرسمية كوسيلة رئيسية لاكتساب المعلومات أو تتبّع الحملة الانتخابية، ويشير أيضاً إلى سعي هذه الفئة للاطلاع على البرامج والخطابات مباشرة من مصدرها.

- وجاءت في المرتبة الثانية الاطلاع على الأخبار والمستجدات السياسية من خلال المنشورات بنسبة 22,57 %، ما يدل على أن جزءاً مهماً من الطلبة يكتفون بمتابعة المحتوى السياسي العام دون التوجّه للمصادر الرسمية.

- بينما سجّلت المشاركة في النقاشات أو قراءة تعليقات المستخدمين نسبة 13,79 %، وهو ما يعكس انخراطاً متوسطاً في الحوارات الرقمية، ربما بسبب الحذر من النقاشات السياسية أو الطابع السلبي لبعضها.

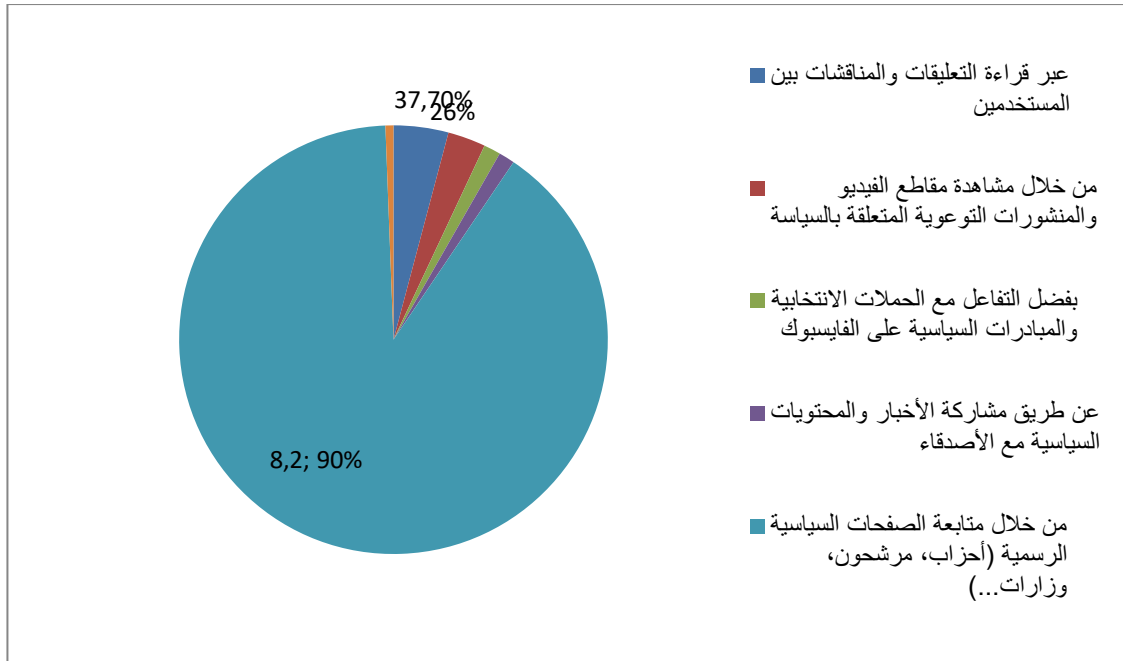
- في المقابل، كانت مشاهدة الفيديوهات التحليلية أو التوعوية الأقل ممارسة بنسبة 10,34 %، مما يشير إلى أن المحتوى المرئي التحليلي أو التثقيفي لم يكن له تأثير كبير أو لم يكن متوفراً بشكل كافٍ لجذب المتابعة.

ومنه يتضح أن أغلب الطلبة يفضلون التفاعل مع المصادر الرسمية والمحتوى السياسي المباشر أكثر من الانخراط في النقاشات أو المحتوى التحليلي. وهذا يعكس نمطاً من الاستخدام قائماً على التلقّي والمراقبة أكثر من التفاعل والمساهمة، وهو ما يستدعي التفكير في تطوير استراتيجيات رقمية تفاعلية أكثر فاعلية لجذب الشباب الجامعي إلى المشاركة السياسية الرقمية النشطة.

## الجانب التطبيقي

جدول رقم (13): تشكّل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين عند تصفح محتوى سياسي على الفاسبوك

النسبة (%)	التكرار	الفئة
37,7	55	عبر قراءة التعليقات والمناقشات بين المستخدمين
26,0	38	من خلال مشاهدة مقاطع الفيديو والمنشورات التوعوية المتعلقة بالسياسة
11,6	17	بفضل التفاعل مع الحملات الانتخابية والمبادرات السياسية على الفاسبوك
11,0	16	عن طريق مشاركة الأخبار والمحتويات السياسية مع الأصدقاء
8,2	12	من خلال متابعة الصفحات السياسية الرسمية (أحزاب، مرشحات، وزارات...)
5,5	8	عبر الانضمام إلى المجموعات السياسية أو المنتديات على الفاسبوك
100,0	146	المجموع (مجيئين)



شكل رقم 13: يمثل تشكّل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين عند تصفح محتوى سياسي على الفاسبوك

- يوضح جدول رقم (13) كيف يتشكّل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين عند تصفحهم لمحتوى سياسي على منصة الفاسبوك، ويُبرز أن هذا الوعي يتكون أساسًا من خلال التفاعل غير الرسمي والمحتوى التشاركي أكثر من القنوات الرسمية أو المؤسساتية.
- جاءت في الصدارة قراءة التعليقات والمناقشات بين المستخدمين بنسبة 37,7% ما يدل على أن الطلبة يتأثرون بشكل كبير بالحوار العام ومواقف الأقران أكثر من المحتوى الأصلي ذاته، ويؤكد دور الفاسبوك كمساحة للنقاش المفتوح الذي يساهم في بناء المواقف السياسية.
  - تلتها مشاهدة مقاطع الفيديو والمنشورات التوعوية بنسبة 26,0%، وهو ما يبرز أهمية المحتوى المرئي والمبسط في إيصال الرسائل السياسية وزيادة الوعي، خاصة لدى فئة الشباب.
  - بينما أشار 11,6% إلى أن الوعي لديهم تشكّل بفضل التفاعل مع الحملات الانتخابية والمبادرات السياسية، مما يدل على وجود تأثير ملموس، وإن كان محدودًا، للمبادرات الرقمية الرسمية.
  - وبنسبة قريبة بلغت 11,0%، يرى بعض الطلبة أن مشاركة الأخبار والمحتويات السياسية مع الأصدقاء ساهمت في تشكيل وعيهم، مما يبرز أثر التبادل الاجتماعي للمعلومة داخل الشبكات الشخصية.
  - أما متابعة الصفحات السياسية الرسمية فكانت ضعيفة نسبيًا بنسبة 8,2%، وهو ما قد يعكس قلة جاذبية أو تفاعل هذه الصفحات، أو انعدام ثقة الطلبة في الخطاب الرسمي.
  - وأخيرًا، كانت المجموعات السياسية والمنتديات الأقل تأثيرًا بنسبة 5,5%، مما يشير إلى أن هذه الفضاءات إما غير منتشرة بما يكفي بين الطلبة أو أنها لا تُستخدم بفعالية في تشكيل الوعي السياسي.

ان تشكّل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين عبر الفاسبوك يتم في معظمه بطرق غير رسمية وتفاعلية، أبرزها من خلال النقاشات العامة والتعليقات، تليها المحتويات المرئية

## الجانب التطبيقي

التوعوية. أما المصادر الرسمية أو التنظيمات السياسية، فتلعب دورًا ثانويًا في هذا السياق. وهذا يعكس تحول الفاسبوك إلى منصة مجتمعية سياسية غير مؤطرة رسميًا، يعتمد فيها الطلبة على الحوارات الأفقية ومشاركة المحتوى أكثر من اعتمادهم على القنوات التقليدية للخطاب السياسي.

جدول رقم (14): يرجع سبب اعتماد على الفاسبوك لزيادة المعرفة السياسية خلال فترة

الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

الفئة	التكرار	النسبة (%)
سهولة الاستخدام	73	60.8
التنوع في المعلومات	39	32.5
السرعة	5	4.2
المرونة	2	1.7
القدرة على التعرف بأراء الأشخاص ومشاركة الأفكار وإبداء الآراء	1	0.8
المجموع	120	100.0

يوضح جدول رقم (14) الأسباب التي تدفع طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو إلى الاعتماد على الفيس بوك لزيادة معرفتهم السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024، ويبرز من خلاله أن المنصة تُفضّل بالأساس لعوامل تقنية ووظيفية أكثر منها لأسباب تتعلق بالتفاعل العميق مع المضامين أو تنوع وجهات النظر.

- احتلّ سبب سهولة الاستخدام المرتبة الأولى بوضوح بنسبة 60.8 % ما يشير إلى أن طبيعة الفيس بوك كمنصة مرنة وسهلة التصفح تشكّل العامل الأهم في اعتماده كمصدر

للمعرفة السياسية، خصوصًا لدى الطلبة الذين يبحثون عن الوصول السريع وغير المعقّد للمعلومات.

- تلاه في المرتبة الثانية التنوع في المعلومات بنسبة 32.5 % ما يدل على تقدير المستخدمين لتعدد المصادر والآراء الموجودة على المنصة، وهو عامل مهم في إثراء الفهم السياسي، رغم أنه لم يكن العامل الأول بالنسبة لأغلبهم.

- أما السرعة في الوصول إلى المعلومات فلم تحصل سوى على نسبة 4.2 % مما قد يعني أن الطلبة لا يرون الفيس بوك أسرع وسيلة مقارنة بوسائل أخرى مثل تويتر أو محرّكات البحث.

- وجاءت المرونة بنسبة 1.7 % والقدرة على التعرف بأراء الآخرين والمشاركة بالأفكار في ذيل القائمة بنسبة 0.8 % فقط، وهو ما يعكس ضعف الاهتمام بالإمكانات التفاعلية أو النقاشية للفيس بوك، مقابل التركيز الأكبر على الجانب العملي والاستهلاكي للمحتوى.

إن الفيس بوك يُعتمد عليه أساسًا كوسيلة عملية ومباشرة لاكتساب المعلومة السياسية، حيث تُعد سهولة الاستخدام والتنوع المعلوماتي أهم دافعين، في حين تتراجع الجوانب المتعلقة بالتفاعل والمشاركة، مما يعكس استخدامًا يغلب عليه الطابع الاستهلاكي أكثر من التشاركي أو التحليلي. وهذا ما ينبغي أخذه بعين الاعتبار عند تطوير حملات سياسية رقمية تستهدف هذه الفئة، بحيث تجمع بين البساطة في العرض والانخراط الفعّال للمستخدمين.

جدول رقم (15): مساهمة المعلومات التي يتم الاطلاع عليها عبر موقع الفاسبوك في بنا المعارف السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

النسبة	التكرار	الفئة
40,44	55	زاد من اهتمامي بالقضايا السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية
35,29	48	ساعدني على فهم البرامج الانتخابية واتخاذ موقف سياسي واضح
16,91	23	شجعني على النقاش والتفاعل مع مواضيع سياسية كنت اتجنبها سابقا
7,35	10	لا اعتبر الفيس بوك مصرا مؤثرا في وعيي السياسي
100	136	المجموع

يعكس جدول رقم (15) مدى مساهمة المعلومات التي يطلع عليها الطلبة عبر الفاسبوك في بناء معارفهم السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024، ويبين أن المنصة كان لها تأثير معتبر في تشكيل الاهتمام والمواقف السياسية لدى أغلب أفراد العينة.

- جاءت في المرتبة الأولى العبارة: "زاد من اهتمامي بالقضايا السياسية خلال فترة الانتخابات" بنسبة 40,44 % ما يشير إلى أن الفاسبوك نجح في جذب انتباه الطلبة نحو الشأن السياسي، خاصة في السياق الانتخابي، مما يعكس دور المنصة في تحفيز الوعي السياسي العام.

- في المرتبة الثانية، اعتبر 35,29 % من المجيبين أن الفاسبوك "ساعدهم على فهم البرامج الانتخابية واتخاذ موقف سياسي واضح"، وهي نتيجة إيجابية تُظهر أن المنصة لم تقتصر فقط على الترفيه أو الترويج، بل أسهمت أيضًا في تكوين مواقف سياسية مستندة إلى معطيات ومعلومات.

## الجانب التطبيقي

- بينما عبّر 16,91 % عن أن الفاسبوك شجعهم على النقاش والتفاعل مع مواضيع سياسية كانوا يتجنبونها سابقًا، ما يعكس قدرة المنصة على كسر الحواجز النفسية أو الاجتماعية تجاه التفاعل السياسي، وخاصة لدى الفئات المترددة أو غير المنخرطة مسبقًا.

- في المقابل، صرّح فقط 7,35 % بأنهم لا يعتبرون الفاسبوك مصدرًا مؤثرًا في وعيهم السياسي، وهي نسبة ضئيلة تُظهر أن التأثير العام للمنصة كان إيجابيًا وفعالًا لدى الغالبية.

وعليه فإن المعلومات السياسية المتداولة عبر الفاسبوك خلال فترة الانتخابات كان لها دور جوهري في تعزيز الوعي السياسي وبناء المعارف لدى الطلبة، سواء من حيث تحفيز الاهتمام، أو فهم البرامج، أو الانخراط في النقاشات. كما يُظهر ذلك أن الفاسبوك لم يعد مجرد وسيلة للتواصل الاجتماعي، بل تحوّل إلى فضاء فاعل في التكوين السياسي لشريحة الشباب الجامعي، مع ضرورة العمل على تطوير جودة المضامين السياسية المقدّمة فيه لضمان مزيد من الفعالية والتأثير الواعي.

جدول يمثل خيارات الذين أجابوا بنعم:

النسبة (%)	التكرار	الفئة
65	78	نعم
35	42	لا
100.0	120	المجموع

يعكس هذا الجدول دور الفاسبوك كمصدر معرفي سياسي متزايد التأثير بين الطلبة الجامعيين خلال فترة الانتخابات، حيث يرى غالبية المستجوبين أنه ساهم بشكل فعّال في تعزيز وعيهم السياسي، وإن بدرجات مختلفة:

- جاءت في المرتبة الأولى عبارة "زاد من اهتمامي بالقضايا السياسية" بنسبة 40.44 % ما يشير إلى أن الفاسبوك كان محقراً أساسياً لانتباه الطلبة إلى القضايا الانتخابية، وربما ساهم في إدماج فئات لم تكن منخرطة سياسياً من قبل.
  - في المرتبة الثانية، رأى 35.29 % أن الفاسبوك ساعدهم على فهم البرامج الانتخابية واتخاذ موقف سياسي واضح، ما يعكس تأثير المنصة في تكوين آراء انتخابية مستندة إلى محتوى رقمي، وهو مؤشر إيجابي على فاعلية الفاسبوك كمصدر للمعلومة السياسية.
  - بينما أفاد 16.91 % بأن الفاسبوك شجعهم على الانخراط في نقاشات سياسية كانوا يتجنبونها سابقاً، ما يبرز دور الفضاء الرقمي في كسر الحواجز النفسية والاجتماعية التي تمنع البعض من الخوض في الشأن السياسي، خاصة في بيئات شبابية جامعية.
  - في المقابل، صرّح 7.35 % فقط أنهم لا يعتبرون الفاسبوك مصدراً مؤثراً في وعيهم السياسي، وهي نسبة ضئيلة تؤكد التأثير الواسع للفاسبوك في تشكيل المعارف السياسية للطلبة خلال الفترة الانتخابية.
- أدى الفاسبوك دوراً محورياً في تعزيز الاهتمام والفهم والانخراط السياسي لدى الطلبة الجامعيين خلال الحملة الانتخابية، حيث جمع بين الوظيفة الإخبارية والتوعوية والتفاعلية. كما تؤكد هذه المعطيات أن الاستخدام الواعي والموجه للمنصة يمكن أن يساهم في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، مما يستدعي استثماره بشكل مدروس من قبل الفاعلين السياسيين والمجتمع المدني من خلال مضامين رقمية هادفة وجذابة.

جدول رقم (16): استخدام الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ل 7 سبتمبر 2024 يعزز الشعور بالواجب والمسؤولية اتجاه القضايا السياسية

الفئة	التكرار	النسبة (%)
محايد	67	55.8
موافق	33	27.5
غير موافق	17	14.2
لم يُنمَّ شعوري بالمسؤولية أبدًا	3	2.5
المجموع	120	100.0

يعكس جدول ل رقم

(16) آراء طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو حول مدى تعزيز استخدام الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024 للشعور بالواجب والمسؤولية السياسية، ويكشف تفاوتًا واضحًا في مستوى هذا التأثير.

- جاءت النسبة الأكبر من المجيبين ضمن فئة "محايد" بنسبة 55.8 % ما يشير إلى أن أكثر من نصف الطلبة لم يحسموا رأيهم بوضوح حول ما إذا كان الفاسبوك يعزز لديهم الشعور بالمسؤولية السياسية، وربما يعود هذا إلى اختلاف نوعية المحتوى الذي يتعرضون له، أو إلى أن الاستخدام لديهم لا يرتبط دائمًا بأهداف ذات طابع مدني أو وطني.
- في المقابل، صرّح 27.5 % بأنهم موافقون على أن الفاسبوك عزز لديهم الشعور بالواجب والمسؤولية خلال الفترة الانتخابية، وهو ما يدل على وجود فئة ترى في المنصة أداة تحفيز ودفعة نحو الانخراط السياسي الإيجابي.
- أما نسبة 14.2 % فقد عبرت عن عدم الموافقة، مما يشير إلى أن هناك فئة تعتبر أن استخدام الفاسبوك لم يكن له أثر إيجابي في تعزيز الإحساس بالمسؤولية، وقد يكون ذلك نتيجة لاستخدام ترفيهي أكثر منه سياسي أو لعدم الثقة في محتواه.

- وأخيراً، رأى 2.5% فقط أن الفاسبوك لم يُنمّ لديهم شعوراً بالمسؤولية أبداً، وهي نسبة ضئيلة، لكنها تعبر عن غياب تام للتأثير السياسي للمنصة لدى هذه الفئة. إن تأثير الفاسبوك على تنمية الشعور بالواجب والمسؤولية السياسية ما يزال محدوداً أو غير محسوم بالنسبة لغالبية الطلبة. فبينما يعترف ربع العينة تقريباً بأثره الإيجابي، فإن الأغلبية تبقى في موقع الحياد، ما يعكس الحاجة إلى مضامين أكثر وعياً وتحفيزاً للضمير المدني والسياسي عبر هذه المنصة، خصوصاً خلال الفترات الانتخابية. فالتفاعل الرقمي وحده لا يبدو كافياً ما لم يرتبط برسائل توعوية واضحة تعزز قيم المواطنة والانخراط الديمقراطي الفعلي.

جدول رقم(17): المشاركة في أنشطة سياسية دعت إليها جهات معينة عبر منصة الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية. 7 سبتمبر 2024

الفئة	التكرار	النسبة (%)
لم أشارك	41	34.2
شاركت مرة واحدة	37	30.8
نعم، تفاعلت إلكترونياً فقط (مشاركة، تعليق، نشر، تصويت)	25	20.8
تابعت الدعوات ولكن لم أشارك	17	14.2
المجموع	120	100.0

يوضح جدول رقم (17) مدى مشاركة الطلبة الجامعيين في الأنشطة السياسية التي دعت إليها جهات معينة عبر منصة الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024، ويُظهر تبايناً واضحاً بين التفاعل الإلكتروني والمشاركة الفعلية أو المتابعة السلبية.

- تصدرت فئة "لم أشارك" بنسبة 34.2 % ما يشير إلى أن ثلث العينة لم يستجيبوا لأي دعوة سياسية على الفاسبوك، وهو ما قد يُعزى إلى ضعف الثقة في المبادرات الرقمية، أو إلى عدم الاقتناع بأهداف تلك الدعوات، أو ربما إلى الحذر من الانخراط في أنشطة قد تُفسّر سياسياً في السياق العام.
  - وجاءت فئة "شاركت مرة واحدة" في المرتبة الثانية بنسبة 30.8 % وهو مؤشر على وجود فئة من الطلبة منفتحة جزئياً على المشاركة، لكنها تظل محدودة وربما مرتبطة بدعوة واحدة فقط لقيت صدىً أو كانت ملائمة للظروف الشخصية.
  - في المرتبة الثالثة، نجد فئة "تفاعلت إلكترونياً فقط (مشاركة، تعليق، نشر، تصويت)" بنسبة 20.8 % مما يدل على أن هناك شريحة تفضل الانخراط الرقمي دون الارتباط المباشر بالفعل الميداني، وهذا يتماشى مع سمات المشاركة السياسية الجديدة لدى الشباب، والتي تأخذ طابعاً افتراضياً أكثر.
  - أما فئة "تابعت الدعوات ولكن لم أشارك" فقد بلغت 14.2 %، مما يشير إلى وجود اهتمام بالمضمون السياسي المعروف، دون أن يقود ذلك إلى مشاركة فعلية، وهو يعكس إما الحذر أو عدم توفر القناعة أو الظروف المناسبة للمشاركة.
- تعكس النتائج أن المشاركة السياسية عبر الفاسبوك خلال الحملة الانتخابية كانت محدودة نسبياً، حيث إن نسبة كبيرة من الطلبة إما لم يشاركوا أو اكتفوا بالتفاعل الرمزي أو المتابعة دون انخراط فعلي. ورغم وجود نسبة معتبرة شاركت ولو مرة واحدة، فإن هذا يُبرز طبيعة الحذر أو الانتقائية في التفاعل السياسي الرقمي لدى الشباب الجامعي، ما يدعو مستقبلاً إلى تعزيز الثقة والمصادقية في المبادرات السياسية الرقمية، وتطوير أساليب أكثر جذباً وتحفيزاً لهذه الفئة على المشاركة النشطة.

جدول رقم (18): الفيس بوك يلعب دورا في تشكيل وعيك السياسي اثناء الانتخابات  
الرئاسية 7 سبتمبر 2024

الفئة	التكرار	النسبة(%)
زاد من اهتمامي بالقضايا السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية	57	42,2
لا أعتبر الفاسبوك مصدراً مؤثراً في وعيي السياسي	36	26,7
شجّعني على النقاش والتفاعل مع مواضيع سياسية كنت أتجنبها سابقاً	23	17,0
ساعدني على فهم البرامج الانتخابية واتخاذ موقف سياسي واضح	19	14,1
المجموع (مجيبيين)	135	100,0

يوضح جدول رقم (18) تصورات طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو بشأن دور الفاسبوك في تشكيل وعيهم السياسي خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024، ويكشف عن تباين ملحوظ في مدى تأثير المنصة على توجهاتهم ومواقفهم السياسية.

- تصدّرت العبارة "زاد من اهتمامي بالقضايا السياسية خلال فترة الانتخابات" بنسبة 42.2 % ما يدل على أن الفاسبوك ساهم بشكل واضح في إثارة اهتمام الطلبة بالشأن العام والانتخابي، حتى لو لم يتحول ذلك بالضرورة إلى فعل سياسي مباشر.
- بينما صرّح 26.7 % بأنهم لا يعتبرون الفاسبوك مصدراً مؤثراً في وعيهم السياسي، وهي نسبة لا يُستهان بها، وتُشير إلى وجود فئة ترى في المحتوى المتداول على الفاسبوك إما ضعفاً من حيث العمق والمصداقية، أو بعداً عن التأثير الحقيقي على قراراتهم السياسية.
- واعتبر 17.0 % أن الفاسبوك شجعهم على النقاش والتفاعل مع مواضيع سياسية كانوا يتجنبونها سابقاً، ما يُبرز دور المنصة في كسر الحواجز الاجتماعية أو النفسية التي

تمنع الخوض في قضايا الشأن العام، خصوصًا في وسط شبابي يتفاعل غالبًا عبر الفضاءات الرقمية.

- في حين أكد 14.1 % أن الفاسبوك ساعدهم على فهم البرامج الانتخابية واتخاذ موقف سياسي واضح، وهو ما يعكس إسهامًا ملموسًا وإن محدودًا في بناء مواقف سياسية عقلانية لدى بعض الطلبة.

الفاسبوك أدى دورًا معتبرًا في تنمية الاهتمام السياسي لدى فئة واسعة من الطلبة، لكنه لم يكن بنفس القوة في بناء وعي سياسي متماسك أو اتخاذ مواقف انتخابية واضحة . كما أن أكثر من ربع العينة لا يرون فيه أداة فعالة للتأثير السياسي، ما يُبرز الحاجة إلى محتوى سياسي رقمي أكثر احترافية وموثوقية قادر على تجاوز حدود الاهتمام السطحي نحو الفهم الواعي والمشاركة النشطة

جدول رقم (19): يشجع الفيس بوك على الانخراط في أنشطة تعزز المشاركة السياسية وتنمي الوعي السياسي اثناء فترة الحملات الانتخابية الرئاسية 7 سبتمبر 2024

النسبة (%)	التكرار	الفئة
65.8	79	أحيانًا
20.0	24	نادرًا
14.2	17	غالبًا
100.0	120	المجموع

يوضح جدول رقم (19) آراء طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو حول مدى تشجيع الفاسبوك على الانخراط في أنشطة تعزز المشاركة السياسية وتنمي الوعي السياسي خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024. وتبرز النتائج أن الطلبة يعترفون بدور معين للفاسبوك في هذا المجال، لكنه ليس دائمًا أو مكثفًا.

- تصدّرت فئة "أحيانًا" بنسبة 65.8% وهو ما يشير إلى أن غالبية الطلبة يرون أن الفاسبوك قد يشجّع على المشاركة السياسية في بعض الأحيان فقط، حسب نوع المحتوى أو طبيعة الحدث السياسي، وليس كمنصة تحفّز دائمًا على الانخراط السياسي. وهذا يعكس دورًا ظرفيًا وغير ثابت للفاسبوك في تشكيل السلوك السياسي لدى الطلبة.
  - تلتها فئة "نادرًا" بنسبة 20.0% ما يدل على أن هناك نسبة معتبرة ترى أن الفاسبوك نادرًا ما يقدّم محتوى محفّزًا على الفعل السياسي أو النقاش الواعي، مما قد يرتبط بجودة الخطاب السياسي الرقمي، أو بتفضيل الطالب لمصادر بديلة.
  - أما فئة "غالبًا" فكانت الأقل بنسبة 14.2% ما يعكس نسبة محدودة فقط من الطلبة ترى في الفاسبوك أداة فعالة ومستمرة لتعزيز المشاركة والوعي السياسي.
  - الفاسبوك ليس منصة ثابتة أو مضمونة التأثير في تشجيع الطلبة على الانخراط السياسي، بل يعتمد ذلك على طبيعة المرحلة، ونوعية المحتوى، واهتمامات المستخدم. فغالبية الطلبة يتفاعلون مع محتوى سياسي بشكل ظرفي ومتقلب، وهو ما يشير إلى ضرورة:
    - تحسين جودة الرسائل السياسية الرقمية الموجهة للشباب.
    - تقديم محتوى تفاعلي ومقنع يعكس اهتمامات الطلبة.
    - الربط بين الفضاء الرقمي والمبادرات الواقعية.
- بذلك يمكن تحويل الفاسبوك من مجرد منصة إخبارية أو نقاشية عابرة إلى أداة دافعة للمشاركة السياسية الواعية والمستمرة.

