

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



إستخدامات الأساتذة لموقع الفايسبوك في تشكيل رأي عام حول

الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12

دراسة ميدانية على أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

د/ بلقيي فطوم

إعداد الطالبة:

بلاعدة حليلة

السنة الجامعية: 2020/2019

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



إستخدامات الأساتذة الموقع الفايسبوك في تشكيل رأي عام حول

الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12

دراسة ميدانية على أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

إشراف :

د - بلقي فطوم

إعداد الطالبة:

بلاعدة حليلة

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اسم ولقب
رئيسا	جامعة محمدبوضياف - المسيلة	أستاذ محاضرة "أ"	بوعزيز بوبكر
مشرفا ومقررا	جامعة محمدبوضياف - المسيلة	أستاذة محاضرة "أ"	بلقي فطوم
ممتحنا	جامعة محمدبوضياف - المسيلة	أستاذ محاضرة "أ"	عبد الحميد بلعباس

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء :

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك و لا يطيب النهار إلا بطاعتك، و لا تطيب اللحظات

إلا بذكرك...و لا تطيب الآخرة إلا بعفوك و لا تطيب الجنة إلا برؤيتك يا الله.

إلى من بلغ الرسالة و أدى الأمانةو نصح الأمة ...إلى نبي الرحمة نور العالمين إلى سيدنا و حبيبنا
محمد صلى الله عليه و سلم.

إلى الشمعة التي تحترق لكي تضيء دربي و إلى التي قاسمتني أفراحي و أحزاني و تحملت هموم
الحياة من أجل سعادة فلذات أكبادها إلى من علمتني أن الحياة أمل و عمل، إليك يا نبع الحنان و رمز
العطاء و بحر الأمان، إلى التي سلمها الله مفاتيح جنته إلى آية وجودي و أعذب صوت علي مسمعي
إلى أجمل امرأة في الكون.

إلى أحلى كلمة على لساني أمي ...أمي ...أمي الغالية

إلى من فرش لي الأرض ورداً و زودني عبر الوقت جهداً إلى من لم يكن في الوجود مثيل من الدعم و
السند إلى الذي صنع من شقائه سعادتني و أفنى أيام حياته من أجلي و من أجل ان يراني أرتقي درجات
المجد و الكبرياء .إلى من أضاء لي دربي إلى الرجل الذي أعطى الكثير و لم يأخذ إلا القليل إلى أظهر
روح و أسمى نفس على وجه الأرض إلى من علمني أن الحياة كفاح و أن العلم وسيلة إلى مثلي الأعلى
أبي العزيز.

إلى حب الحياة و عطائها ، أملها إلى من أنفءل برؤية أعينهم و السعادة بضحكاتهم سندي في

الحياة إخوتي : علي - محمد - عبد الوهاب - سعيد .

و إلى كل أفراد عائلتي و أحبتي طالما آمنوا بنجاحي إلى حبيباتي أخواتي : مليكة - حياة - راضية -

خديجة

إلى توأم روحي و رفيقة دربي.... إلى صاحبة القلب الطيب و النوايا الصادقة.

إلى من رافقتني منذ أن حملنا حقائبنا الصغيرة، معك سرت الدرب خطوة بخطوة و ما تزال ترافقتني

حتى الآن أختي و صديقتي و حبيبتي : " دحماني فاطمة " .

دون أن أنسى الكتاكيت : خالد - يعقوب - أنفال - ساجدة - إسحاق.

إلى من ذكرهم قلبي و نسيهم قلمي فليعذروني.

شكر و عرفان:

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات و الحمد لله الذي بفضلته تمت هذه الكلمات ، و بقلم تقدير و احترام نرف خالص الشكر و العرفان بالفضل الكبير إلى أستاذتنا الفاضلة الدكتورة : " بلقي فطوم".

التي أشرفت على هذا العمل و تحملت جهدا و عناء فحرصت على قراءة كل كلمة فيها و مناقشة جميع أفكارها، مع إصراري الشديد على الالتزام الصارم بتوجيهاتها و إرشاداتها ، فإنها بريئة من كل الهفوات و النقائص و الأخطاء التي قد تكشف هذه رسالة نظريا و منهجيا و إمبريقيا و إني لأقر بمسؤوليتي الشخصية و المباشرة و الوحيدة على ذلك. كما نشكر كل من تعاون معنا و ساهم في إخراج هذا العمل إلى حيّز الوجود و أخص بالذكر الدكتورة: بلقي، مناصري، بوقرة، بوعزيز ، حمديني ، بوحيلة .

كما لا يفوتني أن أشكر كافة جميع الأساتذة في جامعة محمد بوضياف عامة و خاصة قسم علوم الإعلام و الاتصال.

و الله ولي التوفيق.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

إهداء

شكر وعرهان

فهرس المحتويات

فهرس الجداول والأشكال

مقدمة أ

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- 1-الإشكالية 4
- 2-أهمية الدراسة..... 5
- 3-أهلنا ف الدراسة 6
- 4-أسباب اختيار الموضوع 6
- 5-المدخل النظري للدراسة 7
- 6-تحديد المفاهيم 16
- 7-نوع الدراسة..... 18
- 8-منهج الدراسة 19
- 9-أدوات الدراسة 19
- 10-حدود الدراسة 21
- 11-مجتمع البحث وعينة الدراسة 22
- 12-الدراسات السابقة 22

الفصل الثاني: الإطار النظري

- المبحث الأول: ماهية موقع الفيسبوك Face book 30
- تمهيد 30
- المطلب الأول: نشأة و تطور شبكة الفيسبوك 30
- المطلب الثاني: خصائص ودوافع موقع الفيسبوك 31
- المطلب الثالث: إيجابيات وسلبيات موقع الفيسبوك 33

36 خلاصة
37 المبحث الثاني: ماهية الرأي العام
37 تمهيد:
37 المطلب الأول: نشأة الرأي العام:
39 المطلب الثاني: خصائص الرأي العام وأنواع الرأي العام
42 المطلب الثالث: وظائف الرأي العام ومراحل تكوينه.....
46 المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام.....
49 خلاصة:
	المبحث الثالث: أهمية مواقع تواصل الإجتماعي الفيسبوك في تشكيل الرأي العام نحو الإنتخابات
50 الرئاسة الجزائرية 2019.....
50 تمهيد:
50 المطلب الأول: دور مواقع تواصل الإجتماعي الفيسبوك في تشكيل الرأي العام.....
	المطلب الثاني: نموذج فعلية توضح دور مواقع التواصل الإجتماعي في تحويل الرأي العام الإلكتروني لراً ي عام
52 واقعي.....
54 المطلب الثالث: الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019.....
57 خلاصة.....

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

59 تمهيد
60 1 - عرض وتحليل البيانات
87 2 - نتائج الدراسة
89 التوصيات
91 الخاتمة
95 قائمة المصادر والمراجع
102 الملاحق

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
60	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	1
61	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة	2
62	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة	3
63	يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	4
64	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب إستخدام موقع الفاييسوك	5
65	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معدل إستخدام موقع الفاييسوك	6
66	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفترات المفضلة لتصفح الفاييسوك	7
66	يوضح توزيع أفراد العينة وفقا للمكان المفضل لتصفح الفاييسوك	8
67	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تصفح موقع الفاييسوك	9
68	يوضح توزيع أفراد العينة حسب عدد الأصدقاء	10
69	يوضح توزيع أفراد العينة حسب إستخدام موقع الفاييسوك	11
70	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المنشورات التي تثير إنتباه في الفاييسوك	12
70	يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة متابعة المواضيع السياسية في الفاييسوك	13
71	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات السياسية	14
72	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات السياسية المحققة لديهم	15
73	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مصداقية تصفح موقع الفاييسوك	16
75	يوضح توزيع أفراد العينة حسب إمكانية موقع من متابعة الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.	17
76	يوضح توزيع أفراد العينة حسب إمكانية الموقع في تغير التوجهات السياسية .	18
77	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متابعة الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019 عبر الفاييسوك .	19
78	يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيهم فيما نشر في موقع عبر الفاييسوك عن الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019 .	20
79	يوضح توزيع أفراد العينة كيف عبرو عن رأيهم حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019.	21

80	يوضح توزيع أفراد العينة حسب قدرة الموقع في تشكيل فضاء لنقاش القضايا السياسية كالإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.	22
82	يوضح رؤية أفراد العينة ضرورة إخفاء المناقشين لهويتهم عبر الموقع لمناقشة الأحداث المتعلقة بالإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.	23
83	يوضح توضيح أفراد العينة حسب دور الفاييسوك في تشكيل الرأي العام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.	24
84	يبين دور الفاييسوك في تشكيل الرأي العام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12	25
85	يبين توزيع أفراد العينة حسب فعالية الصفحات والمجموعات السياسية والإنضمام لها عبر الفاييسوك في تشكيل الرأي العام .	26

فهرس الأشكال :

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	60
2	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية	61
3	يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة	62

مقدمة

مقدمة:

تعد شبكة الأنترنت أحد أهم مظاهر تكنولوجيا الاتصال التي أحدثت تحولات هامة في تعاملات الناس لاسيما وأن شبكة الأنترنت لم تتوقف عند خدمات الجيل الأول بل تطورت لتشمل خدمات الجيل الثاني للويب، والتي من أهمها مواقع الشبكات الإجتماعية وشبكات التدوين المصغر والمدونات وغيرها من التطبيقات المختلفة التي عرفت إهتماما كبيرا من طرف مستخدمي الأنترنت لأنها منحت لهم فرصة للتواصل والتعبير والمشاركة وزادت من تقليص المسافات بين الأفراد .

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالشبكات الاجتماعية نوعا جديدا من أنواع الاتصال الذي نشأ وتبلور في بيئة الأنترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة حيث تلعب دورا بارزا في عملية تحصيل وتحليل الأخبار و المعلومات وتبادلها بين المستخدمين ، حيث يكون فيها المستخدم حلقة أساسية في بنائها وصياغتها وتبادلها على نطاق واسع، وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدورهم في إكساب عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات الوعي الاجتماعي والسياسي، فهي تقوم بدور فعال في إمداد الأفراد بكثير من الاتجاهات والمواقف والمساهمة في تشكيل وعيه وإعدادة ليكون أكثر قدرة على التأثير في الآخرين واستمالتهم .

وقد تعددت شبكات التواصل الاجتماعي على غرار تويتر و الانستغرام واليوتيوب والفيسبوك حيث شهد هذا الأخير حركة ديناميكية من التطور والإنتشار فهو وسيلة فعالة لا يكاد يستغني عنها المجتمع اليوم باعتبارها وسيلة هامة من وسائل الاتصال و تداول المعلومات ، وأصبح دوره يزداد يوما بعد يوم و يتضح ذلك من خلال تحريك الأحداث على الساحة المحلية و حتى الوطنية وكذا الدولية ككل على الرغم من أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي فقد استخدمت في بادئ الأمر للدردشة و كذا لتفريغ الشحون العاطفية بين الأفراد و لكن يبدو أن موجة النضج سرت في شرايين تلك الشبكات لأن استخدامها إمتد ليشمل النشاط السياسي .

لذا برزت أهمية موقع الفيسبوك في الال السياسي كمجال عام إفتراضي عن طريق السماح لأشخاص بإبداء آرائهم وأفكارهم مباشرة إلى الجمهور، حيث تتوفر فيه الحماية من القوانين الصعبة التي تواجهها وسائل الاتصال التقليدية كما تتميز بالسرية والمشاركة الديمقراطية والحرية السياسية، وخلققت ساحة مفتوحة للمطالبات الشعبية المستمرة بالإصلاح السياسي وكسرت القبضة الخانقة على وسائل الإعلام من قبل الدولة ، إضافة إلى التعبئة السياسية وإشراك جماعات جديدة مستعدة لممارسة العملية السياسية ، كما أصبحت مصدرا مهما

للمشاركة السياسية خاصة في الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 وكذا صياغة الرأي العام ومحاسبة الحكومات بطريقة غير متوقعة وإحداث التغيير . لهذا أصبح الرأي العام مؤشرا هاما لقياس مدى رضا القاعدة الشعبية على السياسة العامة للبلاد من جهة، بالإضافة إلى دوره في تشكيل روى وتوجهات ومواقف نحو القضايا المثارة، لذا شهد الرأي العام في الجزائر حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية تطورا هائلا بسبب عدد من المتغيرات أهمها الثورة التكنولوجية وماأتاحتها من فرص للتعبير عن الرأي بجرية ،وكذلك موجة الإحتجاجات والمظاهرات والإضرابات والعصيان المدني التي شهدها البلاد منذ 22 فيفري للتحقيق مطالب الشعب الجزائري وإجراء إنتخابات حرة ونزيهة كسائر الدول . وبناء على أهمية الموضوع وكل ماذكرناه سابقا جاءت هذه الدراسة لمحاولة البحث في إستخدامات الأساتذة لموقع الفيسبوك في تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.

لذا سنحاول من خلال دراستنا هذه التعرف على إستخدامات الأساتذة لموقع الفيسبوك لتشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 على أساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وذلك إنطلاقا من تطبيق نظرية الإستخدامات والإشباعات ونظرية الفضاء العمومي وكيفية إستخدام الأساتذة لهذه الشبكة حيث تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول وفق التسلسل المنهجي، حيث جاء في الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة ثم الإطار النظري والذي تم تقسيمه بدوره إلى ثلاثة مباحث حيث خصص في المبحث الأول عن ماهية الفيسبوك مكون من ثلاثة مطالب في المطلب الأول نشأة وتطور موقع الفيسبوك ، أما في المطلب الثاني خصائص ودوافع الفيسبوك ثم في المطلب الثالث إيجابيات وسلبيات موقع الفيسبوك، ثم بعد ذلك في المبحث الثاني تناولنا الرأي العام وقد قسم إلى أربع مطالب ، في المطلب الأول نشأة الرأي العام أما في المطلب الثاني خصائص وأنواع الرأي العام ،بعد ذلك المطلب الثالث وظائف الرأي العام ومراحل تكوينه، ليله المطلب الرابع بعنوان العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام ،ثم بعد ذلك في المبحث الثالث تطرقنا فيه إلى الإنتخابات الرئاسية الجزائرية ولقد قسم إلى ثلاث مطالب في المطلب الأول فكان بعنوان أهمية مواقع تواصل الإجتماعي الفيسبوك في تشكيل الرأي العام أما في المطلب الثاني فقد خصص إلى نماذج فعلية توضح دور مواقع التواصل الإجتماعي في تحويل الرأي العام الإلكتروني لرأي عام واقعي أما عن المطلب الأخير فتم التطرق إلى الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12، ثم الفصل الثالث والأخير كان بمثابة الإطار التطبيقي للدراسة ثم نتائج الدراسة المتوصل إليها والتوصيات .

الفصل الأول

الإطار المنهجي

- 1- الإشكالية .
- 2- أهمية الدراسة .
- 3- أهداف الدراسة .
- 4- أسباب إختيار الموضوع .
- 5- المدخل النظري للدراسة .
- 6- تحديد المفاهيم .
- 7- نوع الدراسة .
- 8- منهج الدراسة .
- 9- أدوات جمع البيانات .
- 10 - حدود الدراسة .
- 11 - مجتمع وعينة الدراسة .
- 12 - الدراسات السابقة .

1 - الإشكالية :

إن مواقع التواصل الإجتماعي هي النمط الأكثر شيوعا في السنوات الأخيرة وهي تتكاثر وتزداد باستمرار ولكن الأشهر إستخداما هي الفيسبوك وتوتير وماي سببسي في البلاد العربية عامة وخاصة في الجزائر يتفوق الفيسبوك ويحتل الصدارة ، لذا أصبح وسيلة فعالة لا يكاد يستغني عنها اتمتع اليوم بإعتبارها وسيلة هامة من وسائل الإتصال وتداول المعلومات حيث أتاح الفرصة لكل شرائح اتمتع على إختلاف مستوياتهم وأجناسهم وإتجاهلهم و نقل أفكارهم والتعبير عنها وإشباع حاجلم ودوافعهم المعرفية ، كما فتح مجالا واسعا أمام الأفراد للإطلاع والإلمام بمستجدات مختلف قضايا المثارة بل ومنحهم الفرصة الكاملة لطرح أي قضية أو فكرة يرغبون في تشكيل رأي عام إتجاهها .

حيث أتاح الفيسبوك فرص لتعزيز الديمقراطية و توسيع مساحة حرية الرأي و التعبير و مشاركة الفرد في مختلف الأحداث و المتغيرات التي تطرأ على اتمتع كما تساهم في بلورة الرأي العام حول القضايا الرئيسية التي تستحوذ على اهتمامات الرأي العام ، لأن الأغراض التي تستخدم لأجلها هذا الموقع قد توسعت كثيرا وشملت حتى النشاط السياسي كإنتخابات الرئاسية الجزائرية فهي تعبر عن أفكارهم والإيديولوجيات السياسية المرتبطة بمصالحهم ،وبذلك تسمح للناخب تجاوز القيم التقليدية السائدة في البيئة السياسية وتحقق مايسمى بديمقراطية التجمع أو الحق في التجمع، وتمنحهم القدرة على تنظيم أنفسهم في مجموعات تعبر عن توجهات ومصالح مشتركة وأن أبرز الأمثلة على ذلك وأقربا إلى الذهن ما حصل فيما يعرف بثورات الربيع العربي والإنتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2008 وكذلك في الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.

لهذا تعتبر الانتخابات عملية سياسية و ممارسة ديمقراطية ذات أهمية بالغة بحيث تؤكد على حرية الفرد في إختيار من يراه مناسب لتمثيله في السلطة،وعليه قد أصبح مطلب إجراء انتخابات حرة و نزيهة متطلبات تسعى الدول لتحقيقها باعتبارها معيار ومؤشر لقياس مدى ديمقراطيتها حيث شهدت الجزائر عدة إنتخابات رئاسية و كانت آخر هذه الرئاسيات التي عرفتها البلاد هي التي جرت سنة 2019/12/12، حيث مرت البلاد بفترة حساسة تتطلب تضافر جهود الجميع من الخروج منها بسلام خاصة وأن الأمر يتعلق بالانتخابات الرئاسية التي ستفرز رئيسا جديدا يقود البلاد.

وبذلك باتت شبكة الفايبوك ليست فقط وسيلة للتعبير عن الرأي أو وسيط يتم عبره التواصل السياسي لإبلاغ الرسائل للفئات الاجتماعية المختلفة، بل عاملاً أساسياً من عوامل تشكيل الرأي العام المؤثر على عموم الشعب، و المؤثر أيضا على الحياة السياسية التشريعية ، كما تعد الانتخابات الرئاسية في الجزائر

2019 أحد مشتقات مهمة جدا و التي ترتبط برهانات على مستوى كل الآلات التي تشكل مادة دسمة و موضوع يتطلب إتجاهات ورأي عام حوله لدى المواطن الجزائري بسبب خصوصية الموقع الفيسبوك وانتشارها و تطورها و تعاضلها الكبير لدى الفرد ، حيث شكلت هذه الصفحات مجال لتبادل الأخبار و المعلومات و الإدلاء و المشاركة بما يريده من معلومات حول اهتمامه إلى جانب حلقة و فضاء و ساحة للنقاش و الحوار.

وعلى ضوء ماسبق سنحاول في هذه الدراسة التعرف على إستخدامات الأساتذة لموقع الفيسبوك ودوره في تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12، والكشف عن مواقف وأراء الرأي العام إزاء هذا الموقع وكذا دوافع التعرض لهذا الموقع أثناء فترة الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019 بالإضافة إلى الإشباع المحققة نتيجة إستخدام لذلك:

وهذا بعد الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: مامدى إستخدامات الأساتذة لموقع الفيسبوك في تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12؟
وتتفرع عدة تساؤلات فرعية عن التساؤل الرئيسي وهي :

- ماهي أنماط وعادات إستخدام أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة لموقع الفيسبوك ودوره في تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12؟

- ماهي دوافع إستخدام أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة لموقع الفيسبوك في تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12؟ وماهي الإشباع المحققة من هذا الإستخدام؟

- ماهو رأي الأساتذة في موقع الفيسبوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية؟

- ماهي أراء الأساتذة حول موقع الفيسبوك لتشكيل رأي عام نحو الإنتخابات الرئاسية 2019/12/12؟

2- أهمية الدراسة:

إن أهمية أي دراسة تتجلى من خلال مدى مساهمتها في إبراز المشكلة المطروحة بعد تحديد كل متغيرا تحديدا دقيقاً و التي تشكل الوحدة البحثية لتسهل معرفة القيمة العلمية و التطبيقية للدراسة ككل، و تأتي أهمية الدراسة في كونا تناقش موضوعاً حيويًا انعكست آثاره في الوقت الراهن على اتمع الجزائري ،

كما يعد من أهم المواضيع الحديثة و المستجدة على الساحة الوطنية الذي لفت الانتباه الكثير من الباحثين و المفكرين لكونه يعالج نشاط اتصال سياسي عبر موقع الفايسبوك و بالإضافة إلى أهمية هذا الموقع في تشكيل الرأي العام و تكوينه، إذ يعد من إحدى مستجدات التكنولوجيا الرأي العام في الحصول على المعلومات المفيدة التي تخدم القضايا السياسية خاصة الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 و ذلك نظراً لبداية عام 2019م إنشغل الرأي العام الجزائري و معه الوسط السياسي بالانتخابات الرئاسية حيث ، سارت معلومات متضاربة حول إجرائها في موعدها أو التمديد و هذا التضارب في المعلومات تزامن مع الخلافات السياسية الحادة و المرتبطة باستمرار الفراغ الرئاسي و عدم انتخاب رئيس جديد و خروج المواطنين في حراك شعبي.

3- أهداف الدراسة:

للقيام بأي دراسة علمية يجب على الباحث تحديد أهداف يسعى من خلالها لتحقيق مجموعة من المبادئ و الأهداف حتى تكون لها مصداقية ، لأن الدراسة بلا أهداف لا تحقق و لا تؤدي التحكم في الموضوع الذي حددت أهدافه المرجو الوصول إليها من خلال هاته الدراسة و المتمثلة في:

- معرفة أنماط و عادات استخدام أساتذة علوم الاعلام و الاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة لموقع الفيسبوكفي تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.
- التعرف على دوافع استخدام أساتذة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة و كذا الاشباع المحققة من خلال استخدام موقع الفايسبوك أثناء الانتخابات الرئاسية 2019.
- الكشف على رأي الأساتذة في موقع الفايسبوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية بصفة عامة .
- معرفة آراء الأساتذة حول موقع الفايسبوكفي تشكيل رأي عام نحو الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.

4-أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار موضوع البحث ليس بالأمر السهل ، بل هو قرار يسبقه الكثير من التمحيص و الملاحظات فضلاً على الاطلاع الواسع على كل ما له علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالموضوع، و تعتبر مرحلة اختيار موضوع الدراسة من المراحل الحساسة و المهمة في البحث العلمي فعليها يتوقف نجاح مسار الدراسة برتمته و قد تكون هذه الأسباب إما متعلقة بشخص الباحث أو تكون موضوعية متصلة بموضوع البحث و من الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار موضوع الدراسة نجد مايلي:

4-1 - الأسباب الذاتية:

- الميل و الرغبة في البحث في مواضيع ذات بعد إتصال سياسي وطني.
- الرغبة الذاتية في معرفة دور موقع الفايسبوك في الجانب السياسي و مدى حرته و معالجته لمواضيع ذات طابع سياسي.
- الاهتمام الذاتي بالفايسبوك و تعامله الدائم و المتواصل مع الموقع ما سهل لي السير في هذا الموضوع و البحث فيه.

4-2 - الأسباب الموضوعية:

- تحول موقع الفايسبوك إلى فضاء سياسي تتم فيه مناقشة مختلف القضايا خصوصا حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019.
- ندرة المادة العلمية للدراسات البحثية المتعلقة بموقع الفايسبوك فيتشكيل رأي عام نحو الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12، ومن هنا جاءت هذه الدراسة لمحاولة للوقوف على رأي أساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال حول موقع الفايسبوك لتشكيل رأي عام .
- الاستخدام الكبير لموقع الفايسبوك من قبل دول العالم من بينها الجزائر و خاصة في السنوات الأخيرة في مجال نقل المعلومة السياسية و نقاش حول المستجدات التي يطرحها كإلانتخابات الرئاسية 2019.

5 - المدخل النظري للدراسة:**5-1 - نظرية الاستخدامات و الاشباعات:**

- لقد اختلفت النظريات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال على سلوكات واتجاهات الأفراد، و تعددت النماذج التي درست التأثير التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيرية ؟ و التي كانت أهمها المدخل الوظيفي الذي حاول تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال ؟ و الذي يقوم كذلك على أن الجمهور يطلب ما يحتاج إليه من مواد إعلامية من أجل خدمة أهدافه وإشباع رغباته، و في نفس الوقت ظهرت نظرية الاستخدامات و الإشباعات و التي تركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور من منظور دراسة وظيفية منتظمة (محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، 2004، ص 270).
- و ترى نظرية الاستخدامات و الاشباعات أن الجمهور بإمكانه اختيار الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها إضافة إلى المحتويات التي تتضمنها هذه الوسيلة و في نفس السياق ينطلق المدخل من دوافع

استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بناء على الدور الإيجابي الذي يلعبونه في عملية الاتصال ، بفضل الخصائص التي يتميز بها هذا الجمهور و المتمثلة في الإيجابية. النشاط ، الاختيار الواعي، التفكير الجيد.

(حسن عماد مكاوي، 2005، ص:240).

ويعد Elihkatz عام 1959م أول من وضع اللبنة الأولى في بناء نظرية أو يمثل التصور الجديد لنظرية الاستخدامات و الاشباع، و الذي جاء في مقال ردّ فيه على رؤية "برنارد بيرلسون" و التي أكدت موت حقل بحوث الإعلام، و أشار " كاتر " إلى أن أبحاث الإعلام أصبحت فعلا تبدو و كأنها كذلك خاصة الأبحاث المتعلقة بالإقناع والتي استهدفت أغلبها إختبار تأثير الحملات الاقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة الإعلامية بالناس ولا بد أن ندرس لماذا يستخدم الناس وسائل الاتصال، و هو الاقتراح الذي يرتبط بوجود استعمال نظرية الاستخدامات و الاشباع و الذي يدرس الحاجات التي يحققها الناس من إستخدامهم لوسائل الاتصال و الدوافع التي تجعلهم يقبلون عليها (محمد عبد الحميد، 2004، ص:270).

وافترض " كاتر " في نفس العام 1959 م أن قيم الأفراد واهتمامهم و مشاكلهم و دورهم الاجتماعي تسيطر في عملية التعرف لوسائل الاتصال كما توجههم إلى ما يرونه وما يشاهدونه.

وفي تناوله لهذه الدراسات رأى (ماكويل، Mcquil) أن هناك العديد من أوجه الشبه والتشابه بين هذه البحوث، فيما يتعلق بمستويات التعرض والاشباع في إجراء استخدام وسائل الإتصال و التي تتجلى في إشباع الحاجات المرتبطة بالظروف الاجتماعية و النفسية للأفراد عند تعرضهم لبرامج وسائل الاتصال مثل إكتساب الأخبار و المعلومات الجديدة و التي تتم بالمحيط الذي يعيشون فيه، و بفضل هذه الدراسات أصبح من الممكن تفسير الحاجات التي تلبىها وسائل الإتصال للأفراد. (حسن عماد مكاوي، الشريف سامي، 2000، ص 207).

