

جامعة الجزائر3

كلية علوم الإعلام والاتصال

قسم الإعلام

مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المشاركة السياسية

دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر

أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ:

أ.د رشيد فريح

إعداد الطالب:

إيدير شيباني

أعضاء لجنة المناقشة

اسم ولقب الأستاذ	الصفة	مؤسسة الانتماء
أ.د سعيد عادل بهناس	رئيساً	جامعة الجزائر3
أ.د رشيد فريح	مشرفاً ومقرراً	جامعة الجزائر3
د. مريم قويدر	عضواً مناقشاً	جامعة الجزائر3
أ.د عبد النور زيام	عضواً خارجياً	م.و.ع.ع.س
د. زوبير زرزايحي	عضواً مناقشاً	جامعة جيجل

السنة الجامعية: 2026/2025

شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبتوفيقه تتحقق المقاصد والغايات،

أحمد الله حمداً كثيراً أنه وفقني لإتمام هذه الأطروحة العلمية.

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذ المشرف على هذه الدراسة

البروفسور "رشيد فريح" الذي كان نعم المشرف والصديق، حيث لا تف الكلمات ولا

العبارات للتعبير عن سعة صدره وتشجيعه الدائم، طيلة سنوات إعداد هذا البحث

إلى غاية استكمالها في صورته النهائية، فكل عبارات الشكر والامتنان على نصائحه

القيمة وتوجيهاته السديدة، ومتابعته الدقيقة، التي كان لها الأثر البالغ في إنجاز

هذه الأطروحة وإخراجها بهذه الصورة النهائية التي هي بين أيدينا اليوم.

أتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة الكرام،

على تفضلهم بقراءة هذه الأطروحة وتدقيقهم لها، وما سيقدمونه من ملاحظات علمية

بناءة وتصويبات قيمة تثري هذا العمل المتواضع.

كما لا يفوتني أن أتقدم بجزيل الشكر لكل من ساهم من قريب أو بعيد

في إنجاز هذا البحث

شكراً جزيلاً لكم

الإهداء

الإهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد

إلى التي لن تفيها الكلمات ولا العبارات حقها

التي أنارت دربي بدعواتها "الوالدة الكريمة" حفظها الله

إلى إخوتي وأخواتي وعائلاتهم جميعاً

إلى كل من دعمني شجعني لاستكمال هذا البحث

إلى كل طالب علم ومعرفة

إليكم جميعاً أهدي ثمرة هذا العمل

إيدر شيباني

فهرس المحتويات

شكر وعرفان	
اهداء	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
ملخصات الدراسة	
مقدمة	أ-ب-ت

الفصل الأول: البناء المنهجي والمفاهيمي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة	05-01
ثانياً: تساؤلات الدراسة	06
ثالثاً: أسباب اختيار الدراسة	07-06
رابعاً: أهمية الدراسة	08-07
خامساً: أهداف الدراسة	08
سادساً: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة	15-09
سابعاً: منهج الدراسة	19-15
ثامناً: أدوات جمع بيانات الدراسة	21-19
تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة	25-22
عاشراً: مجالات الدراسة وحدودها	26-25
أحد عشر: الدراسات السابقة والمثابفة	46-26
ثاني عشر: المقاربة العلمية للدراسة	53-47

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:	55
المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة وأهم الخصائص	56-73
المطلب الأول: مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها	56
المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي	61-64
المطلب الثالث: خصائص وميزات مواقع التواصل الاجتماعي	65-67
المطلب الرابع: وظائف مواقع التواصل ومجالات استخدامها	69-73
المبحث الثاني: الفايسبوك: نشأته، خصائصه وأهم خدماته	74-72
المطلب الأول: مفهوم موقع الفايسبوك	74-76
المطلب الثاني: السياق التاريخي لتطور موقع الفايسبوك	76-79
المطلب الثالث: خصائص وميزات الفايسبوك	79-84
المطلب الرابع: خدمات موقع الفايسبوك	85-92
خلاصة:	93