### خلاصة المحور:

نستخلص خلال تحليل نتائج جداول المحور الثاني يتضح أن موقع فيسبوك يلعب دورًا مهمًا في تشكيل الوعي والمشاركة السياسية لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو خلال فترة الانتخابات الرئاسية لـ 7 سبتمبر 2024، حيث أظهرت النتائج أن أغلب الطلبة يستخدمون فيسبوك يوميًا بمتوسط استخدام يتراوح بين ساعة إلى ثلاث ساعات، ما يعكس الاستعمال الكبير في حياتهم الرقمية. وقد بينوا تفضيلهم لاستخدام المنصة من المنزل والجامعة، تعكس مدى تكامل هذا الفضاء الرقمي مع الحياة الاجتماعية والأكاديمية للطلبة، كما تنوعت المواضيع السياسية المتابعة، بين نشاطات المترشحين والأحزاب، والحملات الانتخابية، في حين تركزت الدوافع الأساسية للاستعمال في الاهتمام بالشأن العام، يليه الفضول الشخصي، وهو ما يعكس تباينًا بين البعد المعرفي والوجداني للمشاركة السياسية. من جهة أخرى، تبين أن فيسبوك يُعد أداة فعّالة في تسهيل الوصول إلى المعلومات السياسية وفتح فضاء حر للتعبير، إلا أن هناك تفاوتًا في تقييم فعاليته، ما يكشف عن الاختلاف في وعي الطلبة بمدى تأثير النشاط الرقمي على المشاركة السياسية الواقعية. كما لوحظ ميل أكبر لمتابعة الحسابات الرسمية للمترشحين والأحزاب، مقارنة بالمجموعات الطلابية أو الحملات الرسمية، هذا يبين الضعف في التواصل السياسي الجامعي أو الرسمي على المنصة، وأن الشباب ينجذب إلى المحتوى الذي يتسم بالحيوية والواقعية لا الحملات النمطية والموجهة من أعلى، وعلى العموم تعكس هذه النتائج وجود قابلية للمشاركة السياسية الرقمية لدى الطلاب الجامعيين، لكنّها محدودة بتحديات التفاعل، المصادقية، والتنظيم السياسي داخل الفضاء الرقمي. تبين تنوع في الدوافع يعكس تفاوتًا في أنماط التلقي والانخراط، مع تأكيد الطابع التفاعلي المحدود للحملات الانتخابية الرقمية في الجزائر، رغم الإمكانيات التقنية المتاحة، وهي ملاحظة تؤكد دراسة العزاوي (2020) حول ضعف التوظيف الفعال للمنصات الرقمية من قبل الفاعلين السياسيين في الجزائر، خاصة في جانب التفاعل الشخصي.

كما نجد تداخل استخدام الفاسبوك السياسي مع الاستخدام اليومي العادي، ما لا يمكن التمييز بينهما، أو يشير إلى ضعف الاستراتيجيات التحفيزية خلال الحملات الرقمية، "الوهم الرقمي" الذي يجعل المستخدمين يشعرون بالتفاعل السياسي دون تأثير فعلي. التفاعل الجماعي للطلبة منظم داخل الفضاء الرقمي يتطلب دعمًا لمبادرات المشاركة السياسية الطلابية. ولتعزيز فعالية هذه المنصات في الحياة السياسية الطلابية يتطلب تكثيف الجهود من قبل الفاعلين السياسيين، الجامعات، والنشطاء الرقميين، من خلال بناء محتوى جاذب، تفاعلي، وموثوق.

**المحور الرابع: تفاعل طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو مع المحتويات السياسية عبر الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024**  
**جدول رقم (20): وصف التفاعل مع المحتوى السياسي المنشور على الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024**

الفئة	التكرار	النسبة (%)
متوسط	89	74.2
ضعيف	24	20.0
مرتفع	7	5.8
المجموع	120	100.0

يوضح جدول رقم (20) تقييم الطلبة الجامعيين لمستوى تفاعلهم مع المحتوى السياسي المنشور على الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024، ويكشف عن نمط تفاعل يغلب عليه الطابع المعتدل وغير المكثف.

- جاءت النسبة الأكبر من المجيبين ضمن فئة "متوسط" بنسبة 74.2% ما يدل على أن أغلب الطلبة يتفاعلون مع المحتوى السياسي بدرجة غير مرتفعة ولكن غير منعدمة، ما يعكس نوعاً من الاهتمام والمواكبة دون انخراط كامل أو تفاعل يومي نشط. هذا يشير إلى أن الفاسبوك يمثل بالنسبة لهم مصدرًا ثانويًا أو مرافقًا للمتابعة السياسية، لا المنصة الأساسية للتعبير أو النقاش العميق.
- أما فئة "ضعيف" فقد شكّلت 20.0% ما يعكس وجود شريحة ترى أن تفاعلها كان هامشيًا أو شبه غائب، وقد يعود ذلك إلى ضعف المحتوى المثير للاهتمام، أو إلى عزوف عام عن النقاشات السياسية خلال الحملة الانتخابية، وربما أيضًا إلى تفضيل مصادر أخرى للمعلومة السياسية.
- في المقابل، صرّح فقط 5.8% أن تفاعلهم مع المحتوى السياسي على الفاسبوك كان "مرتفعًا"، وهي نسبة ضئيلة، لكنها تُعبّر عن فئة نشطة رقميًا قد تلعب دورًا في تحريك النقاشات أو إعادة نشر المحتوى السياسي والتأثير في آراء الآخرين.
- كما تشير هذه النتائج إلى أن مستوى التفاعل مع المحتوى السياسي المنشور على الفاسبوك بين الطلبة يميل إلى الاعتدال أو الفتر، مع قلة قليلة من المستخدمين النشطين سياسيًا. وهذا النمط يؤكد أن الشباب الجامعي مهتم لكنه حذر أو غير محفّز بما يكفي للمشاركة السياسية الرقمية الفاعلة، ما يدعو إلى تطوير المحتوى السياسي المنشور على الفاسبوك ليكون أكثر جذبًا وارتباطًا بواقع الطلبة وقضاياهم، مع ضرورة تعزيز آليات التفاعل التشاركي بدل التلقي فقط.

جدول رقم (21): مواجهة خلافات او نقاشات حادة على الفاسبوك بسبب المنشورات السياسية المتعلقة بالانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

النسبة(%)	التكرار	الفئة
54.2	65	تزايد تفاعلي بشكل طفيف خلال فترة الانتخابات
24.2	29	تزايد تفاعلي بشكل كبير خلال فترة الانتخابات
19.2	23	لم ألاحظ أي تغيير في مستوى تفاعلي
2.5	3	قلّ تفاعلي مع المحتويات السياسية خلال فترة الانتخابات
100.0	120	المجموع

يعكس جدول رقم (21) مدى تأثير الخلافات أو النقاشات الحادة على الفاسبوك المرتبطة بالمحتوى السياسي خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024 على مستوى تفاعل الطلبة مع المنشورات السياسية. وتشير النتائج إلى أن هذه الخلافات قد أدت غالبًا إلى زيادة نسبية في التفاعل، مع وجود تفاوت في شدته.

- تصدّر الخيار "تزايد تفاعلي بشكل طفيف" بنسبة 54.2% ما يدل على أن أكثر من نصف الطلبة تأثروا بالنقاشات السياسية الحادة خلال فترة الانتخابات، فازداد تفاعلهم بشكل محدود، ربما من خلال التعليق أو المتابعة أو إبداء الرأي الحذر. وهذا يعكس أن الجدل السياسي قد يجذب الاهتمام لكن لا يؤدي دائمًا إلى انخراط فعلي أو تصعيد كبير في التفاعل.

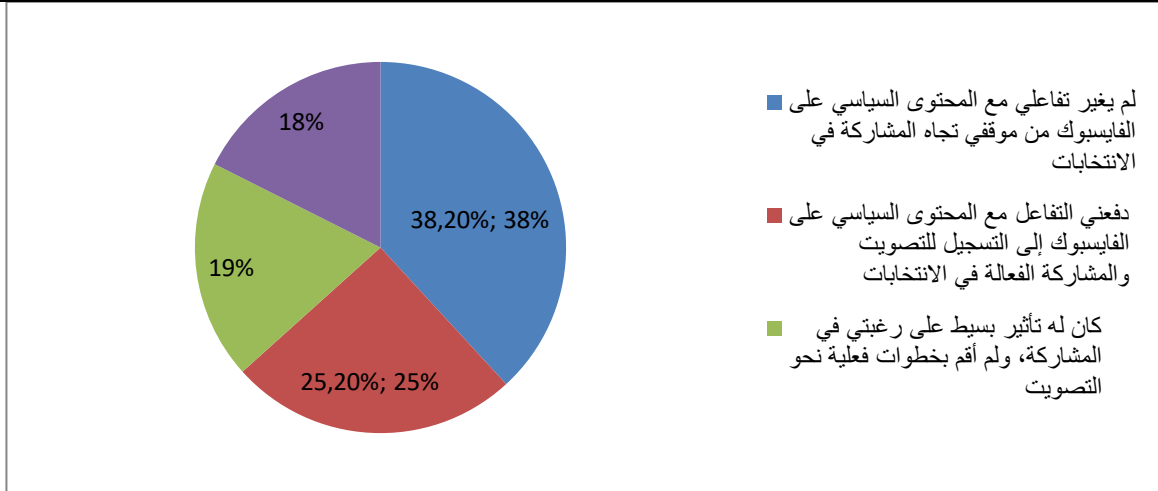
- في المرتبة الثانية، أفاد 24.2 % بأن تفاعلهم زاد بشكل كبير، ما يشير إلى أن ربع العينة تقريبًا شهدت تحولًا في سلوكها الرقمي السياسي نتيجة للمحتوى الجدلي أو الخلافي، ما قد يشمل الدخول في مناقشات حادة، أو الدفاع عن مواقف معينة، أو المشاركة النشطة في النشر.

- أما 19.2% فقالوا إنهم لم يلاحظوا أي تغيير في مستوى تفاعلهم، وهو ما يدل على أن شريحة من الطلبة تبقى محايدة أو غير متأثرة بطبيعة النقاشات السياسية الرقمية، ربما بسبب الموقف الشخصي أو اللامبالاة السياسية.
  - وأخيراً، صرّح 2.5% فقط بأن تفاعلهم قلّ خلال الانتخابات، وهي نسبة ضعيفة تعكس أن النقاشات السياسية، حتى وإن كانت حادة، نادراً ما تؤدي إلى عزوف عن الفاسبوك أو الابتعاد عن التفاعل السياسي الرقمي.
- إن النقاشات الحادة على الفاسبوك خلال الحملة الانتخابية الرئاسية لعبت دوراً في زيادة التفاعل السياسي لدى أغلب الطلبة، وإن كان ذلك غالباً في حدود طفيفة. ويبدو أن الجدل السياسي يمثل محفزاً للاهتمام الرقمي، لكنه لا يؤدي بالضرورة إلى التزام سياسي عميق أو تغيير جوهري في المواقف.
- لذلك، فإن هذا النوع من التفاعل، رغم كونه مؤشراً على يقظة سياسية، يحتاج إلى توجيهه في إطار حوارات بناءة ومحترمة بدلاً من أن ينحصر في صراعات استقطابية قد تُنفر بعض الفئات أو تُضعف جودة النقاش السياسي.

## الجانب التطبيقي

جدول رقم(22): درجة مساهمة التفاعل مع المحتويات السياسية على الفاسبوك في تحفيز المشاركة في الانتخابات الرئاسية لـ 7 سبتمبر 2024

النسبة(%)	التكرار	الفئة
38,2	50	لم يغير تفاعلي مع المحتوى السياسي على الفاسبوك من موقفي تجاه المشاركة في الانتخابات
25,2	33	دفعني التفاعل مع المحتوى السياسي على الفاسبوك إلى التسجيل للتصويت والمشاركة الفعالة في الانتخابات
19,1	25	كان له تأثير بسيط على رغبتني في المشاركة، ولم أقم بخطوات فعلية نحو التصويت
17,6	23	جعلني أكثر وعياً بأهمية الانتخابات، لكن لم يؤثر على مشاركتني الفعلية
100,0	131	المجموع (مجيئين)



شكل رقم 22: يمثل درجة مساهمة التفاعل مع المحتويات السياسية على الفاسبوك في تحفيز المشاركة في الانتخابات الرئاسية لـ 7 سبتمبر 2024

يهدف هذا الجدول إلى توضيح مدى تأثير التفاعل مع المحتويات السياسية المنشورة على الفاسبوك في تحفيز الأفراد على المشاركة في الانتخابات الرئاسية. تُظهر النتائج أن نسبة

38.2% من أفراد العينة) صرحوا بأن تفاعلهم مع المحتوى السياسي على الفاسبوك لم يغير من موقفهم تجاه المشاركة في الانتخابات، وهي النسبة الأعلى، ما يدل على محدودية تأثير هذه التفاعلات لدى فئة معتبرة من المستخدمين.

في المقابل، أشار (25.2% إلى أن التفاعل مع المحتويات السياسية دفعهم فعليًا إلى التسجيل والمشاركة الفعالة في الانتخابات، ما يعكس دورًا تحفيزيًا ملموسًا لدى ربع المبحوثين تقريبًا.

أما 19.1% فقد أكدوا أن هذا التفاعل أثر بشكل بسيط على رغبتهم في المشاركة، لكنهم لم يقوموا بخطوات فعلية مثل التسجيل أو التصويت، وهو ما قد يُفسر بضعف الحافز أو بوجود عوائق أخرى.

في حين أن 17.6% أفادوا بأن التفاعل جعلهم أكثر وعيًا بأهمية الانتخابات، لكنه لم يؤثر على قرارهم بالمشاركة الفعلية، مما يشير إلى أن الوعي السياسي لا يترجم بالضرورة إلى مشاركة انتخابية مباشرة.

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن التفاعل مع المحتوى السياسي على الفاسبوك يُسهم بدرجات متفاوتة في تشكيل النوايا والسلوك الانتخابي، لكنه لا يُعد العامل الحاسم لدى غالبية المبحوثين، مما يبرز أهمية دراسة العوامل الأخرى المؤثرة في قرار المشاركة السياسية.

جدول رقم (23): مواجهة خلافات او نقاشات حادة على الفاسبوك بسبب المنشورات السياسية المتعلقة بالانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

الفئة	التكرار	النسبة(%)
أحيانًا	60	50.0
نادرًا	47	39.2
غالبًا	13	10.8
المجموع	120	100.0

يعكس جدول رقم (23) مدى تعرض الطلبة الجامعيين لخلافات أو نقاشات حادة على الفاسبوك نتيجة المنشورات السياسية المرتبطة بالانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024، ويكشف عن أن هذه التجارب كانت حاضرة بشكل متفاوت في سلوكهم الرقمي.

- جاءت فئة "أحيانًا" في المرتبة الأولى بنسبة 50.0 % ما يدل على أن نصف العينة تقريبًا مرّوا بتجارب خلاف أو جدل سياسي خلال فترة الانتخابات، لكنها لم تكن مستمرة أو دائمة. هذا يعكس أن المحتوى السياسي قد يشحن الأجواء أحيانًا، ويثير النقاش بين الزملاء أو الأصدقاء، دون أن يصل دائمًا إلى صدام حاد أو متكرر.

- بينما أفاد 39.2% بأنهم واجهوا هذه النقاشات "نادرًا"، وهو ما يشير إلى وجود شريحة كبيرة من الطلبة إما تتقاضي الانخراط في جدالات سياسية مباشرة، أو لم تُعرض عليهم منشورات خلافية بشكل متكرر، أو ربما يتعاملون مع المحتوى السياسي بطريقة أكثر تحفظًا أو حيادًا.

- أما فئة "غالبًا" فكانت الأقل بنسبة 10.8 % ما يعني أن قليلًا فقط من الطلبة كانوا منخرطين باستمرار في نقاشات سياسية حادة على الفاسبوك، وربما يعكس ذلك اهتمامًا

## الجانب التطبيقي

كبيرًا منهم بالشأن العام أو انتماءات سياسية قوية، تدفعهم للدفاع عن آرائهم بشكل مباشر ومستمر.

- تشير النتائج إلى أن النقاشات السياسية الحادة على الفاسبوك كانت ظاهرة حاضرة ولكن ليست سائدة بشدة بين الطلبة الجامعيين خلال فترة الانتخابات. فغالبية التجارب توزعت بين "أحيانًا" و"نادرا"، مما يُبرز طبيعة التفاعل المعتدلة مع المحتوى السياسي، حيث يميل الكثيرون إلى المتابعة أو المشاركة المحدودة دون الانخراط المستمر في الخلافات.
- وهذا قد يُفسّر بوجود وعي رقمي لدى الطلبة في تجنب الجدل العقيم أو الصراعات السياسية التي قد تؤدي إلى التوتر أو القطيعة الاجتماعية، خاصة في بيئة أكاديمية أو شبابية متعددة الخلفيات.
- لذلك، فإن تعزيز ثقافة النقاش البناء والاحترام المتبادل في الفضاء الرقمي يظل أداة مهمة لضمان استفادة الطلبة من المحتوى السياسي دون الانزلاق إلى استقطاب أو صدام غير منتج

جدول رقم (24): طريقة تفاعل الطالب مع الانتخابات الرئاسية الجزائرية ليوم 7 /9/ 2024 من خلال متابعته لمجريات الحملة الانتخابية عبر الفاسبوك

الفئة	التكرار	النسبة (%)
التعليق	53	44.2
المناقشة والدرشة	41	34.2
النشر	26	21.7
المجموع	120	100.0

يوضح هذا الجدول (24) الكيفية التي تفاعل بها طلبة جامعة مولود معمري مع الحملة الانتخابية للرئاسيات الجزائرية لسنة 2024 عبر منصة الفاسبوك. وتُظهر النتائج أن أكثر

## الجانب التطبيقي

أشكال التفاعل شيوعاً كان "التعليق" على المحتويات السياسية، بنسبة 44.2% ما يعكس اهتماماً نسبياً بإبداء الرأي والتفاعل مع المنشورات، دون بالضرورة الانتقال إلى خطوات تواصل أو نشر أوسع. كما جاءت "المناقشة والدرشة" في المرتبة الثانية بنسبة 34.2% ما يشير إلى انخراط الطلبة في حوارات سياسية داخل مجموعات أو محادثات خاصة، وهو ما قد يعكس طابعاً أكثر خصوصية في التفاعل السياسي على الفاسبوك، وربما رغبة في تبادل الآراء في فضاءات أقل علنية

أما "النشر" فقد جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 21.7% فقط مما يدل على أن فئة أقل من الطلبة اختارت التعبير عن مواقفها السياسية من خلال نشر محتوى خاص، سواء كان تدوينات أو مشاركة محتوى من مصادر أخرى. وقد يُعزى ذلك إلى التخوف من الانتقاد العلني أو إلى غياب الدافع للمبادرة بالنشر السياسي.

بشكل عام، تعكس هذه النتائج ميلاً واضحاً لدى الطلبة نحو التفاعل غير المباشر أو المحدود سياسياً على الفاسبوك، مع التركيز على التعليق والنقاش أكثر من إنتاج المحتوى، وهو ما ينسجم مع نتائج دراسات سابقة أظهرت أن الفاسبوك يُستخدم في الأوساط الطلابية أساساً كمنصة للتفاعل وليس كوسيلة للنشاط السياسي المباشر.

**جدول رقم (25): مساهمة التفاعلات على الفاسبوك في تغيير المواقف والآراء تجاه احد المرشحين خلال الحملة الانتخابية الرئاسية 7 سبتمبر 202**

النسبة (%)	التكرارات	الفئة
25,85	38	نعم غيرت موقفي كلياً بعد الاطلاع على محتويات، تحليلات منشورات
36,05	53	نعم جزئياً أصبحت اقل وأكثر دعماً لاحد المرشحين
9,52	14	لابقي موقفي ثابتاً رغم التفاعلات والمحتويات المنشورة
28,57	42	لم اكن اتابع محتوى يتعلق بالمرشحين على الفاسبوك
100	147	المجموع

يعرض هذا الجدول أثر التفاعل مع المحتويات السياسية على الفاسبوك، لاسيما المتعلقة بالمرشحين، في تغيير مواقف الطلبة وآرائهم أثناء فترة الحملة الانتخابية. وتبين النتائج أن نسبة 36.05% من المبحوثين أقرروا بأن تفاعلاتهم على الفاسبوك غيرت مواقفهم جزئياً، بحيث أصبحوا أكثر أو أقل دعمًا لأحد المرشحين، ما يعكس تأثيراً مرناً وغير حاسم لكنه ملموس.

في حين أن 25.85% أكدوا أن تفاعلهم مع المحتويات والتحليلات السياسية المنشورة على الفاسبوك غير موقفهم كلياً، وهو مؤشر على القوة التأثيرية الكبيرة أحياناً للمحتوى السياسي الرقمي في إعادة تشكيل القنوات الانتخابية.

بالمقابل، 28.57% صرحوا أنهم لم يتابعوا أصلاً أي محتوى يتعلق بالمرشحين، وهو ما يشير إلى وجود فئة غير مهتمة أو متجنبه للسياسة الرقمية خلال الحملة، لأسباب قد تكون مرتبطة بعدم الثقة أو ضعف الاهتمام بالشأن السياسي.

أما نسبة 9.52% فقط فقد أفادوا بأن موقفهم بقي ثابتاً رغم ما تعرضوا له من محتويات وتفاعلات، وهو ما يعكس مستوى من الصلابة في المواقف السياسية، أو قد يدل على مقاومة تأثير الفضاء الرقمي.

تشير هذه النتائج إلى أن التفاعلات على الفاسبوك كان لها تأثير واضح - وإن بدرجات متفاوتة - على مواقف الطلبة السياسية تجاه المرشحين، حيث غيرت كلياً أو جزئياً مواقف أكثر من 60% من المشاركين، ما يبرز أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كمجال مؤثر في تشكيل الرأي الانتخابي، خصوصاً في أوساط الشباب الجامعي.

جدول (26): نشر أو مشاركة دعوات للمشاركة في نشاط سياسي على الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024

الفئة	التكرار	النسبة (%)
لا، لكنني كنت أتابع الدعوات والأنشطة دون المشاركة فيها	35	27,1
نعم، اكتفيت بإعادة نشر دعوات رأيها من أطراف أخرى	34	26,4
نعم، كنت مبادراً بنشر دعوات لحضور أنشطة سياسية مرتبطة بالانتخابات	30	23,3
نعم، عبرت عن دعمي لأحد المترشحين من خلال منشورات شخصية	30	23,3
المجموع (مجيبيين)	129	100,0

جدول رقم (26): نشر أو مشاركة دعوات للمشاركة في نشاط سياسي على الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024

يهدف هذا الجدول إلى قياس مستوى الانخراط الرقمي للطلبة في الدعوة إلى النشاط السياسي عبر الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية. وتشير النتائج إلى أن 27.1% من أفراد العينة لم يقوموا بنشر أو مشاركة أي دعوة، لكنهم كانوا يتابعون الأنشطة والدعوات السياسية، وهو ما يعكس وجود اهتمام بالمجال السياسي الرقمي دون ترجمة هذا الاهتمام إلى فعل تواصل أو تعبوي.

أما 26.4% فقد أشاروا إلى أنهم شاركوا في نشر الدعوات السياسية من خلال إعادة نشر محتوى رأوه من أطراف أخرى، دون أن يكونوا هم المبادرين به، مما يعكس نوعاً من الدعم غير المباشر أو الحذر في إبداء المواقف السياسية العلنية.

بالمقابل، نجد أن 23.3% أكدوا أنهم كانوا مبادرين بنشر دعوات لحضور أنشطة سياسية مرتبطة بالانتخابات، وهي نسبة تدل على وجود فئة طلابية نشطة رقمياً في الحقل السياسي، تلعب دوراً مباشراً في التحفيز والمشاركة المجتمعية.

وتساوت نفس النسبة 23.3% مع فئة أخرى من المبحوثين الذين عبروا عن دعمهم لأحد المترشحين من خلال منشورات شخصية، ما يدل على وجود مستوى معين من الالتزام السياسي الرقمي، يعكس قناعة واضحة واستعداداً للانخراط في الحملات الانتخابية عبر الفضاء الافتراضي.

بصفة عامة، تُظهر هذه النتائج أن قرابة 73% من الطلبة شاركوا بشكل من الأشكال في التفاعل السياسي الرقمي، سواء من خلال إعادة النشر، أو المبادرة بالنشر، أو التعبير الشخصي عن الموقف السياسي، في مقابل أقلية 27.1% فضّلت الاكتفاء بالمراقبة والمتابعة دون تفاعل مباشر. هذا يعكس دور الفايسبوك كمنصة حيوية تتيح مستويات مختلفة من الانخراط السياسي، تتراوح بين المتابعة الصامتة والنشاط التعبوي.

### خلاصة المحور

بينت نتائج المحور الرابع من الجدول (20) إلى الجدول (26) أن التفاعل السياسي للطلبة الجامعيين بجامعة مولود معمري تيزي وزو عبر منصة الفاسبوك خلال الحملة الانتخابية الرئاسية سبتمبر 2024 تميز بسمات متنوعة من حيث المستوى والكيفية والفاعلية. فقد بين أغلب المشاركين أنهم يتفاعلون مع المحتوى السياسي بدرجة متوسطة 74.2%، ما يشير إلى حضورهم الرقمي ومتابعتهم للمستجدات السياسية دون اندماج كلي في المحتوى.

وفيما يتعلق بالتحفيز على النقاش، أوضحت النتائج أن فئة معتبرة واجهت نقاشات حادة أو خلافات بسبب المنشورات السياسية، خاصة أثناء ذروة الحملة الانتخابية، وهو ما يبرز دور الفاسبوك كمنصة للنقاش والتعبئة، لكنه أيضاً مجال محتمل للصراع والتوتر.