- فروض النظرية:

و يمكن أن نلخص الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات و الاشباع وفق نموذج " كاتر" و زملاؤه في النقاط الآتية:

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

2. يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

3. تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات.
4. الجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام، لأنه هو الذي يحدد إهتمامه و حاجاته و دوافعه و بالتالي اختيار وسائل التي تشبع حاجاته.
5. الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه. (محمد عبد الحميد، 2004، 284).

- أهداف النظرية:

- و تحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاث أهداف أساسية:
1. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال والإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور والشعب الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
 - (حسن عماد مكاوي، 2005، ص241).
 2. شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة في هذا التعرض.
 3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام مدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
 - (عبد الحكيم، 2004، ص 126).

- عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

يتضمن نموذج الاستخدامات و الإشباعات على خمسة عناصر و هي كآآتي:

1. الجمهور النشط:

- الجمهور النشط وفقا لنظرية الاستخدامات والإشباعات يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته و أهدافه لديه الوعي الذي يمكنه أن يحدد بوضوح الأسباب التي تدفعه لإستخدام هذه الوسائل ومنها يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذه النظرية.
- وقد أضافت الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بعداً جديداً لهذه المستويات، حيث عمقت من مفهومها وأضافت معاني جديدة لكل من الانتقائية والاستغراق الذي يشغل متصفح الأنترنت بشكل لا يوجد مع وسيلة أخرى، والإيجابية التي يمارسها القائمون بالتصفح على مواقع الأنترنت. (رضا أمين، 2007، ص73).
- #### 2. الأصول النفسية و الاجتماعية:

لقد أدى ظهور الإدراك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الانماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم و يفسرون وسائل الإعلام بطرق مختلفة و متباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وأن تحدد أصول كثيرة من استخدامات وسائل الإعلام.

(حمدي حسين، 1991، ص21).

3. توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

تشير بحوث الاستخدامات والإشباعات إلى أن استخدام وسائل الإعلام يحقق مكافآت ويمكن توقعها أو التنبؤ بها من جانب أعضاء الجمهور على أساس تجارب الماضية مع هذه الوسائل هذه المكافآت يمكن اعتبارها نفسية قام الأفراد بتقييمها. (سهام نصار ، 2002 ، ص 235)

4. إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام:

وفق نظرية الاستخدامات والإشباعات يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لإستخدام وسائل الإعلام، بغية الحصول على نتائج يطلق عليها إشباعات .

(حسن عماد مكاوي، ليلي السيد، 2003، ص 248-249).

5.دوافع الاستخدامات: تستخدم كلمة دافع في الحياة المعاشة بمعان متعددة أعم وأشمل من معناها السيكولوجي فتمثل الحاجات، الحوافز، المثبرات والبواعث، والعادات والأهداف والانفعالات، في حين يشير معناها السيكولوجي إلى درجة التغيير أو التعديل الذي يطرأ على السلوك البشري وفقاً لتعرضه لعمليات معينة، فالدافع إذعبارة عن ميل قوي للبحث عن هدف أو مجموعة من الأهداف وتحقيقها.

(مرفت الطريشي، عبد العزيز السيد، 2006، ص269).

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات:

لقد تعرض مدخل الاستخدامات والاشباعات إلى مجموعة من الانتقادات وهذا بالنظر إلى المعلومات القليلة التي قدمها وهو احتياجات الجمهور من وسائل الإعلام حيث لم يتطرق المدخل الأسباب الحقيقية التي تدفع بالفرد على اختبار نوع الرسالة الإعلامية خاصة الأسباب الذاتية و ينتقد بعض الباحثين نظرية الاستخدامات والاشباعات لكونه أعاد صياغة نظريات أخرى كنظرية الفروق الفردية و نظرية التأثير الإنتقائي.

(ملفيندفلير1993، ص 267).

بالإضافة إلى أن المدخل يعد استراتيجية لجميع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي تكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الرسالة الإعلامية فضلاً عن الاختلافات التي تتخلل تحديد المصطلحات و المفاهيم المكونة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات مثل مفهوم الحاجات **Needs** و من أهم الانتقادات التي وجهت لنظرية نجد: (محمد عبد الحميد، 2004، ص 291).

1. تتبنى نظرية الاستخدامات والاشباعات مفاهيم تتسم بشي من المرونة مثل: الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، وهو ما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية بسبب اختلافات التعريفات .

2. تعدد الحاجات الخاصة بالفرد بين فيسيولوجية واجتماعية و نفسية، بحيث تختلف لأهميتها من فرد لآخر و من أجل تحقيق هذه الحاجات تتعدد طرق و أنماط التعرض لوسائل الاتصال واختيار محتواها.

3. تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباعات استخدام أفراد الجمهور لوسائل الاعلام استخدام هادف و مقصود، لكن هناك من يرى أن استخدام الوسيلة الإعلامية يكون غير هادف في أحيان أخرى.

4. تعتمد البحوث التي تستند على نظرية الاستخدامات والاشباعات إلى الدور الوظيفي لوسائل الاتصال من منظور فردي في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق لبعض الأفراد و تحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر (محمود حسين ، إسماعيل ، 2003، ص 262).

5. تصور النظرية أن الجمهور على أنه نشط وفعال و عنيد، ومع أنه هناك شكوك كثيرة حول افتراضات الجمهور النشط والفعال، كما أن هذه الفكرة لا تتفق مع نموذج لتمع الجماهيري.

(مرفت الطريشي، عبد العزيز السيد، 2006، ص 256-257).

6. تفترض أن سلوك الاتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الداعي و العقلاني ، إلا أن الملاحظ عادة وأن عادات الاستخدام هي الموجهة له، وأن تواجد فلسفة الاستخدامات و الاشباعات باستمرار مسألة وقوة تأثير مضمون الاتصال (فضيل دليو، 2003، ص 31، 32).

5 - 2 نظرية الفضاء العمومي :

كان مفهوم الفضاء العمومي وما زال من أصعب وأعقد المفاهيم التي شغلت إهتمام الكثير من الباحثين في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية عامة والاتصالية خاصة، بالنظر لما تتميز به من خصائص ساهمت في بناء وتنظيم وتسيير اتمعات لذلك حلل ونقش ونظر إليه بزواية مختلفة بإعتباره مفهوم دائم الحركة و التنقل و التغيير متخذاً عدة أشكال و أساليب متنوعة لتأدية أدوار مختلفة تطبع الزمان والمكان المختويان له .

بحيث تشير معظم وجهات النظر بأن ظهور مفهوم مجال العام يعود إلى كتابات المفكر الألماني "يورغن هابرماس" في بداية الستينيات من القرن الماضي ، حيث قام بدراسة تاريخية سوسولوجية لتغيرات الهيكلية في الال العام البرجوازي منذ نشأته إلى العصر الحديث وتتبع في هذه الدراسة ظهور وتطور مبدأ الإشهار كإحدى الأسس الشرعية للممارسة الرقابة على السلطات السياسية من طرف أفراد الطبقة البرجوازية كما تناول كيفية ظهور الال الخاص البرجوازي خلال القرن الثامن عشر ميلادي وكيف تحول من نوادي أدبية إلى مجال نقاش سياسي بعد الثورة الفر نسبية حيث رأى أن تسييس الحياة الإجتماعية ساهم في تحول الال البرجوازي إلى سلطة مضادة إلى سلطة دولة بفضل إنتشار صحافة الرأي والكفاح ضد الرقابة التي كانت تفرضها سلطات الدولة على حرية التعبير . (دريس نوري ، 2007، ص ص 49،48)

وقد ساهمت الثورة الاتصالية والتكنولوجية الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها الأنترنت في ظهور فضاء عام إجتماعي جديد يخضع لمثالية هابرماس إلى حد كبير حيث القضايا العامة ومعارضة النظم السياسية التي ينتمون إليها وهو ما يطلق عليها العض الفضاء المعلوماتي وإذا كان الفضاء العمومي كما تحدث عنه هابرماس يعني ذلك الال الذي يتم فيه التحوار والمناقشة وتبادل وإمكانية التواصل وتفاعل لمناقشة قضايا مجتمعهم المختلفة فإن فضاءات الأنترنت الاتصالية تعد تجسيد فعلي لما تحدث عنه هابرماس وبالخصوص فضاء التدوين الذي ينتعش بالحوارات والنقاشات العديدة بين أطراف و شرائح من تتمتع بدءا من المواطن العادي والصحفي ، وصولا إلى السياسي ، وهو ما يجعله وفقا للباحثين يعتبر الفضاء العمومي الأمثل الذي يجسد الفضاء العمومي . (إبراهيم بعزیز ، 2011 ، ص 48)

وقد إهتم هابرماس بالفضاء العمومي بوصفه فضاء لقضايا الشأن العام ، قضايا التواصل وعالم المعيش ففيه يتم إعلان عن المواطنة والفعل السياسي والديمقراطي المبني على الحوار وتبادل الآراء وصياغة الرأي العام المضاد للسلطة في إتجاه بناء قوة مضادة لدولة فإذا كانت الحركات الإجتماعية الجديدة قوة مضادة في وجه السلطة بمختلف أنواعها ، فلما بذلك تسعى إلى بناء سلطة نقيض بمثابة حارس لقيم الكونية ، والمحافظة كينونة الفرد بوصفه كائن إجتماعيا وسياسيا . (رشيد العلوي ، د،س ، ص 9)

وتفترض نظرية الفضاء العمومي ألا يكون هناك آلية قيود من قبل السلطة السياسية التي تحد من العملية التفاعلية داخل الال العام ، فالعملية التنويرية التي تتم بداخله تكسب الأفراد المشاركين معنى جديد للمشاركة يعكس عقلا نيتهم أثناء الحوار .

وأشار " هابرماس" أن هناك أربعة إفتراضات لتشكيل الفضاء العمومي وهي :

- اتاحة حيز ما للأفراد ، يمكنهم من المناقشة والحوار حول القضايا الهامة ، وتبادل المعلومات والآراء بناء على مبدأ المساواة، فالمستوى الاجتماعي والإقتصادي لديهم لم يمثل شرط من شروط المشاركة في الحوار .
- يرى أن تعدد كثرة وتعدد الجماهير في مجالات عامة ومتعددة يبتعد عن فكرة المال العام الديمقراطي الذي ينبغي أن يكون مجال عام واحد شامل يربط بين جميع الأفراد في التمتع .
- يرى أن النقاش العام الذي يتم في المال العام ينبغي أن يقتصر على الإهتمام بالحوار عن القضايا الهامة الشائعة المعنية لصالح العامة .

- أن إطار العمل الديمقراطي للمجال العام يتطلب إنفصال تام بين اتمتع المدني والدولة .
ومع تطور وسائل الاتصال وظهور شبكة الأنترنت ، برز على ساحة مجال عام جعل الأفراد يصلون بشكل مباشر لمنتهى عالمي يمكنه من التعبير الحر والمناقشة المفتوحة دون وساطة أو إختيار أرقابة يسمى بالمال العام الافتراضي ، قد ساهمت شبكات الإجتماعية وتطبيقا خاصة الفيسبوك في خلق هذا المال وسهلت تبادل المحتوى الإلكتروني ، كما أصبحت وسيلة لتعبير عن الإحتجاجات الطلابية والجماهيرية ومتابعة الأداء الحكومي من قبل الأفراد ، والحصول على المعلومات السياسية وفهم الواقع السياسي بأبعاده المختلفة ، إلى جانب تمكين المواطنين من إتخاذ القرارات بشأن أحد المرشحين أو السياسين أو القضايا والمشاركة بفاعلية في مناقشات السياسية .

- تطبيق نظريات على موضوع الدراسة:

في ظل التطورات التي تشهدها شبكة الانترنت فإن العديد من نظريات تشكيل الرأي العام لم تتوسع لمواكبة هذه التغيرات، وهذا ما جعل نظرية الاستخدامات والاشباعات تنصدر العديد من البحوث التي تدرس إستخدام شبكة الإنترنت، التي تأتي في مقدمتها إستخدام الاتصال التفاعلي، باعتبار أن الدخول لشبكة الأنترنت هو أحد بدائل الإستخدام التي يختار الفرد من بينها تلبية حاجاته و رغباته، و ذلك لسهولة التطبيق الفروض الخاصة بنظرية الإستخدامات و الاشباعات في هذه البحوث و الدراسات.

وتعتبر نظرية الاستخدامات و الاشباعات الأكثر ملائمة لدراسة واستخدام الأنترنت و حسب "رايس ووليمز Williams, Rice" فإن الإعلام الجديد يعتبر ساحة خصبة للإختبار العديد من النظريات والنماذج منها نظرية الاستخدامات والإشباعات في ظل ما تحويه الأنترنت.

ونظرية الاستخدامات والإشباعات تساعد في دراسة استخدامات واشباعات الأفراد لموقع الفيسبوك، تأثير هذه الشبكة الجديدة على الأفراد و على استخدامهم لوسائل الاتصال التقليدية.

(صلاح محمد أبو صلاح، 2014، ص 68).

ويأتي اعتماد الدراسة على هذه النظرية من خلال محاولة التعرف على عادات و أنماط استخدام موقع الفيسبوك لدى أساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال (أفراد العينة)، و طبيعة هذا الاستخدام، و التعرف على الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء استخدام الأساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال لهذا الموقع و الإشباع المحققة منه كل هذا في تشكيل الرأي العام حول الانتخابات الرئاسية 2019/12/12.

واستنادنا من النظرية من خلال تقييم دوافع استخدام أساتذة الإعلام و الاتصال بجامعة المسيلة لموقع الفيسبوك وكذلك الاشباع المحققة من الاستخدام و بناء الفروض و معرفة العلاقات بين المتغيرات وربطها ببعضها البعض ، من خلال السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الباحثون الفيسبوك وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار و يستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته و كذا شرح دوافع تعرض الباحثين للفيسبوك للتواصل و التفاعل الذي يحدث هذا نتيجة التعرض.

فمن مزايا هذه النظرية أنه يحقق لنا مجالاً لمعرفة كيفية استخدام الأساتذة للموقع ، كذا مجالاً رجا للاختيار السلوك الاتصالي للأساتذة ، فإن سرعة انتشار التكنولوجيا الانترنت وتطبيقا، وكذلك طبيعتها التفاعلية جعلت الباحثين يتطرقون لدراسة هذه الشبكات أو المواقع وتفاعلها الاجتماعي مع مختلف الشرائح من خلال نظرية الاستخدامات و الاشباع التي تنطلق منها مسلمة أساسية وجوهريّة و هي تفاعل الجمهور إيجابيته مع وسائل الإعلام و الاتصال التي يستهلكها منها شبكة الفيسبوك التي تساعد على تحقيق جملة من الاشباع لدى مستخدميها وهم الأساتذة الجامعيين في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمدبوضيف، من خلال تبادل الآراء و الأفكار والحوار و النقاش حول القضايا الراهنة الخصبية كالانتخابات الرئاسية 2019/12/12 وما أفرزته من نقاشات.

وقد إعتدنا أيضا على نظرية الفضاء العمومي خاصة الافتراضي لتحدث على أكثر القضايا التي أثّرت في الفضاء الإلكتروني الجزائري ووضحت فعاليته ودوره وحقق من خلالها الرأي العام الجزائري مكاسب إنتقلت بضغطها من عالم الافتراضي ومنصات الإعلام الافتراضي إلى توجيه وقيادة الرأي العام الجزائري ، وبذلك القيام برد فعل قوي وهي الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019 التي انتشرت عبر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، لهذا يعتبر مجال عام لتكوين الرأي العام وهو يتطلب شرعية السلطة لتفعيل آلية ديمقراطية ، فهو يبرز الآراء والإتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، وتقوم نظرية الفضاء العمومي في بنيتها الجديدة على محاولة فهم حدود الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة في إتاحة النقاش العام وتسهيل

بلورة توافقات تعبر عن الرأي العام النشط ، وبحيث تكون إطار نظريا متكاملا يمكنه من توضيح الدور الذي تقوم به هذه الوسائل خاصة مواقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك في إدارة وتوجيه النقاش السياسي والإجتماعي في اتمع من أجل تعزيز المشاركة العامة وترشيد مداخلات صناعة القرار وصولا إلى دعم كفاءة الفعل الديمقراطي في اتمعات عبر بلورة الرأي العام يحظى بألويات تحظى بإتفاق جماهيري وتمنح الشرعية لعمليات السياسية المختلفة . (عادل عبد الصادق ، 2010)

6- تحديد المفاهيم :

6-1 الإستخدام:

أ - لغة:

إستخدامه فأخدمه استوهبه خادما فوهبه له، و يقال استخدمه أي سألته أن يخدمني.

(ابن المنظور، 711هـ - ص 69).

ومنه نجد أن الإستخدام في اللغة يشير إلى اتخاذ شخص ما، أو حتى شيء معين من أجل الإسفاده من الخدمات التي يقدمها، و تسخيرها لتحقيق جملة من الأهداف المتنوعة أو الاشباع التي ترضي الشخص.
(فريد بن زايد، 2009، ص ص 16، 17).

ب - اصطلاحاً :

يعرفه "يافيس فرانسو لوكودياديك بأنه: " نشاط اجتماعي يتحول نشاط عادي في اتمع بفضل التكرار وبتكرار الاستعمال واندماجه في ممارسات وعادات الفرد يمكن القول بأن الاستخدام وسيلة إعلامية وما يتحدد بالخلفيات الديموغرافية والاقتصادية للأفراد، فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر سيرورة الإستخدام". (بابي الطاهر، 2013، ص 29)

ج - التعريف الإجرائي:

يقصد بالاستخدام في دراستنا إستخدامات الأساتذة لموقع شبكة الفايسبوك ودوره في تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.

6-2 - الفيسبوك Face book :

أ - اصطلاحاً:

يعرف بأنه أحد مواقع التواصل الاجتماعي و التي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية من خلال الربط Facebook وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل القدرات من خلال أدوات تقنية تفاعلية (علاء الدحود، 2012، ص 50).

و يعرف فيس بوك أيضا على أنه موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً و تديره شركة "فيس بوك " محدودة المسؤولية كما كية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الإنضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة وجهة العمل أو المدرسة أو الإقليم و ذلك من خلال و من أجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم.

(فتحي حسين عامر، 2011، ص 203).

ب - تعريف الإجرائي:

ذلك الموقع المتاح عبر الانترنت يسجل فيه الأفراد من خلال فتح حساب خاص على مستواه، و يتيح للفرد التفاعل مع الأفراد و الموعات المسجلين على الشبكة من خلال النشر و المشاركة، و التعليق و الدردشة، تجاوز الوظيفة الإجتماعية فأصبح الفيسبوك وسيلة للتعبير وتم بالقضايا السياسية والإنتخابية ، أداة سياسية للتغيير و هذا دلالة واضحة على أن الذي يجري اليوم هو شيء يختلف تماما عما هو مألوف، فلم يصبح دوره نقل الأحداث و ما يجري فقط، و إنما يقوم بصنع القرار و يلعب دورا في و تشكيل الرأي العام وتحريك المواطنين نحو القضايا السياسية بصفة عامة و خاصة الانتخابات الرئاسية الجزائرية كحدث سياسي هام في الدولة الجزائرية 2019/12/12.

6 - 3 الرأي العام:

أ - لغة: ينقسم إلى كلمتين رأي و عام، و يعرف الرأي لغة بأنه لفظ يدل على الاعتقاد بشأن موضوع ما و العقل و التدبير و النظر و التأمل، أما كلمة عام فتقال للعام من كل أمر و هو عكس خاص أي عدد كبير من الناس، و يقال شيء عميم أي تام و عمهم لأمر أي شملهم و العامة خلاف الخاصة، و قيل الخلق الكبير و العام تعني الجماعات المتفرقون (بوضياف سهيلة، 2008، ص 23).

ب - إصطلاحا:

تعريف جون ستيورات ميل : أن ما يريده اتمتع أو الجزء السائد أو ما لا يريده يعتبر الأمر الحاكم

الذي يقود بصفة عملية القواعد التي يجب مراعاتها، و عدم تعرضها مع القانون الدولي أو الرأي العام.

(غازي بايعة، 1987، ص 12).

ويعرف **DooB**: أنه ميول الناس نحو قضية ما كان هؤلاء الناس من فئة اجتماعية واحدة.

(ميلود سفاري، 2003، ص 103)

ويعرفه الفيلسوف **فيلاندر**: **الرأي العام** ليس رأي الشعب بأكمله : بل يصح أن نعتبره رأي طبقة لها

الغالبية و القوة بين طبقات الشعب الأخرى (مختار التهامي و عاطف عدلي العبد، 2005، ص 18)

- **التعريف الإجرائي**: في دراستنا هو الاتفاق بين أغلبية مستخدمي الفيسبوك حول القضايا السياسية والوطنية كالانتخابات الرئاسية، حيث يتشكل رأي عام من خلال اعتماد شبكة الفيسبوك كمصدر للمعلومات حول القضايا المتعلقة بالانتخابات، ثم تطرح فيه القضايا السياسية للنقاش بشكل عقلائي وجددي، يتم اتخاذ موقف يظهر في شكل سلوك سواء في العالم الافتراضي أو الواقعي وسنركز في دراستنا أكثر على شبكة الفيسبوك كفضاء عام لنقاس قضايا لا سيما في ظل حالة الحراك الشعبي السياسي الذي شهدته الساحة السياسية في الجزائر و كذا دخول في معترك استحقاقات سياسية كبرى، وسيلة لتشكيل الرأي العام في الجزائر وذلك من خلال استخدامات أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة لشبكة فايسبوك واشباعات المحققة منها.

6-4 تعريف الانتخابات الرئاسية :

أ - **لغة**: يقال في اللغة نخب أي انتخب الشيء: انتزعه أخذ نخبته والنخبة، ما اختار منه، نخبة القوم، ونخبتهم: خيارهم، قال "الأصمعي": يقال هم نخبة القوم، ويقال هم نخبة القوم، ويقال جاء في نخب أصحابه، أي في خيارهم، والانتخاب: الاختيار والانتقاء، ومنه النخبة وهم الجماعة تختار من الرجال فتنتزع منهم، وفي حديث "علي عليه السلام"، وقيل عمر: وخرجنا في النخبة، النخبة بالضم: المنتخبون من الناس والمنتخبون في حديث ابن الأكوع: انتخب من القوم مائة رجل، ونخبة المتاع، المختار ينتزع منه.(ابن منظور، د.ت ، ص 79).

أما معجم الوسيط فقد ذكر في باب نخب، نخباء: أخذ نخبه الشيء وانتخبه، واختاره وانتقاه، أي اختاره بإعطائه صوته في الانتخاب، الانتخاب: الاختيار إجراء قانوني يحدد نظامه و وقته و مكانه في دستور أو لائحة ليختار على مقتضاه شخص أو أكثر لرئاسة مجلس أو نقابة أو ندوة أو لعضويتها أو نحو ذلك، والمنتخب: من له حق التصويت في الانتخاب و المنتخب: من أعطي الصوت في الانتخابات و من نال أكثر الأصوات فكان هو المختار.(مجمع اللغة العربية، د.ت . ص 908)

بب - تعريف الإجرائي :

هي الأداة لإختيار الفاعلين السياسيين من بين المترشحين مختلفين، وأهو التصويت على شخصية مرشحة إذ يمكن القول أن الانتخابات هي الوسيلة الوحيدة لإسناد السلطة السياسية لمستحقيها في النظام

الديمقراطي أو هي ترشح عدد من تنطبق عليهم شروط الترشح للرئاسة الجزائرية التي حددها الدستور، ويتم إختياره من قبل الشعب عن طريق الإقتراع السري المباشر .

7- نوع الدراسة:

يرتبط اختيار نوع الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها وبما أننا في دراستنا هذه نسعى إلى جمع المعلومات حول إستخدامات الأساتذة لموقع الفيسبوك لتشكيل رأي عام حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 ، فإن هذه الدراسة تندرج أو تنتمي إلى البحوث الوصفية التي تستهدف شرح و توضيح و وصف الأحداث و المواقف و القيم و الاتجاهات والأهداف و الاهتمام و كذلك أنماط السلوك المختلفة و هذا من أجل الحصول على حقائق تتعلق بالجوانب النظرية و التطبيقية لموضوع الدراسة.

(محمد عبد الحميد، 2004، ص 13)

وقد قمنا بدراسة وصفية في موضوعنا بقصد الوصول الى الاستنتاجات منطقية و مفيدة تسهم في إزالة الغموض و الإلمام حول موضوع الدراسة و الوصول إلى حقائق واقعية تخدم البحث و نجاحه. وبالتالي فإن الدراسة الوصفية تتناسب مع طبيعة البحث العلمي و متطلباته وأثبتت كفاءتها في دراسة مواقف الناس واتجاههم بشأن مختلف القضايا والموضوعات والظواهر التي يعيشونها في حياهم اليومية، حيث يرى أحمد بن مرسل أن البحوث الوصفية هي: "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها، والعلاقات السائدة فيها، كما هي في الحيز الواقعي ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك.

(سلاطنة بلقاسم، 2009، ص 23)

8- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج المستخدم في البحث العمود الفقري لكل دراسة لاسيما في الميادين الإعلامية و الاتصالية ، فهو يعكس البحث طابعه العلمي و الباحث المتمكن هو الذي يعرف كيف يختار المنهج المناسب لموضوعه ، لأن نتائج البحث و صحتها تقف أساسا على نوعية المنهج المستعمل.(تركي رابح، 1984، ص 131) ويعرف المنهج بأنه عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكن من الوصول إلى النتيجة المسطرة . ويعرفه محمد طلعت: " بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة ".(احمد السيد مصطفى عمر، 2002، ص 166).

وتفرض طبيعة دراستنا التي تسعى إلى معرفة إستخدامات الأساتذة لموقع الفيسبوك لتشكيل رأي عام حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 لدى مجتمع الدراسة.

وقد استندنا في دراستنا إلى المنهج الوصفي لوصف المضامين شبكة الفيسبوك وآثارها على تشكيل اتجاهات ومواقف ومشاركة أو العزوف في الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019.

حيث يعرف المنهج الوصفي على أنه : " مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها بوصف الظاهرة أو الظواهر العلمية و الظروف المحيطة بها، و لال العلمي الذي تنتمي إليه و تصور العلاقة بينها و بين الظواهر الأخرى المؤثرة و المتأثرة فيها، و كما تصور شكل العلاقة بين متغيرا باستخدام أساليب و أدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من خلال هذه البحوث".
(أحمد بن مرسلبي، 2003، ص 282).

9 - أدوات الدراسة:

من المعروف أن كل باحث يعتمد على مجموعة من أدوات البحث العلمي تساعده في إنجاح بحثه، و تمكنه من الوصول إلى نتائج علمية صحيحة بنسب كبيرة وترتبط هذه الأدوات التي يختارها الباحث بموضوع البحث و المنهج المستخدم في الدراسة و هناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات، و لهذا يستوجب على الباحث الإحاطة جيدا بالأدوات والطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج منطقية ومرضية و تعرف أدوات جمع البيانات على أنها : الوسط الذي يشكل نقطة الاتصال بين الباحث و المبحوث و التي تمكنه من جمع المعلومات الكافية .

وتعرف أيضا: الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات و المعلومات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر.(أحمد بن مرسلبي، 1983، ص 220).
وبالنظر إلى طبيعة بحثنا نطلب منا اعتماد على أداة الاستمارة كأداة أساسية و هذا هدف الوصول إلى نتائج دقيقة و موضوعية حول موضوع الدراسة.

- تعريف الاستبيان:

أداة من أدوات جمع البيانات من المبحوثين المعنيين بالظاهرة أو المشكلة محل البحث، و تعد الاستمارة واسطة بين الباحث و المبحوث و غالبا ما يلجأ إليها الباحث لجمع المعلومات و هي مجموعة من الأسئلة المرتبة.(إبراهيم إبراش، 2008، ص 170)

أو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضّرُها الباحث بعناية شديدة و تكون تعبر عن الموضوع البحث من الحصول على إجابات تتضمن المعلومات و الإجابة على الأسئلة من قبل المستجوب أو البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة. (فايزة جمعة النجار و آخرون، ، 2013، ص 78).