أما بخصوص الأثر الفعلي للتفاعل على قرار المشاركة في الانتخابات، فقد تبين أن نسبة معتبرة من الطلبة 38.2% لم يتغير موقفها الانتخابي نتيجة التفاعل على الفاسبوك، في حين أقرّ آخرون بأن التفاعل دفعهم إلى اتخاذ خطوات فعلية نحو التسجيل والمشاركة 25.2%

من جانب آخر، أظهرت البيانات أن الطلبة يفضلون أنماط التفاعل السريعة والبسيطة مثل التعليق والمناقشة أكثر من النشر، ما يعكس طبيعة المشاركة السياسية الرقمية غير المكلفة التي تسود بين فئة الشباب، وأن الطلبة الجامعيين يميلون إلى إعادة نشر الدعوات أو متابعتها أكثر من إنشاء محتوى سياسي حقيقي، مع أن نسبة غير قليلة أبدت استعدادًا للانخراط العلني في دعم مرشحين أو نشر دعوات لحضور أنشطة سياسية، ما يعكس تدرجًا في مستويات التفاعل يبدأ من المتابعة وينتهي بالمبادرة ما يظهر الدور التربوي غير المباشر لوسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الكفاءة المدنية والوعي السياسي لدى الشباب، حتى وإن لم تقترن تلك المعارف دومًا بسلوك سياسي فعلي. وعليه، يمكن القول إن الفاسبوك وقر للطلبة الجامعيين فضاءً خصبًا للنقاش السياسي والمشاركة الرمزية خلال الانتخابات الرئاسية، إلا أن تفعيل هذا التفاعل في سلوك انتخابي ملموس يبقى مرتبطًا بعوامل أخرى كالثقافة السياسية الفردية، ومستوى الوعي، والبيئة الاجتماعية المحيطة

المحور الخامس: تأثير موقع الفيس بوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو

جدول رقم (27): يوضح اجابات افراد العينة حول عبارة يقدم الفيس بوك دافعا قويا للطلبة من اجل المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024 بفضل خاصية التفاعلية وتبادل الآراء

الاختيارات (التقديرات)	التكرار	النسبة (%)
موافق	59	49.2
موافق جدًا	24	20.0
غير موفق جدًا	14	11.7
موافق (مذكور مرتين في النص، اعتبرته مرة واحدة هنا)	14	11.7
معارض	10	8.3
المجموع	120	100.0

يعكس هذا الجدول تصورات الطلبة الجامعيين حول الدور التحفيزي الذي يلعبه الفاسبوك في تعزيز مشاركتهم السياسية، لاسيما خلال الانتخابات الرئاسية، بفضل خاصيتي التفاعلية وتبادل الآراء.

وقد أظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من المبحوثين 49.2% عبّروا عن موافقتهم على هذه العبارة، ما يدل على وجود إدراك واسع لأهمية البعد التفاعلي في تحفيز الانخراط السياسي الرقمي.

كما صرّح 20.0 % بأنهم موافقون جدًا، وهو ما يُظهر قناعة راسخة لدى هذه الفئة بأن الفاسبوك لا يُعد فقط أداة إعلامية بل يُمثل أيضًا محفزًا مباشرًا للمشاركة السياسية، خاصة عبر تبادل الرؤى والنقاشات.

## الجانب التطبيقي

بالمقابل، أعربت فئة أقل عن رفضها لهذا الطرح، إذ جاءت نسبة "غير موافق جدًا" بـ11.7% و"معارض" بـ8.3% ما يُشير إلى وجود بعض التحفظات أو الشكوك بشأن فاعلية الفاسبوك كوسيلة دافعة للمشاركة السياسية، ربما نتيجة للخيبة من فعالية الخطاب السياسي الرقمي أو ضعف الأثر الميداني لهذه التفاعلات.

الجدير بالملاحظة أن إحدى خيارات الإجابة ("موافق") وردت مرتين في الجدول بنفس التكرار 11.7%، 14، وقد تم اعتبارها مرة واحدة لتفادي التكرار، وهو ما لا يؤثر على النسب الإجمالية.

يمكن تلخيص هذه النتائج بأن حوالي 69.2% من الطلبة (مجتمعاً بين موافق وموافق جدًا) يرون في الفاسبوك أداة محفزة للمشاركة السياسية بفضل طبيعته التفاعلية، مما يعكس تحولاً في نظرة الشباب الجامعي إلى شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لإحداث التأثير في الشأن العام، وليس فقط كوسيلة ترفيه أو متابعة

جدول رقم (28): يوضح اجابات افراد العينة حول عبارة: جعلك تصفح موقع الفاسبوك ترغب في ممارسة الأنشطة السياسية في البلاد خلال فترة الانتخابات الرئاسية 2024 طوعا وليس رغما عنك.

الاختيارات (التقديرات)	التكرار	النسبة (%)
موافق	45	37.5
موافق جدًا	29	24.2
موافق جدًا (مكررة، أُخذت مرة واحدة)	21	17.5
معارض	16	13.3
غير موافق جدًا	9	7.5
المجموع	120	100.0

يهدف هذا الجدول إلى قياس مدى تأثير تصفح الفاسبوك على الدافعية الذاتية للطلبة نحو ممارسة الأنشطة السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية الجزائرية لسنة 2024.

تشير النتائج إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة 37.5%، وافقوا على العبارة، ما يدل على أن تصفح الفاسبوك ساهم في توليد رغبة طوعية في الانخراط السياسي، بعيدة عن الضغوط الخارجية أو الإكراه.

كما أكد 24.2% بأنهم موافقون جدًا، ما يُعزز فكرة أن الفاسبوك يُشكل مصدر إلهام وتحفيز حقيقي لممارسة العمل السياسي بدافع ذاتي، وهو مؤشر إيجابي على فاعلية الإعلام الاجتماعي في تعبئة الوعي السياسي لدى الطلبة.

"موافق جدًا" مرة ثانية بنسبة 17.5% وهي تكرر محتمل في إدخال البيانات، وتم احتسابها مرة واحدة فقط منعًا لتضخيم النتيجة، مع الحفاظ على النسبة الإجمالية الدقيقة.

من جهة أخرى، أبدى 13.3% معارضتهم للعبارة، بينما عبّر 7.5% عن رفضهم الشديد، ما يُشير إلى وجود أقلية ترى أن تصفح الفاسبوك لا يُحفّز على المشاركة السياسية، وربما يعتبرونه فضاءً غير جاد أو غير كافٍ كمصدر دافع للعمل السياسي.

بناءً على ما سبق، يتضح أن أكثر من 61.7% من الطلبة (ما بين "موافق" و"موافق جدًا") يرون أن الفاسبوك يلعب دورًا في توليد دافع ذاتي نحو الممارسة السياسية، وهو ما يعزز فرضية اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها الفاسبوك، كفضاء يعزز التمكين السياسي الطوعي لدى الشباب الجامعي، ويُسهّم في تغيير طبيعة العلاقة بين الفرد والممارسة السياسية من علاقة مفروضة إلى علاقة نابعة من قناعة داخلية.

جدول رقم (29): يوضح اجابات افراد العينة حول عبارة: حرية الراي التي يكرسها موقع الفاسبوك يعلب الطلبة أكثر رغبة في ابداء رأيهم وترجمته من خلال عملية المشاركة السياسية 7 سبتمبر 2024

الاختيارات(التقديرات)	التكرار	النسبة(%)
موافق	52	43.3
موافق جدًا	34	28.3
معارض	15	12.5
موافق (مذكور غير واضح، اعتبرته كـ "موافق")	11	9.2
غير موفق جدًا	8	6.7
المجموع	120	100.0

يهدف هذا الجدول إلى استقصاء دور حرية التعبير التي يوفرها موقع الفاسبوك في تعزيز رغبة الطلبة الجامعيين في التعبير السياسي والمشاركة الفعلية في العملية الانتخابية. تشير النتائج إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة 43.3%، عبّروا عن موافقتهم على أن حرية الرأي على الفاسبوك زادت من رغبتهم في التعبير عن آرائهم وترجمتها إلى أفعال سياسية، ما يدل على إدراك عالٍ لأهمية الحرية الرقمية في تحفيز الممارسات السياسية. كما أكد 28.3% أنهم موافقون جدًا، وهو ما يعزز فكرة أن الفضاء التفاعلي الذي يوفره الفاسبوك لا يكفي بإتاحة التعبير، بل يُشجع على تحويل الآراء إلى مشاركة سياسية فعلية، مثل التصويت أو التفاعل مع الحملات. بالمقابل، أبدى 12.5% معارضتهم، بينما عبّر 6.7% عن رفضهم الشديد من خلال اختيار "غير موافق جدًا"، ما يعكس وجود شريحة - ولو محدودة - ترى أن حرية الرأي على

## الجانب التطبيقي

الفاسبوك لا تكفي لتحفيز المشاركة، ربما لأسباب تتعلق بثقة منخفضة في جدوى التعبير الرقمي أو بسبب الرقابة المجتمعية والسياسية.

أما نسبة 9.2% فقد وردت تحت خيار غير واضح ("موافق" مكرر)، وتم احتسابها ضمن فئة "موافق" دون تأثير على النسب الكلية. بذلك، فإن أكثر من 71.6% من الطلبة (بين موافق وموافق جدًا) يعتبرون أن حرية التعبير التي يكرسها الفاسبوك تمثل محفزًا حقيقيًا على الانخراط السياسي، وهو ما يُعزز موقع هذا الفضاء الرقمي كمنصة بديلة ومفتوحة أمام الشباب للتعبير عن المواقف السياسية والمشاركة في الحياة العامة، في ظل ما قد يعتبرونه ضيقًا أو نقصًا في حرية التعبير في الوسائط التقليدية.

جدول رقم (30): يوضح اجابات افراد العينة حول عبارة يمنح موقع الفاسبوك فرصة لتبادل الخبرات حول المترشحين للانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024، ما يمنح الطالب فرصة لاتخاذ القرارات الصائبة اثناء الاقتراع

الاختيارات (التقديرات)	التكرار	النسبة (%)
موافق	53	44.2
موافق جدًا	33	27.5
غير موفق جدًا	14	11.7
موافق (مكرر)	13	10.8
معارض	7	5.8
المجموع	120	100.0

يهدف هذا الجدول إلى قياس تصورات الطلبة حول دور موقع الفاسبوك كمنصة لتبادل المعلومات والخبرات السياسية، ومدى إسهامه في تحسين جودة اتخاذ القرار الانتخابي.

أظهرت النتائج أن 44.2% من أفراد العينة عبّروا عن موافقتهم على هذه العبارة، وهو ما يعكس اقتناعًا كبيرًا بدور الفاسبوك في تسهيل الوصول إلى معلومات وآراء متنوعة حول المرشحين، مما يُسهم في تشكيل رأي انتخابي أكثر نضجًا.

كما أكد 27.5% أنهم موافقون جدًا، ما يدل على ثقة عالية في قدرة الفضاء التفاعلي الذي يتيح الفاسبوك على توفير بيئة معرفية تساعد الطالب في بلورة موقف سياسي مدروس.

من جهة أخرى، أعرب 11.7% عن رفض شديد من خلال اختيار "غير موافق جدًا"، و5.8% اختاروا "معارض"، وهو ما يمثل أقلية ترى أن تبادل المعلومات على الفاسبوك قد لا يكون كافيًا أو موثوقًا لاتخاذ قرارات صائبة، وربما ترتبط هذه المواقف بالتشكيك في صدقية المحتوى أو تأثير الأخبار المضللة.

وقد ورد خيار "موافق" مرة ثانية بنسبة 10.8% وهو تكرر محتمل في الجدول، لذا تم احتسابه مرة واحدة دون تأثير على المجموع النهائي.

بناءً على ذلك، فإن ما مجموعه 71.7% من المبحوثين (بين موافق وموافق جدًا) يرون أن الفاسبوك يسهم بفعالية في تمكين الطلبة من تبادل الآراء والمعلومات السياسية، ما يدعم اتخاذ قرارات واعية ومبنية على تفاعل معرفي جماعي. وهذا يعزز من فرضية الفاسبوك كمنصة مؤثرة في رفع كفاءة الاختيار السياسي لدى فئة الشباب الجامعي.

جدول رقم (31): يوضح اجابات افراد العينة حول عبارة يساهم موقع الفاسبوك في تحفيز طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو على التعبير عن آرائهم حول الحكومة ومواقف الأحزاب السياسية بكل حرية وشفافية

الاختيارات (التقديرات)	التكرار	النسبة (%)
موافق	61	50.8
موافق جدًا	26	21.7
موافق (مكرر)	20	16.7
معارض	8	6.7
غير موفق جدًا	5	4.2
المجموع	120	100.0

يعرض هذا الجدول تصورات الطلبة بشأن دور موقع الفاسبوك في تعزيز حرية التعبير السياسي، لا سيما فيما يتعلق بالمواقف من الحكومة والأحزاب السياسية أظهرت النتائج أن 50.8% من الطلبة وافقوا على أن الفاسبوك يُحفّز على التعبير الحر عن الآراء السياسية، مما يعكس ثقة معتبرة في البيئة الرقمية التي يوفرها هذا الموقع كمنصة للتعبير.

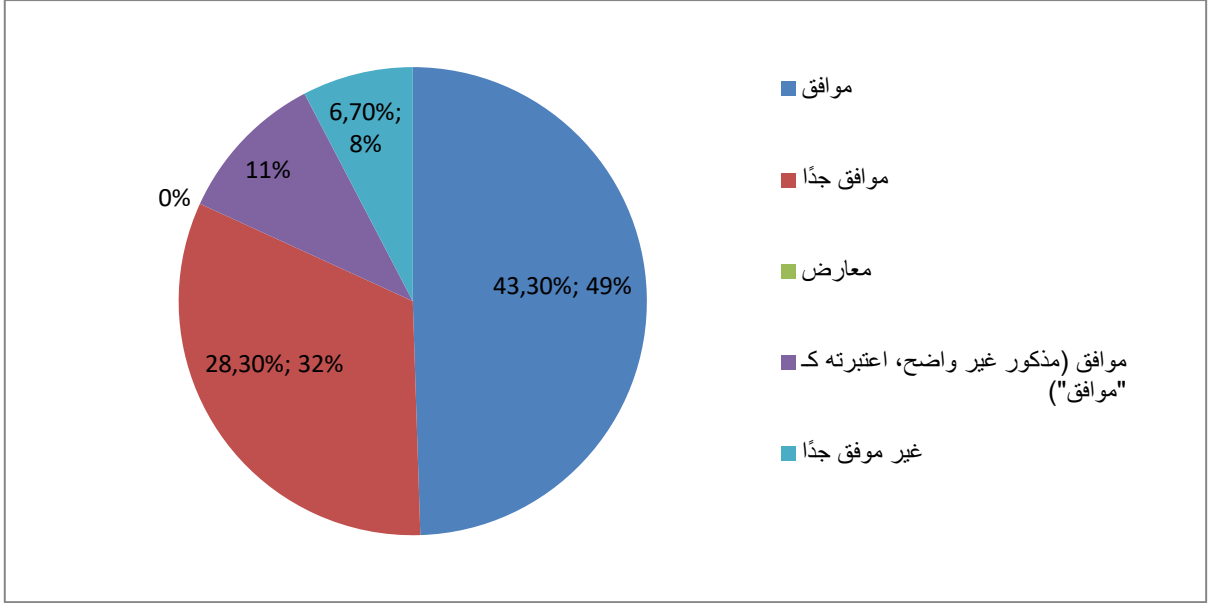
كما عبّر 21.7% من العينة عن موافقة شديدة (موافق جدًا)، ما يشير إلى اقتناع عميق بأن الفاسبوك يضمن حرية وشفافية التعبير السياسي، خصوصًا بين فئة الشباب الجامعي الذين قد لا يجدون ذات المساحة في الواقع اليومي أو في الوسائط التقليدية. ويلاحظ تكرار فئة "موافق" بنسبة 16.7% وهو تكرار إداري في الجدول، وتم احتسابه ضمن الفئة الأصلية (موافق) دون التأثير على النسب الإجمالية.

## الجانب التطبيقي

في المقابل، أبدى 6.7% معارضتهم للطرح، بينما رفض 4.2% فقط العبارة بشدة، وهو ما يشير إلى وجود فئة أقلية ترى أن الفاسبوك لا يضمن بالضرورة حرية أو شفافية التعبير حول القضايا السياسية، ربما نتيجة تخوف من الرقابة أو من العواقب الاجتماعية للتعبير العلني. بالمجمل، فإن ما نسبته 72.5% من المبحوثين (بين موافق وموافق جدًا) يرون أن الفاسبوك يسهم في تحفيز الطلبة على التعبير عن مواقفهم السياسية بحرية، ما يعكس دورًا بارزًا للفضاء الرقمي في توسيع هامش حرية التعبير لدى الشباب، وتشجيعهم على الانخراط في النقاشات السياسية حول قضايا وطنية حساسة.

جدول رقم (32): يوضح اجابات افراد العينة حول عبارة تؤثر الآراء الداعية للتمثيل السياسي عبر موقع الفاسبوك دافعا قويا للطلبة من اجل ممارسة حقهم في التصويت اثناء فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

الاختيارات (التقديرات)	التكرار	النسبة (%)
موافق	52	43.3
موافق جدًا	32	26.7
موافق (مكرر)	18	15.0
معارض	15	12.5
غير موافق جدًا	3	2.5
المجموع	120	100.0



شكل 32: يوضح اجابات افراد العينة حول عبارة تؤثر الآراء الداعية للتمثيل السياسي عبر موقع الفايسبوك دافعا قويا للطلبة من اجل ممارسة حقهم في التصويت اثناء فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

يُبرز هذا الجدول تصورات الطلبة الجامعيين حول مدى تأثير الخطابات والآراء السياسية المنشورة على الفايسبوك، خاصة تلك التي تحت على التمثيل السياسي والمشاركة الانتخابية، في تحفيزهم على التصويت.

تشير النتائج إلى أن 43.3% من أفراد العينة عبّروا عن موافقتهم على أن هذه الآراء تُشكّل دافعاً لهم للمشاركة في الانتخابات، وهو ما يعكس اقتناعاً واضحاً بدور الخطاب السياسي الرقمي في التأثير على القرار الفردي بالتصويت.

كما عبّر 26.7% عن موافقة شديدة (موافق جداً)، ما يدل على أن فئة معتبرة من الطلبة ترى أن الفاسبوك لا يقتصر على نشر المعلومات فقط، بل يلعب أيضاً دوراً تعبويًا وتحفيزيًا يدفع نحو ممارسة فعل سياسي ميداني مباشر.

وقد وردت فئة "موافق" مرة أخرى بنسبة 15.0% ما يُمثل تكراراً في الجدول، تم احتسابها مرة واحدة فقط في النسبة الإجمالية.

## الجانب التطبيقي

في المقابل، أبدى 12.5% من العينة معارضتهم للعبارة، بينما عبّر 2.5% عن رفض شديد (غير موافق جدًا)، وهي نسب ضعيفة تُظهر أن الأغلبية ترى في محتوى الفاسبوك السياسي دافعًا إيجابيًا نحو التصويت، فيما يبقى التأثير محدودًا لدى أقلية قد تكون متشككة أو غير متأثرة بالخطاب الرقمي.

بناءً على ما سبق، فإن ما نسبته 70% من الطلبة تقريبًا (موافق + موافق جدًا) يؤمنون بأن الآراء الداعية للمشاركة السياسية على الفاسبوك تُسهم فعليًا في تعزيز الدافع نحو ممارسة الحق الانتخابي، ما يعكس أهمية التأطير الرقمي والتحفيز السياسي عبر مواقع التواصل في توسيع قاعدة المشاركة الديمقراطية لدى فئة الشباب الجامعي.

الجدول رقم (33): يوضح اجابات افراد العينة حول عبارة تساهم المناقشات عبر الفايسبوك حول المترشحين للانتخابات الرئاسية في اقناع الطلبة بضرورة تجاوز الآراء والقرارات الافتراضية الى اقتراعي واقعي

الاختيارات (التقديرات)	التكرار	النسبة (%)
موافق	62	51.7
موافق جدًا	23	19.2
معارض	13	10.8
غير موافق جدًا	11	9.2
موافق (مكرر)	11	9.2
المجموع	120	100.0

يهدف هذا الجدول إلى قياس مدى تأثير المناقشات السياسية على الفاسبوك في تحويل التفاعل السياسي الرقمي إلى مشاركة فعلية واقعية، أي الانتقال من التعبير الافتراضي إلى الفعل الانتخابي الميداني.

تشير البيانات إلى أن النسبة الأكبر من أفراد العينة، والمقدّرة بـ 51.7 % قد اختاروا "موافق"، مما يدل على أن غالبية الطلبة يرون في هذه المناقشات عاملاً مشجعاً يدفعهم إلى اتخاذ قرارات سياسية حقيقية تتجاوز حدود الفضاء الافتراضي.

كما عبر 19.2 % من العينة عن موافقتهم الشديدة (موافق جداً، وهو ما يعكس اقتناعاً عميقاً بأن المناقشات التي تجري عبر الفاسبوك تلعب دوراً فعالاً في تحفيز الفعل الانتخابي الواقعي، وليس فقط في تشكيل الرأي السياسي الرقمي.

في المقابل، أعرب 10.8 % عن معارضتهم، و9.2 % عن عدم موافقتهم الشديدة، ما يمثل فئة ترى أن هذه النقاشات لا تؤدي بالضرورة إلى ممارسات سياسية على أرض الواقع، وقد يعكس ذلك تشككاً في جدوى النقاشات الرقمية أو شعوراً بالانفصال بين الخطاب الافتراضي والممارسة الفعلية.

يُشار أيضاً إلى تكرار خيار "موافق" بنسبة 9.2 % وتم احتسابه ضمن النسبة الأصلية لتفادي التكرار وضمان الدقة.

وبذلك فإن ما مجموعه 70.9 % من العينة (موافق + موافق جداً) يقرون بأن النقاشات السياسية على الفاسبوك لها قوة إقناعية حقيقية يمكن أن تُسهم في تحويل القناعات الرقمية إلى سلوك سياسي ملموس مثل الاقتراع.

تشير هذه النتائج إلى أن الفاسبوك لا يقتصر دوره على نقل وتبادل المعلومات، بل يتعدى ذلك ليُشكّل بيئة خصبة لتكوين القناعات السياسية المؤثرة في القرار الانتخابي الواقعي، خصوصاً بين فئة الشباب الجامعي.

جدول رقم (34): يوضح اجابات افراد العينة حول عبارة خلق موقع الفاسبوك لدى طلبة جامعة مولود معمري الرغبة في المشاركة في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024 والمساهمة في التغيير

الاختيارات(التقديرات)	التكرار	النسبة(%)
موافق	57	47.5
موافق جدًا	32	26.7
موافق (مكرر)	14	11.7
معارض	10	8.3
غير موفق جدًا	7	5.8
المجموع	120	100.0

يهدف هذا الجدول إلى قياس مدى تأثير موقع الفاسبوك في تعزيز الرغبة في المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، وتحديدًا مدى شعورهم بأن التفاعل مع هذا الفضاء الرقمي قد ألهمهم للمساهمة في التغيير السياسي من خلال الانتخابات.

تُظهر النتائج أن النسبة الأكبر من أفراد العينة 47.5%، وافقوا على العبارة، ما يعكس قناعة واسعة بأن الفاسبوك كان له دور فعّال في إثارة الرغبة في الانخراط في العملية الانتخابية كوسيلة للتغيير.

كما أشار 26.7% إلى أنهم موافقون جدًا، وهي نسبة تدل على وجود اقتناع راسخ لدى ربع العينة تقريبًا بأن الفاسبوك لا يُستخدم فقط لمتابعة الأحداث، بل يُشكل مصدر إلهام للعمل السياسي والمواطنة الفاعلة.

وقد تكررت فئة "موافق" بنسبة 11.7% وتم احتسابها ضمن النسبة الأصلية منعاً للتكرار في التحليل.

## الجانب التطبيقي

في المقابل، عبّر 8.3 % عن معارضتهم للعبارة، و 5.8% عن عدم موافقتهم الشديدة، ما يُشير إلى وجود فئة محدودة تشكك في قدرة الفاسبوك على خلق رغبة حقيقية في المشاركة أو ترى أن التغيير لا يتحقق من خلال المشاركة الانتخابية.

وبذلك، فإن ما مجموعه 74.2 % من الطلبة (موافق + موافق جدًا) يرون أن الفاسبوك ساهم فعليًا في خلق دافع ذاتي للمشاركة السياسية والمساهمة في التغيير الديمقراطي، ما يُعزز من فرضية الدور الإيجابي الذي تؤديه منصات التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها الفاسبوك، في توجيه اهتمام الشباب نحو قضايا الشأن العام وتحفيزهم على الانخراط في الحياة السياسية.

جدول رقم (35): آراء أفراد العينة حول عبارة "استخدام طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو للفاسبوك كوسيلة لمتابعة ومشاهدة الأحداث السياسية والتفاعل معها بشكل كبير يدفعهم للانخراط في العملية الانتخابية"

الاختيارات (التقديرات)	التكرار	النسبة (%)
موافق	65	54.2
موافق جدًا	26	21.7
موافق (مكرر)	14	11.7
معارض	10	8.3
غير موفق جدًا	5	4.2
المجموع	120	100.0

يهدف هذا الجدول إلى استقصاء العلاقة بين التفاعل المكثف للطلبة مع الأحداث السياسية على الفاسبوك وبين انخراطهم الفعلي في العملية الانتخابية، أي مدى تحول المتابعة الرقمية إلى سلوك سياسي عملي.

أظهرت النتائج أن أغلبية المبحوثين عبّروا عن موافقتهم على هذه الفكرة، حيث جاءت النسبة الأعلى بـ 65) %54.2مبحوثاً)، وهو ما يدل على وجود وعي واسع لدى الطلبة بأن الاستخدام المتكرر والواعي للفاسبوك لمتابعة الشأن السياسي يعزز لديهم الرغبة في المشاركة الانتخابية.

كما أكد 21.7% بأنهم موافقون جداً، ما يعكس قناعة راسخة لدى فئة معتبرة من العينة بأن الفاسبوك لم يقتصر فقط على كونه وسيلة إعلامية، بل شكّل أداة فاعلة في تحفيز الانخراط السياسي الواقعي.

وقد ورد خيار "موافق" مرة أخرى بنسبة 11.7 % وهي نسبة مكررة تم احتسابها مرة واحدة ضمن الفئة الأصلية للحفاظ على دقة التحليل.

أما المعارضون لهذه الفكرة، فبلغت نسبتهم 8.3 % في حين عبر 4.2 % فقط عن رفضهم الشديد (غير موافق جداً)، وهي نسب ضئيلة تُظهر أن قلة قليلة من الطلبة ترى أن التفاعل عبر الفاسبوك لا يؤدي بالضرورة إلى الانخراط الفعلي في الانتخابات.

بناءً على ما سبق، فإن ما مجموعه 75.9% من أفراد العينة (موافق + موافق جداً) يقرّون بوجود علاقة إيجابية بين التفاعل السياسي الرقمي والانخراط في الحياة الانتخابية، ما يدعم فرضية أن الفاسبوك يُمثّل في السياق الجامعي وسيلة فاعلة في تحويل الاهتمام السياسي الافتراضي إلى فعل ديمقراطي ميداني.

جدول رقم (36): يوضح اجابات افراد العينة حول عبارة: ساهم موقع الفاسبوك بتشكيل مواقف واتجاهات طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو نحو القرارات السياسية التي الأطراف الفاعلة في البلاد خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

الاختيارات (التقديرات)	التكرارات	النسبة
موافق جدا	20	16,66
موافق	42	35
معارض	30	25
غير موافق	23	19,16
غير موافق جدا	5	4,1
المجموع	120	100

يركز هذا الجدول على قياس مدى تأثير موقع الفاسبوك في توجيه أو تشكيل مواقف واتجاهات سياسية لدى الطلبة الجامعيين تجاه القرارات السياسية التي تصدر عن الجهات الفاعلة (مثل الحكومة، الأحزاب، أو المترشحين) خلال فترة الانتخابات الرئاسية. تشير البيانات إلى أن:

- 35 من العينة عبروا عن موافقتهم على الطرح، ما يعكس إدراكًا معتدلاً بوجود تأثير للفاسبوك في تشكيل الرأي السياسي.

- كما أكد 16.66% بأنهم موافقون جدًا، ما يدل على قناعة قوية لدى هذه الفئة بأن المحتوى السياسي المنشور على الفاسبوك كان له دور فاعل في تشكيل مواقفهم واتجاهاتهم. بذلك، فإن مجموع من وافقوا (موافق + موافق جدًا) بلغ 51.66 %، وهي نسبة تمثل الأغلبية النسبية وتشير إلى أن أكثر من نصف الطلبة يُفَرِّون بتأثير الفاسبوك في توجيه الرأي السياسي خلال الاستحقاق الانتخابي.

في المقابل، عبّر 25 % عن معارضتهم، و19.16 % عن عدم موافقتهم، بينما رفض 4.1 % بشدة هذا الطرح من خلال اختيار "غير موافق جدًا"، ما يشير إلى أن 48.3 % من العينة يشككون في أن الفاسبوك كان له تأثير مباشر على مواقفهم، أو أنهم يرون أن مواقفهم تستند إلى مصادر أخرى غير الوسائط الرقمية.

هذه النتائج المتقاربة بين القبول والرفض تعكس وجود تنوع في أنماط التلقي والتأثر بالمحتوى السياسي الرقمي، وربما ترتبط بالفروق الفردية من حيث الوعي السياسي، الخلفية الفكرية، أو درجة الثقة في الفضاء الافتراضي.

وبذلك، يُمكن القول إن الفاسبوك قد لعب دورًا متفاوت التأثير في تشكيل المواقف السياسية للطلبة، بين من تأثر به فعليًا، ومن ظل أكثر تحفظًا أو انتقائيًا في تقبل محتواه، ما يُبرز أهمية تناول الفاسبوك كمنصة متغيرة التأثير حسب السياق والشريحة المستهدفة.

### خلاصة المحور:

من خلال تحليل نتائج الجداول السابقة يتضح أن موقع الفاسبوك يمثل وسيلة فعالة في التأثير على المواقف والسلوك السياسي لطلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو، لا سيما خلال فترة الانتخابات الرئاسية التي جرت بتاريخ 7 سبتمبر 2024. وأن النقاشات السياسية عبر الفاسبوك تساهم في إقناعهم بضرورة الانتقال من الآراء الافتراضية إلى ممارسات واقعية، مثل التصويت والمشاركة الفعلية. هذا يدل على دور التعبئة الذي تؤديه المنصة في تعزيز الوعي بأهمية الانخراط في الشأن العام. نشر محتوى تفاعلي يُعزز الحوار السياسي وتحفيز المشاركة الطوعية والواعية لذا يجب توفير مساحة لتبادل الخبرات والمعلومات من أجل تشكيل اتجاهات تصويتية بناءً على آراء داعمة للتمثيل السياسي.

وعليه أصبح الفاسبوك فاعلاً سياسياً غير مباشر في المشهد الطلابي، يؤثر في تشكيل المواقف السياسية، ويوجه السلوك الانتخابي الى مسار ايجابي، ويُعزز من فرص المشاركة السياسية الواقعية لدى فئة عمرية مهمة في المجتمع، وهي فئة الشباب الجامعي.

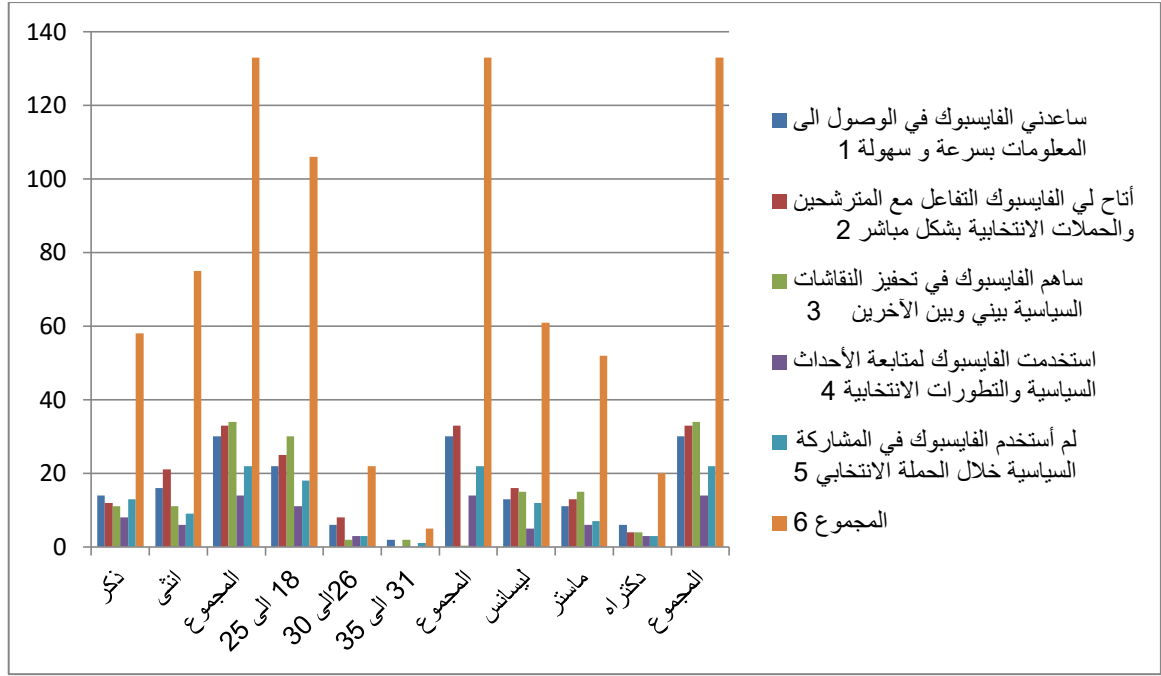
ومع ذلك، لا يمكن إغفال وجود شريحة لا تزال تبدي ترددًا أو رفضًا لهذا التأثير، ما يفتح المجال أمام دراسات أعمق لفهم دوافع هذا التباين.

كما تؤكد النتائج أن الفاسبوك لم يعد مجرد وسيلة إعلامية رقمية بل هو فضاء رقمي محفز لإعداد فئة الطلبة الجامعيين للمواطنة السياسية النشطة، مما يستوجب من صانعي القرار والسياسات الجامعية التفكير في آليات توظيف هذا الفضاء بشكل إيجابي في التوعية السياسية والمدنية من خلال ادماجه في الوحدات الدراسية

## 1.2 التحليل الكمي والكيفي للجداول المركبة.

جدول رقم (37): يمثل علاقة متغيرات الدراسة بفعالية الاعتماد على الفاسبوك للمشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية

		لم أستخدم الفاسبوك في المشاركة السياسية خلال الحملة الانتخابية		استخدمت الفاسبوك لتابعة الأحداث والتطورات		ساهم الفاسبوك في تحفيز النقاشات بيني وبين الآخرين		أتاح لي الفاسبوك التفاعل مع المترشحين والحملة الانتخابية بشكل مباشر		ساعدني الفاسبوك في الوصول الى المعلومات بسرعة وسهولة		المتغيرات الديموغرافية	
النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات		الجنس
43,6%	58	59,1%	13	57,1%	8	32,4%	11	36,4%	12	46,7%	14		ذكر
56,4%	75	40,9%	9	42,9%	6	67,6%	11	63,6%	21	53,3%	16		انثى
100%	133	100%	22	100%	14	100%	34	100%	33	100%	30		المجموع
79,7%	106	81,8%	18	78,6%	11	88,2%	30	75,8%	25	73,3%	22	25 الى	السن
16,5%	22	13,6%	3	21,4%	3	5,9%	2	24,2%	8	20%	6	30 الى	26
3,8%	5	4,5%	1	0%	0	5,9%	2	0%	0	6,7%	2	35 الى	31
100%	133	100%	22	100%	14	100%	34%	100%	33	100%	30		المجموع
45,9%	61	54,5%	12	35,5%	5	44,1%	15	48,5%	16	43,3%	13		المستوى
39,1%	52	31,8%	7	42,9%	6	44,1%	15	39,4%	13	36,7%	11		الدراسي
15%	20	13,6%	3	21,4%	3	11,8%	4	12,1%	4	20%	6		دكتراه
100%	133	100%1	22	100%1	14	100%1	34	100%1	33	100	30		المجموع



شكل 37: يمثل علاقة متغيرات الدراسة بفعالية الاعتماد على الفاسبوك للمشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية

يلعب الفاسبوك دورًا كبيرًا في تنشيط المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، لكن نوع هذا التفاعل ومستواه يتغير باختلاف العمر، الجنس، والمستوى الأكاديمي، ما يستدعي استراتيجيات تواصل موجهة ومخصصة حسب خصائص الفئة المستهدفة.

تُظهر نتائج الجدول رقم (37) أن فعالية الاعتماد على موقع الفاسبوك في المشاركة السياسية تختلف بشكل واضح باختلاف المتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، المستوى الدراسي). من حيث الجنس، فقد كشفت النتائج عن تباين نوعي في أنماط التفاعل؛ حيث تميل الإناث أكثر إلى عدم استخدام الفاسبوك سياسياً بنسبة 56.4%، فأظهرت الإناث ميولاً أقوى بنسبة 67.6% إلى التفاعل المباشر مع المترشحين والاستفادة من المعلومات السياسية، أما الذكور فبلغت أعلى نسبة 40.9% في متابعة المحتوى السياسي والمناقشات السياسية أكثر من الإناث. وهم أكثر انخراطاً في النقاشات السياسية عبر الفاسبوك بنسبة 42.9%.

أما من حيث الفئة العمرية فقد تبين أن فئة الشباب الجامعي الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و25 سنة هم الفئة الأكثر تفاعلاً مع الفاسبوك في المجال السياسي، حيث شكلوا الأغلبية الساحقة في جميع أنشطة المشاركة السياسية الرقمية بنسبة 73,3%، ما يعكس أن الفئة

الشابة الجامعية تمثل القاعدة الأساسية للانخراط الرقمي السياسي. والفضاء الرقمي يشكل مجالاً تواصلياً خصباً لدى الشباب، خاصة في الفترات الانتخابية.

كما بيّنت النتائج أن المستوى الدراسي يلعب دوراً فارقاً في طبيعة التفاعل السياسي؛ إذ أظهر طلبة الماستر والدكتوراه ميلاً أكبر إلى التفاعل التحليلي والنقاش السياسي، في حين يميل طلبة الليسانس إلى المتابعة والتلقي بدرجة أكبر، وهو ما ينسجم مع نتائج دراسة الخالدي (2020) التي بينت أن ارتفاع المستوى الأكاديمي يرتبط بارتفاع مستوى الوعي السياسي والمشاركة النوعية في النقاش العام.

انطلاقاً من هذه المعطيات، يمكن القول إن فعالية استخدام الفاسبوك كأداة لتعزيز المشاركة السياسية ليست موحدة أو تلقائية، بل تتأثر بخلفيات مثل مستوى الليسانس النسبة الأعلى في عدم الاستخدام بنسبة 45.9%، وأعلى في المتابعة والمعلومة والملاحظة أكثر من التفاعل الفعلي.، أما طلبة مستوى الماستر أكثر انخراطاً في النقاشات السياسية، في حين طلبة مستوى دكتوراه رغم قلتهم، إلا أنهم نشيطون نسبياً في بعض الأنشطة (النقاش، الوصول للمعلومة) ويظهرون انخراطاً سياسياً أعمق من حيث النوعية، كلما ارتفع المستوى، زاد التفاعل السياسي العميق والنقدي مع المحتوى السياسي على الفاسبوك.

هذا تؤكد أن موقع الفاسبوك ليس مجرد وسيلة ترفيهية لدى الطلبة الجامعيين، بل هو منصة رقمية محفزة للمشاركة السياسية، وبيئة تفاعلية تُعزز الوعي السياسي لاتخاذ القرار الانتخابي السليم، والتفاوت في استخدامه السياسي من طرف الطلبة الجامعيين يعود إلى عوامل ديموغرافية تؤثر في مستوى التفاعل ونوعيته، لذا على القائمين على هذا الشأن مراعاة هذه الفوارق الفردية أثناء التحضير للحملات التحسيسية والإعلامية عبر المنصات الرقمية الموجهة لفئة الطلبة

الجانب التطبيقي

جدول رقم (38): يمثل علاقة متغيرات الدراسة بأماكن استخدام الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية

المجموع		في الجامعة		الأماكن العامة		مقاهي الانترنت		في المنزل		المتغيرات الديموغرافية	
النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات		
42,1%	90	43,5%	27	25%	3	44,4%	28	6.41	32	ذكر	الجنس
57,9%	124	56,5%	35	75%	9	55,6%	35	58,4	45	انثى	
100%	214	100%	62	100%	12	100%	63	100	77	المجموع	
81,8%	175	83,9	52	83,3%	10	84,1%	53	77,9%	60	من 18الى 25	السن
15%	32	12,9%	8	16,7%	2	12,7%	8	18,2%	14	من 26الى 30	
3,3%	7	3,2%	2	0%	0	3,2%	2	3,9%	3	من 31الى 35	
100%	214	100%	621	100%	12	100%	631	100%	77	المجموع	
46,3%	99	43,3%	27	58,3%	7	44,4%	28	48,1%	37	ليسانس	المستوى الدراسي
39,3%	84	41,9%	26	25%	3	41,3%	26	37,7%	29	ماستر	
14,5%	31	14 ,5%	9	16,7%	2	14,3%	9	14,3%	11	دكتوراه	
100,0%	100%	100,0%	62	100%1	12	100%	63	100%	77	المجموع	

أظهرت نتائج جدول (38) أن استخدام موقع الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية يختلف باختلاف المتغيرات الديموغرافية للمبشرين، حيث تبين أن الإناث كان الأكثر استخدامًا للفاسبوك في مختلف أماكن الاستخدام مقارنة بالذكور، إذ بلغت نسبة الإناث 75% في الأماكن العامة و55.6% في مقاهي الإنترنت، مقابل 25% و44.4% للذكور على التوالي. كما أظهرت النتائج أن الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة هي الأكثر نشاطًا على الفاسبوك خلال الانتخابات في جميع أماكن الاستخدام، إذ مثلت 81.8% من المستخدمين في المنزل، و83.9% في الجامعة، و84.1% في مقاهي الإنترنت، و83.3% في الأماكن العامة، وهو ما يعكس وعيًا سياسيًا ناشئًا واهتمامًا بالمجريات السياسية عبر الفضاء الرقمي. بينما انخفضت النسب لدى الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة (بين 12.7% و18.2%)، وتراجعت بشكل ملحوظ لدى الفئة من 31 إلى 35 سنة (من 0% إلى 3.9%).

-انخفاض ملحوظ في استخدام الفئات الأكبر سنًا (26-35)، خاصة فئة 31-35 التي تكاد تكون غائبة عن استخدام الفاسبوك في الأماكن العامة، ربما يفضلون وسائل تقليدية للمعلومة أو يعانون فجوة رقمية في استخدام الفاسبوك.

أما من حيث المستوى الدراسي، فقد تصدر طلبة الليسانس نسب الاستخدام في جميع أماكن الاستعمال بحكم صغر السن والانخراط الأكبر في الحياة الجامعية، حيث بلغت نسبتهم 58.3% في الأماكن العامة و48.1% كمجموع عام يبدون تفاعلًا أكبر على وسائل التواصل خلال الحملات الانتخابية. يليهم طلبة الماستر بنسبة 41.9% في الجامعة و37.7% كمجموع، ثم طلبة الدكتوراه بنسبة عامة بلغت 14.3%. ربما بسبب التزامات بحثية أو ميول فكرية، أقل انخراطًا في استخدام الفاسبوك كمصدر تفاعل سياسي مباشر.

-الاستخدام الأكبر للفاسبوك خلال الانتخابات تم من طرف الإناث، فئة الشباب (18-25)، وطلبة الليسانس.

-أماكن الاستخدام الأكثر شيوعاً كانت المنزل والجامعة، مما يشير إلى ارتباط الاستخدام بمحيط الدراسة والإقامة.

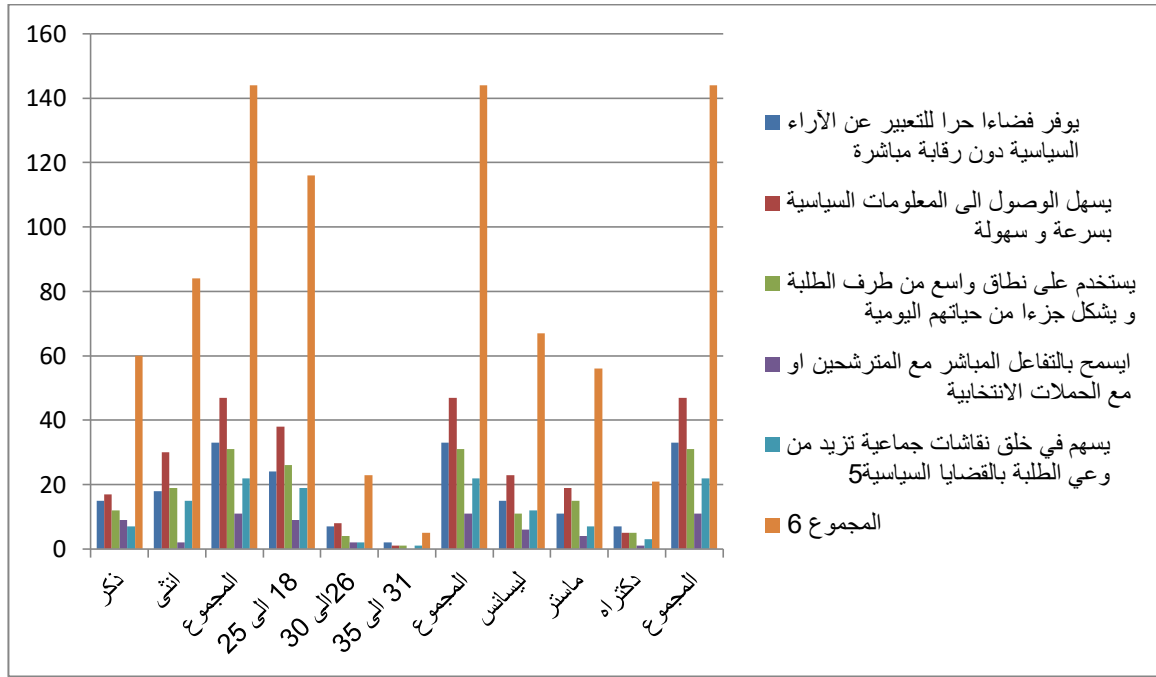
-النتائج تدل على أن الفاسبوك يلعب دوراً بارزاً في النشاط السياسي وتشكيل المواقف السياسية خلال الفترات الانتخابية. لدى الطلبة والشباب، وخاصة الفئات الجامعية

## الجانب التطبيقي

جدول رقم (39): يمثل علاقة متغيرات الدراسة بالفاسبوك كوسيلة فعالة لتحفيز طلبة مولود معمري وزو على المشاركة السياسية اثناء

الحملة الانتخابية ل7 سبتمبر 2024

المجموع	يسهم في خلق نقاشات جماعية تزيد من وعي الطلبة بالقضايا السياسية		يسمح بالتفاعل المباشر مع المترشحين او مع الحملات الانتخابية		يستخدم على نطاق واسع من طرف الطلبة ويشكل جزءا من حياتهم اليومية		يسهل الوصول الى المعلومات السياسية بسرعة وسهولة		يوفر فضاءا حرا للتعبير عن الآراء السياسية دون رقابة مباشرة		الجنس		
	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات			
	41,7%	60	31,8%	7	81,8%	9	38,7%	12	36,2%	17	45,5%	15	ذكر
	58,3%	84	68,2%	15	18,2%	2	61,3%	19	63,8%	30	54,5%	18	انثى
	100,0%	144	100,0%	22	100,0%	11	100,0%	31	100,0	47	100,0%	33	المجموع
	80,6%	116	86,4%	19	81,8%	9	83,9%	26	80,9%	38	72,7%	24	من 18الى25
	16,0%	23	9,1%	2	18,2%	2	12,9%	4	17,0%	8	21,2%	7	من 26الى30
	3,5%	5	4,5%	1	0,0%	0	3,2%	1	2,1%	1	6,1%	2	من 31الى35
	100,0%	144	100,0%	22	100,%	11	100,0%	31	100,0%	47	100,0%	33	المجموع
	46,5%	67	54,5%	12	54,5%	6	35,5%	11	48,9%	23	45,5%	15	ليسانس
	38,9%	56	31,8%	7	36,4%	4	48,4%	15	40,4%	19	33,3%	11	ماستر
	14,6%	21	13,6%	3	9,1%	1	16,1%	5	10,6%	5	21,2%	7	دكتوراه
	100,0%	144	100,0%	22	100,0%	11	100,0%	31	100,0%	47	100,0%	33	المجموع



شكل 39: يمثل علاقة متغيرات الدراسة بالفاسبوك كوسيلة فعالة لتحفيز طلبة مولود

### معمرى وزو على المشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية ل 7 سبتمبر 2024

أوضحت نتائج جدول (39) أن الفاسبوك يُعد وسيلة فعالة لتحفيز طلبة جامعة مولود معمرى تيزي وزو على المشاركة السياسية خلال الحملة الانتخابية ليوم 7 سبتمبر 2024، حيث تفاوتت آراء المبحوثين حسب الجنس والسن والمستوى الدراسي. من حيث الجنس، أظهرت النتائج أن الإناث عبّرن بنسبة أكبر عن فاعلية الفاسبوك في مختلف الجوانب، إذ بلغت نسبتهن 68.2% في التفاعل مع المترشحين، و63.8% في تسهيل الوصول إلى المعلومات السياسية، و54.5% في التعبير الحر عن الآراء السياسية، مقابل نسب أقل للذكور، بلغت 31.8%، و36.2% و45.5% على التوالي. أما من حيث الفئة العمرية، فقد كانت الغالبية من فئة 18 إلى 25 سنة، والتي مثلت 80.6% من المستخدمين الذين يرون أن الفاسبوك يسهم في خلق نقاشات سياسية جماعية، و86.4% ممن أكدوا أنه يتيح التفاعل المباشر مع الحملات الانتخابية، في حين تراجعت هذه النسب لدى الفئة من 26 إلى 30 سنة (بين

9.1% و21.2%)، والفئة من 31 إلى 35 سنة التي سجلت نسباً دنياً (بين 0% و6.1%). وفيما يتعلق بالمستوى الدراسي، تصدر طلبة الليسانس التقديرات، حيث رأى 54.5% منهم أن الفاسبوك يُستخدم بشكل واسع من قبل الطلبة ويشكّل جزءاً من حياتهم اليومية، و48.9% أكدوا أنه يتيح فضاءً حرّاً للتعبير السياسي، مقارنة بطلبة الماستر (نحو 40.4%) والدكتوراه الذين سجلوا أقل نسبة في هذا المجال (21.2%). تعكس هذه النتائج الدور المتزايد الذي يلعبه الفاسبوك في تحفيز الشباب الجامعي، وخصوصاً الطالبات وطلبة الليسانس، على الانخراط في النقاشات السياسية، والمشاركة في الحياة العامة خلال الفترات الانتخابية، من خلال بيئة تواصلية سهلة، مباشرة، وآمنة نسبياً.

## الجانب التطبيقي

جدول رقم (40): يمثل علاقة متغيرات الدراسة بنوع الحسابات السياسية التي كنت تتابع خلال فترة الانتخابات ال رئاسية7 سبتمبر 2024

المجموع	صفحات المجموعات الطلابية او النوادي الجماعية ذات التوجه السياسي		حسابات نشطاء سياسيين او مؤثرين عبر الفاسبوك		صفحات الحملات الانتخابية ( الرسمية و غير الرسمية)		صفحات الأحزاب السياسية		حسابات المرشحين للسياسة				
	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات			
													الجنس
42,9	54	61,5%	8	46,2%	12	18,2%	2	42,1%	16	42,1%	16	ذكر	
57,1%	72	38,5%	5	53,8%	14	81,8%	9	57,9%	22	57,9%	22	انثى	
100,0%	126	100,0%	13	100,0%	26	100,0%	11	100,0%	38	100,0%	38	المجموع	
													السن
79,4%	100	76,9%	10	84,6%	22	81,8%	9	81,6%	31	73,7%	28	من 18الى25	
17,5%	22	23,1%	3	11,5%	3	18,2%	2	15,8%	6	21,1%	8	من 26الى30	
3,2%	4	0,0%	0	3,8	1	0,0%	0	2,6%	1	5,3%	2	من 31الى35	
100,0%	126	100,0%	13	100,0%	26	100,0%	11	100,0%	38	100,0%	38	المجموع	
													المستوى الدراسي
45,2%	57	53,8%	7	30,8%	8	45,5%	5	52,6%	20	44,7%	17	ليسانس	
39,7%	50	30,8%	4	53,8%	14	36,4%	4	39,6%	15	34,2%	13	ماستر	
15,1%	19	15,4	2	15,4%	4	18,2%	2	7,9%	3	21,1%	8	دكتوراه	
100,0%	126	100,0%	126	100,0%	26	100,0%	26	100,0%	38	100,0%	381	المجموع	

أظهرت نتائج جدول (40) أن الطلبة الذين تابعوا حسابات سياسية متنوعة عبر الفايسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024 اختلفوا من حيث الجنس والسنة والمستوى الدراسي. من حيث الجنس، سجلت الإناث نسب متابعة أعلى من الذكور في معظم أنواع الحسابات، فقد تابعن صفحات الأحزاب السياسية بنسبة 57.9% مقابل 42.1% للذكور، وحسابات المترشحين بنسبة 57.9% أيضًا، كما أبدت 81.8% منهن اهتمامًا بصفحات الحملات الانتخابية الرسمية وغير الرسمية مقارنة بـ 18.2% فقط من الذكور. أما من حيث الفئة العمرية، فقد كانت فئة 18-25 سنة هي الأكثر متابعة لجميع أنواع الحسابات السياسية، بنسبة 84.6% لحسابات النشطاء والمؤثرين، و 81.6% لصفحات الأحزاب، و 79.4% للصفحات الطلابية ذات التوجه السياسي، في حين تراجعت هذه النسب بشكل ملحوظ لدى الفئات من 26 إلى 30 سنة (بين 11.5% و 23.1%)، ومن 31 إلى 35 سنة (بين 0% و 5.3%). وبالنسبة للمستوى الدراسي، تصدر طلبة الليسانس من حيث متابعة الصفحات الطلابية السياسية بنسبة 45.2%، وصفحات الأحزاب بنسبة 52.6%، وحسابات المترشحين بنسبة 44.7%، بينما لوحظ أن طلبة الماستر ركزوا أكثر على متابعة حسابات النشطاء والمؤثرين بنسبة 53.8%، في حين شكّل طلبة الدكتوراه أقل نسبة متابعة، باستثناء تفاعلهم مع حسابات المترشحين بنسبة 21.1%. توضح هذه المعطيات أن الفئة الأكثر انخراطًا في المتابعة السياسية عبر الفايسبوك خلال الانتخابات كانت من الإناث، الشباب بين 18 و 25 سنة، وطلبة الليسانس، مما يعكس الدور الحيوي الذي تلعبه هذه الفئة في التفاعل السياسي الرقمي، ويؤكد أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للطلبة في متابعة المستجدات السياسية والانخراط في النقاشات الانتخابية.