وحسب الكاتب "فرانسيس بال" فإن الاستثمارة يمكن أن تمدنا بمعلومات غنية و دقيقة أكثر من المقابلة، وهذا نظراً لكون الاستثمارة توفر المبحوث الحرية في الإجابة دون إحراج.

(Francis Balle.1999.575).

و عرفت أيضا على أا : أداة لبيع البيانات المتعلقة بموضوع البحث محددة عن طريق الاستثمارة يجري تعبئتها من قبل المستجوب . (أحمد بدر، 1996، ص 343)

ومرت عملية تصميم الإستثمارة بعدة مراحل ، أولها الإطلاع على التراث النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة المشابة لها، ليتم بعد ذلك صياغة الأسئلة بما يخدم أهداف الدراسة وقد تم تقسيم الإستثمارة إلى:

المحور الأول : تضمن معلومات وبيانات أولية عن أفراد عينة الدراسة من أجل التعرف على خلفيلم السويسوديمغرافية، وإشتملت على ثلاث أسئلة هي : الجنس ، الرتبة ، الخبرة المهنية .

المحور الثاني: يحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تدف إلى الكشف عن عادات وأنماط إستخدام أفراد العينة لموقع الفيسبوك ويتكون هذا المحور من سبع أسئلة .

المحور الثالث: دوافع إستخدام الأساتذة لموقع الفيسبوك والإشباع المتحققة ويضم أربع أسئلة .

المحور الرابع: يضم إحدى عشر سؤالاً والهدف منها التعرف على آراء الأساتذة لموقع الفيسبوك لتشكيل

رأي عام نحو الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12

إختبار الصدق: بعد الإطلاع على الدراسات السابقة تم تصميم إستبانة الدراسة وللتأكد من مصداقيتها تم عرض وثيقة الأسئلة على ستة أساتذة محكمين : أ/ بوحيلة رضوان ، أ/ حمديني إبتسام ، أ/ باجي سهام ، أ/ بن عيسى شيخ ، أ/ سعاد ولد جاب لله ، أ/ سعاد لعزيزي.

وذلك للتحقيق من صدقها وصلاحتها والتعرف على مدى ملاءمتها لأغراض الدراسة، وبناء على آراء ومقترحات الأساتذة المحكمين تم إجراء بعض التعديلات الضرورية لإخراج الإستثمارة في شكلها الأخير ، حتى تتمكن من جمع بيانات تخدم الإجابة على تساؤلات الدراسة .

وبعد إنتهائنا من التصميم النهائي للإستمارة والتي إحتوت على 26 سؤال موزعة على أربعة محاور، وقمنا بتوزيع 43 إستمارة، تم تفرغ البيانات بأساليب وآليات لشرح وتحليل البيانات لتفسير الظاهرة تفسيرا مفصلا ولقد إعتدنا على مايلي:

أ/ أسلوب تحليل الكمي: يتم من خلال أرقام ونسب مئوية تأتي في شكل معطيات إحصائية وجداول رقمية تدل على مؤشرات ذات علاقة إرتباطية تتيح إستخلاص النتائج ومناقشتها علميا .

ب/ أسلوب التحليل الكيفي : حيث قمنا بوصف وتفسير البيانات والنتائج كما حاولنا ربط العلاقات ومقارنة مختلف البيانات حسب المتغيرات .

10 - حدود الدراسة:

في كل دراسة يجب تحديد الال الزمني و المكاني و العنصر البشري كاعتبارات منهجية ضرورية.

- المجال المكاني: لقد تم تحديد هذه الدراسة الميدانية من الناحية الجغرافية على قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

- المجال الزمني: تم تقسيم فترة دراستنا الميدانية إلى مرحلتين:

- المرحلة الأولى: و تتمثل هذه المرحلة في اختيار نوع دراسة و بناء الإشكالية و تحديد الأسباب و الأهمية و الأهداف للدراسة، و جمع المادة العلمية من التراث النظري و كذا تحديد الإطار المنهجي للدراسة من 2019/11/28 إلى غاية 2020 /01/30.

- المرحلة الثانية: خلال هذه المرحلة تم تطبيق الميداني وجمع المعلومات أو البيانات من المبحوثين و تعريفها وتحليلها و دامت هذه العملية من بداية شهر فيفري وبعدها تم تفرغ البيانات ومناقشة النتائج في المدة المتبقية.

- المجال البشري: وبحكم أن دراستنا تتعلق بإستخدامات الأساتذة للفيسبوك لتشكيل رأي عام حول الانتخابات الرئاسية 2019/12/12. وتم اختيار الأساتذة قسم علوم الإعلام و الاتصال كمجتمع دراسة.

11 - مجتمع البحث وعينة الدراسة :

يهدف البحث العلمي دائما في جانب منه إلى وصف طبيعة مجتمع البحث ، حيث يعتبر تحديد هذا

الأخير أمرا ضروريا للغاية لأنه يساعد في تحديد الأسلوب العلمي الأمثل لدراسة هذا اتمع ، الذي يعرف

على أنه : " جميع المفردات والأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها " (محمد منير حجاب ، 2000، ص 29)

بالإضافة على أنه: "مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات أو الأحداث أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث". (محمد عبد الفتاح الصيرفي، 2002، ص185)

وبناء على أهداف الدراسة فقد شمل اتمع جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة والبالغ عددهم 43أستاذ، ونظرا لمحدودية مجتمع الدراسة فقد قمنا بأخذ مجتمع الدراسة كحصر شامل والذي يعرف على أنه: "جمع البيانات من جميع المفردات التي يتكون منها مجتمع الدراسة". (محمد منير حجاب ، 2000، ص29)

وهي التي تدف إلى البحث في جميع مفردات اتمع دون إستثناء وتسمى كذلك بطريقة المسح الشامل، وهذه تمتاز بأهميتها العلمية في جمع البيانات، والمعلومات وتحليلها وإستخلاص النتائج منها ثم تفسيرها وعرض الحلول والتوصيات والمقترحات. (عقيل حسين عقيل)

12- الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة من أهم المراحل في البحث العلمي التي تساعدنا على إيضاح مختلف جوانب موضوع الدراسة و تناوله بأكثر دقة و شمول .

ويقصد بالدراسات السابقة البحوث و الدراسات التي سبق و أن أجراها الباحثون الآخرون في هذا الموضوع أو الموضوعات المشابة و أهداف التي سعت إلى تحقيقها وأهم النتائج التي توصلت إليها ليتمكن الباحث فيما بعد من التميز بين درستنا ودراسات الأخرى. (موفق الحمدني و آخرون، ص 87)

وفي نفس السياق يؤكد " أبليسون" على أهمية تعرف الباحث على البحوث السابقة لدراسته، يرى أا بمثابة حجر الأساس التي ترتكز عليه أية دراسة في بداية الأمر، كما أا أساس التحليل الذي تنتهي به الدراسة (محمد عبد الكريم، 1987، ص 58).

- الدراسة الأولى:

دراسة " بضيف سوهيلة " بعنوان: الشبكات الاجتماعية و تشكيل الرأي العام الجزائري - دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك، جامعة باتنة 1، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه 2017 - 2018.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الإلكترونية و تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري من خلال معرفة تمثلاته واستخداماته لشبكة الفيسبوك و لقد انطلقت من التساؤل الرئيسي التالي:

- ماهي العلاقة بين شبكة الفيسبوك و تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب وذلك باستخدام مجموعة من الأدوات تمثلت في الشبكة الترابطية المقابلة نصف الموجهة، ومجموعة النقاش ولقد طبقت هذه الأدوات على عينة تتكون من 50 مفردة من الشباب. وخلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- يتمثل الشباب شبكة الفيسبوك كوسيلة تواصل اجتماعي وترفيه بالدرجة الأولى و يحملون نظرة متوازنة و عقلانية عن الفيسبوك، حيث يفرقون بين الإيجابي و السلبي فيه.

- يختلف استخدام الشباب لشبكة الفيسبوك وفقا للمتغيرات السوسيوديمغرافية، يظهر الشباب بعض التغيرات في عادات و أنماط التعامل مع شبكة الفيسبوك ترتبط بالخصائص الوظيفية التقنية الفيسبوك من جهة و تمثلاته من جهة أخرى.

- يعتبر الفيسبوك مصدراً مكماً لوسائل الإعلام و الاتصال التقليدية في الحصول على الأخبار حول القضايا السياسية ما عدا في حالة الأزمات و الانتخابات فيتحول إلى مصدر رئيسي بسبب المعالجة المنحازة و نقص المعلومة في وسائل الإعلام التقليدية.

- و تختلف نظرة الشباب للفيسبوك كفضاء عام للنقاش و تشكيل الرأي العام وفقاً للمعطيات السوسيوديمغرافية. و ميول الشباب للسياسة ، و لكن تميل الأغلبية إلى تأثيره المحدود في ذلك و هو ما يتوافق مع تمثلاته الفيسبوك.

- بالنسبة لتملك الشباب لشبكة الفيسبوك كأداة لتشكيل الرأي العام، فإن أغلبية الشباب تميل إلى الإطلاع فقط ، أي الاتجاه نحو القيمة الاستعمالية في مستويات بسيطة، تمثل الشباب الذين لهم ميولاً سياسياً الأكثر اتجاهها إلى القيمة التبادلية و تملك الفيسبوك كوسيلة لإنتاج المضامين تشكيل رأي العام.

الدراسة الثانية :

دراسة "عرفة مسعودة" تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية الجزائرية 2017. دراسة حالة طلبة قسم العلوم السياسية بجامعة ورقلة رسالة ماستر 2017.

هدف هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة و شبكة الفيسبوك بصفة خاصة على المشاركة الانتخابية، و كذا التعرف على آراء طلبة قسم العلوم السياسية بجامعة " قاصدي مرباح" ورقلة حول المشاركة الانتخابية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال طرح الإشكال التالي:

- ما مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية لدى طلبة قسم العلوم السياسية خلال الانتخابات المحلية لسنة 2017؟ واستكمالا لهذه الإشكالية تم طرح التساؤلات التالية :

ü كيف تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية ؟

ü ما هي الوسيلة الأكثر استعمالاً و تأثيراً على تحديد درجة المشاركة الانتخابية في أوساط طلبة العلوم السياسية؟

ü ما حجم المشاركة الانتخابية لدى طلبة قسم العلوم السياسية و كيف كان التفاعل الطلبة مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات المحلية لسنة 2017؟

وذلك باعتماد الباحثة على المنهج الوصفي في شقه النظري، ودراسة حالة من خلال انتقاء عينة عشوائية، واستخدام أداة الاستبيان لاستخلاص أهم النتائج كجانب من الدراسة التطبيقية الذي تم توزيعه على عينة مكونة من طلبة قسم العلوم السياسية.

وتوصلت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تستخدم بشكل كبير خاصة شبكة الفيسبوك وفقا لوجهه نظر و آراء فئة المبحوثين، إلا أن مشاركة هذه العينة في الانتخابات المحلية لسنة 2017 كانت متوسطة وبالتالي فإن هذه الشبكات لا تحفزهم على المشاركة الانتخابية.

- الدراسة الثالثة :

دراسة مشتاق طلب فاضل بعنوان " مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي " 2014-2017 في عراق ، مجلة تكريت للعلوم السياسية ، العدد 12 .

وضحت هذه الدراسة ماهية مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في تكوين الرأي العام المحلي لاسيما وأن هذه الشبكات و المواقع أصبحت اليوم، ذات تأثير كبير في تشكيل المواقف و الآراء للجمهور المتلقي من القضايا المعروضة على الساحة المحلية ، الإقليمية، وهدفت هذه الدراسة أيضا إلى معرفة أهم الاستخدامات المتنوعة والأساسية لهذه المواقع والشبكات وتوضيح ماهية الموضوعات التي ركزت عليها في ظل ما تشهده الساحة العراقية الحالية من مواقف مناصرة ومؤيدة للرأي العام، وهذا و أن تكوين الرأي العام يحتاج إلى قدر كافي لا بأس به من حريات و ضمانتها.

وتتمحور إشكالية هذه الدراسة في التساؤل التالي :

- ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي خلال فترة الدراسة؟

و يتفرع هذا السؤال المحوري لأسئلة فرعية التالية:

- ما طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي و بيان أهم القفزات التي حققتها هذه المواقع؟

- ما أهم الوظائف التي مارستها مواقع التواصل الاجتماعي، و بيان أكثر هذه المواقع تأثيراً على التوجهات السياسية و على الرأي العام للجمهور؟

- ما الموضوعات التي ركزت عليها مواقع التواصل الاجتماعي في ظل ما تشهده المنطقة في الوقت الراهن؟ و ما تشهده الساحة العراقية؟

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التي تم بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في تكوين الرأي العام المحلي، و تناولها للأحداث و الظواهر و المواقف و الآراء و تفسيرها لمعرفة تأثيرها على الرأي العام المحلي.

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

* مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر جرأة في طرح قضايا كبيرة و حساسة تم بالرأي العام، حيث يتم مناقشتها بشكل حر و مفتوح.

* تعتبر هذه المواقع وسيلة للتفاعل الجماعي، ذلك لأن اليوم قريت البعيد، قصرت المسافات بشكل كبير، لم يكن لأحد أن يتوقعه حتى الإنسان نفسه على الرغم من أنه هو الذي أوجدها.

* بالرغم من الآثار الإيجابية التي تمتعت بها هذه المواقع، فهذا لا يعني عدم خلوها من بعض السلبيات منها ما يتعلق بالإدمان الناتج من كثرة الاستعمال، ضياع الوقت، جعل الكثيرين من خلال الكشف عن خصوصياتهم، وقيام البعض بترويج الفساد و نشر الرذيلة و زرع بذور الفتنة و التفرقة في اتمع، كما أن بعض الحكومات يمكن أن تلجأ إلى هذه المواقع من أجل تسويق سياستها و أفكارها بطرق مختلفة مباشرة و غير مباشرة.

- الدراسة الرابعة:

- دراسة " ممدوح السيد عبد الهادي شتلة و حنان كامل حنفي" بعنوان: " استخدام مواقع و الشبكات الاجتماعية و علاقتها بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014".

- دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري.

استهدفت هذه الدراسة التعرف إلى استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت و علاقتها بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 و تتمحور إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

- ما استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت و علاقتها بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014؟

واندرج ضمن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات:

- ما حجم استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة و المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014؟

- ما أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية التي يحرص عليها الشباب الجامعي على استخدامها؟

- ما أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية؟

- ما دوافع تعرض الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية شبكة الانترنت؟

- ما الأنشطة التي يقوم بها الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014؟

- ما الاشباع الناتجة عن استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية؟

واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، واعتمدت على استمارة الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة و تم اختيار العينة بأسلوب العينة العشوائية غير المنتظمة و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

* استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية بشكل كبير، وهذا بدوره أدّى إلى تكوين مجموعات و الصداقات بين الشباب، أي أأ أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديدة، لها دور الفاعل في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب.

* من أهم أسباب متابعة أفراد العينة من الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية لها تساعدهم على تكوين رأي عام حول المشكلات و القضايا الخاصة بالانتخابات إضافة إلى إبداء آرائهم في القضايا المطروحة للتصويت عليها و مناقشة أمور سياسية.

* تشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة عالية من شباب مجتمع الدراسة تستخدم الشبكات الاجتماعية موقع فيسبوك في الترتيب الأول على غرار اليوتيوب، تويتر... الخ.

* موقع الفيسبوك له تأثير كبير على الشباب أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

* تشير نتائج الدراسة إلى تنوع واقع استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية حيث جاء دافع التعرف حول الموضوعات الخاصة بالانتخابات الرئاسية في المرتبة الأولى وأن دوافع استخدامها لآما تساعد على النقاش مع الأخرى بالشباب القضايا المختارة والأحداث الخاصة بالانتخابات الرئاسية .

* أن مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت تشكل مصدراً من مصادر الحصول على المعلومات السياسية لدى الشباب و أأ وسيلة إعلام اجتماعية و سياسية جديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب و كذا وسيلة للمتابعة و المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

* أن مواقع الشبكات الاجتماعية أسهمت و بدرجة كبيرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب من خلال تشكيل وعيهم و رؤيتهم واتجاههم نحو ما يحيط م من متغيرات في الحياة السياسية.

* أن الاشباع السياسية في مقدمة الاشباع المتحققة لدى الشباب في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية.

- التعقيب على الدراسات السابقة:

يلاحظ مما سبق أن كل دراسة ركزت على جانب معين من موضوع عام إستخدامات الأساتذة لشبكة الفيسبوك في تشكيل الرأي العام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 حيث ركزت دراسة

عرفة مسعودة على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية 2017، بينما دراسة " ممدوح السيد عبد الهادي و شنتلة " ركزت على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و علاقتها بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

أما في ما يتعلق بدراسة " مشتاق طلب فاضل " ركزت على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام المحلي، كما ركزت دراسة " بضياف سوهيلة " على الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام الجزائري في دراسة في تمثلات و الاستخدامات .

كما أن دراستنا الحالية هي الأخرى تعدّ من بين الإسهامات في هذا الما و تعتبر امتدادا طبيعياً للدراسات السابقة و ركزت على إستخدامات الأساتذة لموقع الفيسبوك لتشكيل الرأي العام أثناء الانتخابات الرئاسية 2019.

ومنه نستنتج أن دراستنا تتفق مع الدراسات السابقة في المنهج المتبع، أي أن أغلب الدراسات استخدمت المنهج الوصفي على غرار دراسة ممدوح السيد عبد الهادي التي استخدمت منهج المسح الإعلامي، واعتمدت معظم هذه الدراسات على نظرية الاستخدامات و الاشباعات في التعرف على معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، ودوافعه المختلفة والاشباعات المحققة منه، وبالإضافة إلى أن أغلب الدراسات استخدمت أداة استمارة الاستبيان في جمع المعلومات، البيانات من المبحوثين على غرار دراسة بضياف سوهيلة والتي اعتمدت على مقابلة نصف الموجهة، ومجموعة نقاش شبكة ترابطية، وتختلف دراستنا عن الدراسات السابقة في ما تبحث عن إستخدامات الأساتذة لموقع الفيسبوك لتشكيل الرأي العام نحو الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019 على عينة من الأساتذة بجمع علوم الإعلام و الاتصال بجامعة محمد بوضياف المسيلة فعلى الرغم من وجود بعض الدراسات و التي تطرقت بصورة مباشرة ، وغير مباشرة لمتغير أو أكثر من متغيرات هذه الدراسة، لأن معظمها لم يتناول الانتخابات الرئاسية 2019 لتشكيل رأي عام حوله عبر الفيسبوك على اعتبار أنه آخر الإنتخابات الرئاسية التي شهدت الدولة الجزائرية و التي واجهت فيه العديد من المشاكل والنقاشات عبر الإعلام التفاعلي الجديد و خاصة الصفحات الفيسبوك.

مما سبق تتضح أهمية هذه المرحلة في البحث العلمي لأما تمكن الباحث من الوقوف على طبيعة موضوع الدراسة ومساعدته في اختيار المنهج ، الأداة المناسبة، كما ساعدتنا في تحديد الجوانب التي نريد دراستها مقارنة بسابقا من الدراسات، كما أفادتنا هذه الدراسات في الجانب المنهجي وكذا الجانب النظري للدراسة.

الفصل الثاني

الإطار النظري

المبحث الأول : ماهية موقع الفيسبوك Face book

تمهيد

المطلب الأول :نشأة وتطور موقع الفيسبوك

المطلب الثاني :خصائص ودوافع موقع الفيسبوك

المطلب الثالث :إيجابيات وسلبيات موقع الفيسبوك

الخلاصة

المبحث الثاني : ماهية الرأي العام

تمهيد

المطلب الأول :نشأة الرأي العام

المطلب الثاني :خصائص وأنواع الرأي العام

المطلب الثالث :وظائف الرأي العام ومراحل تكوينه

المطلب الرابع :العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام

خلاصة

المبحث الثالث :أهمية مواقع التواصل الإجتماعي في الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019

تمهيد

المطلب الأول :دور مواقع تواصل الإجتماعي الفيسبوك في تشكيل الرأي العام

المطلب الثاني :نماذج فعلية توضح دور مواقع التواصل الإجتماعي في تحويل الرأي العام الإلكتروني لرأي عام

واقعي

المطلب الثالث :الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019

خلاصة

المبحث الأول: ماهية موقع الفيسبوك Face book

تمهيد :

إن القوة التكنولوجية الهائلة التي عرفتها وسائل الإعلام والاتصال من تفاعلية وتشاركية وكذا الفورية وغيرها من السمات و المزايا والتي جعلت هذا النوع من الاتصال أحد معالم العصر الجديد، حيث بلغت تكنولوجيا الاتصال درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الثاني من الانترنت والذي قلب الكثير من المفاهيم وأتاح العديد الخدمات من خلال وسائله المتنوعة والتي تأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت وتوفر لمستخدميها سواء كانوا أفراداً أم جماعات لتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمهموم والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة وغير ذلك.

ومن أبرز هذه الشبكات شبكة الفيسبوك والتي فتحت آفاقا واسعة أمام الأفراد وأتاحت سهولة الوصول إلى إمكانية نشر الأفكار والقضايا وبإمكان أي فرد في إبداء رأيه الكامل في كافة القضايا وحتى السياسية وخاصة في موضوع الذي يتعلق بالانتخابات الرئاسية الجزائرية التي فتح باب الحوار والتعبير والمناقشة وتسيط الضوء على مختلف الآراء والتوجهات حول كل ما يدور بالانتخابات الرئاسية 2019.

لذا سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى كل ما يتعلق بموقع الفيسبوك من خلال عرض نشأة هذا الموقع وكذا خصائص ودوافع إستخدام شبكة الفيسبوك وفي الأخير إيجابيات وسلبيات موقع الفيسبوك وعليه فإننا نعرض هذه العناصر بالتفصيل من خلال هذه المطالب .

المطلب الأول: نشأة و تطور شبكة الفيسبوك:

انطلق موقع فيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماش **Face Mach** التابع لجامعة هارفارد وهو موقع يعتمد على نشر صور مجموعة من الأشخاص، وقد قام "مارك زوكربيرج" بابتكار الفيسبوك في 28 أكتوبر 2013 عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية.

وفي هذه الأثناء كي يتمكن زوكربيرج من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بالجامعة هارفارد، و قام بنسخ صورة خاصة بالطلبة دف إنشاء شبكة للتعارف بين طلاب البكالوريوس في جامعة هارفارد ويمكنهم من تبادل أخبارهم و صورهم و آرائهم ، ونظرا للإقبال الشديد من قبل الطلاب قرر مارك توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى وطلبة الثانوية الذين يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية هذا في سنة 2004، أما سنة 2006 قرر مارك بأن يفتح

أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، و قد حقق الموقع طفرة في عدد المشتركين حيث تجاوز 200 مليون مشترك. (وائل مبارك خضر فضل الله ، 2012، ص 13).

والآن بعد ما يقرب من 15 عاماً أصبح الفيسبوك Feacbook أكبر شركة تواصل اجتماعي في العالم، على اعتبار من أبريل 2018 أفاد موقع Feacbook أن عدد المستخدمين للتطبيق يقدر بنحو 2.2 مليار مستخدم شهرياً و 1.4 مليار مستخدم نشط يومياً و هناك أكثر من 300 مليون صورة تم تحميلها على الفيسبوك كل يوم. (محمد يوسف ، التجارة الالكترونية ، 2018).

كما يشار أن موقع الفيسبوك وفي مسعى منه للتواصل و إستقطاب المزيد من أعضاء الموقع من المتحدثين باللغة العربية و العربية أطلق نسخة من موقعه الإلكتروني باللغتين و تتيح خدمة المستخدمة المزيد من الإقبال على أكثر المواقع الاجتماعية شعبية (بن عربي ، محمد جمال الدين، 2012، ص 48).

المطلب الثاني: خصائص ودوافع موقع الفيسبوك:

1- خصائص موقع الفيسبوك :

يتميز الفيسبوك كغيره من الشبكات الاجتماعية بعدة خصائص واستخدامات أهمها:

- خاصية **Wall** أو **لوحة الحائط**: وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم ، أو الكتابة على الحائط المخصص له .
- خاصية **Pakes** أو **غمزة**: وتتميز هذه الخاصة بإرسال غمزة افتراضية لإثارة انتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشهار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به .
- خاصية **Photos** أو **الصور**: من أشهر التطبيقات على الموقع حيث تمكن المستخدمين في تحميل الألبومات و الصور من أجهزم إلى الموقع .
- خاصية **Notes** أو **التعليقات**: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات و الصور التي يمكن تضمينها، كما تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات وقد تم تقديم هذه الخاصية في 22/ أوت / 2006.

- خاصية **Feed News** **التغذية الإخبارية**: تم الإعلان عنها في 06 سبتمبر 2006 وهي تضطر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بعض البيانات مثل: التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، كذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم

- خاصية **Gipts** أو الهدايا: انطلقت هذه الخدمة في 08 فيفري من عام 2007م حيث أتاحت للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.
 - خاصية **Marketplace** أو التسويق: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين نشر إعلانات مبنوية مجانية و قد أطلق الفيسبوك هذه الخدمة في 14 ماي 2007.
 - إرسال رسائل فورية أو الدردشة: بدأ تطبيق هذه الخدمة في 7 أفريل 2008 باستخدام برنامج (col) أطلق عليه اسم **Chat**.
 - **Facbook Bet**: وهو عبارة عن إعادة تصميم مبتكر لواجهات الاستخدام الخاصة بالمستخدمين على شبكات محددة و في نسخة تجريبية من الفيسبوك قدمها في 20 جويلية عام 2008.
 - خاصية التواصل عبر الصوت: أطلق موقع التواصل الاجتماعي الشهير بالفيسبوك خاصية جديدة تسمح بالتواصل عبر الصوت للمستخدمين الموجدين على الموقع حين الدخول على الحساب الشخصي بدلاً من الاكتفاء بالدردشة و تبادل الرسائل النصية.
 - الإعجاب **Like**: خاصية معجب أيضاً متاحة بنفس آلية التعليقات فهي متاحة بين الأصدقاء و لموعات و الصفحات المنظمين لها و ذلك يعتمد أيضاً على الصلاحيات الممنوحة كما يمكن للمستخدم أن يقوم بالعمل معجب لأي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائه.
 - **Poke تحدث**: فقط لأصدقاء فيما بينهم بحيث تقوم المستخدم بتنفيذ ذلك على أحد أصدقائها و يعمل الآخر برد **poke** لصديقه.
 - بالإضافة إلى إنشاء لموعات **Groups** والأحداث المهمة **Event** وخاصية **Video** وإمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها على هذا الموقع، الإشعارات **Noticicalions** كذلك إنشاء صفحة خاصة على الموقع الفيسبوك. **Feacbook**. (شيباني نرجس و آخرون ، ص 36 - 37).
- 2- دوافع استخدام موقع الفاييسبوك :
- تتمثل دوافع استخدام الفيسبوك لدى الجمهور في الآتي:
- الرصد المستمر للأحداث، فمستخدمي الفاييسبوك يقومون برصد وتوثيق الأحداث التي يمرون بها و يتيحوا لغيرهم من المستخدمين، من خلال النصوص التي يكتبونها وأيضاً من خلال ربطها بصور

ومقاطع فيديو تؤكدتها و توثقها، لذا فإن هذا الموقع أتاح القدرة على تسجيل الأحداث التي تقع في أي مجتمع من خلال أفراد هذا التمتع.

• التعليق على الأحداث و المشاركة في الحوار حول القضايا، و التعاون بين أفراد التمتع في مناقشة الأمور المختلفة التي تم أعضائه ، حيث أن سهولة إضافة رأي مستخدم فايسبوك في الحدث تشجع العديد على طرح وجهة نظرهم في مختلف الأحداث بما في ذلك ما تنشره وسائل الاتصال التقليدية.

• الحصول على معلومات عن أحداث الحياة المتعلقة بالمحيط الضيق للفرد، و التي لا يمكن لوسائل الإعلام أن تغطيه، و ذلك من خلال أفراد عاديين ليسوا خاضعين لضغوط المؤسسات الرسمية في التمتع المختلفة، لذا فهي تعتبر وسيلة غير متحيزة للحصول على المعلومات من المواطنين المختلفين رغم ما قد يشيره هذا الأمر من مشكلات المصادقية والدقة (نجوى عبد السلام فهمي، 2012، ص 8)

• التسلية والترفيه حيث يقضي المستخدمون ساعات متنقلين بين صفحات الأصدقاء يشاهدون ملفات الصور و يقرؤون المنشورات المسلية و التي تدخل في دائرة اهتمامهم.

• التواصل مع الأهل والأصدقاء من خلال الدردشة، حيث أفسح الفايسبوك لال ليتلقى به الأهل والأقارب وزملاء العمل والدراسة والأصدقاء ليتبادوا أخبارهم ويستمررون بالتواصل فيما بينهم حتى و إن كانوا في أماكن مختلفة من العالم.

• تكوين صداقات جديدة و تبادل الآراء والأفكار والمعلومات.

(عاصم الحطيف، الدور الإعلامي للموقع الاجتماعي على الانترنت فايسبوك)

المطلب الثالث: إيجابيات و سلبيات موقع الفيسبوك:

1- إيجابيات موقع الفيسبوك :

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم ، و من هذه الخدمات ما يلي:

- إتاحة الفرصة للصداقة و التواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع و ذلك عن طريق:

• إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم و متاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة.

• إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع، حتى و إن كان لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

• إقتراح أصدقاء جدد لمن يريد الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا و بالتالي توسيع شبكة الصداقة و التواصل.

- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماءهم أبجدياً مع أرقام هواتفهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.
- إمكانية فرز الأصدقاء و تصنيفهم حسب أي معلومة مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة، أو زملاء العمل.
- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة و الرسائل و الهدايا الافتراضية.
- إتاحة لال حذف إسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كانت لاترغب بالاستمرار في صداقته.
- خدمة الشركات وأصحاب العمل وذلك من خلال الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبرلم على الفايسبوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين كما يمكن إسداء خدمات كبيرة في التسويق، الترويج للمنتجات.
- إتاحة الفرصة لتحميل البومات الصور و ذلك بشكل أكبر و أسهل مما تتيحه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهرياً على الفيسبوك، وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال، أو البريد الإلكتروني.
- التواصل مع مجتمعات إفتراضية متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب و التعليم من هذه التمتع و زيادة خبراته.
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة اللات كالشخصيات السياسية والفنية و العاملين في اللات الاجتماعية الدينية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفيسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على اخبارهم و أفكارهم و خواطهم ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث و القضايا.
- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور أو مقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ لـ من مواقع و أخبار، وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء، حيث يمكن للفيسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.(علي خليلشقرة، 2014، ص ص 67 .69).

2- سلبيات موقع الفايسبوك:

هناك سلبيات ومحاذير ظهرت آثارها على السطح بعد انتشار استخدام موقع الفيسبوك ويمكن إيجازها فيمايلي:

- إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية، وقد بدأت هذه الظاهرة في التمتع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيسبوك، و التواصل عبر مجتمع إفتراضي، وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية، حيث تتسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتت الأسر بالطلاق أو الخيانات و الانعزال، وقد بينت

دراسات أجريت في اتمع الغربي و العربي على الفيسبوك أن الفيسبوك كان سبباً من أسباب رفع معدلات الطلاق والانفصال في هذه اتمعات، فقد كشف استطلاع للرأي أجراه الموقع الإنجليزي "ديفورس - أون لاين" أن ثلث حالات الطلاق التي وقعت في بريطانيا عام 2011م كانت بسبب التواصل عبر الفيسبوك والرسائل غير اللاتقة و التعليقات البديئة المرسله بين المشتركين.

- انتهاك خصوصية المشتركين، حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبذهم الشخصية أو صور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية بمجرد نشرها، حتى ولو اتخذ المشترك كل الإجراءات اللازمة للأمان، فمن الممكن أن تصل هذه إلى دائرة أوسع بكثير من الدائرة المقصودة أصلا بطرق عدة ويصبح سحبها بعد ذلك مستحيلا، و كذلك أي تعليقات أو مشاركات ممكن أن تصل إلى الشخص الخطأ بطريقة أو بأخرى كأن يكون ذلك عن طريق أصدقاء الأصدقاء أو الاختراق لذلك فإن الأمان الحقيقي هو عدم نشر ما لا ترغب من الجميع الإطلاع عليه.

- استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية و يمكن لجهات كثيرة أن تستغل فيسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور و مشاركات قد تجعل من أ صحلا عملاء لجهات معادية دون قصد و دون أن يعرفوا ذلك.

(علي خليل شقرة، 2014، ص ص 69. 72)

خلاصة:

وخلاصة لهذا الفصل، يتبين انه في السنوات الأخيرة قد ظهر عدد كبير من شبكات التواصل الاجتماعي، ومن أهمها شبكة الفيسبوك Facebook الذي يهدف إلى تبادل الآراء و الأفكار بين أفراد اتمع، نظرا للخدمات المتعددة و التي أتاحها الموقع لما له من أهمية كبيرة في الحياة الاجتماعية بصفة عامة وخاصة على الصعيد السياسي، ونلاحظ أن هذه الشبكة كانت المحرك الأساسي للعديد من الثورات والمظاهرات والأحداث التي حدثت وشهدها العالم مؤخراً و بالخصوص الأحداث التي جرت في الجزائر سنة 2019 في ما يتعلق باستمرار الفراغ الرئاسي وعدم انتخاب رئيس جديده و خروج المواطنين في الحراك الشعبي.

المبحث الثاني: ماهية الرأي العام

تمهيد:

يعتبر الرأي العام مظهرًا مباشرًا بوجوده اتمتع السياسي، حيث يعكس الرأي السائد لأفراد اتمع في قضية ما، و الذي لا يمكن تجاهله أو العمل في اتجاه يخالف أي ناحية من نواحي الحياة و يرتبط وجود الرأي العام من عدمه بالوعي السياسي لدى الشعب من الشعوب، حيث يؤثر على القرارات السياسية التي تصدرها الحكومة و المشاركة في الانتخابات التي تعبر عن رغبات الرأي العام، كما أن نجاح أي فكرة أو اتجاه سياسي أو اجتماعي يتوقف على مدى ميل الرأي العام إلى هذه الفكرة أو هذا الاتجاه.

لهذا سوف نتناول في هذا الفصل كل مايتعلق بالرأي العام من نشأة مصطلح الرأي العام وتطوره ثم تطرقنا إلى خصائص وأنواع الرأي العام ثم عرضنا وظائف الرأي العام ومراحل تكوينه وفي الأخير تم عرض العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام .

المطلب الأول: نشأة الرأي العام:

كان الرأي العام ولا يزال مثار للإهتمام من طرف العلماء و المختصين و دراسة ظاهرة الرأي العام علميا يزيد عمرها عن نصف قرن و لكن الظاهرة نفسها تعود في نشأنا إلى قيام اتمعات الإنسانية و يمكن القول أن الدراسة المباشرة و التي تتناول زاوية من زوايا الرأي العام لا ترجع إلى أبعد في الثورة الفرنسية على حد تعبير أحمد محمد بوزيد و إنما يرجع تاريخ الرأي العام إلى اتمعات القديمة ظاهرة موجودة فعلاً .

ويذهب كولي إلى اعتبار الرأي العام هو الأصل و ما المؤسسات و الهيئات إلا تجليات له و ذلك ما يؤكده خبير العلوم السياسية Campel الذي قال بان : " أصل السلطة السياسية يوجد قبل كل شيء في الرأي الذي يسود. (جمال مجاهد، د ت ، ص 97) .

فقد عرف الإغريق مفاهيم قريبة من الرأي العام مثل مصطلح الاتفاق العام و الاتجاهات السائدة، حيث قسم أرسطو المستمعين في عصره حسب السن إلى (شباب - رجالوكبار السن) وأن هؤلاء في رأيه هم الذين كانوا يكونون الرأي العام في عصره ثم قسمهم حسب الحظ أي الأصل و الثروة و القوة .

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 وفنوم وأدائهم وعلى واجهة معاديبهم، كما هو في الحضارة مصر القديمة من لوحات وتمائيل فنية. (سعيد يماني العوض، 1996، ص ص 19-20)

حيث اعتنى الملوك و الكهنة بعمليات التأثير في أفكار الناس و معتقدالم عناية خاصة و هذا ما تكشفه الآثار المصرية القديمة على إدراك واع و عميق لأهمية الرأي العام، كما كشفت على إتجاه المصريين القدماء إلى أساليب متطورة من شأ التأثير في الرأي العام و توجيهه بغرض التأثير في الجماهير و الأجيال المقبلة و كسب النفوذ عن طريق السيطرة على العقول. (حجاب محمد، 1998، ص 26)

أما في العصر المسيحي ظهرت عبارة الاتفاق العام و هي مبنية على فكرة الشعور الجماعي أو الشعور العام، وربما ذلك الإستخدام مستوحى من مفهوم المماثل في الفلسفة الرواق و كان الباباوات والأباطرة يستخدمون هذه العبارات للتعبير عن الاتجاهات العامة للناس في القضايا والمسائل المهمة .

وفي العصر الإسلامي فقد كان الرأي العام واضحاً جلياً، حيث أرسى الرسول صلى الله عليه و سلم دعائم الحرية في هذا اتمع مما جعل الرأي العام يؤدّي وظائفه بفعالية (إبراهيم إمام، 1976، ص 202)

وفي اية العصور الوسطى و بظهور فلسفة التنوير فالاهتمام بالرأي العام، فقد اهتم ميكافيلي ضمناً بالرأي العام من خل ما أسماه بصوت الشعب و نجد عند مونتيسكيو مصطلح العقل العام ويقابله عند "جون جاك روسو"إصطلاح الإدارة العامة كما ساهم انتشار الطباعة وتطور وسائل الاتصال في تطور اتمعات، وتمكين الجماهير من ممارسة التفاعل و المناقشة و تمحيص الرأي (جما مجاهد، د.ت، ص 99)

قد عبر شكسبير بلسان هنري رابع عن الرأي الذي ساعد في الوصول على الحكم، و كذلك عمليات النزاع و الحروب على ظهور الرأي السائد، ولم يستخدم تعبير الرأي العام إلا إبان الثورة كثمره كفاح طويلة من أجل الحرية. (أحمد شريف، 1989، ص 21)

بجيث لم يعد غريباً تسمية هذا العصر بعصر الجماهير إلا أن ذلك لم يكن ليعم كل الشعوب فهناك شعوب أخرى يمكن أن نلمس علامات تطور الرأي العام فيها من خلال نضالها من أجل حقها في تقرير مصيرها، بعد سقوطها في قبضة الاستعمار الأوروبي الذي يعتبر أول من نادى باحترام الرأي العام عند قيام الثورة الفرنسية و ظهور ما يسمى بوثيقة حقوق الإنسان.

والرأي العام الحديث يمتاز بكونه أكثر اتساعاً وتعدد وسائل الاتصال الجماهيري التي جعلت من العالم قرية صغيرة، وقامت نظريات التمثيل النيابي و أجهزة التنظيم الشعبي بديلا عن ذلك اللقاء المباشر المحدود النطاق الذي كان يسود أثينا اليونانية أو مسارج روما.

ويتميز الرأي العام الحديث بانفتاح الأنظمة السياسية و بروز التوجهات الديمقراطية والنزوع نحو الحرية السياسية مما أدى على حدوث ثورة في الأفكار....و من ثمة بلوغ الرأي العام أوج قوته.

(جمال مجاهد، د.ت، ص 100).

المطلب الثاني: خصائص الرأي العام وأنواع الرأي العام :

1- خصائص الرأي العام :

لقد أجريت كثير من الدراسات و الأبحاث على الرأي العام و خصائصه، و يمكن القول أن الرأي العام يتميز بعدة خصائص و أن هذه الخصائص، تتسم بـ 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 كالاتي:

• يظل الرأي العام ساكناً كامناً و يتحرك بصورة بطيئة و يبقى غير قابل للإثارة لمدة طويلة من الزمن حتى تبرز قضية بالنسبة للجماعة والقضية تظهر حينما يوجد صراع أو قلق أو إحباط أو تشير الاهتمامات والمصالح الذاتية التي تظهرها أو تبرزها الأحداث.

• الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للأحداث الهامة، أي أن الرأي العام سرعان ما يتحرك للأحداث الصحيحة التي تمس حياة الأمة كلها، وتغطي قطاعاً كبيراً من المشاعر والتي قد تحرك نسبة كبيرة من وحدات الأمة، وهو غير ثابت بل يتغير من وقت لآخر ويتحول من موضوع إلى موضوع ومن مشكلة لأخرى.

• تستطيع الأحداث غير العادية بكل ثقلها و ما تملك من قوة أو تحرك الرأي العام من موقف لآخر بدرجة كبيرة و على ذلك فإن الرأي العام يستطيع أن يستقر على حالة واحدة و نمط معين بشكل واضح، ما لم تساعده بالمساهمة بالأحداث و بطريقة متطورة في كل أبعاده و عمقه.

(غريب محمد سيد احمد ، 1985، ص 63، 64)

• الرأي العام يمثل مدى واسعاً بين المعارضة و التأييد ، فالرأي العام يقسم إلى شقين أحدهما مؤيد و الآخر معارض يخفي درجات واسعة في الرأي.

• الرأي العام يختلف في درجة العمق والقوة لأن المسألة التي لا تثير رأياً له عمق ظاهرة لا تجوز إلا انتباها طفيفاً بينما يمكن المسألة التي تثير انتباهاً كبيراً أن يكون لها قوة وعمق أكبر ولو كان ذلك بين عدد أقل من الناس، و أن توضع في مقام أعلى بالنسبة للعمل الحكومي والسياسة العامة.

- يختلف الرأي العام في درجة الثبات والفرد مثلاً يمكن أن يكون وجهة نظر يعبر عنها على أساس قليل من المعلومات ، و من جانب آخر فإن رأياً يعتقدنه الشخص بثبات و إيمان كبير ليس من السهل تغييره.

(عاطف عدلي العيد، 1998، ص ص 127 ، 129)

ويقدم الدكتور عبد القادر حاتم عرضاً مفصلاً لخصائص الرأي العام يحاول من خلاله أن يوضح ما يميز الرأي العام عن الظواهر الأخرى التي تتداخل معه و ذلك على النحو التالي:

- الرأي العام بصفة عامة هو الموقف الإختياري الذي يتخذه المرء إزاء قضية أو مسألة متنازع عليها قابلة للجدل.

- الجماعة شيء و الجمهور شيء آخر ، فالجماعة أقل عدداً من الجمهور فضلاً على أن تشكل رأياً عاماً جماهيرياً.

- يشترط لقيام الرأي العام الشعبي أن تكون كل الجماعات منطوية داخل الجمهور الواحد.

- الرأي العام شيء و القيم و المعتقدات شيء آخر، ذلك أنه يشترط لقيام الرأي العام يكون ناتجاً عن اختيار إرادي بين بدائل مختلفة.

- الآراء التي تفرضها التنظيمات وهيئات ذات السلطة على الأفراد قهراً، لا تشكل رأياً عاماً مهماً تكمن درجة الاتفاق في الآراء.

- الرأي العام الذي يتولد نتيجة لإثارة المعتمدين في ظرف معين لا يدوم طويلاً .

- التوافق والتطابق الناتجين عن الخوف من قهر الجماعة واستبدالها لا يشكلان رأياً عاماً بل يشكلان انطباعاً لسطوة الجماعة.

- لا يمكن أن يوجد ما يمكن أن نسميه علمياً رأياً عاماً ثابتاً و دائماً، فالرأي العام الثابت و الدائم يفقد خاصيته كرأي عام و يتحول إلى عقيدة و قيمة.

- مثل ما ينتج الرأي العام عن الاختيار الإرادي بين بدائل مختلفة، فإنه ينتج رفض حر للبدائل المطروحة.

- الرأي العام شيء و وسائط تصوير الرأي العام كوسائل الإعلام شيء آخر.

- الرأي العام لا يفترض بل يشترط لقيامه أن يكون واضحاً و ظاهراً أي معلناً عنه.

(محمد عبد القادر حاتم، 1982، ص ص 52، 55).

2 - أنواع الرأي العام:

هناك تقسيمات متنوعة للرأي العام نذكر بعضها منها فيما يلي:

× **التقسيم حسب قوة التأثير:** وينقسم إلى ثلاث فئات و هي:

- **الرأي العام القائد:** و يقصد به الفئة المثقفة الواعية التي ينقاد إليها الرأي العام في تتمتع.
- **الرأي العام المتعلم:** و تتكون من الفئة التي تقرأ و تستوعب المعلومات و الآراء و هي فئة وسط تتأثر كثيراً بأراء الفئة الأولى و تنقلها إلى الفئة التالية.

• **الرأي العام المنقاد:** يتكون من المواد الأعظم من الشعب.

× **التقسيم حسب النظم السياسية المسيطرة على الحكم في المجتمع الحديث:**

و هنا يقسم الرأي العام على نوعين:

- الرأي العام ظاهرة في الدول الديمقراطية و هو الرأي العام المعبر عنه
- و رأى عام باطن أو كامن في الدول التي تفتقد الديمقراطية و هو رأي غير الظاهر و غير المعبر عنه.

× **التقسيم حسب النطاق الجغرافي السياسي:** و يقسم الرأي العام إلى :

- **رأي عام قومي أو وطني:** ينبع عن مواطن دولة واحدة، أو وطن واحد ذو حدود جغرافية محددة.
- **رأي عام إقليمي:** ويشمل رأي السائدين مواطن دول متجاورة جغرافياً في القضايا المشتركة بينهم.
- **رأي عام عالمي:** ويشمل الرأي السائد بين مواطن العالم أجمع بالنسبة للقضايا التي تمس مصالح شعوب العالم. (مختار التهامي و عاطف عدلي العيد، 2005، ص ص 19، 20).

× **تقسيم الرأي العام وفقاً لقصر الزمن:**

- **الرأي العام الدائم:** إن الرأي العام الدائم هو الكثير رسوخا و الذي تعمل فيه العوامل المختلفة و يرسى القواعد الأساسية للرأي العام، و هو تتكون من فئة كبيرة من فئات الناس، و يتصل اتصالاً قوياً بالأشياء الثانية في الأمة كالدين و الأخلاق و التقاليد، أي ترتكز على أسس تاريخية و ثقافية و دينية.
- **الرأي العام المؤقت:** ويقوم حسب الانتماء لجماعة أو منظمة ذات إيديولوجية أو مذهب و حيال مسائل معينة في وقت محدود و ينتهي بانتهاء المؤثر.

- **الرأي العام اليومي أو المتقلب:** و تعيش عليه الصحف اليومية حيث يتأثر بالأحداث اليومية أكثر من غيره لأنه الفكرة اليومية التي يعتنقها معظم أفراد الجماعة نتيجة لحادث مفاجئ أو كارثة حلت بالجماعة أو حدث سياسي خطير.

× التقسيم حسب أنواع الرأي:

● **الرأي الشخصي:** هو الرأي الذي يكونه الفرد لنفسه طبقاً لدرجة ثقافته و خبراته و تفاعله واتصاله مع اتمع، و هو الرأي الذي يرغب في أن يشارك به اموعة و يعبر عنه من وجهة نظره دون أن يخشى من الجهر به شيئاً

● **الرأي الخاص:** هو ذلك الجزء من الرأي الذي يرغب الفرد في أن يحتفظ به لنفسه و لا يبوح به خشية تعريض نفسه للضرر - حتى إلى المقربين منه و يظهر أثره في الرأي العام في حالة التصويت السري.

× التقسيم الكمي للرأي العام:

● **رأي الأغلبية:** وهو الرأي الذي يمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة وهو تجمع و تكرار الرأي الشخصي للأغلبية الجماعات الفعالة.

● **رأي الأقلية:** هو أن ما يقل عن نصف الجماعة و يعبر عن رأي طائفة من الناس لا يستهان بها فقد يكون بين صفوف الأقلية بعض الأكفاء و المتخصصين المؤثرين في القضايا المثارة يعلمهم لا انتمائهم الحزبي.

● **الرأي الإئتلافي:** رأى جملة من الأقليات المختلفة في اتجاهها و التي تجمعت لتحقيق هدف معين تحت ظروف خاصة و ليس وليد المناقشة و إنما نتاج عوامل خارجية عارضة، و هي زالت هذه الأسباب بزوال هذا الرأي.

● **الرأي الساحق:** وهو حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة أو كثرتها الساحقة وهو ليس رأي الأغلبية، إنما رأى قريب من الإجماع و يقترب من العادات و العرف والتقاليد.

× التقسيم حسب التواجد:

● **رأي عام موجود بالفعل:** هو الرأي العام الموجود نتيجة لبعض الأحداث التي تظهر تارة في التعليقات و المناقشات.

● **رأي عام متوقع وجوده:** هو الرأي العام الذي لم يكن موجوداً أصلاً و لكن يتوقع وجوده عقب بعض الأحداث و المشاكل و تلعب مراكز بحوث الرأي العام دوراً هاماً في التنبؤ بالرأي العام المتوقع (عاطف

عدلي العيد، 2006، ص ص 22، 25).

المطلب الثالث: وظائف الرأي العام ومراحل تكوينه

1-وظائف الرأي العام:

الرأي العام كظاهرة اجتماعية يحقق العديد من الوظائف الهامة، حيث يدعم القيم الأخلاقية للمجتمع و يرفض الخروج عليها لأنها تمثل الفضائل و الممارسات الحقة، يرفض أية محاولات لانتهاكها بأية وسيلة من الوسائل، وفي جانب آخر يعمل الرأي العام كموجه لحركة النظام السياسي فهو يقدم الدعم و التأييد مع المصالح العامة، ويمكن ذكر وظائف الرأي العام على نحو التالي:

• **وظائف الرأي العام في المجال السياسي:** يعد الرأي العام إحدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي وفي تحديد طبيعة الأوضاع المترابطة بالتعامل مع الحاكم والمحكوم، وفي إطار هذا التعامل يمارس الرأي العام مجموعة من الوظائف الأساسية و من أهمها ما يلي:

• **تحديد طبيعة الممارسات السياسية:** ويتمثل دور الرأي العام هنا في مجموعة من الوظائف هي:

ن التأثير على القرار السياسي: وتعتبر سلطة الشعب في الدول الديمقراطية أعلى السلطات فيها و لذلك فإنه من المفترض أن القرارات الهامة في الدولة يجب أن تتبنى على الرأي العام.

ن التأثير على الانتخابات: تسمح عمليات الانتخابات والتصويت بخاصة في الدول الديمقراطية باختيار القيادات السياسية بتشكيل السياسة القومية في شكلها النهائي والزعماء السياسيون هو زعماء نقط في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام.

• **الرأي العام احد العوامل المؤثرة على الحكم:** فالمسؤولون في أي حكومة...يفترض أساساً أن يمثلون الشعب تمثيلاً صحيحاً و أم يعكسون الرأي العام... ولعل هذا يبرر الوعود التي يقدمها السياسيون للجماهير أثناء الانتخابات و الكلمات البراقة و الخدمات الشفهية. (محمد منير حجاب، 2000، ص ص 43 - 44).

• **المتابعة السياسية:** و الرأي العام لا تقتصر مهمته على مجرد الانتخابات فقط و إنما تمتد لتمثل الجوانب أخرى في الممارسة السياسية مثل مناقشة الحاكم واستجوابه ، تقديم النصيحة للحاكم ، وتزخر التجربة الديمقراطية في كثير من الدول الديمقراطية.

- **إنجاح خطط الدولة:** يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية الشاملة كما يقوم بدور في إحباطها إذا لم تتمكن الدولة في إقناع الرأي العام بتوجهها، و لهذا تسعى الحكومات بأساليب مختلفة إلى دعوة الناس إلى المشاركة و المساهمة في وضع هذه الخطط و في تنفيذها.
- **تحديد ملامح السياسة الخارجية:** للرأي العام دور هام في تحديد ملامح السياسة الخارجية كما تقول الدكتورة شاهيناز طلعت وباحثون آخرون... فعلى الرغم من أن الرأي العام قد يبقى في الظل فيما يتعلق بتكوين السياسة الخارجية إلا انه يمارس بعض الضغوط فيها حتى في ظل الدول الديكتاتورية . والرأي العام لا بد وأن يساهم في تكوين السياسات الخارجية في المسائل المهمة الرئيسية ونستشف من ذلك المسائل التي تتعارض ومصصلحة الوطن العليا كالمسائل العسكرية و ما يشاها.
- **مساندة الأفكار السياسية:** فالرأي العام أهمية بالغة في مساندة الأفكار السياسية، بل يمكن القول أن نجاح فكرة أو اتجاه سياسي بتوقف على مدى ميول الرأي العام لهذه الفكرة أو هذا الاتجاه.

(محمد منير حجاب، 2000، ص ص 44، 46)

- **التحديث السياسي:** التحديث السياسي كما يقول الدكتور السيد عليوة ينطوي على معنى التنمية السياسية ... أو بمعنى آخر ينطوي على فكرة بناء وتطوير الهيكل المؤسسي والأبنية اللازمة والقادرة على استيعاب التقاليد الجديدة التي تخلفها حركة التعبير الاجتماعي.
- ويساهم الرأي العام في التعجيل هذه العملية ... وتكتمل هذه العملية على مجموعة من التصورات السياسية منها تحقيق التمايز في الوظائف السياسية، تحقيق المساواة عن طريق ترشيد السلطة وتوسيع المشاركة السياسية. (محمد منير حجاب ن 2000، ص 476).

- الوظائف الاجتماعية للرأي العام:

المحافظة على القيم و المعايير الاجتماعية ويساهم الرأي العام في تفاعله وممارسته في إيجاد الحلول للمشكلات المعيشية و البقاء للجماعة و يساهم في دفع تشجيع عمليات الابتكار والاختراع و التمييز، أما في سلوكياته و خصائصه فإنه يتمتع بقوة هائلة تتصدى لكل من يحاول انتهاك المعايير الاجتماعية أو الأخلاق أو القوانين.(سامية محمد جبار ، 1990، ص 40)

رعاية المثل الاجتماعية و دعم الخلفية الحلقية، يعمل الرأي العام على رعاية المثل الإنسانية و القيم الاجتماعية ويقف ضد من يحاول الخروج عنها و عما يسيء إليها أو محاولة المساس ل، و يشاركه في هذا

الصدد القوة التي تضع الحق و تحقه، العادات و التقاليد التي سار عليها الشعب على مر الأجيال و ورثها الخلف على السلف، والعقل الذي يحكم الشعب في فضائل السلوك ونقصائه.

(محمد عبد الملك المتوكل، 1986، ص 41).