## الجانب التطبيقي

جدول رقم (41): يمثل علاقة متغيرات الدراسة الذي يجعل استخدام موقع الفايسبوك لتعزيز المشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية

الرئاسية 9 سبتمبر 2024

المجموع		تأثير المحيط الجامعي		الاهتمام بالشأن العام و المستقبل السياسي للبلاد		الرغبة في اتخاذ قرار انتخابي مدروس		الفضول الشخصي		
								النسبة	التكرارات	
النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	
43,5%	54	66,7%	14	34,0%	18	50,0%	6	42,1%	16	ذكر
56,5%	70	33,3%	7	66,0%	35	50,0%	6	57,9%	22	انثى
100,0%	124	100,0%	21	100,0%	53	100,0%	12	100,0%	38	المجموع
79,0%	98	76,2%	16	86,8%	46	66,7%	8	73,7%	28	من 18الى 25
17,7%	22	23,8%	5	9,4%	5	33,3%	4	21,1%	8	من 26الى 30
3,2%	4	0,0%	0	3,8%	2	0,0%	0	5,3%	2	من 31الى 35
100,0%	124	100,0%	21	100,0%	53	100,0%	12	100,0%	38	المجموع
45,2%	56	42,9%	9	49,1%	26	33,3%	4	44,7%	17	ليسانس
39,5%	49	38,1%	8	39,6%	21	58,3%	7	34,2%	13	ماستر
15,3%	19	19,0%	4	11,3%	6	8,3%	1	21,1%	8	دكتوراه
100,0%	124	100,0%	21	100,0%	53	100,0%	12	100,0%	38	المجموع

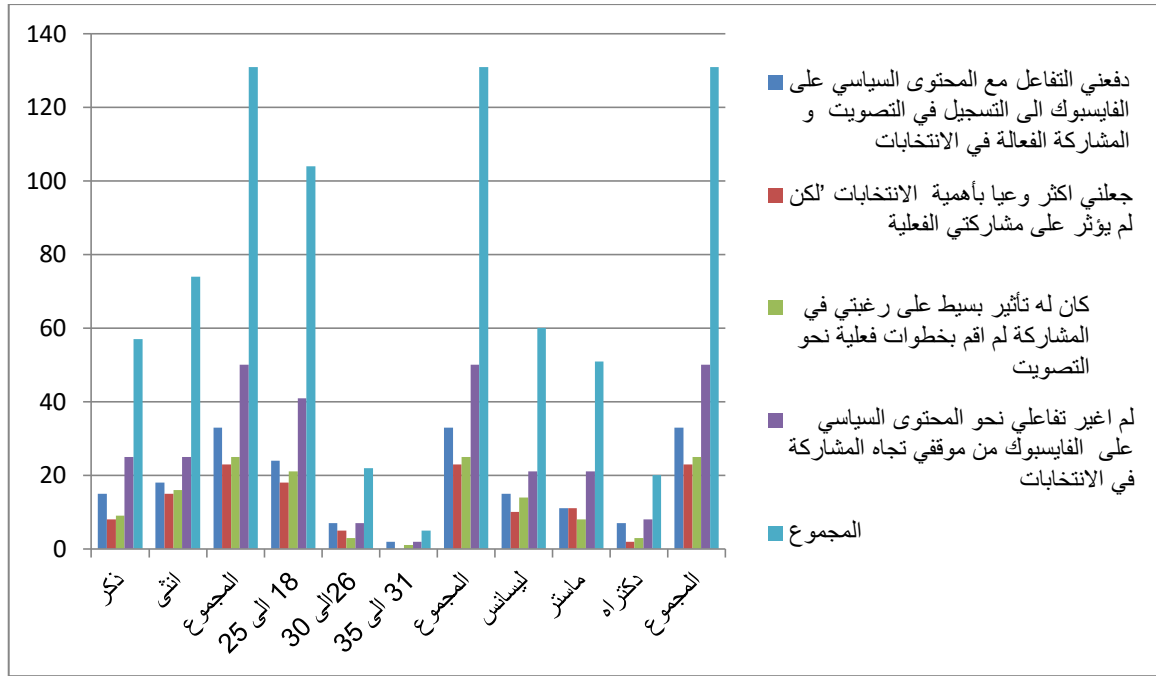
تشير نتائج جدول (41) إلى أن استخدام موقع الفايسبوك لتعزيز المشاركة السياسية خلال الحملة الانتخابية ليوم 9 سبتمبر 2024 يرتبط بعدة دوافع تختلف باختلاف الجنس، السن، والمستوى الدراسي. من حيث الجنس، أظهرت النتائج أن الذكور أكثر تأثراً بالمحيط الجامعي بنسبة 66.7%، بينما شكل الاهتمام بالشأن العام والرغبة في اتخاذ قرار انتخابي مدروس دافعين رئيسيين لدى الإناث بنسبة 66.0% و 57.9% على التوالي، وهو ما يشير إلى أن الذكور يتفاعلون مع ما يدور في الحرم الجامعي، بينما تنتظر الإناث للفعل السياسي بمنظور أكثر عقلانية واهتماماً بالمستقبل العام. من حيث الفئة العمرية، تصدرت فئة 18 إلى 25 سنة جميع المحفزات، بنسبة 86.8% في اتخاذ قرار انتخابي مدروس، و 79.0% في تأثير المحيط الجامعي، و 73.7% بدافع الفضول الشخصي، بينما تراجع النسب لدى الفئة من 26 إلى 30 سنة (بين 9.4% و 33.3%)، وتكاد تكون منعدمة لدى الفئة من 31 إلى 35 سنة. أما من حيث المستوى الدراسي، فقد أظهر طلبة الليسانس أكبر اهتمام باتخاذ قرار انتخابي مدروس بنسبة 49.1%، وتأثروا بالمحيط الجامعي بنسبة 45.2%، في حين برز الفضول الشخصي كمحرك أساسي لدى طلبة الماجستير بنسبة 58.3%، بينما سجل طلبة الدكتوراه أقل النسب في جميع الأبعاد، باستثناء الفضول الشخصي بنسبة 21.1%. هذه النتائج توضح أن استخدام الفايسبوك كأداة لتعزيز المشاركة السياسية في أوساط الطلبة الجامعيين ينبع من دوافع مركبة، تتراوح بين التأثير البيئي الجامعي، والاهتمام السياسي الواعي، والفضول الفردي، مع سيطرة واضحة للفئات الشابة والطلقات على التفاعل السياسي الرقمي خلال فترة الانتخابات

## الجانب التطبيقي

جدول رقم (42): يمثل علاقة متغيرات الدراسة بدرجة التفاعل مع المحتويات السياسية على الفايسبوك في التحفيز على المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

المجموع		لم اغير تفاعلي نحو المحتوى السياسي على الفايسبوك من موقفي تجاه المشاركة في الانتخابات		كان له تأثير بسيط على رغبتني في المشاركة لم اقم بخطوات فعلية نحو التصويت		جعلني اكثر وعيا بأهمية الانتخابات لكن لم يؤثر على مشاركتني الفعلية		دفعني التفاعل مع المحتوى السياسي على الفايسبوك الى التسجيل في التصويت و المشاركة الفعالة في الانتخابات			
43,5%	57	50,0%	25	36,0%	9	34,8%	8	45,5%	15	ذكر	الجنس
56,5%	74	50,0%	25	63 ;0%	16	65,2%	15	54,5%	18	انثى	
100,0%	131	100,0%	50	100,0%	25	100,0%	23	100,0%8	33	المجموع	
79,4%	104	82,0%	41	84,0%	21	78,3%	18	72,7%	24	من 18الى 25	السن
16,8%	22	14,0%	7	12,0%	3	21,7%	5	21,2%	7	من 26الى 30	
3,8%	5	4,0%	2	4,0%	1	0,0%	0	6,1%	2	من 31الى 35	
100 ,0%	131	100,0%	50	100,0%	25	100,0%	23	100,0%	33	المجموع	
45,8%	60	42,0%	21	56,0%	14	43,5%	10	45,5%	15	ليسانس	المستوى الدراسي
38,9%	51	42,0%	21	32,0%	8	47,8%	11	33,3%	11	ماستر	
15,3%	20	16,0%	8	12,0%	3	8,7%	2	21,2%	7	دكتوراه	
100,0%	131	100,0%	50	100,0%	25	100,0%	23	100 ,0%	33	المجموع	

## الجانب التطبيقي



شكل 42: يمثل علاقة متغيرات الدراسة بدرجة التفاعل مع المحتويات السياسية على

الفايسبوك في التحفيز على المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر

2024

أظهرت نتائج جدول (42) أن درجة التفاعل مع المحتويات السياسية عبر الفايسبوك لعبت دورًا متفاوتًا في تحفيز الطابة على المشاركة السياسية خلال الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024، باختلاف الجنس، السن، والمستوى الدراسي. من حيث الجنس، أظهرت الإناث تأثيرًا أكبر للتفاعل السياسي على موافقهن، حيث صرّحت 63.0% منهن أنهن أصبحن أكثر وعيًا بأهمية الانتخابات، مقابل 36.0% فقط من الذكور، كما أن 54.5% من الإناث أشارن إلى أن التفاعل دفعهن نحو التسجيل والمشاركة الفعلية، مقارنة بـ 45.5% من الذكور. أما من حيث السن، فقد هيمنت فئة 18 إلى 25 سنة على مختلف الاستجابات، إذ بلغت نسبتها 84.0% في الإدراك المتزايد لأهمية الانتخابات، و78.3% في الإحساس بتأثير المحتوى السياسي، و72.7% ممن قاموا فعليًا بالمشاركة في التصويت، مقابل تراجع واضح للفئات الأكبر سنًا، حيث لم تتجاوز مشاركة الفئة من 26 إلى 30 سنة نسبة 21.7%، وانخفضت إلى 6.1% فقط في الفئة من 31 إلى 35 سنة. وبالنسبة إلى

المستوى الدراسي، سجّل طلبة الليسانس أعلى نسبة تأثر بالمحتوى السياسي بنسبة 56.0% في تعزيز الوعي الانتخابي، و45.5% منهم شاركوا فعليًا في الانتخابات، يليهم طلبة الماجستير بنسبة 47.8% من حيث المشاركة الفعلية، في حين شكّل طلبة الدكتوراه أقل نسبة (21.2%) من الذين تأثروا بالتفاعل إلى حد المشاركة الفعلية. تشير هذه النتائج إلى أن الفيسبوك كان وسيلة مؤثرة بدرجات متفاوتة في تحفيز المشاركة السياسية، خاصة لدى الإناث، الطلبة من فئة 18 إلى 25 سنة، وطلبة الليسانس، وهو ما يعكس فاعلية الفضاء الرقمي في رفع الوعي وتعزيز الانخراط السياسي الفعلي لدى الشباب الجامعي خلال السياقات الانتخابية.

## الجانب التطبيقي

جدول رقم (43): يمثل علاقة متغيرات الدراسة بتشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين عند تصفحهم لمحتوى سياسي عبر الفايسبوك

الجموع	عبر الانضمام الى المجموعات السياسية او المنتديات على الفايسبوك		بفضل التفاعل مع الحملات الانتخابية والمبادرات السياسية على الفايسبوك		عن طريق مشاركة الاخبار والمحتويات السياسية مع الاصدقاء		من خلال مشاهدة مقاطع الفيديو والمنشورات التوعوية المتعلقة بالسياسية		عبر قراءة التعليقات والمناقشات بين المستخدمين		من خلال متابعة الصفحات السياسية الرسمية أحزاب مرشحون		الجدس	
	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات		
ذكر	41,1%	60	0,0%	0	47,1%	8	68,8%	11	34,2%	13	38,2%	21	58,3%	7
انثى	58,9%	86	100%	8	52,9%	9	31,3%	5	65,8%	25	61,8%	34	41,7%	5
المجموع	100%	146	100%	8	100%	17	100%	16	100%	38	100%	55	100%	12
من 18الى 25	80,1%	117	75,0%	6	88,2%	15	75,0%	12	89,5%	34	76,4%	42	66,7%	8
من 26الى 30	16,4%	24	25,0%	2	5,9%	1	25,0%	4	7,8%	3	18,2%	10	33,3%	4
من 31الى 35	3,4%	5	0,0%	0	5,9%	1	0,0%	0	2,6%	1	5,5%	3	0,0%	0
المجموع	100%	146	100%	8	100%	17	100%	16	100%	38	100%	55	100%	12
المسد	45,9	67	37,5%	3	58,8%	10	37,5%	6	44,7%	17	49,1%	27	33,3%	4
توى	39,0%	57	37,5%	3	29,4%	5	43,8%	7	44,7%	17	36,4%	20	41,7%	5
الدره	15,1%	22	25,0%	2	11,8%	2	18,8%	3	10,5%	4	14,5%	8	25,0%	3
سي	100%	146	100,0%	8	100%	17	100,0%	16	100%	38	100%	55	100%	12

تكشف نتائج جدول (43) أن تشكل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين أثناء تصفحهم لمحتوى سياسي عبر الفايسبوك ارتبط بعدة آليات، تفاوتت حسب الجنس، السن، والمستوى الدراسي. من حيث الجنس، أشارت البيانات إلى أن الذكور أكثر تأثراً بمحتوى الفيديوهات والمنشورات التوعوية بنسبة 68.8%، وكذلك بمشاركة الأخبار السياسية مع الأصدقاء بنسبة 47.1%، بينما كانت الإناث أكثر ميلاً للتفاعل مع الحملات الانتخابية والمبادرات السياسية بنسبة 100%، وقراءة التعليقات والمناقشات بنسبة 65.8%، إضافة إلى متابعة الصفحات الرسمية بنسبة 61.8%. أما من حيث الفئة العمرية، فقد أظهرت فئة 18 إلى 25 سنة أعلى نسب الوعي السياسي عبر مختلف القنوات، حيث بلغت 89.5% عبر قراءة التعليقات، و88.2% عبر مشاركة الأخبار، و80.1% عبر الانضمام إلى المجموعات السياسية، في حين تراجع نسب التأثر لدى الفئة من 26 إلى 30 سنة (بين 5.9% و33.3%)، وانعدمت لدى الفئة من 31 إلى 35 سنة في بعض الأبعاد. من جهة أخرى، أظهرت نتائج المستوى الدراسي أن طلبة الليسانس كانوا الأكثر تفاعلاً من خلال مشاركة المحتويات السياسية (58.8%) والانضمام إلى المجموعات السياسية (45.9%)، بينما أبدى طلبة الماجستير اهتماماً بمحتوى الفيديو والمنشورات التوعوية بنسبة 43.8%، وبمتابعة الصفحات الرسمية بنسبة 41.7%، أما طلبة الدكتوراه فقد جاءت مشاركتهم محدودة نسبياً، مع تسجيل أعلى نسبة لهم في قراءة التعليقات (14.5%) ومتابعة الصفحات الرسمية (25%). توضح هذه النتائج أن الطلبة، خاصة الإناث، الفئة العمرية 18-25، وطلبة الليسانس، يشكلون الفئة الأكثر انخراطاً في عمليات بناء الوعي السياسي من خلال الفيسبوك، مستفيدين من تنوع أشكال المحتوى السياسي (منشورات، فيديوهات، نقاشات، صفحات رسمية)، مما يعكس أهمية هذا الفضاء الرقمي في تنمية الوعي والمشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي.

## الجانب التطبيقي

جدول رقم (44): يمثل علاقة متغيرات الدراسة بدور الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي اثناء فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر

2024

المجموع		لا اعتبر الفايسبوك مصدرا مؤثرا في وعيي السياسي		شجعتني على النقاش و التفاعل مع مواضيع سياسية كنت اتجنبها سابقا		ساعدني على فهم البرامج الانتخابية و اتخاذ موقف سياسي واضح		زاد من اهتمامي بالقضايا السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية			
الجنس	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	
	43,7%	59	58,3%	21	26,1%	6	42,1%	8	42,1%	24	ذكر
	56,3	76	41,7%	15	73,9	17	57,9%	11	57,9%	33	انثى
	100%	135	100%	36	100%	23	100%	19	100%	57	المجموع
السن	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	
	80,0%	108	80,6%	29	87,0%	20	84,2%	16	75,4%	43	من 18الى 25
	16,3%	22	16,17%	6	8,7%	2	10,5%	2	21,1%	12	من 26الى 30
	3,7%	5	2,8%	1	4,3%	1	5,3%	1	3,5%	2	من 31الى 35
	100%	135	100%	36	100%	23	100%	19	100%	57	المجموع
المستوى الدراسي	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	
	45,9%	62	47,2%	17	34,8%	8	57,9%	11	45,6%	26	ليسانس
	39,3%	53	36,1%	13	52,2%	12	31,6%	6	38,6%	22	ماستر
	14,8%	20	16,7%	6	13,0%	3	10,5%	2	15,8%	9	دكتوراه
	100,0%	135	100,0%	36	100%	23	100%	19	100%	57	المجموع

أظهرت نتائج جدول (44) أن الفايسبوك لعب دورًا مهمًا في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024، مع تباين الأثر حسب الجنس، السن، والمستوى الدراسي. من حيث الجنس، أظهرت الإناث استجابة أعلى لتأثير الفايسبوك على الوعي السياسي، إذ بلغت نسبتهن 73.9% في فهم البرامج الانتخابية واتخاذ موقف سياسي، و57.9% في تعزيز الاهتمام بالقضايا السياسية، مقارنة بـ 26.1% و 42.1% لدى الذكور على التوالي. كما صرحت 58.3% من الذكور أن الفايسبوك شجعهم على التفاعل مع مواضيع سياسية كانوا يتجنبونها سابقًا، مقابل 41.7% فقط من الإناث. أما من حيث الفئة العمرية، فقد كانت فئة 18 إلى 25 سنة الأكثر تفاعلًا وتأثرًا بمحتوى الفايسبوك السياسي، حيث بلغت نسبتها 87.0% في فهم البرامج الانتخابية، و84.2% في زيادة الاهتمام بالقضايا السياسية، و80.6% في خوض النقاشات السياسية، في حين تراجعت هذه النسب بشكل كبير لدى الفئة من 26 إلى 30 سنة (بين 8.7% و 21.1%)، والفئة من 31 إلى 35 سنة (بين 2.8% و 5.3%). أما بالنسبة للمستوى الدراسي، فقد برز طلبة الماستر في الاستفادة من الفايسبوك لفهم البرامج الانتخابية واتخاذ مواقف واضحة بنسبة 52.2%، بينما سجل طلبة الليسانس النسبة الأعلى في الاهتمام بالقضايا السياسية خلال فترة الانتخابات 57.9%، وطلبة الدكتوراه سجلوا أقل نسبة في معظم المحاور، مع 13.0% فقط في فهم البرامج، و15.8% في زيادة الاهتمام بالقضايا

## الجانب التطبيقي

جدول رقم(45): يمثل علاقة متغيرات الدراسة بحرية الرأي التي يكرسها موقع الفايسبوك والذي يجعل الطلبة أكثر رغبة في ابداء رأيهم وترجمته من خلال

الجنس	موافق جدا		موافق		معارض		موافق		موافق جدا				
	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات			
ذكر	43,3%	52%	42,9	6	53,8%	7	42,9%	3	41,5%	22	42,4%	14	
انثى	56,7%	68%	57,1	8	46,2%	6	57,1%	4	58,5%	31	57,6%	19	
المجموع	100%	120%	100	14	100%	13	100%	7	100%	53	100%	33	
السن	80,0%	96	100%	14	84,6%	11	85,7%	6	77,4%	41	72,7%	24	من 18الى 25
	16,7%	20	0,0%	0	15,4%	2	14,3%	1	18,9%	10	21,1%	7	من 26الى 30
	3,3%	4	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	3,8%	2	6,1%	2	من 31الى 35
المجموع	100%	120	100%	14	100%	13	100%	7	100%	53	100%	33	
المستوى الدراسي	45,0%	54	64,3%	9	61,5%	8	42,9%	3	34,0%	18	48,5%	16	ليسانس
	40%	48	35,7%	5	30,8%	4	42,9%	3	45,3%	24	36,4%	12	ماستر
	15%	18	0,0%	0	7,7%	1	14,3%	1	20,8%	11	15,2%	5	دكتوراه
المجموع	100%	120	100%	14	100%	13	100%	7	100%	53	100%	33	

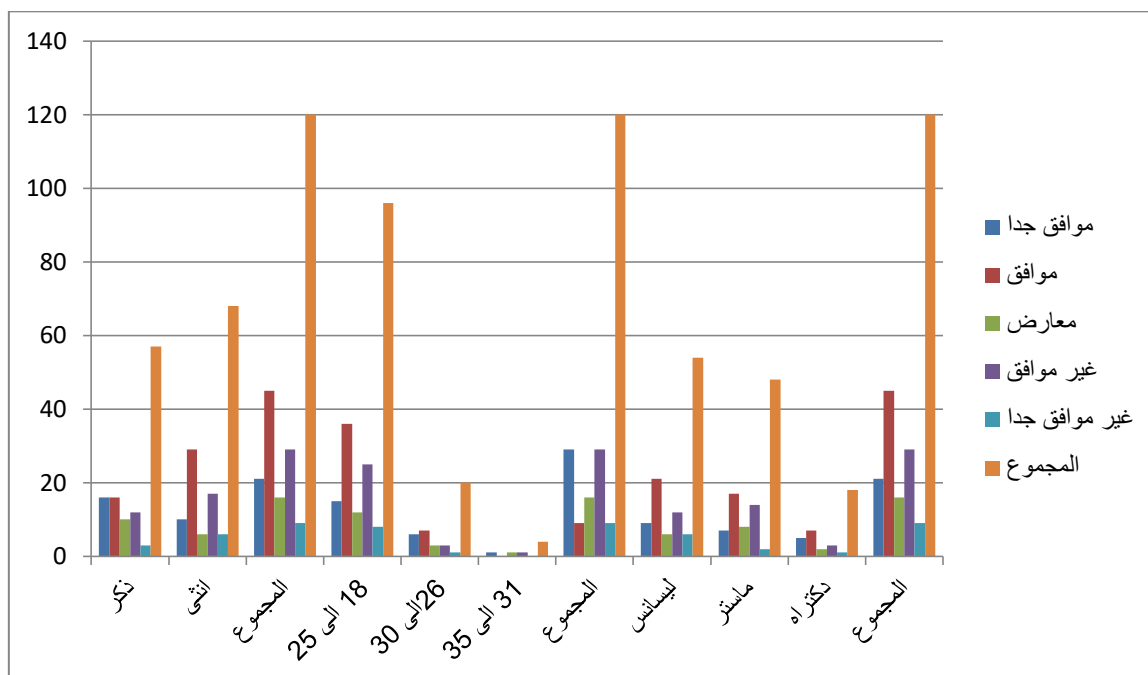
أوضحت نتائج جدول (45) أن موقع الفايسبوك يكرّس قدرًا من حرية الرأي لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو، مما يجعلهم أكثر رغبة في التعبير عن آرائهم وترجمتها إلى مواقف فعلية، مع تفاوت ذلك حسب الجنس، السن، والمستوى الدراسي. من حيث الجنس، أبدت الإناث نسبة أعلى من الموافقة، حيث شكّلت 57.6% من فئة "موافق جدًا" و58.5% من "موافق"، بينما بلغت نسبة الذكور 42.4% و41.5% على التوالي، ما يدل على أن الإناث يشعرن بحرية أكبر للتعبير السياسي عبر الفايسبوك. من حيث الفئة العمرية، جاءت فئة 18 إلى 25 سنة في الصدارة، حيث شكّلت 72.7% من "موافق جدًا"، وبلغت 84.6% من "غير موافق"، ما يشير إلى أن الفئة الشابة هي الأكثر تفاعلًا مع فضاء حرية الرأي الذي يوفره الفايسبوك، بينما انخفضت نسبة التفاعل بشكل واضح لدى الفئة من 26 إلى 30 سنة (بنسبة تراوحت بين 14.3% و21.1%)، وانعدمت تقريبًا لدى الفئة من 31 إلى 35 سنة. أما بالنسبة إلى المستوى الدراسي، فقد تصدر طلبة الليسانس نسب التأييد الكبير، بنسبة 48.5% من "موافق جدًا" و61.5% من "غير موافق"، ما يدل على حيوية هذه الفئة في التعبير السياسي، تلاهم طلبة الماستر بنسبة 45.3% في "موافق"، في حين سجل طلبة الدكتوراه أقل نسبة دعم لفكرة حرية الرأي عبر الفايسبوك، بنسبة لم تتجاوز 15.2% في فئة "موافق جدًا" وانعدمت في "غير موافق جدًا".

تعكس هذه النتائج أن الفايسبوك يمثل فضاءً محفزًا لحرية الرأي والتعبير السياسي لدى فئة الشباب الجامعي، خاصة الإناث، الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة، وطلبة الليسانس، وهو ما يعزز مكانة وسائل التواصل الاجتماعي كأداة رقمية لتكوين مواقف سياسية وتفعيل المشاركة المواطنية في السياقات الانتخابية.