تطوير الحياة الاجتماعية أن جوانب تطور الحياة الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية من الوظائف الرئيسية للرأي العام، و التي تظهر فيها قدرته على تغيير الآراء و الأوضاع و الأنشطة و التشريعات أو تعديل عناصرها أو علاج ما يحتاج منها إلى علاج... و هو ما يحدث غالباً تحت ضغط الرأي العام و عند انتقاء تحقيق الاستقرار و التوازن الاجتماعي، الاقتصادي، السياسي.

التعبئة الاجتماعية يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية السياسية و التنمية الاقتصادية كما يقوم بدور في إحباطها إذا لم تتمكن الدولة من إتباع الرأي العام بتوجهها و لهذا تسعى الحكومات إلى توضيح خططها و برامجها و توضيح دور هذه الخطط في خدمة المصلحة العامة.

كما مدف إلى دعوة الناس إلى المشاركة و المساهمة في صنع هذه الخطط و في تنفيذها بل و تدعو الرأي العام المستنير إلى المشاركة في وضعها... و نجاح الدولة في تحقيق التنمية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية يعتمد اعتماداً كبيراً على قدرتها على خلف رأي عام مساهم ومشارك و متفهم.

(محمد منير حجاب، 2000، ص 51، 52).

2- مراحل تكوين ظاهرة الرأي العام:

تشير الدراسات على مراحل ثلاث لتطوير الرأي العام و هي:

- **نشأة الموضوع:** يبدأ الرأي العام بمشكلة عامة، فطالما كانت الأمور تسير بطريقة تلقائية روتينية، و المشاكل العامة تعالج طبقاً للعادات و القوانين، فليس ثمة ما يدعو للتفكير و إنما يبدأ التفكير حينما تظهر المشكلة.

- **مناقشة الموضوع و الحلول المقترحة:** تبدأ هذه المرحلة بمحاولة التعرف بالموضوع و وضع امل في إيجاد حل في صورة فعل و يتبع هذا مناقشة أكثر تفصيلاً و لكنها تظل في مرحلة تفسيرية و أولية و يجري فحص السمات المختلفة للمشكلة، مثل مدى خ طوراً وانعكاساً المحتملة الوقوع على السمات الأخرى للحياة الاجتماعية، و في الوقت الذي تتقدم فيه المناقشات و المحادثات و المشاورات تبرز حلول مختلفة و غالباً ما تكون متعارضة و في هذه المرحلة تبدوا عوامل الاتفاق و عوامل الاختلاف أكثر وضوحاً و في الوقت الذي تتم فيه التعبير عن الآراء المختلفة تتكون جماعات صغيرة تدافع كل منها على وجهة نظر

معينة، ثم تتبلور الآراء و تنبذ الحلول الخيالية و يتم الوصول على حل وسط أو قد تؤدي الاختلافات إلى عدم التوفيق بينها و أحيانا تبذل محاولات لهم حلين أو أكثر في حل واحد و شامل.

• **مرحلة الوصول إلى اتفاق عام:** عندما تكون الموضوعات عاجلة فلا يمكن أن تستمر المناقشات إلى مالا نهاية، و الوصول إلى حدّ ما من الاتفاق أمر حيوي، و لا يمكن أن يحدث إجماع عام أو تام و لكن غالبا ما يكون هناك اتفاق على الاختلاف فيعطي أحد الحلول المعينة فرصة إثبات قدرته حتى و لو كان البعض غير مقتنع أنه أفضل حل ممكن. (محمد سعد أبو عامود، 2010، ص 67)

- و هناك من يرى أن مراحل تكوين الرأي العام هي رحلة الإدراك، الصراع، التركيز و الرضا، الاندماج و الاستقرار و الشمول.

المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام:

• **المناخ السياسي:** في الدول الديكتاتورية، أين تستند السلطة بالرأي العام وتخدم مواطنيها حق المناقشة المصرية و المشاركة في الحكم، تعامل الجمهور بالقسوة والإرهاب، و يسود الخوف العام، أو السخط العام، و تنعدم الثقة بين الشعب والحكومة، حرمان الجماعة قياديا المتعددة من (سياسة و حرفية وعلمية) من مناقشة المشكلات والقضايا الأساسية بينهم مع مرور الوقت في انعدام التعاطف و التضامن بين الحكومة و الشعب و عزل كل منهما عن الآخر، وبالمقابل فإن السماح بتعدد الأحزاب السياسية و بتعدد النقابات والتنظيمات الشعبية و غعطائهم جميعا حرية التعبير عن الرأي دون تمييز، اميحه ل الرأي العام أكثر فاعلية وإيجابية من خلال مشاركته في السياسة العامة، حيث تشجع هذه الظروف على مناقشة القضايا المختلفة بين الجماهير بدرجات واسعة من الحرية (رحموني لبنى، د.ت، ص 19).

• **المناخ الاقتصادي السائد:** فالظروف الاقتصادية تسهم بدرجة كبيرة في تحديد آراء الجماهير، فكلما كان هناك تفاوت و لا عدالة في توزيع الثروات و تقسيمها أدّى ذلك إلى إنقسام الأمة الواحدة على أمتين على التعبير السياسي البريطاني فالتفاوت في توزيع الثروة يؤدي إلى انقسامات اجتماعية و سياسية كبيرة و خطيرة إذ يؤدي ذلك تفتيت الجماعة و ضعف مواقعها واتجاهها و بيئة أسباب التنافر و الصراعات بين فئلا وطبقا، و ظهور الاستقطابات المتصارعة فيها ، مما يؤثر على تكوين رأي عام فاعل و مؤثر إزاء القضايا الوطنية أو الهامة في حياة الأمة و تصبح حالة الفقر و العوز سببا و مظهراً من مظاهر التمزق الاجتماعي. (عاطف عدلي العبد، 1999، ص 21).

• **الأسرة:** تعتبر الأسرة إحدى المؤسسات الاجتماعية العامة والتي تساهم في تكوين الرأي العام، حيث تعتبر الأسرة هي البنية الرئيسية و الأولى للتنشئة الاجتماعية للفرد وهي العملية التي تستنبط المعايير الاجتماعية لتمثل وتندمج في الشخصية النفسية وتصبح جزءاً لا يتجزأ منها فالتربية هي التي تنمي لدى الإنسان استعداداته وميوله وحاجاته و تكون الإستجابة لها في الامتثال للقواعد و المعايير الاجتماعية.

ويبدأ تأثير الأسرة في الفرد منذ طفولته و يمتد التأثير ليشمل بقية حياة الفرد من خلال مجموعة القيم التي ينشأ عليها في طفولته و تؤثر القيم التي يتولى عليها الأفراد في تشكيل اتجاههم و آرائهم تجاه الموضوعات و القضايا المختلفة. (جي روشيه، 1983، ص 66)

• **الدين:** تلعب الأديان أدوار هامة في الحياة و هي بالتأكيد تؤثر تأثيراً مباشراً على الآراء الفرد و سلوكه، و لو نظرنا إلى مجتمعتنا الإسلامي نجد أن الدين يلعب دوراً هاماً في تنشئة الفرد و اتمتع بالإضافة إلى التأثير بثورته الثقافية الكبيرة فرجال الدين يعملون على توعية الناس من خلال المساجد، فهم يؤثرون في آراء الناس فالدين من أهم العوامل التي تؤثر في الناس و تجعلهم يتفاعلون و يتأثرون بقضية ما نظراً لأن الدين مقدس عند كثير من الناس، و أي فعل أو شيء يؤثر و يهدد الدين يشير الاهتمام لدى الناس و يؤدي إلى حدوث ردود أفعال (Bernard c.Hennssy.1985.p131).

• **وسائل الإعلام:** إن في العصر الحديث تلعب وسائل الإعلام و الاتصال الشخصي و الجماهيري و الدعاية و الإعلان دوراً هاماً في تكوين الرأي العام و التأثير فيه تغيير اتجاهاته لدى الجماهير مهما كانت متباعدة جغرافياً أو غير متجانسة ديموغرافياً خاصة من الناحيتين:

- **الناحية الأولى:** التوسع الذي نشاهده الآن من وسائل الإعلام خاصة الفضائيات و التي تزود الناس بالمعلومات و الأخبار السريعة

- **الناحية الثانية:** أما من الناحية الأخرى إمكانات وسائل الإعلام و مميزاتها.

(سمير حسين، 1997، ص 133).

لا شك أن تعتمد الأحداث و تغييرها، و بالتالي تعتمد السياسة وصعوبة متابعتها ويستلزم إمداد المواطن بمعلومات من السياسة والأحداث، لذلك كان لا بد من الاعتماد على قناة تتسم بالمرونة والسرعة والندرة على التغلغل في أنحاء الدولة كي يستطيعوا إعلام هذا المواطن و ربطه بالسياسة ولا شك أن نظام الاتصال باعتباره أكثر الهياكل تخصصاً يستطيع أن يتجاوب مع هذه الحقيقة.

وتمنح وسائل الإعلام النخب السياسية في اتمع إمكانيات هائلة لإثارة المصلحة والتأثير في اتجاهات المواطنين.

كما ان الانتشار الحرّ للمعلومات من خلال وسائل الإتصال تخلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة و دقيقة بالأحداث السياسية.

ولكن أهم تأثيرات وسائل الإعلام والتي تنعكس على النظام السياسي ككل وهي التأثير على تصور المواطن للسياسة و شرعية النظام السياسي، والتأثير في اتجاهات الأفراد، والذي يمكن أن يغير من التوازن بين القوى أو الشخصيات السياسية في اتمعات الديمقراطية (Colin Seymour.1974. p 46).

● القيادة: تلعب القيادة دوراً هاماً في التأثير على الرأي العام وذلك في بروز القائد أو الزعيم الذي يستطيع التأثير على الجماهير و كسب ودعم من خلال إبراز الأفعال التي تؤيد قيادته. وفي الوقت الذي يؤثر فيه القائد على اتجاهات الرأي العام عندما يكون القائد في مرحلة من الثقة و التقدير العالين من الجماهير.

ومن مواصفات القائد الذي يؤثر على رأي الجماهير: أن يكون موضوع ثقة عند الكثير من الناس أن يكون القائد قدوة حسنة لغيره و القدرة على المحاورة و النقاش أن يشير اهتمام الناس باستمرار.

(هاني الرضا، رامز عمار، 1998، ص ص 133، 134).

خلاصة:

ومن خلال دراستنا لمفهوم الرأي العام و خصائصه و العوامل المؤثرة في تشكيله نستخلص أن الرأي يتبلور نتيجة لحراك التفاعل، بين الأفراد أي أصبح الرأي العام قوة كبيرة في مجتمعنا إلى الحديث و ذلك نتيجة للأوضاع السياسية و الاجتماعية الراهنة لهذا اتمع.

لهذا أصبح للرأي العام أهمية بالغة في قدرته على حشد الصفوف و توجيهها و جهة معينة في عالمنا المعاصر و ركن أساسي الذي تقوم عليه اتمعات.

كما منحت وسائل التكنولوجيا الحديثة ولاسيما المواقع الاجتماعية للمستخدمين ميزات مكنتهم من المشاركة بأرائهم و التعليق على القضايا المثارة و المطروحة أو حتى طرح قضايا جديدة للنقاش وخلق رأي عام تجاهها إلى جانب ما دجت جماعات كثيرة جديدة لم تكن لتشارك من قبل في تكوين الرأي العام.

المبحث الثالث: أهمية مواقع تواصل الإجتماعي الفيسبوك في تشكيل الرأي العام نحو

الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019

تمهيد :

يلعب موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك دور مهما في جميع نواحي الحياة التي تتمتع وماله من دور في تشكيل الرأي العام نحو القضايا المختلفة التي تواجه المجتمع وخاصة الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019 .

تحتل الانتخابات الرئاسية مكانة عالية في النظام السياسي الجزائري وتحظى بإهتمام داخلي وحتى دولي كسائر التشريعات المقارنة، حيث تعد الانتخابات بصفة عامة والانتخابات الرئاسية بصفة خاصة سمة من سمات الدول الديمقراطية التي تعتمد مبدأ التداول على السلطة وكذلك تمنح للشعب حرية إختيار حكامه، كما تمثل حدثا هاما بالنسبة للجزائر نظرا للحدوث الحراك الشعبي الجزائري 2019 وتأجيل إجراء الانتخابات في موعدها نظرا لعدة أسباب ، لذا يتم تجنيد مؤسسات الدولة ومنظمات المجتمع المدني من أجل تحسيس بأهمية المشاركة فيها ، لكن رغم هذا يتم عزوف المواطنين عن التصويت والإدلاء بأصولم لعدة إعتبرات .

لهذا سوف نتناول في هذا المبحث كل مايتعلق بالانتخابات الرئاسية الجزائرية، ونتطرق كذلك لدور مواقع تواصل الإجتماعي الفيسبوك في تشكيل الرأي العام ثم نعرض نماذج فعلية توضح دور مواقع في تحويل الرأي العام الإلكتروني لرأي عام واقعي وعليه فإننا نعرض هذه العناصر بالتفصيل من خلال هذا الفصل.

المطلب الأول: دور مواقع تواصل الإجتماعي الفيسبوك في تشكيل الرأي العام :

وفرت شبكة الأنترنت بما تتيحه من عالم إفتراضي ومواقع إجتماعية تفاعلية، الفرصة أمام الأفراد المشتركين في هذه المواقع لبناء قاعدة أساسية للإنتلاق بإتجاه أهداف لتحقيقها، وتبرز أهمية المواقع الإجتماعية في الجانب السياسي والإجتماعي بفعل وجود ثلاث حقائق أساسية وهي قيمة المعارضة الفيسبوكية في كوا تعبيرا عن تيار نقدي تلقائي غير مؤسسي وغير ميسس، إما بالنقل عن أشخاص أو عن صفحات معينة لما لها من موقف سياسي ، بالإضافة إلى تزايد هامش تأثير المعارضة الإلكترونية ، وكذلك قدرة هذه المواقع على التشبيك ما بين القوى والحركات السياسية في الواقع الحقيقي .

وتعتبر المواقع الإجتماعية من أهم مصادر التنشئة السياسية والإجتماعية نظرا لسهولة التواصل بينها وبين الناس ، وسهولة تبليغ الرسالة المراد توصيلها من خلال الإمكانيات والميزات التي وفرا جعلت منها مصدرا

أساسيا للمعلومات وأتاحت مجالا للنقاش وفرصة لتعبير عن آرائهم ومخاطبة بعضها بعضا، وأصبحت تلك التقنيات فضاء رحبا يتحول به الثوار لإيصال رسائلهم إلى الجماهير والتفاعل معهم بطريقة تفاعلية لم يحسب لها حساب، وأصبح من يملك مفاتيح التحكم بالشبكات الإجتماعية العالمية هو من يملك القدرة على التحكم بالرأي العام المنبثق من هذه الشبكات (طاهر حسن أبوزيد ، 2012، ص ص 34، 37)

إذ أصبحت وسائل الإتصال والإعلام الرقمية من ضرورات الحياة ، وهي بمثابة حلقة الوصل بين كل مؤسسات ومقومات ومكونات البناء الإجتماعي وعلى عاتقها تقوم عمليات شرح وتقديم مالدى كل مؤسسة إجتماعية للأخرى ، إذ تؤدي وسائل الإعلام دورا بالغ الأهمية والخطورة في تشكيل الرأي العام وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول الأفكار وآراء وإتجاهات معينة ، مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا أو غير متجانسة ديموغرافيا وزادت التطورات التكنولوجية الهائلة قدرة وسائل الإتصال الرقمية في تحقيق المزيد من التأثير على الجماهير وتوجيهها نحو آراء وأفكار معينة .

وساهم الإنتشار الحر للمعلومات من خلال شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية وبالتالي التأثير على تصور المواطن للسياسة ، وتتخذ هذه الشبكات موقفا فريدا في هذه العملية إذ تمارس تأثيرات قوية علي صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام فوسائل الإتصال تمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرار .

(عبد الكريم علي الديبسي وزهير ياسين الطاهات ، 2013 ، ص 74)

ويختلف دور وسائل الإعلام في تشكيل إتجاهات الرأي العام تبعا للبيئات الإتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، إذ تختلف باختلاف وسائل الإتصال المقرؤة و المسموعة والمرئية ، فلكل وسيلة إعلامية عدد من المزايا التي تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى ، وتكرار التعرض لوسائل الإتصال يزيد من قوة تأثيرها في تشكيل إتجاهات الرأي العام، وقد تميزت مواقع التواصل الإجتماعي الرقمية بقوة التأثير لأنها جمعت كل مزايا وسائل الإتصال التقليدية المقرؤة والمسموعة والمرئية في الرسالة التي تقدمها. إن هناك إتجاهين مختلفين في دراسة تأثير وسائل الإتصال : الإتجاه الأول يربط بين التغيرات التي تحدث في الرأي العام على المستوى الجمعي Aggregate Level Changes التغيرات التي تحدث في محتوى وسائل الإتصال وعليه فإن وسائل الإتصال حين تقدم إتجاهات مختلفة ومتعارضة بصدد قضية معينة، قد يكون ممكنا قياس تأثير كل من هذه الإتجاهات في الرأي العام . أما الإتجاه الثاني على المستوى الفردي فيوضح إختلاف تأثير وسائل من فرد لأخر، حيث تعتمد التأثيرات على عملية ذات مرحلتين وهما : التعرض لرسائل الإتصال التي

تقدمها وسائل الإعلام وفهمها وقبول محتوى هذه الرسائل وهاتان العمليتان بدورهما لهم دور في الجانب السياسي على وعي الأفراد .

ومن وجهة نظرا "جون زيللر" وهو أحد الباحثين في العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام ، فإن للميول السياسية والوعي السياسي وخطاب الصفوة دورا في تشكيل الرأي العام إضافة إلى طبيعة البيئة المعلوماتية التي تقدم من خلالها الرسائل الإعلامية وإعتبرها زيللر عاملا مهما في طبيعة التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام. (زغيب شيماء ، 2004، ص ص ،93،89)

المطلب الثاني: نماذج فعلية توضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحويل الرأي العام الإلكتروني لرأي عام واقعي :

نموذج ثورة صربيا: بدأت ثورة صربيا على الرئيس سلو بودان ميلو سيفيتش في بدايات 1998 بشكل إفتراضي عبر المدونات كشبكات إجتماعية جديدة كانت تعبر أنذاك ظاهرة حديثة في الإعلام الإلكتروني عبر الويب، حيث ظهرت حركة شبابية تعتمد على طريقة الكفاح غير العنيف كإستراتيجية لها وكانت هذه الحركة نشطة إفتراضيا وعرفها المستخدمون إلكترونيا عبر المقالات التي عمل شبلا على نشرها بالمدونات السياسية ، كما إتخذوا قبضة اليد شعارا لهم عبر هذه المدونات وسرعان ما نجحت كتابات هذه الحركة في حشد وتعبئة الصدى لإسقاط نظام بثورة فعلية أسهمت في اية حكم ميلو سيفيتش في أكتوبر من عام 2000.

نموذج ثورة أوكرانيا: في أواخر 2013 ظهرت إحتجاجات الكترونية عبر صفحات الفيسبوك وتوتير نتيجة لتعليق الحكومة الأوكرانية التحضيرات لتوقيع إتفاقية الشراكات وإتفاقية التجارة الحرة مع الإتحاد الأوروبي ، إنتقلت حالة الإحتجاج إلى الشارع وتحديدا في 21 نوفمبر 2013 بدأت أولى التظاهرات المناهضة للحكومة والمطالبة بعزل الرئيس الأوكراني فيكتوريا نوكوفيتش كما طالبوا بإنتخابات مبكرة ، وقد سميت هذه الإحتجاجات بإسم " الميدان الأوروبي " أورو ميدان بالعاصمة كييف ، توالى عمليات الحشد عبر الشبكات الإجتماعية حتى تمكن الحراك الإحتجاجي من القيام بثورة فعلية في 18 فبراير 2014 و نجحت الثورة في إسقاط نظام يانو كو فيتش.

نموذج ثورة جورجيا : تمكنت ثورة الزهور عام 2003 من الإطاحة بنظام الرئيس الجورجي السابق إدوارد شيفرد نادزه المدعوم من موسكو وأوصلت ميخائيل ساكاشفيلي زعيم المعارضة الجورجية أنذاك ، وقد بدأت هذه الثورة كراي العام إلكتروني غاضب تمكن من حشد وتعبئة الجمهور لإشتغال فتيل الثورة بالشارع، ففي عام 2000 تكونت مجموعة صغيرة من الطلبة في جامعة تبيليسي الحكومية من أجل الإحتجاج على

الرشوة السائدة في الجامعات الوطنية ، وبدؤا في مدونات سياسية ترصد الفساد وتحدث عن حالاته أو جهة المتعددة ، كما تم إستخدام المنتديات الإلكترونية للتنفيس عن همومهم ، وظل الحراك الإفتراضي لمدة 3 سنوات بين شريحة الطلاب الجامعين ثم إنتقل ليشمل فئة الشباب بصفة عامة وفي بداية 2003 ظهرت حركة كمارا وتعني بالعربية "كفى" ،وهي حركة مقاومة مدنية ،ظهرت تحديدا بعد حالة من الإمتعاض والهياج في الأوساط الإلكترونية نتيجة تزوير الإنتخابات البرلمانية في نوفمبر 2003 ، حيث تحول الحراك إلى الشارع ومن ثم أسقط النظام بأكمله بسبب ثورة الزهور التي أعمدت على التغيير السلمي وسيطرة المظاهرات الشعبية في الشوارع.

(رفعت محمد مصطفى ، 2018 ، ص ص 208 ، 207)

الإنتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2008: حيث نجح المرشح أوباما أمام منافسة جون ماكين نتيجة لتواصل أوباما مع فئة الشباب عبر مواقع التواصل الإجتماعي حيث دشن حملته الشهيرة ، والتي عملت على تكوين رأي عام إلكتروني واقعي محابي لأوباما ، كما عمد أوباما على بث رسائل أسبوعية عبر الشبكات الإجتماعية ولاسيما الفيسبوك مدف التأثير على الرأي العام وجلب أصوات في صالحه.

(رفعت محمد مصطفى ، 2018 ، ص ص 209)

الإنتخابات الرئاسية الإيرانية 2009: إستخدام الرأي العام الإيراني الشبكات الإجتماعية والمدونات للرقابة الشعبية على الإنتخابات 12 يونيو 2009 والتي فاز بها أحمد نجاد ، حيث عمدت السلطات الإيرانية على تعطيل التغطيات الإعلامية للإنتخابات ، فقد تم تعطيل خدمة الرسائل النصية القصيرة قبل ساعات من فتح صناديق الإقتراع في 12 يونيو ، كما تم إغلاق خدمة الهاتف المحمول في 13 يونيو 2009 ، وهو اليوم الذي أعلنت فيه النتائج ، وفي الأيام التي أعقبت ظهور النتائج المتنازع عليها هاجمت قوات الأمن الإيرانية وأعضاء الحرس الثوري " الباسيج " الصحفيين الذين حاولوا تغطية المظاهرات الشعبية المتصاعدة وضايقوهم ، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى البديل الذي جاء في شكل الإعلام الجديد ممثل في الشبكات الإجتماعية والتي أستخدمت لنقل وتغطية الأخبار في الأوقات الإستثنائية ، وقد ردت الحكومة بحملة واسعة النطاق إتسمت بالقسوة لقمع الإحتجاج ، وتحولت الإحتجاجات على التزييف المزعوم لأصوات الناخبين إلى المظاهرات عارمة ، ومن هنا برز بقوة شبكات الإجتماعية التي أصبحت أثناء الإحتجاجات وأعمال القمع هي مصادر الأنباء الأساسية .

(رفعت محمد مصطفى ، 2018 ، ص ص 184 ، 183)

نموذج ثورات الربيع العربي: بدأت ثورة مصر وتونس بداية إفتراضية بحثة عبر الشبكات الإجتماعية للرأي العام الإلكتروني الغاضب نحو تردي الأوضاع الإقتصادية والأمنية ، وظهر ذلك جاليا من خلال إنتشار تدوينات وصفحات عن خالد سعيد في مصر ومحمد بوعزيزي في تونس، ثم تحولت الثورتين الواقع الذي أطاح بنظام مبارك ونظام زين العابدين بن علي، وتختلف ثورة مصر وتونس عن ثورة ليبيا لأن الثورة الليبية لم تبدأ بحراك إفتراضي بل بدأت ثورة سلمية واقعية ثم تحولت إلى ثورة مسلحة ضد نظام القذافي، ولم يتمكن المجتمع الليبي من إستخدام الشبكات الإجتماعية آنذاك نظرا لأن نظام السابق قد حجب موقع الفيسبوك وتويتر ويوتيوب أيضا موقع قناة الجزيرة .

الحراك الشعبي الجزائري 2019: عمت المظاهرات مختلف ولايات الجزائر، الجمعة 22 فبراير/شباط 2019 إحتجاجا على ترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لولاية خامسة، خلال الإنتخابات الرئاسية المقرر إنعقادها في شهر أبريل /نيسان 2019. وإنطلقت المظاهرات مباشرة بعد اية صلاة الجمعة إستجابة للدعوات التي أطلقها نشطاء في مواقع التواصل الإجتماعي منذ إعلان بوتفليقة رسميا ترشحه ، بعد أن إستجاب المئات من المتظاهرين لنداءات للخروج في مسيرات ورددوا المشاركون شعارات تعبر أغلبها عن رفض العهدة الخامسة وتطالب بالتغيير فضلا عن تأكيد السلمية في حين رفع آخرون السقف إلى المطالبة بإسقاط النظام بحسب مانشرته وكالة الأناضول أو التغيير الجذري للنظام والمطالبة برحيل الباءات الثلاثة ورفض إجراء إنتخابات تحت إشراف النظام الحالي للجزائر.(بن أمهاني مراد ، 2019، ص ص 49،55)

المطلب الثالث: الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019:

ساهمت السلطة في الجزائر من خلال إستمرارها في سياسية التحكم في قطاع الاعلام ، في أن تكون مواقع التواصل الإجتماعي البديل المتاح الإعلامي المتاح لفتح أبواب التفاعل ونقاش السياسي أمام الشعب وكشف الكثير من ملفات وقضايا التي لايزال مسكوت عنها في الاعلام التقليدي و تبلورت ضمن هذه الصفحات تدعو إلى التغيير الهادئ ودفع بإتجاه نحو مزيد من الحريات السياسية والاعلامية ، ولم تسلم هذه الصفحات من الانتقادات الشديدة لبعض الوجوه في الحكومة الحالية التي تصف بعضها بأبشع الأوصاف وتطالب بإقالتها فورا .

وإذا تحول الفيسبوك من مجرد موقع للتواصل إلى أشهر موقع لتخاطب مع القضايا اليومية ، وبات هذا الموقع وسيلة ناجعة لتنظيم الإحتجاجات بل الإحاطة بأنظمة حكم ديمقراطية .

لذا يعد الرأي العام من أهم العوامل المشاركة في عملية صنع القرار فلا أحد لا يستطيع أن ينكر علاقة الوطيدة بين رأي عام وصنع القرار لمختلف اتمعات وأنظمة السياسية ، وكيف أن الرأي العام يعد من أهم العوامل التي يشكلها صانع القرار ، مهما كان شكل النظام السياسي الذي يسيطر على مقاليد الحكم ، ففي نظم الديمقراطية يهتم صناع القرار برأي العام من منظور المشاركة في صنع القرار ، أما في نظم الديكتاتورية يهتم صناع القرار برأي العام إلى لسيطرة عليه أو توجيهه أو تحكّم فيه .