## الجانب التطبيقي

جدول رقم(46): يمثل علاقة متغيرات الدراسة باستخدام طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو للفيسبوك كوسيلة لمتابعة و مشاهدة الاحداث السياسية والتفاعل بشكل كبير ما يدفعهم للانخراط في العملية الانتخابية

المجموع		غير موافق جدا		غير موافق		معارض		موافق		موافق جدا			
		النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة	التكرارات		
43,3%	57	33,3%	3	41,4%	12	62,5%	10	35,6	16	52,4%	16	ذكر	الجنس
56,7%	68	66,7%	6	58,6%	17	37,5%	6	64,4%	29	47,6%	10	انثى	
100%	120	100%	9	100%	29	100%	16	100%	45	100%	21	المجموع	
80,0%	96	88,9%	8	86,2%	25	75,0%	12	80,0%	36	71,4%	15	من 18الى25	السن
16,7%	20	11,1%	1	10,3%	3	18,8%	3	15,6%	7	28,6%	6	من 26الى30	
3,3%	4	0,0%	0	3,4%	1	6,3%	1	0,0%	0	3,4%	1	من 31الى35	
100%	120	100%	9	100%	29	100%	16	100%	9	100%	29	المجموع	
45,0%	54	66,7%	6	41,4%	12	37,5 %	6	46,7%	21	42,9%	9	ليسانس	المستوى الدراسي
40,0%	48	22,2%	2	48,3%	14	50,0%	8	37,8%	17	33,3%	7	ماستر	
15,0%	18	11,1%	1	10,3%	3	12,5%	2	15,6%	7	23,8%	5	دكتوراه	
100,0%	120	100,0%	9	100,0	29	100%	16	100%	45	100%	21	المجموع	



شكل رقم 46: يمثل علاقة متغيرات الدراسة باستخدام طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو للفيسبوك كوسيلة لمتابعة ومشاهدة الأحداث السياسية والتفاعل بشكل كبير ما يدفعهم للانخراط في العملية الانتخابية

أظهر الجدول رقم (46) وجود فروق دالة بين متغيرات الدراسة فيما يتعلق باستخدام طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو لموقع الفيسبوك كوسيلة لمتابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها، وما يترتب عن ذلك من انخراط في العملية الانتخابية. فعلى مستوى متغير الجنس، بينت النتائج أن الذكور يميلون إلى التفاعل السياسي بدرجة أكبر، حيث بلغت نسبة الذكور الذين وافقوا بشدة على العبارة 52.4% مقارنة بـ 47.6% لدى الإناث، في حين كانت نسبة الموافقة العامة أعلى لدى الإناث (64.4%) مقارنة بالذكور (35.6%)، ما يشير إلى ميل الذكور إلى مواقف أكثر حدة في الرأي السياسي عبر الفيسبوك. أما بالنسبة للسن، فقد شكلت الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة الأغلبية في جميع مستويات الموافقة، حيث بلغت نسبتهم 80% ضمن فئة "موافق"، و 71.4% ضمن فئة "موافق جداً"، ما يدل على أن فئة

## الجانب التطبيقي

الشباب هي الأكثر تأثراً وتفاعلاً مع المحتوى السياسي على الفايسبوك. وفيما يتعلق بالمستوى الدراسي، تصدر طلبة الليسانس فئة "موافق جداً" بنسبة 42.9%، يليهم طلبة الدكتوراه 23.8%، ثم الماستر 33.3%، بينما تصدر طلبة الماستر نسبة "موافق" بنسبة 46.7%. وتُظهر هذه النتائج أن طلبة الليسانس أكثر ميلاً للتفاعل السياسي عبر الفايسبوك مقارنة بزملائهم في المراحل المتقدمة، وهو ما قد يُفسر بالحماس السياسي المصاحب للسنة الجامعي المبكر. وعليه، توحى النتائج بأن الفايسبوك يمثل أداة فعالة لتحفيز المشاركة السياسية، لاسيما لدى فئات معينة من الشباب الجامعي، مثل الذكور، وطلبة الليسانس، والفئة العمرية ما بين 18 و25 سنة.

ويتم تشكيل الوعي السياسي من خلال التفاعل مع المنشورات السياسية على الفايسبوك الذي ساعد الطلبة على فهم أعمق للقضايا السياسية، واتخاذ مواقف واضحة تجاه الحكومة والمترشحين، بل وغير مواقف البعض بعد التعرض لمحتوى معين (حسب الجدول 25). كما أشار العديد من الطلبة إلى أن الفايسبوك أتاح لهم حرية التعبير عن آرائهم السياسية، وفتح المجال أمام النقاش الحر في بيئة يشعرون فيها بالانتماء والمشاركة. أما فيما يتعلق بتفعيل المشاركة السياسية، فقد بين أن الاستخدام المكثف للفايسبوك، وخاصة من قبل فئة الذكور، الشباب (18-25 سنة)، وطلبة الليسانس، أدى إلى زيادة احتمالية الانخراط في الفعل السياسي، مثل التصويت أو دعم مرشح. كذلك، تُظهر بعض الجداول أن النقاشات التي دارت عبر الفايسبوك كانت محفزاً للتفكير السياسي، وأداة ضغط معنوية نحو المساهمة في العملية الانتخابية.

### 2. عرض النتائج :

#### 2.1 النتائج الجزئية:

#### لنتائج الجزئية للمحور البيانات الشخصية:

##### حسب الجنس:

كشفت نتائج الدراسة أن فئة الإناث شكّلت النسبة الأكبر من أفراد العينة، حيث بلغت 56.7% بعدد 68 أنثى، مقابل 43.3% لفئة الذكور بعدد 52، وهذا يدل على هيمنة العنصر النسوي في العينة المدروسة. هذه النتيجة قد تُعزى إلى الطابع الوظيفي أو التخصصي في المؤسسة، أو ربما إلى الإقبال الأكبر من طرف النساء على المشاركة في الدراسة. وهو ما قد يعكس أيضاً توجهها متزايداً للمرأة في المجالات ذات الطابع الإداري والاتصالي، مما يستوجب من إدارة العلاقات العامة في المديرية أخذ ذلك بعين الاعتبار عند تخطيط برامجها الداخلية.

##### حسب السن:

أظهرت النتائج أن الفئة العمرية من (18-25) سنة كانت الأكثر تمثيلاً في العينة بنسبة 80.0% مبحوثاً، وهو ما يتوافق غالباً مع مرحلة ما بعد التخرج الجامعي أو بداية الحياة المهنية، مما يدل على حداثة سنّ الموظفين أو المستفيدين في المديرية. تليها الفئة العمرية من (26-30) سنة (بنسبة 20) 16.7% مبحوثاً، في حين جاءت الفئة (31-35) سنة ( بنسبة ضعيفة تقدر بـ 4) 3.3% أفراد فقط هذا التركيب العمري يعكس طغيان الطابع الشبابي على العينة، مما قد يؤثر على طبيعة تصوراتهم تجاه وظائف العلاقات العامة وفعاليتها داخل المؤسسة.

### حسب المستوى الدراسي:

-أظهرت النتائج أن أعلى نسبة من المشاركين في الدراسة كانت من حملة شهادة الليسانس بنسبة (45.0%مبحوثاً) ، تليها فئة الماستر بنسبة (40.0%) مبحوثاً ثم فئة الدكتوراه بنسبة (15.0 %) مبحوثاً، هذه النتائج تعكس تمثيلاً قوياً للفئات ذات التكوين الأكاديمي العالي، مما قد يعزز مصداقية وموضوعية النتائج المتعلقة بتقييم أداء جهاز العلاقات العامة في المديرية، نظراً للقدرة التحليلية والنقدية التي تميز هذه الفئة من المشاركين.

النتائج الجزئية للمحور دوافع وأنماط استخدام الطلبة في جامعة مولود معمري تيزي وزو لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في استقاء معلوماتهم حول المشاركة السياسية للانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

### حسب السن:

-كشفت الدراسة أن الفئة العمرية (18-22)سنة تميل إلى استخدام موقع فيسبوك بمعدل من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً خلال فترة الانتخابات، بنسبة 52.6%، ما يعكس انخراطاً متوسطاً في تتبع الشأن السياسي، مع اهتمام ملحوظ بالمواضيع المرتبطة بالناشطين السياسيين وأخبار الحملات الانتخابية.

-أما الفئة العمرية (23-26)سنة فقد سجلت نسبة مرتفعة نسبياً في استخدام الفايسبوك بأكثر من ثلاث ساعات يومياً بنسبة 18.9%، مع تركيز ملحوظ على مقارنة المترشحين ومتابعة النقاشات السياسية، مما قد يشير إلى وعي سياسي أعلى ورغبة في التقييم.

-في المقابل، فإن الفئة الأكبر سناً (27) سنة فأكثر أظهرت نسباً أعلى في عدم استخدام الموقع يومياً أو استخدامه لأقل من ساعة، ما قد يعكس تراجعاً في الاعتماد على الفايسبوك كمصدر رئيسي للمعلومة السياسية، أو توجههم نحو وسائل بديلة أكثر تقليدية.

### حسب الجنس:

-أظهرت نتائج الدراسة أن الذكور يستخدمون موقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات بنسبة مرتفعة، خاصة من المنزل، حيث بلغت النسبة 38.4%، ويتجه اهتمامهم نحو أخبار الحملات الانتخابية والناشطين السياسيين، كما أن الاهتمام بالشأن العام جاء كدافع رئيسي لديهم بنسبة 47.3%، ما يدل على انخراطهم بشكل أنشط في الفضاء السياسي الرقمي.

-في المقابل، فإن الإناث أبدين اهتماماً ملحوظاً باستخدام الفايسبوك في الجامعة بنسبة 31.5%، مع دوافع يغلب عليها الطابع الشخصي مثل الفضول بنسبة 34.8%، وتأثير المحيط الجامعي، مما يعكس تفاعلاً سياسياً ناعماً يمر عبر التفاعل الاجتماعي أكثر من التقييم العقلاني للمحتوى السياسي.

### حسب المستوى الدراسي:

-أظهرت النتائج أن الطلبة ذوي المستوى الجامعي (ليسانس وماستر) هم الأكثر استخداماً للفيسبوك كمصدر للمعلومات السياسية، حيث جاءت نسبة استخدامهم من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً في حدود 55.2%، كما أن دوافعهم تركزت بشكل أكبر على الاهتمام بالشأن العام بنسبة 49.1%، مما يعكس وعياً سياسياً ناتجاً عن مستوى تعليمي أعلى.

النتائج الجزئية لمحور مساهمة موقع الفيس بوك في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو في فترة الانتخابات الرئاسية

### حسب السن:

-أظهرت نتائج الدراسة تبايناً ملحوظاً في أنماط استخدام الفايسبوك ودوره في تفعيل المشاركة السياسية عبر الفئات العمرية المختلفة. فالفئة العمرية (18-22 سنة) برزت كالأكثر نشاطاً، حيث سجلت أعلى نسبة في تحفيز النقاش السياسي بـ 28.3%، مما يعكس

## الجانب التطبيقي

تفاعلاً كبيراً في تبادل الآراء السياسية بين الأقران. كما أظهرت هذه الفئة رغبة في التفاعل المباشر مع الحملات السياسية بنسبة 26.9%، إضافة إلى اعتمادها على المنصة للوصول السريع إلى المعلومة بنسبة 24.5%. ويلاحظ أن نسبة من لم يستخدموا الفايسبوك داخل هذه الفئة كانت منخفضة نسبياً (14.1%)، كما شكلت سهولة الاستخدام دافعاً رئيسياً لديهم بنسبة 63.5%.

- أما الفئة العمرية (23-26 سنة)، فقد سجلت نسبة مرتفعة من التفاعل المباشر مع الحملات السياسية بـ 26.8%، وبلغت نسبة مشاركتهم للمعلومات مع الأصدقاء 12.4%. ويبدو أن مستوى الخبرة لدى هذه الفئة جعلها أكثر اهتماماً بالمحتوى التحليلي، حيث شكّلت الفيديوهات التحليلية 12.1% من نشاطهم. كما أظهرت البيانات أن 18.3% من أفراد هذه الفئة باتوا ينخرطون في نقاشات سياسية كانوا يتجنبونها سابقاً، ما يدل على تطور ملحوظ في وعيهم السياسي.

- في المقابل، سجّلت الفئة العمرية (27 سنة فأكثر) انخفاضاً واضحاً في مستوى تحفيز النقاشات السياسية بنسبة 21.0%، وتزايدت نسبة من لا يرون الفايسبوك مصدراً مؤثراً على قراراتهم السياسية إلى 29.7%. كما أشار 9.8% فقط من هذه الفئة إلى أن الفايسبوك يشجعهم غالباً على المشاركة، مما يعكس تراجعاً في تأثير المنصة على هذه الشريحة العمرية مقارنةً بالفئات الأصغر سناً.

### حسب الجنس:

- كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروقات ملحوظة بين الذكور والإناث في استخدامهم للفايسبوك في سياق المشاركة السياسية. فقد أظهرت المعطيات أن الذكور كانوا أكثر ميلاً لتحفيز النقاشات السياسية، بنسبة 27.9% مقارنة بـ 23.1% لدى الإناث، كما سجّلوا تفاعلاً مباشراً مع الحملات بنسبة 25.4% مقابل 23.5%. وبالنسبة لمتابعة الصفحات

## الجانب التطبيقي

الرسمية، عبّر 55.2% من الذكور عن متابعتهم لها مقابل 50.1% من الإناث، ما يشير إلى انخراط أكبر لدى الذكور في التفاعل مع مصادر المعلومات السياسية الرسمية.

- كما بيّنت البيانات أن الذكور اعتمدوا بدرجة أكبر على قراءة التعليقات والمناقشات بنسبة 40.1%، مقارنة بـ 34.9% لدى الإناث، ما يدل على اهتمامهم بمتابعة الرأي العام الرقمي وتحليل مواقف الآخرين. وبلغت نسبة الذكور الذين أشاروا إلى أن اهتمامهم بالقضايا السياسية قد ازداد عبر الفايسبوك 45.3%، وهو أعلى من نسبة الإناث التي بلغت 38.7%.

- من جهة أخرى، أظهرت الإناث اهتمامًا أكبر بالمحتوى التوعوي المرئي، حيث اعتمدن على الفيديوهات التوعوية بنسبة 29.4%، مقابل 23.1% للذكور، مما يعكس تفضيلًا لوسائل أكثر بساطة ووضوحًا في نقل الرسائل السياسية. كما بيّنت النتائج أن 18.3% من الإناث لم يستخدمن الفايسبوك في المشاركة السياسية، مقابل 15.0% من الذكور، مما يشير إلى مستوى تردد أو تحفظ أعلى نسبيًا لدى الإناث. وفي ما يتعلق بمستوى التفاعل العملي، سجلت نسبة الإناث اللاتي شاركن "مرة واحدة" في نشاط سياسي عبر المنصة 33.5%، مقابل 28.3% من الذكور، ما يعكس استعدادًا محدودًا نسبيًا لدى الطرفين، مع تفوق طفيف للإناث في التجربة الأولى للمشاركة

### حسب المستوى الدراسي:

- أظهرت نتائج الدراسة تباينًا في سلوكيات الاستخدام السياسي للفايسبوك تبعًا للمستوى الجامعي للمبشرين. فبالنسبة لفئة الطلبة في طور الليسانس والماستر، فقد أولوا أهمية كبيرة لتحفيز النقاشات السياسية بنسبة 26.8%، كما سجلوا نسبة تفاعل مباشر مع الحملات بلغت 25.6% (الجدول 12). وأظهرت هذه الفئة اهتمامًا بارزًا بقراءة المناقشات والتعليقات، حيث بلغت النسبة 39.2% (الجدول 13)، مما يعكس انخراطهم في متابعة النقاشات

## الجانب التطبيقي

السياسية الدائرة على المنصة. كما شكّلت سهولة الاستخدام دافعاً رئيسياً لديهم بنسبة 64.5%، إلى جانب تنوع المعلومات المتاحة بنسبة 35.8% (الجدول 14). وعبر 42.9% منهم عن أن استخدام الفايسبوك زاد من اهتمامهم بالقضايا السياسية (الجدول 15)، ما يعكس تأثيراً إيجابياً ملحوظاً على وعيهم السياسي.

أما بالنسبة للفئة ذات المستوى العالي (دكتوراه وما فوق)، فقد سجّلت نسبة مرتفعة في جانب الوصول إلى المعلومة (23.7%) والتفاعل مع الحملات السياسية (25.4%) حسب الجدول (12)، ما يعكس استخداماً عقلانياً ومنهجياً للمنصة. كما أبدت هذه الفئة اهتماماً أكبر بالمحتوى البصري، حيث بلغت نسبة مشاهدة الفيديوهات التوعوية 28.6% (الجدول 13). ويُلاحظ كذلك أنهم أصبحوا أكثر استعداداً لمناقشة قضايا كانوا يتجنبونها سابقاً، بنسبة 22.0% (الجدول 15)، ما يدل على تحوّل في مواقفهم السياسية بفعل التفاعل الرقمي. ومن جهة أخرى، أشار 18.3% من هذه الفئة إلى أن الفايسبوك ساعدهم على فهم البرامج الانتخابية، مما يعكس تأثيراً معرفياً للمنصة في أوساط النخب الأكاديمية.

النتائج الجزئية للمحور الرابع تفاعل طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو مع المحتويات السياسية عبر الفايسبوك خلال فترة

الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

حسب السن:

أظهرت نتائج الدراسة تفاوتاً واضحاً في مستوى تفاعل الطلبة مع المحتوى السياسي على الفايسبوك حسب الفئات العمرية. فقد سجلت الفئة (18-22 سنة) أعلى مستويات التفاعل، حيث بلغت نسبة تحفيز النقاشات 28.3%، والتفاعل المباشر مع الحملات 26.9%، ما يعكس اهتماماً ملحوظاً بالمجال السياسي الرقمي، وإن كان في إطار غير عميق. كما بيّنت النتائج أن الوصول السريع للمعلومة كان مهماً بنسبة 24.5%، وهو ما يشير إلى تفضيل

## الجانب التطبيقي

هذه الفئة للبساطة والسرعة في استهلاك المحتوى السياسي، إضافة إلى اعتبار سهولة الاستخدام محفزاً رئيسياً بنسبة 63.5%. بشكل عام، تُظهر هذه الفئة نمطاً من الاهتمام الرقمي المعتدل، دون انخراط سياسي فعلي أو التزام مستمر.

-أما الفئة العمرية (23-26 سنة)، فقد تميزت باهتمامها بالمحتوى التحليلي، حيث بلغت نسبة متابعة الفيديوهات التحليلية 12.1%، كما بدا لديهم وعي متزايد بقضايا كانوا يتجنبون الخوض فيها سابقاً، ما يدل على تفاعل تطوري تدريجي مع الشأن السياسي. ويتسم تفاعل هذه الفئة بالانخراط الواعي، لكنه لا يصل إلى مستوى الكثافة أو المشاركة المستمرة، مما يعكس حالة من الترقب أو التقييم المستمر للمشهد السياسي الرقمي.

-في المقابل، برزت الفئة (27 سنة فأكثر) كأقل تفاعلاً، حيث لم تتجاوز نسبة تحفيز النقاشات لديهم 21.0%، كما صرح 29.7% منهم بعدم اعتبار الفيسبوك مصدرًا مؤثرًا، وهي النسبة الأعلى بين الفئات. ولم تتجاوز نسبة من يرون في الفيسبوك وسيلة تشجع على المشاركة غالبًا 9.8%، ما يعكس فتورًا واضحًا في التفاعل الرقمي، وربما ميولًا نحو الحذر أو تفضيل مصادر تقليدية للمعلومة السياسية، بدلاً من الانخراط في النقاشات الرقمية المفتوحة.

### حسب الجنس:

-كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروقات ملحوظة بين الذكور والإناث في تفاعلهم مع المحتوى السياسي على الفايسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية. فقد أظهر الذكور تفاعلاً أعلى، حيث سجلوا نسبة 27.9% في تحفيز النقاشات، مقارنة بـ 23.1% لدى الإناث، كما كان تفاعلهم المباشر مع الحملات السياسية أكثر وضوحاً بنسبة 25.4%. وبرز انخراطهم في متابعة الحوارات السياسية من خلال قراءة التعليقات والنقاشات بنسبة 40.1%. بالإضافة إلى ذلك، أشار 45.3% منهم إلى أن تفاعلهم على الفايسبوك زاد من اهتمامهم بالقضايا السياسية، في حين بلغت نسبة مشاركتهم "مرة واحدة" في الأنشطة السياسية الرقمية 28.3%، وهي أقل من الإناث. من جهتها، أظهرت الإناث ميولاً أكبر نحو استهلاك المحتوى التوعوي المرئي، حيث اعتمدن بنسبة 29.4% على الفيديوهات السياسية، مقارنة بـ 23.1% من الذكور. كما كانت نسبة من لم يستخدمن الفايسبوك سياسياً أعلى بينهن (18.3%)، بينما بلغت نسبة المشاركة لمرة واحدة 33.5%، ما يشير إلى تفاعل محدود أو تجريبي. ويبدو أن تفاعلهن مع النقاشات السياسية كان أقل عمقاً، ما يعكس نوعاً من التحفظ أو الانتقائية في الانخراط بالمحتوى السياسي الرقمي

### حسب المستوى الدراسي

-أظهرت نتائج الدراسة اختلافاً في أنماط التفاعل السياسي عبر الفايسبوك حسب المستوى الدراسي للطلبة. فقد تميّز طلبة الليسانس والماستر بتركيزهم على قراءة النقاشات السياسية بنسبة 39.2%، كما اعتبروا سهولة الاستخدام محفزاً رئيسياً بنسبة 64.5%. وأشار 42.9% منهم إلى أن استخدام الفايسبوك زاد من اهتمامهم بالقضايا السياسية، ما يعكس نوعاً من الاستهلاك الواعي للمحتوى، مع مشاركة رقمية محدودة تقتصر غالباً على التعليق أو الإعجاب، دون التوجه إلى النشر أو التعبير الموسّع. أما فئة الطلبة في طور الدكتوراه وما فوق، فقد استخدمت الفايسبوك بشكل أكثر معرفية، حيث بلغت نسبة من اعتبروا

## الجانب التطبيقي

---

المنصة وسيلة للوصول إلى المعلومة 23.7%، فيما قال 18.3% إنها ساعدتهم على فهم البرامج الانتخابية. كما أبدوا اهتمامًا أكبر بالفيديوهات التوعوية بنسبة 28.6%، وكانوا أكثر استعدادًا لخوض نقاشات كانوا يتجنبونها سابقًا بنسبة 22%. ويُظهر هذا السلوك الرقمي أن مشاركتهم السياسية تميل إلى أن تكون أكثر نضجًا وتحليلية، مع ابتعاد عن الأشكال الجماهيرية أو الاستعراضية للتفاعل السياسي الرقمي.

النتائج الجزئية لمحور تأثير موقع الفيس بوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى طلبة

جامعة مولود معمري تيزي وزو

حسب السن:

-أظهرت نتائج الدراسة أن فئة الطلبة الجامعيين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و22 سنة تُعد الأكثر تفاعلاً وتحفيزاً سياسياً عبر الفايسبوك، حيث عبّر 74% منهم عن قناعتهم بأن الطابع التفاعلي للمنصة يمثل دافعاً كبيراً للمشاركة (52% موافق، و22% موافق جداً)، كما أبدى 67% رغبتهم في التطوع وممارسة الأنشطة السياسية، مما يعكس وعياً متزايداً بأهمية الانخراط في الحياة العامة. واعتبر 75% من هذه الفئة أن حرية التعبير عبر الفايسبوك تحقّزهم على المشاركة، في حين رأى 73% أن تبادل الخبرات الرقمية يساعدهم في اتخاذ القرار السياسي. أما التعبير عن المواقف بحرية وشفافية فقد حظي بتأييد واسع، حيث وافق عليه 76% منهم، وهو ما يعكس حرصاً على توصيل الرأي الشخصي في بيئة مفتوحة. كما أكد 73% أن الآراء التحفيزية على الفايسبوك تعزز رغبتهم في التصويت، وعبّر 74% عن قناعتهم بأن النقاشات الرقمية يمكن أن تدفعهم نحو الفعل الواقعي. وتجلّى لدى هذه الفئة وعي بالتغيير، حيث عبّر 77% عن رغبتهم في المشاركة من أجل إحداث تأثير فعلي، فيما رأى 78% أن التفاعل الكبير عبر الفضاء الرقمي يدفعهم للمشاركة في الانتخابات. ورغم هذا الحماس، فإن نسبة من يرى أن التفاعل عبر الفايسبوك يُساهم في تشكيل المواقف تجاه القرارات السياسية لم تتجاوز 56%، ما يشير إلى أن هذه الفئة، رغم انخراطها الرقمي النشط، قد لا تعتمد كلياً على الفايسبوك كمرجع أساسي لصياغة مواقفها السياسية النهائية.

حسب الجنس:

-أظهرت نتائج الدراسة تبايناً بين الذكور والإناث في مدى تأثير الفايسبوك على تحفيز المشاركة السياسية وصياغة المواقف. فقد أبدى الذكور مستوى مرتفعاً من التفاعل، حيث تراوحت نسب الموافقة بين 68% و80% في ما يتعلق باعتبار التفاعلية وحرية التعبير على

المنصة دوافع قوية للمشاركة. كما أقر 75% منهم بأن الفيسبوك يساهم في دعم التغيير ويعزز لديهم الرغبة في التصويت، في حين رأى 70% أن النقاشات الرقمية والتحفيزات تدفعهم نحو الفعل الواقعي، كالمشاركة في الاقتراع. وعلى مستوى التأثير في تشكيل المواقف تجاه القرارات السياسية، صرح 52% من الذكور بأن المنصة ساهمت في بلورة آرائهم. أما الإناث، فقد أظهرن نسبةً أقل عمومًا، حيث تراوحت الاستجابات الإيجابية بين 60% و70% عبر مختلف المحاور، مع ميل واضح نحو اعتبار الفيسبوك محفزًا للمشاركة بنسبة تقارب 60%، مقابل حوالي 50% فقط ممن أقررن بدوره في تشكيل المواقف السياسية. وتعكس هذه النتائج ميلًا أكبر لدى الذكور نحو الانخراط الرقمي الفاعل وتشكيل المواقف من خلال التفاعل، في حين تميل الإناث إلى التفاعل المتحفّظ مع تركيز نسبي على الجانب التحفيزي دون ترجمة ذلك بالضرورة إلى مواقف سياسية ثابتة أو واضحة

### حسب المستوى الدراسي:

أظهرت نتائج الدراسة أن التفاعل السياسي عبر الفيسبوك يختلف من حيث العمق والتأثير حسب المستوى الدراسي. فقد عبّر طلبة الليسانس والماستر عن اقتناع قوي بدور المنصة في تحفيز المشاركة والتعبير الحر، حيث تراوحت نسب الموافقة بين 70% و82%، بينما أكد 77% منهم أن التفاعل الكبير عبر الفيسبوك كان دافعًا مباشرًا لمشاركتهم في العملية الانتخابية. وعلى مستوى تشكيل المواقف السياسية، أقر 56% من هذه الفئة بأن الفيسبوك ساهم في بلورة مواقفهم تجاه القرارات السياسية. أما بالنسبة للطلبة من المستوى العالي (دكتوراه وما فوق)، فقد كانت نسب التفاعل أعلى، حيث تراوحت بين 75% و85% ممن اتفقوا على أن المنصة عززت رغبتهم في المشاركة وأعدّتهم للتغيير السياسي. كما أشار 81% منهم إلى أن النقاشات والروابط الاجتماعية التي أتاحتها الفيسبوك ساعدتهم على الانتقال من الحوار الرقمي إلى الفعل الانتخابي الواقعي. وبلغت نسبة من شهدوا تأثيرًا فعليًا

للمنصة في تكوين مواقفهم تجاه القرارات السياسية 60%، ما يعكس نضجًا في استخدام الفضاء الرقمي كأداة تحليلية ومعرفية تُوظف في بلورة المواقف واتخاذ القرار السياسي.

### النتائج العامة:

-تمكنت الدراسة من الوصول الى مجموعة من الاستنتاجات العامة و الشاملة و التي نحصرها فيما يلي :

-توصلت الدراسة الدراسة أن منصة الفايسبوك لعبت دورًا متزايد الأهمية في تشكيل الوعي السياسي والمشاركة الرقمية لدى الطلبة الجامعيين، ولكن بدرجات متفاوتة من حيث العمق والانخراط.

-من حيث وظائف الفايسبوك، برز دوره الأساسي في تحفيز النقاشات السياسية، وزيادة الاهتمام بالقضايا الانتخابية، وتسهيل الوصول للمعلومة السياسية مما يؤكد أن الطلبة يستخدمونه بشكل رئيسي كمصدر سهل وسريع للتفاعل السياسي، وإن كان بدرجة أكبر على المستوى المعرفي لا العملي.

-تبيّن أن التفاعل يتم غالبًا من خلال قراءة التعليقات، متابعة الفيديوهات التوعوية، أو الاطلاع على الصفحات الرسمية، مع ضعف ملحوظ في المشاركة النشطة أو الفعلية في الأنشطة السياسية التي تتم الدعوة إليها عبر الفايسبوك، مما يدل على هيمنة الطابع الاستهلاكي/الرقمي على التفاعل السياسي لدى الطلبة.

-رغم أن بعض الطلبة أكدوا أن الفايسبوك ساعدهم على اتخاذ مواقف سياسية أو فهم البرامج الانتخابية إلا أن نسبة كبيرة بقيت محايدة أو غير متأثرة بعمق مثل الشعور بالواجب السياسي

-أما فيما يخص أنماط الاستخدام السياسي للفايسبوك، فقد أظهرت النتائج أن أغلب الطلبة يتابعون فقط أو يشاركون بشكل رمزي مثل التعليق أو التصويت الرقمي، بينما تظل المشاركة الميدانية أو الداعمة الفعلية للمبادرات السياسية محدودة.

- يمكن القول إن الفايسبوك مثل منصة فعالة لتحفيز الوعي السياسي الأولي لدى الطلبة، من خلال نشر المعلومات وخلق فضاءات للنقاش، لكنه لم يتحول لدى الأغلبية إلى أداة لتفعيل المشاركة السياسية الحقيقية أو الميدانية. وهذا ما يشير إلى أهمية:
- تعزيز جودة المحتوى السياسي الرقمي الموجّه للشباب.
- تنوع أشكال التفاعل لتجاوز الطابع الاستهلاكي.
- تشجيع المبادرات التي تربط بين التفاعل الرقمي والمشاركة الفعلية.
- وبالتالي، فإن توظيف الفايسبوك في العمل السياسي مع فئة الطلبة يتطلب مقاربة شاملة تمزج بين التحفيز المعرفي والتشجيع العملي على المشاركة الواعية والنشطة.
- وكشفت الدراسة أن موقع الفايسبوك يُعد أداة فعالة في تعزيز الوعي السياسي وتحفيز الطلبة الجامعيين على المشاركة في الحياة السياسية، خاصة خلال فترة الانتخابات الرئاسية . فقد عبرت الأغلبية في معظم الجداول عن موافقتها على أن التفاعل عبر الفايسبوك ساهم في رفع الدافعية الذاتية، وتوسيع مساحة حرية التعبير، ودعم اتخاذ قرارات انتخابية مبنية على تبادل الآراء والمعلومات.
- تبين أن الطبيعة التفاعلية وحرية التعبير التي يوفرها الفايسبوك كانت عوامل مهمة في تحفيز الطلبة على التعبير عن آرائهم بحرية، والرغبة في المشاركة السياسية طوعاً، ما يشير إلى دور الفضاء الرقمي في بناء دافعية سياسية إيجابية لدى الشباب.
- وأظهرت النتائج أن الفايسبوك يُساهم في تحسين جودة اتخاذ القرار السياسي من خلال تبادل الخبرات والمعلومات، وأن الآراء والمحتوى السياسي المنتشر على المنصة قادر على تحفيز المشاركة الانتخابية، وهو ما يؤكد قدرة الفايسبوك على الانتقال من مجرد وسيلة تعبير إلى أداة تعبئة سياسية مؤثرة.

- كما برز تأثير النقاشات الافتراضية حول المترشحين في تشجيع الطلبة على ترجمة المواقف الافتراضية إلى سلوك سياسي واقعي، كما أظهرت النتائج أن الفايسبوك ساهم في بناء الرغبة في التغيير السياسي والانخراط الفعلي في الانتخابات.

- فقد أكد أن الاستخدام المنتظم للفايسبوك لمتابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها يدفع الطلبة نحو الانخراط في العملية الانتخابية، في حين أوضح أن للفايسبوك دوراً ملموساً في تشكيل المواقف والاتجاهات السياسية تجاه القرارات والأطراف الفاعلة في البلاد، وإن بدرجات متفاوتة.

- يمكن القول إن نتائج هذه الجداول مجتمعة تدعم بقوة فرضية أن موقع الفايسبوك يُعتبر أداة رئيسية في بناء الوعي السياسي، وتحفيز الممارسة الديمقراطية لدى الطلبة الجامعيين. فقد أسهم في:

- خلق الرغبة الطوعية في المشاركة السياسية.

- تعزيز حرية التعبير والانفتاح على النقاش.

- تحويل التفاعل الرقمي إلى فعل انتخابي واقعي.

- دعم اتخاذ قرارات سياسية مدروسة.

- تشكيل الاتجاهات السياسية نحو الفاعلين السياسيين.

- كل ذلك يجعل من الفايسبوك، خاصة في أوساط الشباب الجامعي، منصة رقمية ذات تأثير مزدوج: معرفي وتعبوي، تتقاطع فيها حرية الرأي مع الفعل السياسي، في سياق تشهده الجزائر من انفتاح نسبي وتحول ديمقراطي تدريجي

- دور الفايسبوك في تعزيز المشاركة السياسية خلال الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر

2024 حيث أظهرت نتائج الجداول الممتدة من رقم (27) إلى رقم (38) أن موقع الفايسبوك لعب دوراً محورياً في تعزيز الوعي السياسي وتحفيز طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو على الانخراط في الشأن الانتخابي. فقد بيّنت أغلبية أفراد العينة موافقتهم على أن

## الجانب التطبيقي

الطابع التفاعلي للفايسبوك أسهم بشكل واضح في تحفيزهم على التعبير عن آرائهم، مناقشة المواضيع السياسية، وفهم البرامج الانتخابية للمرشحين.

-أقرّ ما يقارب 70% من الطلبة بأن الفاييسبوك يشكل دافعاً قوياً للمشاركة في الانتخابات، بفضل خاصية تبادل الآراء

-أشار غالبية الطلبة إلى أن تصفحهم للموقع خلال الحملة جعلهم يرغبون في ممارسة الأنشطة السياسية طوعاً وليس تحت ضغط أو واجب، وهو ما يعكس بروز "الدافعية الذاتية" كمحفز رئيسي.

-الموقع يُعتبر مصدراً لتبادل الخبرات والمعلومات حول المرشحين، ووسيلة لتعزيز حرية التعبير حول الأحزاب والحكومة.

-الآراء الداعية للتمثيل السياسي عبر الفاييسبوك تشكل دافعاً ملموساً نحو التصويت.

-النقاشات الافتراضية حول المرشحين ساهمت في إقناع الطلبة بتجاوز "الافتراضي" نحو "المشاركة الواقعية"،

-الفايسبوك نجح في خلق الرغبة في التغيير السياسي والمساهمة في المسار الانتخابي.

-أقرّ أغلب الطلبة بأن استخدامهم المنتظم للفايسبوك لمتابعة الأحداث السياسية قد دفعهم نحو الانخراط في العملية الانتخابية، مما يعكس نجاح الموقع في تحويل الاهتمام السياسي الرقمي إلى سلوك انتخابي عملي.

-لاحظنا أن أكثر من نصف أفراد العينة يرون بأن الفاييسبوك ساهم في تشكيل مواقفهم السياسية تجاه قرارات الأطراف الفاعلة في البلاد، وهو ما يدل على أن تأثير الفضاء الرقمي لا يقتصر فقط على نشر المعلومات، بل يمتد إلى بناء الاتجاهات والآراء.

-أن موقع الفاييسبوك يُعد وسيلة رقمية فعالة يعتمد عليها طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو في استقاء معلوماتهم السياسية، خاصة خلال فترة الانتخابات الرئاسية لعام 2024.

وتشير البيانات إلى أن الدوافع الرئيسية لاستخدام الفاييسبوك تمثلت في: متابعة مستجدات

الحملة الانتخابية، الاطلاع على برامج المترشحين، الانخراط في النقاشات السياسية، وتكوين مواقف سياسية شخصية. ويُعزى هذا الاستخدام الواسع إلى ما يوفره الفايسبوك من سهولة في الوصول للمعلومة، تعدد في المصادر، وسرعة في التفاعل.

-أما بخصوص أنماط الاستخدام، فقد تنوعت بين التصفح العادي للمنشورات، والتفاعل النشط عبر الإعجاب، التعليق، النشر، والمشاركة في مجموعات سياسية. وأن غالبية الطلبة كانوا يشاركون سياسياً من خلال التعليق والمناقشة أكثر من النشر، ما يعكس طبيعة الحوار السياسي الرقمي في الوسط الطلابي.

-ويتم تشكيل الوعي السياسي من خلال التفاعل مع المنشورات السياسية على الفايسبوك الذي ساعد الطلبة على فهم أعمق للقضايا السياسية، واتخاذ مواقف واضحة تجاه الحكومة والمترشحين، بل وغيّر مواقف البعض بعد التعرض لمحتوى معين (حسب الجدول 25). كما أشار العديد من الطلبة إلى أن الفايسبوك أتاح لهم حرية التعبير عن آرائهم السياسية، وفتح المجال أمام النقاش الحر في بيئة يشعرون فيها بالانتماء والمشاركة.

-أما فيما يتعلق ب تفعيل المشاركة السياسية، فقد بين أن الاستخدام المكثف للفايسبوك، وخاصة من قبل فئة الذكور، الشباب (18-25 سنة)، وطلبة الليسانس، أدى إلى زيادة احتمالية الانخراط في الفعل السياسي، مثل التصويت أو دعم مرشح. كذلك، تُظهر بعض الجداول أن النقاشات التي دارت عبر الفايسبوك كانت محفزاً للتفكير السياسي، وأداة ضغط معنوية نحو المساهمة في العملية الانتخابية.

### 1.2 النتائج العامة:

\_ سهولة التعامل مع المنصة جعلها الخيار الأول للوصول إلى الأخبار السياسية.  
-الرغبة في متابعة الشأن العام ومستقبل البلاد تدفع الطلبة لإستيقاء المعلومات عبر فيسبوك.

- تنوّع المصادر والمضامين المعروضة يلبي حاجة الطلبة لأطلاع شامل.

## الجانب التطبيقي

- \_ الفضول الشخصي لاكتشاف ما يحدث في الساحة الانتخابية يشجّع على المتابعة اليومية.
- \_ تأثير الزملاء والبيئة الجامعية يُعزّز الاعتماد على فيسبوك كمصدر رئيسي للمعلومات.
- \_ السعي إلى تكوين قرار انتخابي واعٍ ومستنير من خلال مقارنة الآراء والبرامج.
- \_ سرعة الوصول إلى الأخبار العاجلة تجعل المنصة أداة مفضّلة عند ظهور مستجدّات.
- \_ مرونة الاستخدام عبر الهواتف يمكّن الطلبة من المتابعة أينما كانوا.
- \_ إمكان الاطلاع على آراء الآخرين والمشاركة في النقاشات يزيد جاذبيّة المنصة لديهم.
- \_ قراءة التعليقات والحوارات الدائرة تحت المنشورات لتكوين رؤية أوضح حول القضايا المثارة.

- \_ مشاهدة مقاطع الفيديو والمنشورات التوعويّة لفهم البرامج والإجراءات الانتخابيّة.
- \_ التفاعل المباشر مع الحملات الافتراضيّة عبر الإعجاب أو التعليق أو طرح الأسئلة.
- \_ مشاركة الأخبار والمحتويات السياسيّة مع الأصدقاء لنشر الوعي أو طلب الآراء.
- \_ متابعة الصفحات الرسميّة للمرشّحين أو الهيئات المشرفة على الانتخابات.
- \_ الانضمام إلى مجموعات أو منتديات سياسيّة لمناقشة الأفكار، وإن كان ذلك بدرجة أقل.
- \_ توفير فضاء يشجّع على النقاش السياسي ويُنمّي مهارة الجدل المبني على الحجج.
- \_ إتاحة تواصل مباشر مع المرشّحين والحملات، ما يقرب الطلبة من العملية الانتخابيّة.
- \_ تسهيل الوصول إلى المعلومات والتحقّق من صدقيّتها بشكل لحظي.
- \_ تمكين الطلبة من المشاركة الافتراضيّة في الحملة والتعرّف إلى مختلف المواقف.
- \_ متابعة الأحداث السياسيّة الجارية يساعد على بناء فهم متدرّج للقضايا الوطنيّة.
- \_ يظهر التأثير بوضوح أكبر لدى الطالبات، ما يعكس حساسيّة أعلى تجاه القضايا السياسيّة عبر المنصة.

- \_ الفئة العمرية الأصغر سنّاً تُبدي تفاعلاً أوسع مع المحتوى السياسي الرقمي.

## الجانب التطبيقي

- \_ طلبة الماستر يميلون لاستخدام المنصة لتحليل البرامج واستخلاص مواقف واضحة، بينما يركّز طلبة الليسانس على الاطلاع العام على القضايا السياسية.
- رفع درجة الاهتمام بالقضايا العامة خلال الفترة الانتخابية.
- \_ مساعدة الطلبة على فهم البرامج الانتخابية واتخاذ مواقف مدروسة.
- \_ توفير قناة سريعة وسهلة للوصول إلى المعلومات السياسية الحديثة.
- \_ إتاحة فضاء حر للتعبير عن الرأي بعيداً عن الرقابة المباشرة.
- \_ اندماج المنصة في الحياة اليومية يجعل التفاعل السياسي جزءاً من الروتين الجامعي.
- \_ تشجيع النقاش حول مواضيع سياسية كانت تُتجنب سابقاً، ما يعمق ثقافة الحوار.
- \_ خلق نقاشات جماعية تُسهم في رفع مستوى الوعي بالقضايا الوطنية.
- \_ تمكين الطلبة من التفاعل المباشر مع المرشحين أو فرق الحملات لطرح الأسئلة وتلقي الردود.
- \_ رغم ذلك، يظلّ بعض الطلبة غير مقتنعين بتأثير فيسبوك على تطوّر وعيهم السياسي، مفضّلين مصادر أخرى للمعلومات.

### خاتمة:

من خلال دراستنا التي تناولت دور الفايسبوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو، والتي قسمناها الى ثلاثة جوانب رئيسية: الجانب المنهجي، والجانب النظري والجانب التطبيقي، وقمنا بتسليط الضوء على الدور الذي يلعبه الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة بتعزيز قدرتهم وكفاءتهم على التعبير بحرية عن مواقفهم السياسية تجاه الأحزاب السياسية والمترشحين.

وأظهرت نتائجنا أن الفايسبوك يلعب دوراً محورياً في تفعيل المشاركة السياسية لدى طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو، من خلال سهولة الاستخدام، وسرعة الوصول إلى المعلومات، وتنوع المضامين، فضلاً عن تأثير الزملاء والبيئة الجامعية. وقد ساهمت المنصة في تعزيز الوعي السياسي، وتحفيز النقاش، وتمكين الطلبة من التفاعل مع الحملات الانتخابية بشكل مباشر. كما سهلت عملية متابعة الشأن العام، خاصة لدى الطالبات والفئة العمرية الأصغر سناً، رغم وجود بعض المتحفظين الذين يفضلون مصادر أخرى للمعلومات السياسية.

وتوصلنا من خلال الجانب التطبيقي إلى أن الفايسبوك يُعد منصة محورية يعتمد عليها طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو في متابعة الشأن السياسي، خاصة خلال الانتخابات الرئاسية لسنة 2024، حيث تبين أن سهولة الاستخدام وسرعة الوصول إلى الأخبار العاجلة جعلت منه الخيار الأول لدى الطلبة

## خاتمة

وفي ظل التحولات الرقمية المتسارعة، أصبح من الضروري إدراك الدور المتنامي الذي تلعبه المنصات الرقمية، وعلى رأسها الفايسبوك، في تشكيل الوعي السياسي لدى فئة الطلبة الجامعيين. وهو ما يستدعي من الفاعلين في المجال الأكاديمي والإعلامي تطوير آليات توجيهه وتنقيف رقمية تُنمّي التفكير النقدي، وتُحفّز الاستخدام الواعي والمسؤول لهذه المنصات. كما أن دمج هذه الوسائط ضمن استراتيجيات التكوين السياسي والمدني قد يُسهم في رفع منسوب المشاركة والاهتمام بالشأن العام. غير أن هذه الدراسة تبقى محاولة أولية لمعالجة الموضوع من زاوية محددة، وهي تفتح المجال أمام أبحاث مستقبلية أكثر اتساعاً وعمقاً، تستند إلى عينات متنوعة وأساليب تحليل متعددة، لفهم أشمل لتأثير الفضاء الرقمي، وخاصة الفايسبوك، على السلوك السياسي للشباب في السياقات الانتخابية المختلفة.

## قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع باللغة العربية:

قائمة الكتب:

- أحمد شريف، الرأي العام وقياسه، دار الكتب المصرية للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، 1989،
- بسيوني إبراهيم حمادة، وسائل الاعلام والسياسية، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1996،
- جابر عصفور، آفاق العصر، دار الهدى للثقافة والنشر، ط1، دمشق، سنة 1997،
- جمال نون، وغسان مراد. الفعل السياسي الرقمي في العالم العربي ومنظومة القيم والتحولات، مركز الجزيرة للدراسات الإعلامية، قطر، 2019،
- حلمي خضر ساري، ثقافة الانترنت، دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن سنة 2005،
- خالد بن عبد الله الحلوة: الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحث مقدم في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية، الرياض، جامعة امملك سعود، السعودية 23/24 جمادي الأول 1433هـ، 16/15 أبريل 2012م)
- د. سعيد إسماعيل صيني. مدخل الى الراي العام والمنظور الإسلامي، جامعة محمد بن سعود الإسلامية للنشر، ط1، السعودية، 1999،
- دان ما ركان وماري تشكنو، مكتب صحفي مسؤول في العصر الرقمي، مكتب برامج الاعلام الخارجي، الولايات المتحدة الامريكية،

- ربحي مصطفى عليان عثمان محمد غنيم، **مناهج البحث واساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000،
- رشيد زرواتي، **تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية** دار هومة للنشر، الطبعة الثانية، الجزائر، 2002،
- زهير عبد اللطيف عابد، **ال رأي العام وطرق قياسه**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط3، عمان، 2014،
- سعد مظلوم العبدلي، **الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها**، دراسة مقارنة، دار دجلة، ط1، عمان، 2009
- سعد يمانى العوض، **العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية**، دار النمر للطباعة، ط1، عمان، 1996،
- سناء، محمد الجبور **والرأي العام العربي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط، 1 عمان، الأردن، 2010،
- طاهر حسن أبو زيد، **"دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية"**، مذكرة ماستر في كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة الأزهر غزة، 2012،
- عاطف عدلي العبد عبيد، **الرأي العام الأسس النظرية والإسهامات العربية**، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع القاهرة، مصر، 2001،
- عبد الحميد محمد، **الاعلام السياسي**، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، القاهرة، 2012،
- عبد الرحمان حمدي، **المشاركة السياسية للمرأة خبرة الشمال الأفريقي**، مركز الدراسات الشمال الإفريقي، الطبعة الأولى مصر، 2001،

- عبد الرزاق، الدليمي.. نظريات الاتصال فالقرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، ط.1، عمان، 2016
- عبد الغفار رشاد القسبي، الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي، القاهرة، مكتب الآداب، 2007،
- عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2000
- علاء الدين محمد عفيفي، الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعية العالمية دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015،
- على عجوة"الاعلام وقضايا التنمية"، عالم الكتب، ط1، القاهرة مصر، 2004، ص123
- علي بن شويل القرني، الإعلام الجديد من الصحافة التقليدية إلى الإعلام الاجتماعي وصحافة المواطن، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، د.ذ.س.ن
- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر، ط1، عمان، سنة 2014،
- علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2005،
- غريب محمد سيد أحمد، علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ط1، 1985
- فضيل ديلو، الاتصال السياسي في الجزائر. مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة قسنطينة، 2010

- فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، ط1 عمان، 2015،
- كمال الدين جعفر عباس، الاتصال السياسي، المكتب الإسلامي، بيروت، سنة 2004،
- كمال المنوفي، نظريات النظم السياسية، وكالة المطبوعات للنشر، ط1، الكويت سنة 1918،
- محمد الطاهر علاّم - منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية
- محمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، دار النشر ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2005
- محمد حمدان المصالح، الاتصال السياسي: مقترح نظري-تطبيقي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط 1، عمان الأردن، 1996،
- محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط1، مصر، 1997،
- محمد عبد الله الحوتي، المرجع السابق،
- محمد عبيدات واخرون، منهجية البحث العلمي القواعد المراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، الأردن 1997
- محمد مبارك محمد الصاوي البحث العلمي: اسسه وطريقة كتابه دار النشر المكتبة الاكاديمية القاهرة، الطبعة الأولى، مصر، 1992،
- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، 2003،
- موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية دار القصبه للنشر الطبعة الثانية منقحة، الجزائر، 2006،
- موسى عبد الفاتح حافظ، وسيد سليمان نعبد الرحمان، وسميرة إبراهيم شند مقدمة في علم النفس الاجتماعيين القاهرة، مكتبة زهراء الشرق. طبعة 360، القاهرة

-ميلفين، ديفلر، ساندر بول، روكيتش. (1992)، نظريات وسائل الاتصال ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط1، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع

-نصر عبد الباسط، الراي العام طبيعة تكوينه وقياسه دار الدار العربية للنشر والتوزيع مصر، 2008

-هادي نعمان الهيتي، اشكالية المستقبل في الوعي العربي مركز دراسات الوحدة العربية، ط1/ 1ب، بيروت، 2003،

-هاني علي الطهراوي: النظم السياسية والقانون الدستوري، دار الثقافة، ط1، عمان، 2008

#### ثالثا: المجالات العلمية :

-باديس لونيس، صحافة المواطن وإعادة تشكيل مفهوم الجمهور، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية، العدد 20، 10،

-بورقة سمية، التفاعلية في الصحافة الالكترونية الجزائرية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، الجزائر العدد الخامس عشر، سنة 2013،

-دليلة غروبة، الانترنت، الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 10، الجزائر، سنة 2013،

-زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 10، جامعة عمان الاهلية، عمان، سنة 2003

-زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تهيئة الرأي العام الفلسطيني حول التغيير الاجتماعي والسياسي، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، العلوم الإنسانية، العدد 6، فلسطين، 2012، مجلد 26،

- سعد أبو ضيف أحمد، "المشاركة السياسية في الفقه السياسي المعاصر"، مجلة علم الفكر، المجلد 30، العدد 3، القاهرة، 2002،
- سها فاضل، العلاقة بين التعرض للصحف المصرية والوعي بقضية الإرهاب الدولي لدى الشباب الجامعي "المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد العشرون، مصر، 2003،
- شداد عبد الرحمان، الرأي العام، مجلة تاريخ اليوم، العدد 6، الجزائر، 2017،
- عادل عبد الصادق، سلسلة قضايا استراتيجية، مجلة متخصصة في دراسات الإعلام الجديد، العدد الأول، 2010
- عبد الصادق عادل، الفضاء الإلكتروني والرأي العام، مجلة سلسلة قضايا استراتيجية، العدد الأول، مصر، ديسمبر 2011،
- عبد الصادق عادل، الفضاء الإلكتروني والرأي العام، مجلة سلسلة قضايا استراتيجية، العدد الأول، مصر، ديسمبر 2011،
- مرتضى شنشول ساهي العقابي: "النظم السياسية في الفكر السياسي لدى أرسطو"، المجلة السياسية والدولية، العدد (34\_33)، العراق، 2016،
- مرسي مشري: شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية: نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد: 395، بيروت، لبنان، 2012،
- منذر الشاوي؛ الاقتراع السياسي، مجلة العدالة، العدد الأول، بغداد، 2001
- وفاء عبد الخالق ثروت، اعتماد الجمهور على التلفزيون المصري اثناء الازمات بالتطبيق على حادث شرم الشيخ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، ال عدد26، مصر، 2003،

المذكرات والرسائل الجامعية:

-الزاوي محمد الطيب، قندوز عبد القادر، تنظيم الحملات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات الجزائرية، مذكرة ماستر في قسم العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقمة، الجزائر

-حسن قديم طماح المطربي، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل "تويتر" من قبل الشباب، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن سنة 2013

-حسين علوان، مشكلة المشاركة السياسية في الدول النامية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم السياسية، بغداد، 1996،

-خنوس خولة بعنوان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، رسالة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، الجزائر، 2019

-زهرة بن علي، دور النظم الانتخابي في إصلاح النظم السياسية دراسة مقارنة (أطروحة دكتورة في القانون العام، جامعة تلمسان كلية الحقوق والعلوم السياسية)، الجزائر، 2015/2014

-سليمة رابحي، الأحزاب السياسية والاتصال السياسي، رسال ماستر كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007-2008

-طاهر حسن أبو زيد، "دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية"، مذكرة ماستر في كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة الأزهر غزة، 2012

-طرشي سميحة، تأثير شبكة الفايبروك على المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، الجزائر، 2020

-عثمانية عبد القادر و د. صالحية الزهرة، مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في الوعي السياسي لدى الشباب .م مستخدمي الفاسبوك في الجزائر انموذجا، رسالة دكتوراه في كلية علوم الاعلام والاتصال جامعة، جامعة برج باجي مختارالجزائر، 2022

-لرقم رشيد: النظم الانتخابية وأثرها على الأحزاب السياسية في الجزائر (رسالة ماجستير في القانون، فرع قانون عام، جامعة قسنطينة، علم الحقوق)، الجزائر، 2006/2005،

-محمد عبد الله محمد الحورش، " الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، مارس، 2012

-محمد مصطفى رفعت، اتجاهات الرأي العام الالكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو احداث التحول الديمقراطي بمصر دراسة تطبيقية لما بعد 30 يونيو رسالة دكتوراه غير منشورة كلية الاعلام، القاهرة، (2012)

مذكرات الماستر:

-منصوري فاطمة الزهراء: دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية، مذكرة ماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة بسكرة كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر، 2014/2013

-يحي بن يمينة: السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر رسالة ماجستير في علم الاجتماعي السياسيين كلية العلوم الاجتماعية جامعة وهران الجزائر 2014/2023،

المصادر الإلكترونية:

-هدى الحنافية، عناصر الاتصال السياسي، مقال إلكتروني على منصة 3 اغسطس 2023

من موقع:

[mawdoo3.com](http://mawdoo3.com) affiché le :12/03/2025 a 13 :00 h

مصادر اجنبية

1. Stanley J. Baran and Dennis Davis, “**Mass Communication Theory, Fondations**”. Ferment and future USA THOMSON WADSWARTA ،USA.،2006،4th Ed Pp

2. Sean P Hagerty (2008). An Examination of uses and Graduations of YOUTUBE, Unpublished Master Thesis Department of Communication, Villanova University

Bode. Ek vraga (2014). P borah. Dv shah a new space for political behavior: political networking and its democratic consequences. Journal of computer-mod : communication. Vol 19. Iss (3).