وقد أصبح لرأي العام أهمية بالغة في عالمنا المعاصر ، وتحوّل إلى ركن أساسي من أركان اتمعات وأصبح دور كبير في عملية صنع القرار داخل الدولة إلى أن هذا الدور يبقى رهين بمدى تمتع اتمعات بمعطى الحياة العامة، وكذا النظام السياسي فالحرية العامة هي التي تصون وتكفل الرأي العام النظام السياسي هو الذي يحدد حجم ومدى تفاعله مع آراء مواطنين وتوجههم . (أمال معاش ، 2019 ، ص ص 51 ، 68)

أعلن رئيس الجزائر وقتها عبد العزيز بوتفليقة لاحقا تأجيل الانتخابات بعد إندلاع احتجاجات شعبية مناهضة لترشحه لفترة رئاسية خامسة . تقدم بوتفليقة بعدها بإستقالته في 2 أبريل 2019 قبل إنتهاء فترة مهامه الدستورية في 28 أبريل إثر هذه الإحتجاجات طرحت عدة سيناريوهات مختلفة لموعد الانتخابات القادمة ولكن لم يتم تحديد تاريخ محدد للإنتخابات آنذاك .

وبعد تولي عبد القادر بن صالح رئيس مجلس الأمة قيادة الدولة بصفة مؤقتة وقفا للمدة 112 من الدستور الجزائري . أعلن في 9 أبريل لإجراء الانتخابات الرئاسية في 4 يوليو من السنة نفسها حيث رفض المس الدستوري الجزائري الملفين الوحيدين للترشح لديه وأعلن إستحالة إجراء الانتخابات الرئاسية المقررة في 4 يوليو و تموز 2019.

أما عن الانتخابات 18 أبريل 2019 ألغيت الانتخابات الرئاسية قبل بدء العملية الإنتخابية بأيام بسبب الإحتجاجات برفض الترشح للعهددة الخامسة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة الذي قد إستقالته يوم الثلاثاء 2 أبريل 2019.

إنتخابات 4 جويلية 2019 ألغيت الانتخابات الرئاسية بدء العملية الإنتخابية بأيام بسبب الإحتجاجات ، حيث أعلن المس الدستوري بتاريخ 2 جوان 2019، إستحالة إجراء إنتخابات 4 جويلية 2019، يعلن إعادة تنظيمية في وقت لاحق حيث جاء في البيان الدستوري أقر أن المهمة الأساسية لمن يتولى وظيفة رئيس الدولة هي تنظيم إنتخاب رئيس الجمهورية، فإنه يتعين كهئة الظروف الملائمة لتنظيمها وإحاطتها بالشفافية والحياد، لأجل الحفاظ على المؤسسات الدستورية التي تمكن من تحقيق تطلعات الشعب السيد.

جرت الإنتخابات الرئاسية الجزائرية لعام 2019 في 12 ديسمبر لإختيار رئيس جديد للجمهورية الجزائرية أين أعرب أزيد من مئة جزائري عن نيته للترشح وفي الأخير أختير خمسة مترشحين للتنافس فقط على نيل كرسي قصر المرادية، حيث أسفرت النتائج على فوز عبد ايد تبون بحصوله على 58.15 من الأصوات . كان من المفترض أن تتم في 18 أبريل 2019 لإختيار رئيس الجمهورية الجزائرية بعد توقيع المرسوم الرئاسي المتضمن إستدعاء الهيئة الناخبة للإنتخابات الرئاسية يوم الجمعة 18 يناير 2019 . بات تصاعد الدور السياسي الذي يقوم موقع الفايسبوك في دول عالم ملموسا إلى حد كبير ، حيث نجح مستخدمو هذا الموقع في توظيفها خلال السنوات الأخيرة لخدمة أهداف سياسية وإستطاعوا من خلال هذا التوظيف التأثير على بعض السياسات ، لاسيما في ظل الإنتشار الواسع والشعبية الكبيرة التي يتمتع بها هذا الموقع حول العالم .وقد شهد الوطن العربي والعالم مؤخرا دورا فاعلا ومؤثر لموقع الفايسبوك في سير بعض الإستحقاقات الإنتخابية لتكون فاعلا أساسيا في بعض الحالات وعاملا مساعد في توجيه الرأي العام في كثير من حالات الأخرى .

وتعد الصفحات وموعات على موقع الفايسبوك في الجزائر على ساحة مهمة للدعاية الإنتخابية للمترشحين الخمسة في الإنتخابات الرئاسية المقررة في 12 ديسمبر 2019 وسط قلق من صفحات مجهولة تقود حملات ضد المنافسين لصالح آخر، كما لايمكن تجاهل حضور الصفحات المضادة التي تستخدم في تشويه الخصوم إذ تعتمد أساسا على الطعن والتحريض السياسي ، وتستعيد مقاطع فيديو وحوارات سابقة للمرشحين وتوظفها في سياقات ضدية ، وكذلك واجه المرشحين معركة ضارية على موقع الفايسبوك من ناشطين رافضين الإنتخابات الرئاسية المقبلة فضلا عن موجات السخرية .

لذا بدأت معركة الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 باكرا على موقع الافتراضي قبل بدء الحملة الإنتخابية ، إذ بادر القائمون على حملات المترشحين في فضاءات وصفحات على موقع الفايسبوك تديرها فرق مختصة وإعلاميون وخبراء في إعلام والإتصال لتسويق صورة المرشح الرئاسي وبرنامجه وأنشطته ونقل تحركاته وندواته الصحافية بالصوت والصورة .

ظهر جميع المرشحين الخمس للإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 على إستغلال وسائل التواصل الإجتماعي ، كما عمدوا على تسجيل حوارات قصيرة تتضمن ردا على أسئلة وهواجس يطرحها الرأي العام، لهذا أصبح الفضاء الافتراضي يعتبر ساحة معركة قوية لجميع المرشحين أووسيلة سهلة في الترويج لبرنامجهم وأفكارهم وتحركم طوال فترة الحملة الإنتخابية ،ولكن يبدو أن ماتداوله الموقع من ردود أفعال

الشعب حول إجرائها في موعدها أو رفض قبل حتى تحديد الموعد النهائي للانتخابات الرئاسية، وذلك نظرا لما عاشته البلاد من حراك شعبي 22 فيفري 2019 الذي دام مايقارب سنة من أجل التغيير وإطاحة بالحكم السائد داخل الوطن. (ar wikipedia ,org wiki).

خلاصة :

لقد تناولنا في هذا الفصل كل مايتعلق بدور الذي يلعبه مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تشكيل رأي عام بالإضافة إلى نماذج فعلية توضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحويل الرأي العام الافتراضي لرأي عام واقعي ثم تطرقنا في الأخير إلى الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 عبر موقع الفيسبوك في تشكيل رأي عام وتحديد توجهات والمواقف ومختلف الآراء والإيديولوجيات نحو قضايا المتعلقة بشأن سير العملية الانتخابية وقرار الانتخاب أو المقاطعة فضلا على أنه فضاء يتيح للمستخدم الإطلاع على كافة المستجدات المثارة وخوض النقاش والحوار فيها بكل حرية .

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي

تمهيد

1 - عرض وتحليل البيانات

2 - نتائج الدراسة

تمهيد :

إن الدراسة الميدانية تزودنا بمختلف المعطيات الواقعية التي تمكننا من إطلاع على مختلف جوانب الظاهرة المدروسة وذلك من خلال تحليلها وتفسيرها وإستخلاص أهم النتائج المرتبطة بها ، وهذا لا يأتي من خلال إتباع الإجراءات المنهجية الملائمة والمناسبة بطريقة المنظمة والمنسقة بدءاً من تحديد مجالات الدراسة ، المنهج الملائم لنوع الدراسة ، فالعينة الممثلة للمجتمع الدراسة ثم أدوات المناسبة للحصول على المعلومات وبعدها جمع المعلومات يتم تحليلها للوصول للنتائج العامة .

1 - عرض وتحليل البيانات

المحور الأول : البيانات الشخصية

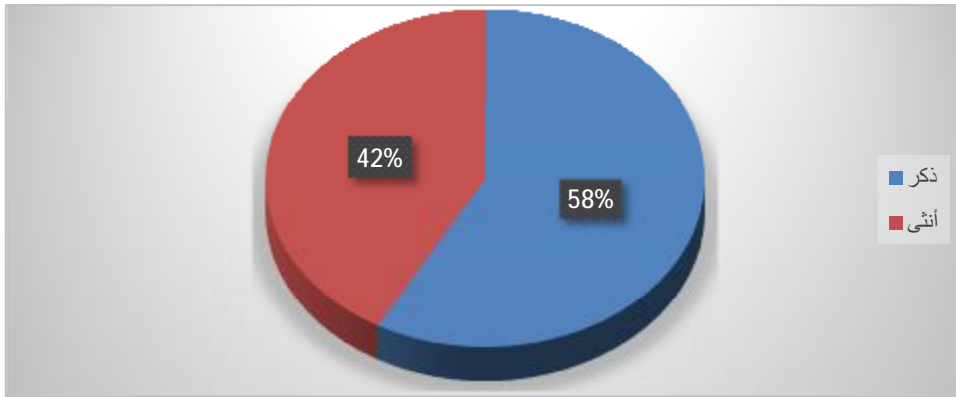
البيانات الشخصية

1-الجنس:

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
58,1%	25	ذكر
41,9%	18	أنثى
100%	43	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (43) فرداً، نلاحظ أن حجم الذكور (25) بنسبة 58,1%، أما الإناث فقد بلغ عددهن (18) أنثى بنسبة قدرت بـ 41,9% وهذا يدل على طبيعة اتمتع ذكوري كما هو موضح من خلال الشكل التالي:



الشكل رقم (01): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

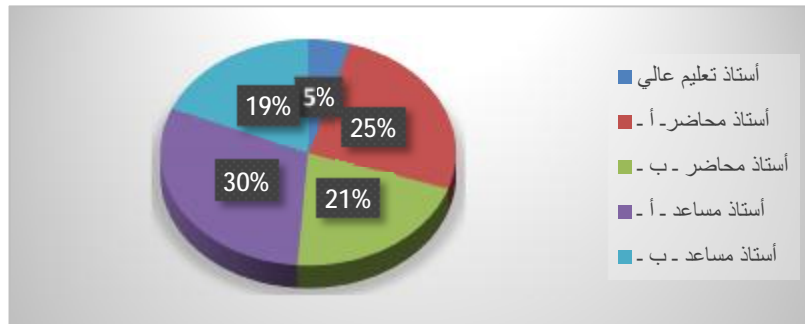
2- الرتبة :

الجدول رقم (02) : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة

النسبة المئوية	التكرارات	الرتبة
4,7%	2	أستاذ تعليم عالي
25,6%	11	أستاذ محاضر. أ.
20,9%	9	أستاذ محاضر. ب.
30,2%	13	أستاذ مساعد. أ.
18,6%	8	أستاذ مساعد. ب.
100%	43	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (43) أستاذ، نلاحظ أن عدد الأساتذة من درجة (أستاذ تعليم عالي) قدر عددهم بـ (2) أستاذ بنسبة بلغت 4,7%، أما ذوي الرتبة العلمية (أستاذ محاضر أ) فقد بلغ عددهم (11) بنسبة قدرت بـ 25,6%، أما ذوي الرتبة العلمية (أستاذ محاضر ب) فقد بلغ عددهم (9) بنسبة قدرت بـ 20,9%، في حين قدر عدد ذوي الرتبة العلمية (أستاذ مساعد أ) فقد بلغ عددهم (13) أستاذ بنسبة قدرت بـ 30,2%، و قدر عدد ذوي الرتبة العلمية (أستاذ مساعد ب) بـ (8) بنسبة قدرت بـ 18,6%،

ومن خلال النتائج يمكن القول أن إحتلال أستاذ مساعد (أ) النسبة أغلب تفوق النصف بين عدد الباحثين من أساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال يؤكد لنا أن أغلب الباحثين يقومون بالتحضير لمذكرات لنيل شهادة الدكتوراه ، إضافة إلى رتبة أستاذ محاضر (أ)هم في إطار التأهيل أكاديمي ، أما بالنسبة لأساتذة ذوي الرتبة محاضر (ب) فهم حاملون شهادة الدكتوراه وقامو بمناقشتها ، ثم تليها رتبة أستاذ مساعد (ب) فهم أساتذة الذين يملكون شهادة الماجستير وفي الأخير جاءت رتبة أستاذ تعليم عالي الذين يملكون خبرة عالية وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



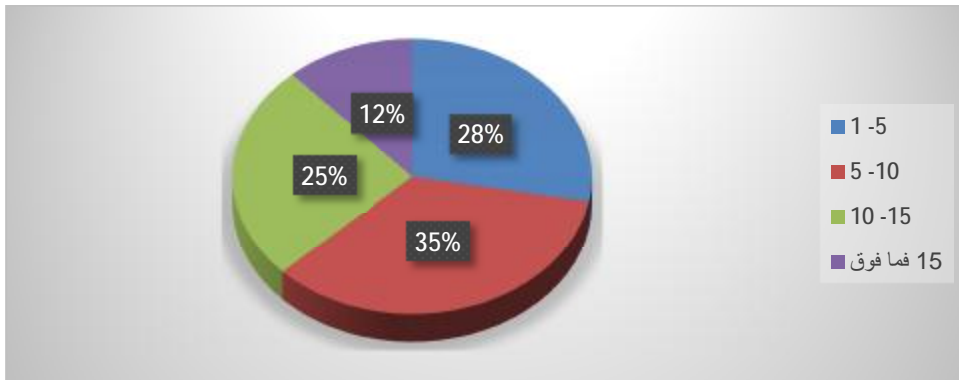
الشكل رقم (02): يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية

3الخبرة المهنية:

الجدول رقم (03) : يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة

النسبة المئوية	التكرارات	الخبرة
27,9%	12	5- 1
34,9%	15	10- 6
25,6%	11	15- 11
11,6%	5	16 فما فوق
%100	43	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا (43) أستاذ، نلاحظ أن الأساتذة الذين لديهم خبرة (من 1 إلى 5 سنوات) قدر عددهم بـ (12) بنسبة بلغت 27,9%، أما من تتراوح خبرتهم (من 5 إلى 10 سنوات) فقد بلغ عددهم (15) بنسبة قدرت بـ 34,9%، أما من تتراوح خبرتهم (من 10 إلى 15 سنة) فقد بلغ عددهم (11) بنسبة قدرت بـ 25,6%، في حين قدر عدد من تتراوح خبرتهم (أكثر من 15 سنة) بـ (5) بنسبة قدرت بـ 11,6%، ومن خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول رقم 03 يمكن القول أن أغلب أفراد العينة لديهم خبرة مهنية من 5-10 سنوات فمن الطبيعي أن يكونوا في بداية خبرتهم، ويمكننا القول أيضا أن هذا راجع إلى حداثة علم الإعلام والاتصال في جامعة جزائرية بالنظر إلى علوم أخرى وهذا ما يوضحه الشكل التالي:



الشكل: رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة

المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الأساتذة لشبكة الفيسبوك لتشكيل رأي عام حول الإنتخابات

الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة على تصفح مواقع التواصل الإجتماعي

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال إحصائيا	0,000	32,628 ^a	3	-9,8	10,8	%2,3	1	نارا
				-4,8	10,8	%14	6	أحيانا
				-0,8	10,8	%23,3	10	غالبا
				15,3	10,8	%60,5	26	دائما
				////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (43) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثل اموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابهم على السؤال بالبدل "نادرا" وقد بلغ عددهم (01) فردا بنسبة مئوية بلغت 2,3%، أما اموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدل "أحيانا" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت ب 14%، أما اموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدل 'غالبا' والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت ب 23,3 %، أما اموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدل 'دائما' والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت ب 60,5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت ب 32,628^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين البدائل الأربع لصالح اموعة الرابعة الأعلى تكرار (دائما) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

معند أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأهم يتصفحون مواقع التواصل الإجتماعي بشكل دائما، ويمكن إرجاع ذلك تنوع لأدوار وخدمات مواقع تواصل الإجتماعي مما جعلها تستميل العديد من أساتذة

قسم علوم الإعلام والاتصال ، فقد تمكنت من كسر الحواجز وخطوط الحمراء التي كانت تمنع التواصل بين المواطنين العاديين والمسؤولين كما أتاحت هذه الشبكات حرية التعبير أفراد الذين أصبحوا يعبرون عن آرائهم في مختلف القضايا منها السياسية .

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدام موقع الفايسبوك

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال إحصائياً	0,000	45,256 ^a	2	-12,3	14,3	%4,7	2	نادرا
				-8,3	14,3	%14	6	أحيانا
				20,7	14,3	%81,4	35	دائما
				////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبدليل "نادرا" وقد بلغ عددهم (2) فرداً بنسبة مئوية بلغت %4,7، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدليل "أحيانا" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ %14، أما لموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدليل 'دائماً' والبالغ عددهم (35) بنسبة مئوية قدرت بـ %81,4، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 45,256^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاث لصالح لموعة الثالثة الأعلى تكرار (دائماً) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

ومن هنا نلاحظ بأنه أغلب أفراد العينة يؤكدون بأنهم يستخدمون موقع الفايسبوك دائماً ، وهذا لما يتميز به هذا الأخير من رواج وإستخدام أكبر في أوساط اتمع ومن خدمات ومزايا عديدة منها إطلاع

أساتذة على أخبار وأحداث في مختلف المالات وتفسيرها وتحليلها والإنتقاء الأنسب والمنطقي منها ، وكذا إتصال مع الطلبة والزملاء ، لأن الأساتذة لهم إرتباط دائما بالعلم والمعرفة يفيدو ا أنفسهم وطلبتهم في جامعة التي تعتبر أكبر صرح لإرتقاء بالمستوى الفكري ، وهذا مايتوافق مع دراسة ونتائج ممدوح السيد عبد الهادي شتلة وحنان كامل حنفي مرعي .

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معدل إستخدام موقع الفايسبوك

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
غير دال إحصائيا	0,079	5,070 ^a	2	-6,3	14,3	%18,6	8	أقل من ساعة
				5,7	14,3	%46,5	20	من ساعة إلى ساعتين
				0,7	14,3	%34,9	15	من ساعتين فما أكثر
				////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابهم على السؤال بالبديل "أقل من ساعة" وقد بلغ عددهم (8) فرداً بنسبة مئوية بلغت 18,6 %، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "من ساعة الى ساعتين" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 46,5 %، أما لموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل 'من ساعتين الى فما أكثر' والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 34,9 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 5,070^a وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاث.

ويمكن تفسير ذلك أن أفراد العينة يستغرقون في تصفح موقع الفايسبوك من ساعة إلى ساعتين بغية تلبية حاجم فقط وذلك نظرا لإنشغالهم العلمية في تدريس ،إضافة إلى إهتمامات أخرى وضيق الوقت ، وكذلك إلى جانب توجههم إلى خدمات أخرى في الأنترنت .

الجدول رقم (07): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب فترات المفضلة لتصفح الفايسبوك

الترتيب	النسبة	التكرارات	البدائل
4	%9,3	4	صباحا
3	%18,6	8	مساء
2	%39,5	17	ليلا
1	%41,9	18	غير محدد

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجابهم على السؤال رقم (7): ماهي الفترة الزمنية المفضلة لتصفح الفيسبوك؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (غير محدد) بـ 18 تكرار، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (ليلا) بمجموع تكرار بلغ 17، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (مساء) بمجموع تكرار بلغ (8) ، وجاء في الرتبة الرابعة البديل (صباحا) بـ 4 تكرار.

ومن هنا نلاحظ أن أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال يتصفحون موقع الفيسبوك في فترات غير محددة، وهذا راجع بأن المستخدمين لا يتقيدون بوقت معين لتصفح هذا الأخير وكذا لإنشغالهم بالتدريس في الجامعة.

الجدول رقم (08): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق المكان المفضل لتصفح الفايسبوك

الترتيب	النسبة	التكرارات	البدائل
2	%9,3	4	البيت
//////	%00	00	مقهى الأترنت
3	%7,0	3	الجامعة
1	%27,9	12	مكان آخر

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجابهم على السؤال رقم (8): من أين تتصفح موقع الفايسبوك؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (مكان آخر) بـ 12 تكرار، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (البيت) بمجموع تكرار بلغ 4، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (الجامعة) بمجموع تكرار بلغ (3).

وعليه نستنتج من خلال إستجابات أفراد عينة الدراسة بأمر يتصفحون موقع الفيسبوك من مكان آخر على غرار البيت والجامعة وذلك نظرا لإنشغالات كلا الجنسين بمختلف الأمور .

الجدول رقم (09): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تصفح موقع الفيسبوك

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المتكرر والمشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال إحصائيا	0,000	74,116 ^a	1	24,3	10,8	%81,4	35	وحدك
				-7,8	10,8	%7	3	مع العائلة
				-10,8	10,8	%00	00	مع الأصدقاء
				-5,8	10,8	%11,6	5	غير محدد
				////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات ، تمثل لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "وحدك" وقد بلغ عددهم (35) فرداً بنسبة مئوية بلغت 81,4 %، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مع العائلة" والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 7%، أما لموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مع الأصدقاء" والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00 %، أما لموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "غير محدد" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 11,6 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 74,116^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين لموعات الأربع لصالح لموعة الأولى الأعلى تكرار (وحدك) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نظراً لأن موقع الفيسبوك هو حساب شخصي لا يتطلب استخدامه مع الأصدقاء والعائلة .

الجدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد الأصدقاء

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال إحصائياً عند 0,05	0,018	8,000 ^a	1	-3,3	14,3	%25,6	11	أقل من 100
				-5,3	14,3	%20,9	9	من 100 إلى 200
				8,7	14,3	%53,5	23	أكثر من 200
				////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات ، تمثلت لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "أقل من 100 " وقد بلغ عددهم (11) فرداً بنسبة مئوية بلغت 25,6 %، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من 100 الى 200" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت ب 20,9 %، أما لموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أكثر من 200" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت ب 53,3 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت ب 8,000^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين اموعات الثلاث لصالح لموعة الثالثة الأعلى تكرار (أكثر من 200) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%. وهذا يدل على أن أفراد العينة لا يستطيعون العيش بدون صديق إفتراضي لذلك أصبحت صداقة الإفتراضية أكثر من الواقعية .

المحور الثالث: دوافع استخدام الأساتذة لشبكة الفيسبوك لتشكيل رأي عام حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 والإشباع المتحققة :

ال جدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدام موقع الفيسبوك

الترتيب	النسبة	التكرارات	البدائل
3	%39,5	17	غنية بالمعلومات والأخبار والتفاصيل حول القضايا السياسية
2	%44,2	19	مصدر يمكن الإعتماد عليه في الحصول على المعلومات في كل الأوقات
4	%34,9	15	تتميز بالمشاركة والتفاعل مع الأخبار والأحداث السياسية الجارية
1	%65,1	28	متابعة التغيرات السياسية والاجتماعية على الصعيد الوطني والدولي
5	%18,6	8	تكوين رأي عام إتجاه القضايا المختلفة
			أخرى، أذكرها

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجابام على السؤال رقم (11): ما دوافع استخدامك لموقع الفيسبوك؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (متابعة التغيرات السياسية والاجتماعية على الصعيد الوطني والدولي) ب 28 تكرار، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (مصدر يمكن الإعتماد عليه في الحصول على المعلومات في كل الأوقات) بمجموع تكرار بلغ 19، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (غنية بالمعلومات والأخبار والتفاصيل حول القضايا السياسية) بمجموع تكرار بلغ (17) ،وجاء في الرتبة الرابعة البديل (تتميز بالمشاركة والتفاعل مع الأخبار والأحداث السياسية الجارية) ب 15 تكرار. وجاء في الرتبة الخامسة البديل (تكوين رأي عام إتجاه القضايا المختلفة) ب 08 تكرار.

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول أن جميع أفراد عينة دراسة يتصفحون موقع الفيسبوك بدافع متابعة التغيرات السياسية والاجتماعية على الصعيد الوطني وحتى الدولي ، وذلك نظرا لما يتميز به هذا الموقع من تحديث المستمر للأخبار ومستجدات جديدة علمية عامة وبالوجه الخصوص الوطنية .

كما ذكر أفراد العينة مجموعة من الدوافع التي عبر عنها في السؤال المفتوح وهي:

- 1- معرفة المستجندات من أخبار خاصة ماتعلق منها بالجانب السياسي على مستوى حكومة والأحزاب والمرشحين للرئاسيات .
- 2- التواصل مع الآخرين والتسلية وتعبير عن الذات وتنقيف .
- 3- معرفة الأخبار المحلية .

الجدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المنشورات التي تشير إنتباههم في موقع الفايسبوك

الترتيب	النسبة	التكرارات	البدائل
1	%55,8	24	الكتابة على الحائط
2	%51,2	22	الفيديوهات
4	%30,2	13	الصور
3	%37,2	16	التعليقات
5	%11,6	5	الدردشة

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجابام على السؤال رقم (12): ماهي أكثر المنشورات التي تشير إنتباهك في موقع الفيسبوك؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (الكتابة على الحائط) بـ 24 تكرار، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (الفيديوهات) بمجموع تكرار بلغ 20، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (التعليقات) بمجموع تكرار بلغ (16) ،وجاء في الرتبة الرابعة البديل (الصور) بـ 13 تكرار. وجاء في الرتبة الخامسة البديل (الدردشة) بـ 5 تكرار ونتيجة التي توصلنا إليها أن كتابة على الحائط تعد أكثر جذب وأهمية بالنسبة لأساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال مقارنة بالدردشة والصور والتعليقات .

الجدول رقم (13): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب درجة متابعة المواضيع السياسية الفايسبوك

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال إحصائيا	0,006	12,349 ^a	3	-7,8	10,8	%7	3	نادرا
				-1,8	10,8	%20,9	9	أحيانا
				1,3	10,8	%27,9	12	غالبا

				8,3	10,8	%44,2	19	دائما
				/////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثل لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابهم على السؤال بالبديل "نادراً" وقد بلغ عددهم (3) أفراد بنسبة مئوية بلغت 7 %، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 20,9 %، أما لموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل 'غالباً' والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.9 %، أما لموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل 'دائماً' والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 44.2 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ $12,349^a$ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الأربع لصالح لموعة الرابعة الأعلى تكرار (دائماً) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن يتابعون المواضيع السياسية دائماً عبر موقع الفاييسبوك قصد الرصد المستمر لأحداث السياسية التي تمر بالبلاد، من خلال التعليق عليها والمشاركة في الحوار والنقاش حول هذه المواضيع فهو أداة فعالة ومؤثرة في المال السياسي بل وكأداة للتغير السياسي، وهذا ماتوصلت إليه الباحثة بضياف سوهيلة في درستها التي تطرقنا إليها سابقاً حيث خلصت أن 20% من الشباب يتفاعلون بشكل نشط مع المواضيع السياسية عبر شبكة الفاييسبوك .

الجدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإشباعات السياسية

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال إحصاء	0,010	6,721 ^a	1	-8,5	21,5	%30,2	13	لا
				8,5	21,5	%69,8	30	نعم

يا				////	100%	43	الإجمالي
----	--	--	--	------	------	----	----------

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابهم على السؤال بالبدليل "لا" وقد بلغ عددهم (13) فرداً بنسبة مئوية بلغت 30,2 %، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدليل "نعم" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 69,8 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 6,721^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين لموعتين لصالح لموعة الثانية الأعلى تكرار (نعم) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن الفايسبوك حقق لهم إشباعاً سياسية ويمكن إرجاع هذه المعلومات التي ينشرها موقع الفايسبوك حيث أنه يعطي حرية للأفراد في تعبير عن وجهات النظر الخاصة م عن طريق النشر والكتابة على الحائط والتعليقات التي تعبر عن الواقع الذي يعيشه اتمع خاصة في المواضيع السياسية الحساسة كالانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019 ، وهذا ماجاء به كاتز في نظرية الإستخدامات والإشباعات من خلال فرض الذي يقول أن إستخدام الفرد لو سائل الاعلام هو إستخدام موجه لتحقيق أهداف وإشباعات أو الحصول على معلومات عن اتمع المحيط أو المعلومات الإختصاصية التي مهم أكثر .

الجدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإشباعات السياسية المتحققة لديهم

الترتيب	النسبة	التكرارات	البدائل
2	44,2%	19	يتيح فرصة مناقشة القضايا السياسية والإجتماعية بحرية
3	30,2%	13	زيادة الوعي السياسي لديك
1	53,5%	23	التعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم عن الموضوعات الراهنة
4	27,9%	12	زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالشأن السياسي وخاصة الأحداث المتعلقة بالانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019
			أخرى، أذكرها

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجابهم على السؤال رقم (13-2): إذ كانت الإجابة " نعم " من خلال؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (التعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم عن الموضوعات الراهنة) 23 تكرار، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (يتيح فرصة مناقشة القضايا السياسية والإجتماعية بحرية) بمجموع تكرار بلغ 19، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (زيادة الوعي السياسي لديك) بمجموع تكرار بلغ (13) ، و جاء في الرتبة الرابعة البديل (زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالشأن السياسي وخاصة الأحداث المتعلقة بالانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019) ب 12 تكرار.

وعليه نستنتج من خلال إجابات أفراد العينة أن من أهم الإشباعات السياسية التي يمكن تحقيقها من خلال إستخدام موقع الفيسبوك هو التعرف على آراء الآخرين وتعليقهم حول الموضوعات الراهنة من خلال التعليق على الأحداث والمشاركة في الحوار حول القضايا والتعاون بين أفراد اتمع في مناقشة الأمور المختلفة التي مهم ، حيث إن سهولة إضافة رأي مستخدم في فايسبوك في الحدث تشجع العديد على طرح وجهة نظرهم في مختلف الأحداث وهذا ما أكدت عليه دراسة ممدوح السيد عبد الهادي .

الجدول رقم (16): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مصداقية تصفح الفايسبوك

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال إحصائيا	0,000	26,116 ^a	3	-7,8	10,8	%7	3	. تفتتج بكل ما تلقيت من معلومات سياسية
				12,3	10,8	%53,5	23	. تصدق بعض ما تلقيته من معلومات سياسية
				3,3	10,8	%32,6	14	لا تصدق شيء مما تلقيت من معلومات سياسية
				////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابهم على السؤال بالبديل

"تقتنع بكل ما تلقيت من معلومات سياسية" وقد بلغ عددهم (03) فردا بنسبة مئوية بلغت 7%، أما اموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " تصدق بعض ما تلقيته من معلومات سياسية" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 53,5%، أما اموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " لا تصدق شئ مما تلقيت من معلومات سياسية" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 32,6%، أما اموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " تقتنع بكل ما تلقيت من معلومات سياسية" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 07% وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 5,767^a وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين اموعات الأربع لصالح اموعة الثانية الأعلى تكرر (تصدق بعض ما تلقيته من معلومات سياسية) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بعد إستقرائنا إلى نتائج الجدول يمكننا القول أن أغلبية أفراد العينة تصدق بعض ماتلقته من معلومات سياسية عبر شبكة الفايستوك وهذا ما يثيره الأمر من مشكلات مصداقية ودقة المعلومات المنشورة والمتداولة عبر موقع الفيسبوك بإضافة إلى كثرت الإشاعات والأخبار المزيفة والمبالغة في نقل الأحداث .

كما ذكر أفراد العينة مجموعة من الآراء التي عبر عنها في السؤال المفتوح وهي:

- يغلب عليه طابع الشائعات .
- التعامل بمبدأ التحقق والحذر مع منشورات .
- مناقشة وتفاعل وتعبير عن الرأي .
- أصدق المعلومات التي تبث على حسب صفحة التي نشرت المنشورات هل هي رسمية أم لا ؟

المحور الرابع: آراء الأساتذة حول موقع الفاييسوك لتشكيل رأي عام نحو الإنتخابات الرئاسية
2019/12/12.

الجدول رقم (17): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب إمكانية موقع الفاييسوك لمتابعة

الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
غير دال إحصائيا	0,056	5,767 ^a	2	2,7	14,3	39,5%	17	إلى حد ما
				-7,3	14,3	16,3%	7	لا
				4,7	14,3	44,2%	19	نعم
				////		100%	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (43) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابلم على السؤال بالبديل "إلى حد ما" وقد بلغ عددهم (17) فردا بنسبة مئوية بلغت 39,5%، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (07) بنسبة مئوية قدرت بـ 16,3%، أما لموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 44,2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 5,767^a وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين لموعات الثلاث.

يتضح من خلال بيانات الجدول أن موقع الفاييسوك مكن أساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال من متابعة الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12، وذلك راجع إلى أساليب التي يوفرها هذا الموقع حيث

أن يعيد إلى الجمهور فهم الثقافة السياسية التي تحيط به، والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة حيث أصبح له دور في تعبير عن الاتجاهات والأفكار داخل اتمع .

الجدول رقم (18): يوضح توزيع أفراد عينة حسب إمكانية تغيير الموقع لتوجهاتهم السياسية

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال إحصاءيا	0,001	13,581 ^a	2	6,7	14,3	%48,8	21	الى حد ما
				4,7	14,3	%44,2	19	لا
				-11,3	14,3	%7	3	نعم
				////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابهم على السؤال بالبديل "الى حد ما" وقد بلغ عددهم (21) فرداً بنسبة مئوية بلغت %48.8، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ %44.2، أما لموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم" والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ %7، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 13,581^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين لموعتين لصالح لموعة الأولى الأعلى تكرار (الى حد ما) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 18 أن الفايستوك قد ساعد في تغيير التوجهات السياسية لأفراد العينة إلى حد ما وذلك إلى أن أفراد العينة يعتبرو من النخبة المثقفة التي لاتصدق كل ماينشر عبر هذه الشبكة، وكذا تتمتع هذه الفئة بقدرة على تلقي الأخبار ذات الشأن السياسي بعد تحليليها وتفسيرها وإنتقاء الأصح منها .

الجدول رقم (19): يوضح توزيع أفراد عينة حسب متابعة الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019 عبر

الفايسبوك

الترتيب	النسبة	التكرارات	البدائل
1	%55,8	24	يتضمن معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتلفزيون
3	%16,3	7	يتضمن آراء متوافقة مع إنتمائي الفكري
2	%44,2	19	أعبر فيه عن رأي بصراحة
			أخرى ، أذكرها

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجابهم على السؤال رقم (17): تابعت الفاييسبوك أثناء الانتخابات الرئاسية 2019 لأنها؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (يتضمن معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتلفزيون) بـ 24 تكرار، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (أعبر فيها عن رأي بصراحة) بمجموع تكرار بلغ 19، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (يتضمن آراء متوافقة مع انتمائي الفكري) بمجموع تكرار بلغ (07).

نلاحظ من خلال إحصائيات الجدول أن أفراد العينة يتابعون موقع الفاييسبوك أثناء الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 لأنه يتضمن معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتلفزيون لما يتحيه من ميزات عديدة كتفاعلية والتشاركية والحرية في التعبير ، فهو وسيلة غير منحازة للحصول على المعلومات والأخبار على غرار وسائل الإعلام الأخر كالصحافة والتلفزيون التي لا يمكنها أن تغطي كافة الأحداث السارية في تلك الأوقات ، وكذا بسبب المعالجة المنحازة ونقص المعلومة في مختلف القضايا السياسية ، بالتالي تحول موقع الفاييسبوك من مجرد وسيلة لنقل الخبر والتعليق عليه إلى وسيلة لمعالجة القضايا وإثارة ردود الأفعال حولها والمساهمة في حلها ، هذا ما أقر به كاتز في نظرية الإستخدامات والإشباع بأن شبكة الأنترنت هي إحدى مصادر المعلومات المهمة ، فهي بمثابة كتاب يضم مختلف أنواع المعلومات فهي تنافس مختلف وسائل ومصادر أخرى لإشباع حاجات .

الجدول رقم (20): يوضح توزيع أفراد عينة حسب رأيهم في مانشر عبر موقع الفاييسبوك حول

الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019

الترتيب	النسبة	التكرارات	البدائل
3	%11,6	5	تعبر عن الواقع بصدق
1	%74,4	32	ليس كل ما تنشره صحيح
4	%9,3	4	تنشر أكاذيب وأخبار مزيفة
2	%18,6	8	التغير في السلوك الانتخابي للمواطنين
/	/	/	أخرى ، أذكرها.....

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجابام على السؤال رقم (18): مارأيك فيما نشر في موقع الفاييسبوك عن الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (ليس كل ما تنشره صحيح) ب 32 تكرار، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (التغير في السلوك الانتخابي للمواطنين) بمجموع تكرار بلغ 08، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل. (تعبر عن الواقع بصدق) بمجموع تكرار بلغ (05)، وجاء في الرتبة الرابعة البديل (تنشر أكاذيب وأخبار مزيفة) ب 04 تكرار.

يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يرون أن كل ما ينشر في موقع الفاييسبوك على الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 كله ليس صحيح ولعل هذا يعود إلى كثرة الأخبار والإشاعات المزيفة وعدم معرفة مصادر المعلومات المنشورة بسبب استخدام أسماء وهويات مستعارة ومجهولة ، بالإضافة إلى غياب رقابة على شبكات التواصل الاجتماعي مما فتح مجال واسع من الحرية للأفراد لتعبير عن الآراء عن طريق الكتابات والتعليقات الساخرة في مثل هكذا مواضيع كالانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019.

الجدول رقم (21): يوضح توزيع أفراد عينة حسب كيفية تعبيرهم عن آرائهم حول الانتخابات الرئاسية

الجزائرية 2019/12/12

الترتيب	النسبة	التكرارات	البدائل
2	%34,9	15	نشر مضامين مساندة للإنتخابات الرئاسية الجزائرية
1	%39,5	17	الإطلاع على ما ينشر وتعليق وتبادله
3	%27,9	12	. أتابع ولا أتفاعل .
4	%20,9	9	أبقى محايدا
			. أخرى، أذكرها

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجابام على السؤال رقم (19): كيف عبرت عن آرائك حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (الإطلاع على ما ينشر وتعليق وتبادله) ب 17 تكرار، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (نشر مضامين مساندة للإنتخابات الرئاسية الجزائرية) بمجموع تكرار بلغ 15، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (أتابع ولا أتفاعل) بمجموع تكرار بلغ (12) ، وجاء في الرتبة الرابعة البديل (أبقى محايدا) ب 09 تكرار. يظهر لنا من خلال معطيات الجدول أن أفراد العينة يعبرون عن آرائهم حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 من خلال إطلاع على ما ينشر وتعليق عليه وتبادله وذلك بفضل الخصائص التي يتمتع بها هذا الموقع كخاصية التفاعلية والمشاركة وإبداء الرأي في مختلف القضايا المثارة على الساحة السياسية خاصة في مثل هكذا موضوع الذي يمس كافة شرائح مجتمع الجزائري .

الجدول رقم (22): يوضح توزيع أفراد عينة حسب قدرة الموقع في تشكيل فضاء عام لنقاش القضايا

السياسية كالانتخابات الرئاسية الجزائرية

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال إحصاءيا	0,006	10,372 ^a	1	7,7	14,3	%51,2	22	إلى حد ما
				-9,3	14,3	%11,6	5	لا
				1,7	14,3	%37,2	16	نعم
				////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابهم على السؤال بالبديل "إلى حد ما" وقد بلغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت 51,2%، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 11,6%، أما لموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم" والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 37,5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 10,372^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين لموعات الثلاث لصالح لموعة الأولى الأعلى تكرار (إلى حد ما) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

يمكننا تفسير ذلك أن أفراد العينة يعتقدون بأن موقع الفايسبوك يمكن أن يشكل فضاء لنقاش القضايا السياسية كالانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019 إلى حد ما، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على النظرة المتذبذبة لأفراد العينة حول موقع الفايسبوك كفضاء لنقاش الأحداث ولغياب مصداقية وثقة فيه. كما أوضح أفراد العينة هذا من خلال سؤال المفتوح وهو كالأتي:

- لأنه الوسيلة الإتصالية الأكثر إستخداما مقارنة بالإذاعة والتلفزيون ومواقع تواصل الإجتماعي الأخرى ،
لكونه يتيح أكثر صفة التفاعل فضلا عن إستخدامه الواسع من طرف المترشحين مما يجعله فضاء واسعا
للتقاش في قضايا السياسية وخاصة الإنتخابية .

- لأنه يبقى فضاء الافتراضي الذي قد لا يعكس الواقع المعاش خاصة على مستوى المستجدات السياسية
- لأن هذا فضاء مفتوح لكل الفئات، نجد فيه آراء المتخصصين وكذا الذي لايفقه في المال السياسي
شيئا ،وبالتالي الأمر مرتبط بدرجة الوعي والمستوى التعليمي والتوجهات الفكرية للمستخدمين الموقع
متبانية.

- لأن موقع الفايسبوك يتيح فرص أوسع لتقاش وحرية التعبير عن الآراء والتوجهات بدون قيود أكثر من
وسائل الإعلام الأخرى.

وهذا ماجاء به هابرماس في نظرية الفضاء العمومي التي تفترض إتاحة الحيز ما للأفراد، يمكنهم من
المناقشة والحوار حول القضايا العامة خاصة السياسية من أجل تبادل المعلومات والآراء وإمكانية التواصل
وتفاعل لمناقشة قضايا تتمتع في فضاءات الأنترنت الاتصالية الذي ينتعش بالحوارات والنقاشات العديدة
بين أطراف وشرائح تتمتع بداء من المواطن العادي وصولا إلى السياسي.

**السؤال رقم 23 الذي يوضح تقييم أفراد العينة للنقاشات المتداولة عبر موقع الفايسبوك حول
الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12:**

من خلال إستجابات أفراد العينة أن النقاشات المتداولة عبر موقع الفايسبوك إنقسمت إلى أربع فئات
فالفئة الأولى ترى بأنا نقاشات ذات مستوى عالي ومقنعة وهناك من يرى بأنا نقاشات سلبية غير منطقية
تفتقد الموضوعية بنسبة تقدر ب 7.31 أي مايعادل 17 مبحوث ، أما عن الفئة الثانية فهي ترى بأنا
نقاشات شعبية جهوية غير مؤسسة تفتقد إلى الهدوء وعقلانية وتحمل نوع من التعصب الفكري والإيديولوجي
من خلال إستعمال الذباب الإلكتروني بنسبة تقدر ب 1.29 أي مايعادل 16 مبحوث ، ثم تليها الفئة الثالثة
أنا نقاشات موضوعية جدية ترقى إلى مستوى الوعي السياسي لدى المواطن الجزائري بنسبة 3.01 أي
مايعادل 7 مبحوث، والفئة الأخيرة ترى بأن نقاشات المتداولة عبر الفايسبوك تحتاج إلى أخلاقيات الممارسة في
تعبير عبر هذا الموقع بنسبة تقدر 1.29 .

الجدول رقم (23): يوضح توزيع أفراد عينة حسب رؤيتهم لضرورة إخفاء المناقشين لهويتهم عبر موقع الفايسبوك لمناقشة الأحداث المتعلقة بالانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال	0,001	10,256 ^a	1	10,5	21,5	%74,4	32	لا
إحصاء				-10,5	21,5	%25,6	11	نعم
يا				////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابهم على السؤال بالبدليل "لا" وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 74,4 %، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدليل "نعم" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 25,6 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 10,256^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين لموعتين لصالح لموعة الأولى الأعلى تكرار (لا) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن أفراد العينة يرون أنه ليس من ضروري إخفاء المناقشين لهويهم على موقع الفايسبوك لمناقشتهم لأحداث المتعلقة بالانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019، وذلك لحرية التعبير الموجودة فيه ولأن أصبح هذا أكثر جرأة في طرح القضايا كبيرة وحساسة مع الرأي العام، حيث يتم مناقشتها بشكل حر ومفتوح وهذا ما أكدت عليه دراسة مشتاق طلب فاضل .

الجدول رقم (24): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب دور الفايسبوك في تشكيل رأي عام حول

الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال	0,000	19,558 ^a	1	-14,5	21,5	%16,3	7	لا
إحصاء				14,5	21,5	%83,7	36	نعم
يا				////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابهم على السؤال بالبدليل "لا" وقد بلغ عددهم (07) فرداً بنسبة مئوية بلغت 16,3 %، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدليل "لا" والبالغ عددهم (36) بنسبة مئوية قدرت بـ 83,7 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 19,558^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين لموعتين لصالح لموعة الثانية الأعلى تكرار (نعم) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بعد إستقراءنا لنتائج الجدول يتضح لنا أن أفراد العينة أكدوا بأن موقع الفايسبوك له دور في تشكيل الرأي العام حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12، ويعود ذلك إلى تحول الفايسبوك من مجرد وسيلة لنقل الخبر وتعليق عليه إلى وسيلة لها دور في تشكيله وإثارة ردود الأفعال حوله. وهذا ما أكدته دراسة بوضياف سوهيلة ودراسة ممدوح السيد عبد الهادي شتلة وحنان كامل حنفي مرعي حول تحول موقع الفايسبوك من مصدر مكمل للوسائل الإعلام التقليدية في حصول على الأخبار حول القضايا السياسية ماعدا في حالة الأزمات والانتخابات إلى مصدر رئيسي بسبب المعالجة المنحازة ونقص المعلومة للوسائل الإعلام التقليدية.

الجدول رقم (25): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة لدور الفايسبوك في تشكيل الرأي العام حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 .

الترتيب	النسبة	التكرارات	البدائل
2	%46,5	20	مناقشة وتبادل الأفكار والآراء
1	%48,8	21	عرض وجهات النظر وحرية الرأي والتعليقات
3	%37,2	16	توعية المواطن بالقضايا والمشاكل ذات الشأن السياسي
4	%27,9	12	. المساهمة في خلق التفاعلية والتحفيز الجماهير على المشاركة في الانتخابات الرئاسية 2019
			أخرى، أذكرها

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ ان استجابهم على السؤال رقم (23-2): إذا كانت نعم من خلال: ؟ حيث جاء في الرتبة الاولى البديل (عرض وجهات النظر وحرية الرأي والتعليقات) ب 21 تكرار، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (مناقشة وتبادل الأفكار والأخبار) بمجموع تكرار بلغ 20، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل.(توعية المواطن بالقضايا والمشاكل ذات الشأن السياسي) بمجموع تكرار بلغ (16) ، وجاء في الرتبة الرابعة البديل (المساهمة في خلق التفاعلية والتحفيز الجماهير على المشاركة في الانتخابات الرئاسية 2019) ب 12 تكرار.

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن موقع الفايسبوك لعب دور في تشكيل رأي عام حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 لدى أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، وهذا لما يتميز به الموقع من التفاعلية والتشاركية والحرية في عرض وجهات النظر و إبداء الآراء حول القضايا والمثارة ومناقشتها بكل شفافية ومصداقية ، وهذا ما أكدت عليه نظرية الفضاء العمومي لهابرماس الذي ترى أن النقاش العام الذي يتم في لال العام أو الفضاء العمومي الإلكتروني ينبغي أن يقتصر على الإهتمام بالحوار ومناقشة وتبادل الأفكار والآراء عن القضايا الهامة الشائعة المعنية لصالح العامة كالإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.

الجدول رقم (26): يوضح توزيع أفراد عينة حسب فعالية الصفحات المجموعات السياسية والانضمام

لها عبر الفايبيوك

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال	0,000	14,535 ^a	1	-12,5	21,5	%20,9	9	لا
إحصاء				12,5	21,5	%79,1	34	نعم
يا				////		%100	43	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (43) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت لموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجابهم على السؤال بالبدليل "لا" وقد بلغ عددهم (09) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20,9 %، أما لموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدليل "نعم" والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـ 79,1 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 14,535^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين لموعتين لصالح لموعة الثانية الأعلى تكرار (نعم) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

يمكننا القول أن أفراد العينة يرون بأن الانضمام إلى الصفحات ولموعات عبر الفايبيوك يمكن أن تكون فعالة في تشكيل الرأي العام حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية، من خلال ماتحتويه هذه الصفحات من معلومات وأخبار وآراء ومستجدات سياسية سواء كانت حول المترشحين السياسيين ومعرفة برامجه الانتخابية متضاربة حول إجراء وإلغاء عملية الانتخابية .

28 هل ترى بأن الفايسبوك له دور قوي في تشكيل الرأي العام نحو الإنتخابات الرئاسية 2019،

لدرجة أنه يستطيع يؤدي إلتغير السياسي ؟

من خلال إستجابات أفراد العينة لسؤال المفتوح يرون أنه كان له دور قوي في تشكيل الرأي العام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 لدرجة أنه يؤدي إلى التغير السياسي حيث تكررت 27 مرة بنسبة قدرت بـ 11.61 و هذا ما ذكره أفراد العينة من خلال :

- يساهم كثيرا في خلق وبناء آراء وأفكار سياسية خصوصا بالنسبة للذين لم يكن لهم موقف سابق ، وهذا بناء على العديد من الحقائق التي ينشرها حول مواضيع لم تناولها وسائل الإعلام .

- للفايسبوك دور هام في حركية المشاركة السياسية وتكوين رأي عام حول الإنتخابات خاصة الرئاسية لأنه يساعد على إتخاذ قرارالإنتخاب أو المقاطعة فضلا على أنه فضاء يتيح للمستخدم إطلاع وفهم البرامج الإنتخابية بكل حرية ويساعد على التفاعل بشكل موضوعي دون تدخل المترشح .

- أصبح الفاييسبوك فضاء حر من شأنه أن يجعل المشهد السياسي حافل بالتغيير السياسي لتطور أداء الأنظمة إتجاه شعوبا .

أما بالنسبة عن الفئة المتبقية ترى بأن موقع الفاييسبوك لايساهم في تشكيل الرأي العام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 ، بل يؤدي إلى تعزيز الفجوة والتفرقة ولايؤدي إلى التغيير السياسي بنسبة تقدر بـ 6.88 أي مايعادل 16 مبحوث وهذا ما ذكره أفراد العينة كالآتي :

- أن الإنتخابات في الجزائر تديرها لموعات الضاغطة الخفية ولاعلاقة للفايسبوك .

- أن النظام أقوى من كل تلك الموعات على الفاييسبوك من خلال قمع كل تصرف ينافي سياستها .

- أن الفاييسبوك في الجزائر ساهم بشكل كبير في تعزيز الفجوة والتفرقة وإنقسام وتمتع وذلك لما تتبناه بعض الصفحات وتتبناه وتدعو إليه .

وهذا ما أقر بيه هابرماس في نظرية الفضاء العمومي ألا يكون هناك آلية قيود من قبل السلطة السياسية التي تحد من العملية التفاعلية داخل الفضاء العمومي الإلكتروني ، فالعملية التنويرية التي تتم بداخله تكسب الأفراد المشاركين معنى جديد للمشاركة يعكس عقلاانيتهم أثناء الحوار ومناقشة وتبادل الآراء وفهم الواقع السياسي

بأبعاده المختلفة وصياغة الرأي العام المضاد للسلطة في إتجاه بناء قوة مضادة لدولة إذا كانت الحركات الإجتماعية الجديدة قوة مضادة وجه السلطة بمختلف أنواعها فلما بذلك تسعى إلى بناء سلطة نقيض بمثابة حارس لقيم الكونية والمحافظة على كينونة ، بالإضافة إلى دوره القوي في إتخاذ القرارات بشأن أحد المرشحين أو السياسيين أو القضايا والمشاركة بفاعلية في مناقشات السياسية هدف تشكيل رأي عام نحو الإنتخابات الرئاسية 2019/12/12.

2 - نتائج الدراسة :

المحور الأول : البيانات الشخصية

- بينت نتائج الدراسة أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث حيث قدرت بـ **58.1%** وأن رتبة أستاذ مساعد (أ) أكبر نسبة من الرتب الأخرى و قدرت بـ **30.2%**.

- وأن **34.9%** من أفراد العينة لديهم خبرة مهنية تتراوح من **(6-10)** سنوات.

المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الأساتذة لمواقع الفايسبوك لتشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية **2019/12/12**.

- أظهرت نتائج الدراسة **60.5%** من أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الإجتماعي دائما ونسبة **81.4%** من أفراد العينة يدلون بأن أكثر المواقع التي يتصفحونها هي موقع الفايسبوك.

- توصلت هذه الدراسة بأن نسبة **40.6%** من أفراد العينة يتصفحون موقع الفايسبوك في اليوم بمعدل من ساعة إلى ساعتين ، و **41.9%** منهم يتصفحون الفايسبوك في فترات غير محددة ، ومن أي مكان آخر بنسبة **27.9%**.

- أكثر من نصف أفراد العينة والتي قدرت نسبتهم بـ **81.4%** يستخدمون موقع الفايسبوك وحدهم ، و أما عن **53.5%** منهم لديه أكثر من **200** صديق عبر موقع الفايسبوك.

المحور الثالث : دوافع استخدام الأساتذة لموقع الفايسبوك لتشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية **2019/12/12** والإشباع المحققة .

- وضحت نتائج الدراسة أن نسبة **65.1%** من أفراد العينة يستخدمون موقع الفايسبوك بدافع متابعة التغيرات السياسية والإجتماعية على الصعيد الوطني والدولي .

- تؤكد الدراسة أن نسبة **55.8%** من أفراد العينة أن الكتابة على الحائط هي أكثر المنشورات التي تثير إنتباههم في موقع الفايسبوك.

- يتابع نسبة **44.2%** من أفراد العينة المواضيع السياسية عبر موقع الفايسبوك دائما .

- إن نسبة **69.8%** من أفراد العينة حقق لهم موقع الفايسبوك إشباعاً سياسياً ، وأن **53.5%** من أفراد العينة يستخدمون موقع الفايسبوك مدف التعريف على آراء الآخرين وتعليقهم عن الموضوعات الراهنة.

- يؤكد أفراد العينة بنسبة **53.5%** أنه عند إنتهائه من تصفح موقع الفايسبوك فإنه يصدق بعض ماتلقاه من معلومات سياسية .

المحور الرابع : آراء الأساتذة حول موقع الفايسبوك لتشكيل الرأي العام حول الإنتخابات الرئاسية
2019/12/12.

- أن نسبة **44.2%** من أفراد العينة مكنهم الفايسبوك من متابعة الإنتخابات الرئاسية الجزائرية
2019/12/12.

- أوضحت نتائج دراسة أن نسبة **48.8%** من أفراد العينة ساعدتهم موقع الفايسبوك في تغيير توجههم السياسية إلى حد ما.

- أقرت نتائج الدراسة أن نسبة **58.8%** من أفراد العينة تابعو الفايسبوك أثناء الإنتخابات الرئاسية الجزائرية **2019/12/12** لأنه يتضمن معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتلفزيون .

- يرى **74.4%** من أفراد العينة أن مانشر في موقع الفايسبوك عن الإنتخابات الرئاسية الجزائرية **2019/12/12** ليس كله صحيح بنسبة **74.4%**.

- عبر **39.5%** من أفراد العينة عن آرائهم حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية **2019/12/12** من خلال الإطلاع على ماينشر وتعليق عليه وتبادلته .

- يرى **57.5%** من أفراد العينة أن الفايسبوك يمكن أن يشكل فضاء لنقاش القضايا السياسية كالإنتخابات الرئاسية الجزائرية **2019/12/12** إلى حد ما.

- أظهرت نتائج الدراسة أن **7.31%** من أفراد العينة أن النقاشات المتدولة عبر موقع الفايسبوك هي نقاشات ذات مستوى عالي ومقننة وهناك من يرى بأنا نقاشات سلبية غير منطقية تفتقد للموضوعية .