الملاحق

## استمارة استبيان بحث حول:

دور الفاسبوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى لدى الطالب  
الجامعي في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024  
دراسة وصفية تحليلية على عينة من طلبة جامعة مولود معمري  
تيزى وزو

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال جماهيري

اشراف الأستاذة:

-الأستاذة تكلال

اعداد الطالبتين:

- واكد سلوى

- سعدي سارة

تحية طيبة ام بعد:

يشرفنا ان نضع بين ايديكم هذه الاستمارة البحثية في انطار انجاز مذكرة تخرج حول دور  
الفاسبوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى لدى الطالب الجامعي في الانتخابات الرئاسية 7  
سبتمبر 2024، ونرجو منكم المساهمة في هذا البحث عن طريق الإجابة على أسئلة  
الاستمارة بكل موضوعية، ونتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات وعمد استعمالها الا  
لغرض البحث العلمي

مع جزيل الشكر-

السنة الجامعية 2024-2025

## المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس:

أنثى

ذكر

2. السن: ( )

3. المستوى الدراسي:

دكتوراه

ماستر

ليسانس

المحور الثاني: دوافع وأنماط استخدام الطلبة في جامعة مولود معمري تيزي وزو لموقع التواصل الاجتماعي فاسبوك في استقاء معلوماتهم حول المشاركة السياسية للانتخابات الرئاسية "7 سبتمبر 2024"

1. كم تستخدم الفاسبوك يوميا خلال فترة الانتخابات الرئاسية؟

اكثر من 3 ساعات

ساعة الى 3 ساعات

اقل من ساعة

لا استخدمه يوميا

2. اين تستخدم موقع الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية؟ (يمكنك اختيار أكثر من

إجابة)

في الأماكن

مقاهي الانترنت

في الجامعة

في المنزل

العامّة (مثل المقاهي أو الحدائق)

3. ما هي المواضيع التي تتابعها على الفاسبوك خلال الحملة الانتخابية الرئاسية 7

سبتمبر 2024؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- متابعة ناشطين سياسيين  البرامج الانتخابية للمرشحين
- اخبار الحملات الانتخابية  حملات التحسيس والتشجيع على التصويت
- مقارنات بين المترشحين

.....أخرى اذكرها.....

4. ما هو الدافع الرئيسي الذي يجعلك تستخدم موقع فاسبوك لتعزيز مشاركتك السياسية

أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية لـ 7 سبتمبر 2024؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- الفضول الشخصي  الرغبة في اتخاذ قرار انتخابي مدروس
- الاهتمام بالشأن العام و المستقبل السياسي للبلاد  تأثير المحيط الجامعي

.....أخرى اذكرها.....

5. هل تعتبر الفاسبوك وسيلة فعالة لتحفيز طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو على

المشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية لـ 7 سبتمبر 2024؟ (يمكنك اختيار اكثر

من إجابة)

-يوفر فضاءً حراً للتعبير عن الآراء السياسية دون رقابة مباشرة

- يُسهّل الوصول إلى المعلومات السياسية بسرعة وسهولة

- يُستخدم على نطاق واسع من طرف الطلبة ويشكّل جزءاً من حياتهم اليومية

- يسمح بالتفاعل المباشر مع المترشحين أو مع الحملات الانتخابية
- \_ يُسهم في خلق نقاشات جماعية تزيد من وعي الطلبة بالقضايا السياسية

أخرى اذكرها .....

6. هل استخدامك للفاسبوك في فترة الانتخابات الرئاسية يزداد مقارنة بالفترات الأخرى؟

- موافق  محايد  غير موافق

7. أي نوع من الحسابات السياسية التي كنت تتابع خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

-حسابات المترشحين للرئاسة

-صفحات الأحزاب السياسية

-صفحات الحملات الانتخابية (الرسمية أو غير الرسمية)

-حسابات نشطاء سياسيين أو مؤثرين عبر الفايسبوك

-صفحات المجموعات الطلابية أو النوادي الجامعية ذات التوجه السياسي

أخرى اذكرها .....

8. هل كان اعتمادك على الفايسبوك للمشاركة السياسية خلال الحملة الانتخابية الرئاسية

لـ 7 سبتمبر 2024 فعّالاً؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

\_ساعدني الفايسبوك في الوصول إلى المعلومات السياسية بسرعة وسهولة

\_أتاح لي الفايسبوك التفاعل مع المترشحين والحملات الانتخابية بشكل مباشر

\_ساهم الفايسبوك في تحفيز النقاشات السياسية بيني وبين الآخرين

\_ استخدمت الفايسبوك لمتابعة الأحداث السياسية والتطورات الانتخابية

\_ لم أستخدم الفايسبوك في المشاركة السياسية خلال الحملة الانتخابية

أخرى اذكرها

.....  
المحور الثالث: مساهمة موقع الفاسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة

مولود معمري تيزي وزو في فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

1. هل ساهم الفايسبوك في تغيير وعيك السياسي اثناء فترة الانتخابات الرئاسية؟

لا

نعم

إذا كانت اجابتك بنعم، كيف كان ذلك (يمكنك اختيار اكثر من إجابة)

-متابعة الصفحات الرسمية للمرشحين أو الأحزاب السياسية

-الاطلاع على الأخبار والمستجدات السياسية عبر المنشورات

-مشاهدة فيديوهات تحليلية أو توعوية حول الانتخابات

-المشاركة في النقاشات أو قراءة تعليقات المستخدمين

2. كيف يتشكّل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين عند تصفحهم لمحتوى سياسي على الفايسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

-من خلال متابعة الصفحات السياسية الرسمية (أحزاب، مرشحون، وزارات...)

-عبر قراءة التعليقات والمناقشات بين المستخدمين

- من خلال مشاهدة مقاطع الفيديو والمنشورات التوعوية المتعلقة بالسياسة

- عن طريق مشاركة الأخبار والمحتويات السياسية مع الأصدقاء

-بفضل التفاعل مع الحملات الانتخابية والمبادرات السياسية على الفايسبوك

-عبر الانضمام إلى المجموعات السياسية أو المنتديات على الفايسبوك

أخرى اذكرها .....

3. الى ماذا يرجع سبب اعتمادك على الفايسبوك لزيادة المعرفة السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024؟

\_ السرعة

\_ سهولة الاستخدام

\_ التنوع في المعلومات

\_ المرونة

\_ القدرة على التعرف بآراء الأشخاص ومشاركة الأفكار وابداء الآراء

أخرى اذكرها .....

4. هل ساهمت المعلومات التي اطلعت عليها في موقع الفايسبوك في بناء معارفك السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024؟

لا

نعم

إذا كانت الإجابة "نعم"، يرجى اختيار الأسباب التي ساعدت في بناء معارفك السياسية (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

\_ توفر محتوى سياسي متنوع من مصادر مختلفة

\_ إمكانية متابعة الحملات الانتخابية والمواقف السياسية للمرشحين

\_ التفاعل مع آراء وأفكار الآخرين في المناقشات السياسية

إمكانية الوصول إلى مقاطع فيديو وندوات حول القضايا السياسية

تأثير الحوارات والنقاشات التي تدور بين الأصدقاء والمتابعين

5. هل أدى استخدامك للفيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024 الى تعزيز شعورك بالواجب والمسؤولية اتجاه القضايا السياسية؟

موافق  محايد  غير موافق

لم ينمي شعوري بالمسؤولية ابدا

6. هل سبق وان شاركت في نشاط سياسي دعت اليه أطراف معينة عبر الفاسبوك

خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024؟

شاركت مرة واحدة

نعم، تفاعلت إلكترونياً فقط (مشاركة، تعليق، نشر، تصويت)

تابعت الدعوات ولكن لم أشارك

لم أشارك

7. هل تعتقد ان الفيسبوك يلعب دورا في تشكيل وعيك السياسي اثناء الانتخابات

الرئاسية 7 سبتمبر 2024؟ ( يمكنك اختيار اكثر من إجابة)

زاد من اهتمامي بالقضايا السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية

ساعدني على فهم البرامج الانتخابية واتخاذ موقف سياسي واضح

شجّعني على النقاش والتفاعل مع مواضيع سياسية كنت أتجنبها سابقاً

\_ لا أعتبر الفيسبوك مصدرًا مؤثرًا في وعيي السياسي

أخرى اذكرها.....

8. هل يشجعك الفيسبوك على الانخراط في أنشطة تعزز المشاركة السياسية وتنمي الوعي السياسي اثناء فترة الانتخابات الرئاسية 2024؟

غالبا  أحيانا  نادرا

المحور الرابع: تفاعل طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو مع المحتويات السياسية عبر الفاسبوك خلال الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024

1. كيف تصف تفاعلك مع المحتوى السياسي المنشور على الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024 ؟

ضعيف  متوسط  مرتفع

أخرى اذكرها.....

2. هل لاحظت اختلافا في مستوى تفاعلك مع المحتويات السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية 2024 مقارنة بالفترات الغير الانتخابية؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

\_تزايد تفاعلي بشكل كبير خلال فترة الانتخابات

\_تزايد تفاعلي بشكل طفيف خلال فترة الانتخابات

\_لم ألاحظ أي تغيير في مستوى تفاعلي

\_قلّ تفاعلي مع المحتويات السياسية خلال فترة الانتخابات

3. إلى أي درجة ساهم تفاعل مع المحتويات السياسية على الفايسبوك في تحفيزك على المشاركة في الانتخابات الرئاسية لـ 7 سبتمبر 2024؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- دفعني التفاعل مع المحتوى السياسي على الفايسبوك إلى التسجيل للتصويت والمشاركة الفعالة في الانتخابات

- جعلني أكثر وعياً بأهمية الانتخابات، لكن لم يؤثر على مشاركتي الفعلية

- كان له تأثير بسيط على رغبتني في المشاركة، ولم أقم بخطوات فعلية نحو التصويت

- لم يغير تفاعلي مع المحتوى السياسي على الفايسبوك من موقفي تجاه المشاركة في الانتخابات

أخرى اذكرها.....

هل واجهت خلافات أو نقاشات حادة على الفايسبوك بسبب المنشورات السياسية المتعلقة بالانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024؟

غالبا  أحيانا  نادرا

6. من خلال متابعتك للانتخابات الرئاسية لـ 7 سبتمبر 2024 كيف كنت تتفاعل مع مضمونها؟

النشر  التعليق  المناقشة والردشة

7 - هل ساهمت تفاعلاتك على الفايسبوك في تغيير موقفك أو آرائك تجاه أحد المترشحين خلال الحملة الانتخابية الرئاسية 7 سبتمبر 2024؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

\_ نعم، غيرت موقفي كلياً بعد الاطلاع على محتويات وتحليلات منشورة

\_ نعم، جزئياً، أصبحت أقل أو أكثر دعماً لأحد المترشحين

\_لا، بقي موقفي ثابتاً رغم التفاعلات والمحتويات المنشورة

\_لم أكن أتابع محتوى يتعلق بالمرشحين على الفايسبوك

أخرى اذكرها.....

8- هل سبق وأن قمت بنشر أو مشاركة دعوة للمشاركة في نشاط سياسي على

الفايسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024؟ (يمكنك اختيار أكثر من

إجابة)

\_نعم، كنت مبادراً بنشر دعوات لحضور أنشطة سياسية مرتبطة بالانتخابات

\_نعم، اكتفيت بإعادة نشر دعوات رأيتها من أطراف أخرى

\_نعم، عبرت عن دعمي لأحد المرشحين من خلال منشورات شخصية

\_لا، لكنني كنت أتابع الدعوات والأنشطة دون المشاركة فيها

أخرى اذكرها.....

## المحور الخامس: تأثير موقع الفاسبوك في تفعيل المشاركة السياسية لدى الطلبة بجامعة

مولود معمري تيزي وزو؟ ضع إشارة (X) في المربع الذي يناسب وجهة نظرك

غير موفق جدا	غير موافق	معارض	موافق	موافق جدا	الفقرة	
					يقدم الفاسبوك دافعا قويا للطلبة من اجل المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024 بفضل خاصية التفاعلية و تبادل الآراء	1
					جعلك تصفح موقع الفاسبوك ترغب في ممارسة الأنشطة السياسية في البلاد خلال فترة الانتخابات الرئاسية 2024 طوعا و ليس رغما عنك	2
					حرية الراي التي يكرسها موقع الفاسبوك يجعل الطلبة اكثر رغبة في ابداء رايبهم و ترجمته من خلال عملية المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	3
					يمنح موقع الفاسبوك فرصة لتبادل الخبرات حول المترشحين للانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024 ،ما يمنح الطالب فرصة لاتخاذ قرارات صائبة اثناء الاقتراع	4
					يساهم موقع الفاسبوك في تحفيز طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو على التعبير عن آراءهم حول الحكومة و مواقف الأحزاب السياسية بكل حرية و شفافية	5
					تؤثر الآراء الداعية للتمثيل السياسي عبر موقع الفاسبوك دافعا قويا للطلبة من اجل ممارسة حقهم في التصويت اثناء فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	6
					تساهم المناقشات عبر موقع الفاسبوك حول المترشحين للانتخابات الرئاسية في اقتناع الطلبة بضرورة تجاوز الآراء و القرارات الافتراضية الى سلوك اقتراعي واقعي	7
					خلق موقع الفاسبوك لدى طلبة جامعة مولود معمري الرغبة في المشاركة في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024 و المساهمة في التغيير	8
					استخدام طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو الفاسبوك وسيلة لمتابعة و	9

					مشاهدة الاحداث السياسية و التفاعل معها بشكل كبير يدفعهم للانخراط في العملية الانتخابية	
					ساهم موقع الفايسبوك بتشكيل مواقف و اتجاهات طلبة جامعة مولود معمري نحو القرارات السياسية التي تتخذها الأطراف الفاعلة في البلاد خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	10

فهرس الاشكال:

رقم	عنوان الشكل	ص
01	الشكل رقم (01): يبين توزيع افراد العينة من حيث الجنس	76
02	الشكل رقم (02): بين توزيع افراد العينة من حيث السن	77
03	الشكل رقم (03): بين توزيع افراد العينة من حيث المستوى الدراسي	78
04	الشكل رقم (06): يمثل المواضيع التي يتم متابعتها على الفايسبوك خلال فترة الحملة الانتخابية الرئاسية 7 سبتمبر	82
05	الشكل رقم (07): يمثل تشكّل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين عند تصفح محتوى سياسي على الفايسبوك	94
06	الشكل رقم (08): يمثل درجة مساهمة التفاعل مع المحتويات السياسية على الفايسبوك في تحفيز المشاركة في الانتخابات الرئاسية لـ 7 سبتمبر 2024	112
07	الشكل رقم (09) يوضح اجابات افراد العينة حول عبارة تؤثر الآراء الداعية للتمثيل السياسي عبر موقع الفايسبوك دافعا قويا للطلبة من اجل ممارسة حقهم في التصويت اثناء فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	129
08	الشكل رقم (10): يمثل علاقة متغيرات الدراسة بفعالية الاعتماد على الفايسبوك للمشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية	139
09	الشكل رقم (11): يمثل علاقة متغيرات الدراسة بالفاسبوك كوسيلة فعالة لتحفيز طلبة مولود معمري وزو على المشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية لـ 7 سبتمبر 2024	145
10	الشكل رقم (12): يمثل علاقة متغيرات الدراسة بدرجة التفاعل مع المحتويات السياسية على الفايسبوك في التحفيز على المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	152
11	الشكل رقم (13): يمثل علاقة متغيرات الدراسة باستخدام طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو للفايسبوك كوسيلة لمتابعة ومشاهدة الاحداث السياسية والتفاعل بشكل كبير ما يدفعهم للانخراط في العملية الانتخابية	161

## فهرس الجداول:

رقم	عنوان الجدول	ص
1.	يبين توزيع افراد العينة من حيث الجنس	76
2.	بين توزيع افراد العينة من حيث السن	77
3.	بين توزيع افراد العينة من حيث المستوى الدراسي	78
4.	يوضح مدة الاستخدام اليومي لموقع فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية.	79
5.	يوضح استخدام موقع الفاسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية	80
6.	يوضح المواضيع التي يتم متابعتها على الفايسبوك خلال فترة الحملة الانتخابية الرئاسية 7 سبتمبر	81
7.	يوضح الدافع الرئيسي الذي يجعلك تستخدم موقع الفايسبوك لتعزيز المشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية 7 سبتمبر 2024	83
8.	يوضح فعالية الفيس بوك في تحفيز طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو على المشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية لـ 7 سبتمبر 2024	84
9.	يوضح استخدام الفيس بوك في فترة الانتخابات الرئاسية يزداد مقارنة بالفترات الأخرى	85
10.	يوضح نوع الحسابات السياسية التي تمت متابعتها خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	86
11.	يوضح فعالية اعتماد الفيس بوك للمشاركة السياسية خلال الحملة الانتخابية الرئاسية 7 سبتمبر 2024	87
12.	مساهمة الفايسبوك في تغيير الوعي السياسية في تغيير الوعي السياسي خلال الحملة الانتخابية الرئاسية 7 سبتمبر 2024	91

92	جدول يمثل خياؤات الذين اجابو بنعم	.13
96	يوضح تشكّل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين عند تصفح محتوى سياسي على الفاييسبوك	.14
98	يوضح يرجع سبب اعتماد على الفاسبوك لزيادة المعرفة السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.15
96	جدول يمثل خيارات الذين اجابو بنعم	.16
98	يوضح مساهمة المعلومات التي يتم الاطلاع عليها عبر موقع الفاييسبوك في بنا المعارف السياسية خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.17
99	يمثل خيارات الذين أجابوا بنعم	.18
101	يوضح استخدام الفاييسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ل 7 سبتمبر 2024 يعزز الشعور بالواجب والمسؤولية اتجاه القضايا السياسية	.19
102	يوضح المشاركة في أنشطة سياسية دعت إليها جهات معينة عبر منصة الفاييسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية. 7 سبتمبر 2024	.20
104	يوضح الفيس بوك يلعب دورا في تشكيل وعيك السياسي اثناء الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.21
105	يوضح تشجيع لفيس بوك على الانخراط في أنشطة تعزز المشاركة السياسية وتنمي الوعي السياسي اثناء فترة الحملات لانتخابية الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.22
108	يوضح وصف التفاعل مع المحتوى السياسي المنشور على الفاييسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.23
110	يوضح مواجهة خلافات او نقاشات حادة على الفاييسبوك بسبب المنشورات السياسية المتعلقة بالانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.24
112	يوضح درجة مساهمة التفاعل مع المحتويات السياسية على الفاييسبوك في تحفيز المشاركة في الانتخابات الرئاسية ل 7 سبتمبر 2024	.25
114	يوضح مواجهة خلافات او نقاشات حادة على الفاييسبوك بسبب المنشورات السياسية المتعلقة بالانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.26

115	يوضح طريقة تفاعل الطالب مع الانتخابات الرئاسية الجزائرية ليوم 7 /9/ 2024 من خلال متابعته لمجريات الحملة الانتخابية عبر الفايسبوك	.27
116	يوضح مساهمة التفاعلات على الفايسبوك في تغير المواقف و الآراء تجاه احد المترشحين خلال الحملة الانتخابية الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.28
118	يوضح نشر أو مشاركة دعوات للمشاركة في نشاط سياسي على الفايسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية ليوم 7 سبتمبر 2024	.29
121	يوضح إجابات افراد العينة حول عبارة يقدم الفايسبوك دافعا قويا للطلبة من اجل المشاركة السياسية فب الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.30
122	يوضح إجابات افراد العينة حول عبارة جعلك تصفح موقع الفايسبوك ترغب في ممارسة الأنشطة السياسية في البلاد خلال فترة الانتخابات الرئاسية 2024 طوعا وليس رغما عنك	.31
124	يوضح إجابات افراد عينة العينة حول عبارة حرية الراي التي يكرسها موقع الفايسبوك يجعل الطلبة أكثر رغبة في ابداء رأيهم وترجمته من خلال عملية المشاركة السياسية 7 سبتمبر 2024	.32
125	يوضح إجابات افراد العينة حول عبارة يمنح موقع الفايسبوك فرصة لتبادل الخبرات حول المترشحين للانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024 ما يمنح الطالب فرصة لاتخاذ القرارات الصائبة اثناء الاقتراع	.33
126	يوضح إجابات افراد العينة حول عبارة يساهم موقع الفايسبوك في تحفيز طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو على التعبير عن آرائهم حول الحكومة ومواقف الأحزاب السياسية بكل حرية وشفافية	.34
128	يوضح إجابات افراد العينة حول عبارة تؤثر الآراء الداعية للتمثيل السياسي عبر الفايسبوك دافعا قويا للطلبة من اجل ممارسة حقهم في التصويت اثناء فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.35

130	يوضح إجابات افراد عينة حول عبارة تساهم المناقشات عبر الفايسبوك حول المترشحين للانتخابات الرئاسية في اقناع الطلبة بضرورة تجاوز الآراء والقرارات الافتراضية الى اقتراعي واقعي	.36
132	يوضح إجابات افراد العينة حول عبارة خلق موقع الفايسبوك لدى طلبة جامعو مولود معمري تيزي وزو الرغبة في المشاركة في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024 والمساهمة في التغيير	.37
133	يوضح اراء افراد عينة حول عبارة استخدام طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو للفايسبوك كوسيلة لمتابعة ومشاهدة الاحداث السياسية والتفاعل معها بشكل كبير يدفعهم للانخراط في العملية الانتخابية	.38
135	يوضح إجابات افراد العينة حول عبارة ساهم موقع الفايسبوك بتشكيل مواقف واتجاهات طلبة جامعة معمري تيزي وزو نحو القرارات السياسية والأطراف الفاعلة في البلاد خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.39
138	يمثل علاقة متغيرات الدراسة بفعالية الاعتماد على الفايسبوك للمشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية	.40
141	يمثل علاقة متغيرات الدراسة بأماكن استخدام الفايسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية	.41
144	يمثل علاقة متغيرات الدراسة بالفاسبوك كوسيلة فعالة لتحفز طلبة جامعة مولود معمري تيزي وزو على المشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية ل 7 سبتمبر 2024	.42
147	يمثل علاقة متغيرات الدراسة بنوع الحسابات السياسية التي كنت تتابع خلال فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.43
149	يمثل علاقة متغيرات الدراسة الذي يجعل استخدام موقع الفايسبوك لتعزيز المشاركة السياسية اثناء الحملة الانتخابية 7 سبتمبر 2024	.44

151	يمثل علاقة متغيرات الدراسة بدرجة التفاعل مع المحتويات السياسية على الفايسبوك في التحفير على المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.45
154	يوضح علاقة متغيرات الدراسة بتشكل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين عند تصفحهم لمحتوى سياسي عبر الفايسبوك	.46
156	يوضح علاقة متغيرات الدراسة بدور الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي اثناء فترة الانتخابات الرئاسية 7 سبتمبر 2024	.47
158	يوضح علاقة متغيرات الدراسة بحرية الراي التي يكرسها موقع الفايسبوك والذي يجعل الطلبة أكثر رغبة في ابداء رأيهم وترجمته	.48
160	يمثل علاقة متغيرات الدراسة باستخدام طلبة جامع مولود معمري تيزي وزو للفايسبوك كوسيلة لمتابعة ومشاهدة الاحداث السياسية والتفاعل بشكل كبير ما يدفعهم للانخراط في العملية الانتخابية	.49

فهرس المحتويات:

ص	العنوان
	كلمة الشكر
	الاهداء
	الملخص
ا	مقدمة
<b>اليطار المنهجي</b>	
06	- الإشكالية وتساؤلات الدراسة
08	-أسباب اختيار الموضوع
09	-أهداف الدراسة
09	-اهمية الدراسة
10	-المفاهيم الأساسية للدراسة
15	- منهج الدراسة وادواته
16	- مجتمع البحث وعينة الدراسة
18	-الخلفية النظرية
23	- الدراسات السابقة

<b>لايطار النظري.</b>	
<b>35</b>	<b>الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي</b>
<b>35</b>	<b>المبحث الأول: مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي</b>
<b>36</b>	<b>المبحث الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي</b>
<b>37</b>	<b>المبحث الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي</b>
<b>41</b>	<b>المبحث الرابع: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي</b>
<b>44</b>	<b>الفصل الثاني: الاتصال السياسي ومواقع التواصل الاجتماعي</b>
<b>44</b>	<b>المبحث الأول: مفهوم ونشأة الاتصال السياسي</b>
<b>49</b>	<b>المبحث الثاني: وظائف الاتصال السياسي</b>
<b>50</b>	<b>المبحث الثالث: التأثير المتبادل بين الاتصال والسياسة</b>
<b>51</b>	<b>المبحث الرابع: موقع فيسبوك كقناة للاتصال السياسي في الفضاء الافتراضي</b>
<b>53</b>	<b>المبحث الخامس: الخطاب السياسي عبر موقع الفاسبوك</b>
<b>55</b>	<b>المبحث السادس: أهمية موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك الجانب السياسي</b>
<b>الفصل الثالث: الراي العام ومواقع التواصل الاجتماعي</b>	
<b>57</b>	<b>المبحث الأول: مفهوم الراي العام</b>
<b>58</b>	<b>المبحث الثاني: نشأة الراي العام</b>
<b>60</b>	<b>المبحث الثالث: خصائص الراي العام</b>
<b>61</b>	<b>المبحث الرابع: أساليب الراي العام</b>

63	المبحث الخامس: تطور الراي العام مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي
66	المبحث السادس: وظائف تكون الراي العام
68	المبحث السابع: دور الفاسبوك في تشكيل الراي العام
	الفصل الرابع: الايطار المفاهيم للمشاركة السياسية
70	المبحث الأول: مفهوم المشاركة الانتخابية
71	المبحث الثاني: أنواع المشاركة الانتخابية
72	المبحث الثالث: العوامل المؤثرة غفي المشاركة الانتخابية
72	المبحث الرابع: دور المشاركة الانتخابية في تعزيز الديمقراطية والتعددية السياسية
73	المبحث الخامس: أهمية المشاركة الانتخابية
	الايطار التطبيقي
76	التحلي الكمي لو الكيفي للجداول البسيطة
138	التحلي الكمي لو الكيفي للجداول المركبة
163	النتائج الجزئية
174	النتائج العامة
181	خاتمة
184	قائمة المراجع
	الملاحق
	فهرس الجداول
	فهرس الجداول
	فهرس المحتويات