- أكدت نتائج الدراسة أنه **83.7%** أقروا أن ليس من الضروري إخفاء المناقشين لهويتهم على شبكة الفاييسبوك لمناقشتهم للأحداث المتعلقة بالانتخابات الرئاسية الجزائرية **2019/12/12** ، من خلال عرض وجهات النظر وحرية الرأي والتعليقات بنسبة **48.8%**.

- أظهرت نتائج الدراسة أن **79.1%** من أفراد العينة يروا أن الصفحات ولموعات السياسية والإنضمام إليها عبر الفاييسبوك تكون فعالة في تشكيل الرأي العام.

- بينت نتائج الدراسة أن نسبة **11.61%** من أفراد العينة كانت وجهة نظرهم أنموقع الفاييسبوك له دور لتشكيل الرأي العام حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية **2019/12/12** لدرجة أنه يستطيع أن يؤدي إلى التغيير السياسي .

الإقتراحات :

في ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج يمكن أن نقترح مايلي:

- إخضاع موقع الفاييسبوك لمزيد من الدراسات المعمقة التحليلية والميدانية والإستفادة منها في رصد تيارات وإتجاهات الرأي العام لقضايا الحيوية المختلفة التي تمس كيان اتمع.

- ضرورة إستثمار موقع الفاييسبوك بشكل إيجابي لكونه ملائم لمساعدة أف راد اتمع نحو الإصلاح السياسي.

- إجراء دراسات تحليلية لصفحات ومجموعات التي تطرقت لموضوع الإنتخابات الرئاسية الجزائرية **2019/12/12**.

- ضرورة إنشاء صفحات ومجموعة خاصة لحل ومناقشة القضايا والمستجدات المثارة على الساحة السياسية الوطنية .

- قيام تحليل خطاب للقائد العسكري لقوات المسلحة قايد صالح عبر ماتداوله الموقع حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية **2019/12/12**.

- قيام دراسة تحليلية للحملات الإنتخابية الرئاسية الجزائرية **2019/12/12** عبر موقع الفاييسبوك.

- حث وتشجيع جميع قادة الحكومات والوزراء وأصحاب القرار بإنشاء حساب على موقع الفاييسبوك لتواصل مع الجمهور في حل مشاكلهم ومناقشتها .

- إجراء دراسة مشاة تطبق على أفراد عينة أخرى ومقارنتها مع الدراسة الحالية .
- ضرورة إكثار الندوات العلمية التي توضح التأثيرات الإيجابية والسلبية للموقع الفيسبوك على الحياة السياسية .

الخاتمة

الخاتمة:

وختاماً لماسبق ثبت في دراستنا أن موقع الفاييسوك ساهم بشكل واضح في تشكيل رأي عام حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 وأصبح فضاء لنقاش القضايا على الساحة السياسية المرتبطة بالانتخابات الرئاسية الجزائرية ، وحرك الأراء ووجه أفكار الجزائريين حول القضايا التي تشكل الرأي العام، وساهم من خلال منشوراته وصفحاته في تكريس فكرة المقاطعة أو عدم الانتخاب فضلا على أنه فضاء أتاح للمستخدم الإطلاع وفهم البرامج الانتخابية بكل حرية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته وتشكيل رأي عام، وساعد على التفاعل بشكل موضوعي دون تدخل المترشح ،محققا بذلك وجهها جديدا للممارسة السياسية الإلكترونية .

وهكذا نستنتج أن لموقع الفاييسوك دور في صنع صحوة في حرية التعبير لدى أف راد اتمع على مختلف المستويات ، فقد خلق ساحة مفتوحة لإبداء آراء والتوجهات المختلفة عبر فضاءها ،فهو وسيلة إتصالية ثرية أفرزت أشكالاً جديدة من التفاعل الجماعي ، وبالتالي كان له دور في رسم وتوجيه إهتمام الأفراد نحو الموضوعات والقضايا التي تمثل أولوياتهم وأعطتها مساحات واسعة لطرح أي قضية يرغبون في إثارة وتشكيل رأي عام .

وفي الأخير نعود ونقول أنموقع الفاييسوك شكل نقلة نوعية وبالغة في جميع المالات لما يزره من مزايا وسمات ،لعل الدافع الأساسي الذي دفع طالب الأمريكي مارك زوكر بيرغ هو تحقيق التواصل والإتصال ، ولكن هذا الموقع لم يقتصر على الإتصالات الإجتماعية بل تعداه إلى البعد السياسي للتعبة والتجنيد والتنظيم والتصويت والمعارضة وأتاحت لمستخدميها أن يعبروا عن آرائهم بشكل منتظم، وتدعمه على إتساع دور المواطنين في عملية صنع القرار السياسي وعملت على سد الفجوة بين المواطنين ومن يمثلهم، كما يعد مصدرا هاما من مصادر الكشف عن القضايا والمشكلات الغائبة والتعبير عن الأراء ووجهات النظر، وكلما زاد إستخدام هذا بين أفراد اتمع أدى ذلك إلى إرتفاع مستويات المشاركة والمساهمة وإشباع دائرة التعبير عن الرأي العام .

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع :

✓ القواميس والمعاجم :

1. - إسماعيل، عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة، كتب عربية للنشر والتوزيع الإلكتروني.

2. ابن منظور، (د،ت)، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، بيروت.

3. مجمع اللغة العربية، (د،ت) المعجم الوسيط، دار الدعوة، إسطنبول.

✓ الكتب باللغة العربية :

1. إبراش، إبراهيم، (2008)، المنهج العلمي وتطبيقاته، دار الشروق، عمان.

2. أبو عامود، محمد سعد، (2010)، الرأي العام والتحول الديمقراطي، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.

3. أحمد، شريف، (1989)، الرأي العام وقياسه، دار الكتب المصرية للطباعة والنشر، القاهرة.

4. أحمد السيد، مصطفى عمر، (2002)، البحث العلمي وإجراءاته ومناهجه، مكتبة الفلاح، القاهرة.

5. إسماعيل، محمود حسن، (2003)، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر.

6. إمام، إبراهيم، (1976)، العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

7. أمين، رضا، (2007)، النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني، ط1، جامعة الأزهر كلية الإعلام، القاهرة.

8. بدر، أحمد، (1996)، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط8، دار النشر المكتبة الأكاديمية.

9. بكيس، نور الدين، (د،ت)، الحراك الشعبي الجزائري، النسخة المنقحة لثورات الربيع العربي، النشر الجامعي.

10. بن مرسل، أحمد، (2005)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

11. بن مرسل، أحمد (1983)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

12. تركي ، رايح ، (1984)، مناهج البحث في علوم التربية وعلم النفس ، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر .
13. التهامي ، المختار ، عاطف ، عدلي العبد ، (2005)، الرأي العام مداخلات تكنولوجيا التعليم .
14. حجاب ، أحمد ، (1998)، أساسيات الرأي العام ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة .
15. حجاب، محمدمنير ، (2000) ، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية ، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة .
16. حجاب، محمدمنير ، (2002) ، أساسيات الرأي العام ، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة .
17. حسين ، سمير ، (1997)، الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية ، عالم الكتب ، القاهرة .
18. الحمدني، موقف وآخرون، (2006)، مناهج البحث العلمي أساسيات البحث العلمي ، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .
19. حمدي ، حسين ، (1991)، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام ، دار الفكر العربي ، مصر .
20. خليل شقرة ، علي ، (2014)، الإعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي ، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان .
21. دفلير، ملفين و آخرون ، (1993)، نظريات وسائل الإعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، القاهرة .
22. دليو ، فضيل ، (2003)، الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله ، ط1، دار الفجر ، القاهرة .
23. رحموني لبني ، محاضرة قدمت 1 ماستر إتصال وعلاقات عامة تقييم الرأي العام ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية .
24. رفعت ، محمد مصطفى ، (2018)، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية ، ط1، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة .
25. روشيه ، جي ، (1983)، مدخل إلى علم الإجتماع العام ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت .
26. زغيب، شيماء، (2004)، نظريات في تشكيل إتجاهات الرأي العام، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة

27. سفاري ، ميلود وآخرون ، (2003)، الإشاعة والرأي العام ، جامعة منتوري قسنطينة ، الجزائر .
28. سلاطنية ، بلقاسم ، الجيلالي ، الحسان ، (2009)، محاضرات في المنهج والبحث العلمي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .
29. سند السويدي ، جمال ، (2013)، وسائل التواصل الإجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، ط1، مركز الدراسات والبحوث الإستراتيجية ، الإمارات .
30. الصيرفي، محمد عبد الفتاح ، (2002)، البحث العلمي والدليل التطبيقي للباحثين، ط1، وائل للنشر والتوزيع ، عمان الأردن .
31. الطريشي مرفت ، السيد عبد العزيز ، (2006)، نظريات الإتصال ، دار النهضة العربية ، القاهرة .
32. عاطف، عدلي العبد، (1998)، مدخل إلى الإتصال والرأي العام ، ط3، دار الفكر العربي ، القاهرة.
33. عبد الحميد ، محمد ، (2004)، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب ، مصر .
34. عبد الحميد ، محمد ، (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة .
35. عبد الحميد، محمد ، (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة ، القاهرة .
36. عبد الكريم، محمد، (1987)، البحث العلمي: التصميم والمناهج والإجراءات، ط3 ،ضة الشرق، القاهرة.
37. العبدلي ، سعد ، (2009)، الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها، دار دجلة ، العراق.
38. عدلي العبد ، عاطف ، (2006)، الرأي العام وطرق قياسه ، دار الفكر العربي ، القاهرة .
39. عقيل ، حيسن عقيل ، (2014)، خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة ، دار ابن الكثير .
40. العلوي ، رشيد ، (د، س) ، الفضاء العمومي من هابرماس إلى نانسي فريزر، مؤسسة الدراسات والأبحاث للنشر ، الرباط المملكة المغربية .
41. عماد مكاوي ، حسن السيد ليلي، (2003)، الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة ، ط1، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة .

42. عماد مكاوي حسن، الشريف سامي، (2000)، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر .
43. العوض، سعيد يماني ، (1996)، العلاقات العامة في الخدمة الإجتماعية ، دار النمر للطباعة ، عمان.
44. غازي بايعة ،(1987)، الرأي العام والعلاقات العامة ، دار الفكر للنشر ، عمان .
45. غريب، محمدسيد أحمد، (1985)، علم إجتماع والإتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
46. فتحي حسين ، عامر (2011)، وسائل الإتصال الحديثة من جريدة إلى فيس بوك ، ط1، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة .
47. المتوكل ،محمدعبد الملك ، (1986)، مدخل الإعلام والرأي العام ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة .
48. مجاهد، جمال ، (د،ت)، الرأي العام وقياسه الأسس النظرية والمنهجية ، دارالمعرفة الجامعية .
49. محمد عبد القادر ، حاتم ، (1982) ، الرأي العام وتأثيره بالدعاية والإعلام ، مكتبة لبنان ، بيروت .
50. محمدجابر ،سامية، (1990)، الإتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
51. مرزوق، عبد الحكيم ، (2004)، الإعلانات الصحفية ، دراسة في الإستخدامات والإشباعات ، ط1، دار الفجر ، القاهرة .
52. مكاوي حسن، السيد ليلي ،(2005)، الإتصال ونظرياته المعاصرة ، ط3، دار اللبنانية المصرية، مصر.
53. النجار، فائزة جمعة وأخرون ،(2013)، أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي ، ط3، دار حامد للنشر والتوزيع ، عمان ،الأردن .
54. هاني ، الرضا ، عمار ، رامز ،(1998)، الرأي العام والإعلام والدعاية ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت .

v قائمة المذكرات :

1. أبوزيد ، طاهر حسن ، (2012)، دور مواقع التواصل الإجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية ، رسالة ماجستير : كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الأزهر غزة .
2. أبوصلاح ، صلاح محمد، (2014)، إستخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الإجتماعي والإشباع المتحققة، دراسة ميدانية ، أطروحة ماجستير: كلية الأدب ، قسم الصحافة ، جامعة الإسلامية غزة.
3. بن أمهاني ، مراد ، (2019)، دور الفيسبوك في تشكيل الرأي حول الحراك الشعبي بالجزائر ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة ، مذكرة ماستر : كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ، تخصص إتصال وعلاقات عامة ، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة .
4. بن زايد، فريد ، واقع إستخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة الجزائرية.رسالة ماجستير.علوم الاعلام والاتصال .تخصص إتصال وعلاقات عامة .جامعة منتوري قسنطينة.2010/2009.
5. بوضياف ، سوهيلة ، (2018)، الشبكات الإجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر ، دراسة في تمثلات وإستخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك ، أطروحة الدكتوراه ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة باتنة 1.
6. الدحدوح، علاء، (2012)، تصور مفتوح لتوظيف الشبكة الإجتماعية فيس بوك في الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير : منشورة كلية التربية ، جامعة الإسلامية ، غزة .
7. عبد السلام، نجوى (1998)أنماط ودوافع إستخدام الشباب المصري لشبكة الأنترنت ، دراسة مقدمة في المؤتمر العلمي الرابع ، الإعلام وقضايا الشباب ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ،
8. معاش ، أمال ، (2019)، دور الفايسبوك في تشكيل الرأي العام نحو القضايا الراهنة ، الحراك الشعبي أنموذجا ، مذكرة ماستر ، قسم العلوم الإنسانية ، تخصص إتصال جماهيري ووسائل متعددة ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي .
9. نصار ، سهام ، (2002)، إستخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباع المتحققة منها ، المد الثالث ، العدد الأول ، المة المصرية لبحوث الرأي العام : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .

10. نوري ، دريس ، (2007)، إستعمال المجال العام في مدينة الجزائرية ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص علم إجتماع حضري ، قسم علم الإجتماع الديمغرافي ، جامعة محمد منتوري قسنطينة .

v مجالات :

1. بعزيز ، إبراهيم ، (2011)، الإستخدام المفرط لوسائل الاتصال الحديثة من قبل الأفراد - الأثار والإنعكاسات - ورقة مقدمة إلى الملتقى الوطني الأول الموسوم بتأثيرات وسائل الاتصال على الأفراد واثمعات ، جامعة سطيف 2.

2. بن عربية ، محمد جمال الدين ، (2011)، الشبكات الإجتماعية ، مجلة الجيش ، مؤسسة المنشورات العسكرية ، العدد 58، سطاولي الجزائر .

3. راضي ، زاهر ، (2013) ، إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في العالم العربي ، العدد 15، مجلة التربية ، جامعة عمان الأهلية ، عمان ، الأردن .

4. عبد الصادق ، عادل ، (2010)، الفضاء الإلكتروني والرأي العام -تغيير المجتمع والأدوات والتأثير ، العدد 1، المركز العربي لأبحاث لفضاء الإلكتروني .

5. فهمي ، نجوى عبد السلام ، (2012)، بين نشر الأخبار وتسهيل الحوار ، دور تويتز في الثورة المصرية ، دورية إعلام الشرق الأوسط ، عدد 1 ، مجلد 8.

v مواقع الإلكترونية :

1. مواقع الشبكات الإجتماعية وطريقة عملها في <http://kho/google,com/kd85>
2. Maisa busalah,com إحصائيات إستخدام موقع التواصل الإجتماعي (2019) إنفوجرافيك يوليو 2019-17 تاريخ زيارة 8فيفري 2020 على الساعة 15،45 .
3. 23Expndcart, com في التجارة الإلكترونية التسويق بواسطة Mahmoud yusuf تاريخ الزيارة في 8فيفري 2020 على الساعة 16.00
4. عاصم الحضيف، الدور الإعلامي للموقع الإجتماعي على الأنترنت فايسبوك ثم تصفح الموقع في 2020/02/8 على الساعة 23:13.
5. <http://aihodaif,blogspot,com> 2020/02/08Face book ; html

v الكتب باللغة الأجنبية :

1. Bernard CHennessy(1985)Public opissin assistant Ernshennessy 5thed (montrery) CA Brooks Cde publishing.
2. Colin seymour (1974) The political Impact of Mass Media Sage publications Beverly Hills London.

الملاحق

الملاحق:



جامعة محمد بوضياف - المسيلة -
كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الاعلام والاتصال



استمارة استبيان حول:

إستخدامات الأساتذة لموقع الفايسبوك في تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية

. 2019/12/12

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة :

إعداد الطالبة :

- د / بلقبيفطوم

- بلاعة حليمة

ملاحظة: ضع علامة (X) في الخانات التي تراها مناسبة.

بين أيديكم إستمارة إستبيان خاصة بأساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال، نرجو منكم الإجابة على الأسئلة بكل صدق وموضوعية، مع العلم أن هذه المعلومات ستستعمل لغرض البحث العلمي فقط.

السنة الجامعية: 2019-2020

المحور الأول : البيانات الشخصية

1. الجنس :

 ذكر أنثى

2- الرتبة :

 أستاذ تعليم عالي أستاذ محاضر. أ. أستاذ محاضر. ب.
 أستاذ مساعد. أ. أستاذ مساعد. ب.

3 الخيرة المهنية :

 5-1 10- 6 15- 11 16 فمافوق

المحور الثاني: عادات و أنماط إستخدام الأساتذة لمواقع الفايسبوك لتشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية
الجزائرية 2019/12/12.

4. هل تتصفح مواقع التواصل الإجتماعي؟

 دائما غالبا أحيانا نادرا

5. هل تستخدم موقع الفايسبوك؟

 دائما أحيانا نادرا

6 ما هو معدل إستخدامكم موقع الفيسبوك في اليوم؟

 أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين من ساعتين فما أكثر

7. ماهي الفترة الزمنية المفضلة لتصفح الفيسبوك؟

 صباحا مساء محدد

8. من أين تتصفح موقع الفايسبوك؟

 البيت مقهى الأنترنت الجامعة مكان آخر

9 هل تتصفح موقع الفيسبوك؟

 وحدك مع العائلة مع الأصدقاء غير محدد

10. كم عدد أصدقاءك في الفيسبوك؟

 أقل من 100 من 100 إلى 200 أكثر من 200

المحور الثالث :دوافع استخدام الأساتذة لموقع الفايسبوك لتشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية
2019/12/12 والإشباع المحققة :

11. ما دوافع إستخدامك لموقع الفيسبوك ؟

- . غنية بالمعلومات والأخبار والتفاصيل حول القضايا السياسية
- . مصدر يمكن الإعتماد عليه في الحصول على المعلومات في كل الأوقات
- . تتميز بالمشاركة والتفاعل مع الأخبار والأحداث السياسية الجارية
- . متابعة التغيرات السياسية والإجتماعية على الصعيد الوطني و الدولي
- . تكوين رأي عام إتجاه القضايا المختلفة

أخرى، أذكرها

12. ماهي أكثر المنشورات التي تثير إنتباهك في موقع الفايسبوك ؟

- الكتابة على الحائط الفيديوهات الصور
- التعليقات الدردشة

13- هل تتابع المواضيع السياسية عبر موقع الفايسبوك؟

- دائما غالبا أحيانا نادرا

14. هل حقق لك الفايسبوك إشباعا سياسية لديك ؟

- نعم لا

إذا كانت الإجابة " نعم " من خلال :

- . يتيح فرصة مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية بحرية
- زيادة الوعي السياسي لديك
- . التعرف على آراء الآخرين وتعليقهم عن الموضوعات الراهنة

. زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالشأن السياسي وخاصة الأحداث المتعلقة بالإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019

أخرى، أذكرها

15. عند إنتهائك من تصفح موقع الفيسبوك فإنك ؟

- . تقتنع بكل ماتلقيت من معلومات سياسية
- . تصدق بعض ماتلقيته من معلومات سياسية
- . لا تصدق شئ مما تلقيت من معلومات سياسية

أخرى ، أذكرها :

المحور الرابع :أراء الأساتذة حول موقع الفاييسبوك لتشكيل الرأي العام حول الإنتخابات الرئاسية 2019/12/12

16. هل ممكنك الفاييسبوك من متابعة الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019 ؟

- نعم لا إلى حد ما

17. هل ساعدك الفاييسبوك في تغير توجهاتك السياسية ؟

- نعم لا إلى حد ما

18- تابعت الفاييسبوك أثناء الإنتخابات الرئاسية 2019 لأما :

- . يتضمن معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتلفزيون
- . يتضمن أراء متوافقة مع إنتمائي الفكري
- . أعبرفيه عن رأي بصراحة

أخرى ، أذكرها

19- مارأيك فيما نشر فيموقع الفاييسبوك عن الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019؟

- . تعبر عن الواقع بصدق
- . ليس كل ماتنشره صحيح
- . تنشر أكاذيب وأخبار مزيفة
- . التغير في السلوك الإتحاييل للمواطنين

أخرى ، أذكرها

20- كيف عبرت عن آرائك حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019؟

. نشر مضامين مساندة للإنتخابات الرئاسية الجزائرية

. الإطلاع على ماينشر وتعليق وتبادلته

. أتابع ولأتفاعل

. أبقى محايدا

..... أخرى، أذكرها

21- هل تعتقد أن الفايسبوك يمكن أن يشكل فضاء لنقاش القضايا السياسية كإلنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019؟

إلى حد ما

لا

نعم

..... لماذا

22- بإعتبارك مستخدم الفايسبوك، كيف تقيم النقاشات المتداولة عبر موقع الفايسبوك حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية

2019؟

.....
.....

23- في رأيك هل من الضروري إخفاء المناقشين لهويتهم على شبكات الفيسبوك لمناقشتهم للأحداث المتعلقة بالإنتخابات

الرئاسية 2019؟

لا

نعم

24- هل ترى بأن الفايسبوك كان له دور في تشكيل الرأي العام حول الإنتخابات الرئاسية 2019؟

لا

نعم

إذا كانت نعم من خلال:

. مناقشة وتبادل الأفكار والآراء

. عرض وجهات النظر وحرية الرأي والتعليقات

. توعية المواطن بالقضايا والمشاكل ذات الشأن السياسي

المساهمة في خلق التفاعلية والتحفيز الجماهير على المشاركة في الإنتخابات الرئاسية 2019

..... أخرى، أذكرها

25- . مارأيكم في الصفحات ولموعات السياسية والانضمام إليها عبر الفاييسوك، هل يمكن أن تكون فعالة في تشكيل الرأي العام؟

نعم لا

26- هل ترى بأن الفاييسوك كان له دور قوي في تشكيل الرأي العام نحو الإنتخابات الرئاسية 2019 /12/12، لدرجة أنه يستطيع تغيير السياسي؟

.....
.....
.....

ملخص الدراسة :

أصبح موقع الفيسبوك وسيلة فعالة لا يكاد يستغني عنه جميع أفراد لتمع على إختلاف أجناسهم ومستوياتهم وإتجاهاتهم ، كما فتح مجال واسع في تشكيل رأي عام حول مختلف القضايا والمستجدات المثارة، لذا هدفت هذه الدراسة إلى معرفة إستخدامات أساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال موقع الفيسبوك في تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 ، ولقد إنطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي:مامدى إستخدامات الأساتذة لموقع الفيسبوك في تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12؟

وتتفرع عدة تساؤلات فرعية عن التساؤل الرئيسي وهي :

● ماهي أنماط وعادات إستخدام أساتذة علوم الإعلام والإتصال جامعة محمد بوضياف المسيلة لموقع الفيسبوك في تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12؟

● ماهي دوافع إستخدام أساتذة علوم الإعلام والإتصال بجامعة المسيلة بموقع الفيسبوك في تشكيل رأي عام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12؟ وماهي الإشباع المحققة من هذا الإستخدام؟

● ماهو رأي الأساتذة في موقع الفيسبوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية ؟

● ماهي آراء الأساتذة حول موقع الفيسبوك في تشكيل رأي عام نحو الإنتخابات الرئاسية 2019/12/12؟

وإعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي ، وذلك بإستخدام أداة من أدوات جمع البيانات تتمثل في إستمارة إستبيان التي طبقت على جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة والذي عددهم 43 أستاذ .وتوصلت نتائج الدراسة مايلي :

- أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يتصفح مواقع التواصل الإجتماعي دائما ، وأكثر المواقع التي يتصفحها هي موقع الفيسبوك دائما .

- مكن الفيسبوك أفراد العينة من متابعة الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 .

- أقرت نتائج الدراسة أن أفراد العينة تابعوا الفيسبوك أثناء الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 لأنه يتضمن معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتلفزيون .

- يرى أفراد العينة أن مانشر في موقع الفيسبوك عن الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 ليس كله صحيح .

- عبر أفراد العينة عن آرائهم حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 من خلال الإطلاع على ماينشر وتعليق عليه وتبادلته .

- يرى أفراد العينة أن الفيسبوك يمكن أن يشكل فضاء لنقاش القضايا السياسية كالإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 إلى حدما .

- أن النقاشات المتدولة عبر الفيسبوك هي نقاشات ذات مستوى عالي ومقنعة وهناك من يرى بأأ نقاشات سلبية غير منطقية تفتقد إلى الموضوعية .

- يرى أفراد العينة أن الفيسبوك أن له دور في تشكيل الرأي العام حول الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12.

- للفيسبوك دور قوي في تشكيل الرأي العام نحو الإنتخابات الرئاسية الجزائرية 2019/12/12 لدرجة أنه يؤدي إلى التغير السياسي .

الكلمات المفتاحية: الفيسبوك- الانتخابات الرئاسية الجزائرية - الرأي العام

Abstract

Facebook has become an effective means for almost all members of society to be dispensed with as an important means of communication and information exchange between different segments of society, according to their different races, levels and trends, as well as opening a wide field to form a public opinion on the various issues and developments raised, so this study aims to know the uses of professors The Department of Media and Communication Sciences, the Facebook site, to form a public opinion about the Algerian presidential elections 12/12/2019. This study has been launched from the following main question: What are the professors' uses of Facebook to form a public opinion about the Algerian presidential elections 12/12/2019?

There are several sub-questions about the main question, according to the general framework of the study, which are:

- What are the patterns and habits of teachers using media science and communication, Facebook?
- What are the motives behind the use of teachers of media sciences and communication on Facebook, and what are the verifications of this use?
- What is the role of Facebook in forming the visions of teachers and their attitudes towards the Algerian presidential elections 12/12/2019?
- What do teachers think on Facebook as a public space for discussing political issues in general and in particular the presidential elections 12/12/2019?
- What is the role of Facebook in shaping public opinion towards the Algerian presidential elections 12/12/2019?

This study relied on the descriptive approach, using a data collection tool represented in a questionnaire on all professors of media and communication sciences at the university, Mohamed Boudiaf, in Al-Masilah, consisting of 43 women. The results of the study reached the following:

- The results of the study showed that the members of the sample are always browsing social media, and most of the sites that they are browsing are the Facebook site always.
- Facebook enabled the respondents to follow the Algerian presidential elections 12/12/2019.
- The results of the study determined that the sample members followed Facebook during the Algerian presidential elections 12/12/2019 because it contains information that is different from what the press and TV publish.
- The members of the sample believe that what is posted on Facebook about the Algerian presidential elections 12/12/2019 is not all true.
- The respondents expressed their opinions on the Algerian presidential elections 12/12/2019 by reviewing, commenting on and exchanging what is published.
- The sample members believe that Facebook can be a space for discussing political issues, such as the Algerian presidential elections 12/12/2019, to the extent.
- The discussions that are taking place on Facebook are highly convincing and there are those who see them as negative, illogical discussions that lack objectivity.
- The sample members believe that Facebook has a role in shaping public opinion about the Algerian presidential elections 12/12/2019.

Facebook has a strong role in shaping public opinion towards the Algerian presidential elections 12/12/2019 to the extent that it leads to political change.

Key words: Facebook - Algerian presidential elections - public opinion