الفصل الثالث: التأصيل النظري للمشاركة السياسية

تمهيد:	95
المبحث الأول: المشاركة السياسية: ماهيتها، آلياتها ودوافعها	96-111
المطلب الأول: مفهوم المشاركة السياسية وأهميتها	96-103
المطلب الثاني: آليات المشاركة السياسية	103-106
المطلب الثالث: دوافع المشاركة السياسية	107-108
المطلب الرابع: معوقات المشاركة السياسية	108-111
المبحث الثاني: أشكال، مستويات وقنوات المشاركة السياسية	112-126
المطلب الأول: أنماط وأشكال المشاركة السياسية	112-114
المطلب الثاني: مستويات المشاركة السياسية	114-118
المطلب الثالث: قنوات المشاركة السياسية	119-123
المطلب الرابع: متطلبات المشاركة السياسية	123-126
خلاصة:	127

الفصل الرابع: المشاركة السياسية في البيئة الرقمية

تمهيد:	129
المبحث الأول: الاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي	130-144
المطلب الأول: البعد السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي	130-134
المطلب الثاني: خصائص التفاعل السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	135-137
المطلب الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي والرأي العام	137-141
المطلب الرابع: حدود المشاركة السياسية عبر الفضاء الرقمي	141-144
المبحث الثاني: آليات وأنماط المشاركة السياسية عبر الفيسبوك	145-158
المطلب الأول: المشاركة السياسية في ظل البيئة الرقمية	145-146
المطلب الثاني: مستويات المشاركة السياسية	147-118
المطلب الثالث: أنماط المشاركة السياسية عبر فيسبوك	148-152
المطلب الرابع: تأثير منصة فيسبوك على المشاركة السياسية في الجزائر	153-158
خلاصة:	159-160

الفصل الخامس: الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد:	162
المبحث الأول: تحليل نتائج الدراسة الميدانية	163-295
المطلب الأول: تحليل البيانات الشخصية للمستجوبين	163-177
المطلب الثاني: تحليل عادات وأنماط استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي	177-202
المطلب الثالث: تحليل استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"	202-229
المطلب الرابع: تحليل موقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام	229-255
المطلب الخامس: تحليل تأثير منشورات الفيسبوك على المشاركة السياسية للجزائريين	255-295
المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية	296-318
المطلب الأول: مناقشة نتائج البيانات الشخصية للمستجوبين	297-300
المطلب الثاني: مناقشة نتائج عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	300-306
المطلب الثالث: مناقشة نتائج استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"	306-309
المطلب الرابع: مناقشة نتائج موقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام	310-312
المطلب الخامس: مناقشة تأثير منشورات الفيسبوك على المشاركة السياسية للجزائريين	313-318
خلاصة:	319-320
الخاتمة:	321-325

قائمة المصادر والمراجع

قائمة الملاحق

فهرس الجداول

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
163	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	01
165	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	02
167	يبين المستوى التعليمي لدى مفردات العينة	03
169	يبين توزيع مفردات العينة حسب مكان الإقامة	04
171	يبين الحالة العائلية لمفردات العينة	05
173	يبين الحالة الوظيفية لمفردات عينة الدراسة	06
175	يبين المستوى الاقتصادي لمفردات العينة	07
177	مدة امتلاك حساب فابسبوكي لدى مفردات العينة	08
179	عدد الحسابات الفابسبوكية لمفردات العينة	09
182	يبين نوع الاسم المستخدم لدى تواصل مفردات العينة	10
184	يبين أسباب اختبار مفردات العينة التواصل باسم مستعار	11
186	يبين نوع الصورة المستخدمة لدى مفردات العينة	12
190	يبين أسباب تفضيل مفردات العينة صورة حقيقية	13
191	يبين تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفابسبوكية	14
193	يبين مدة تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفابسبوكية	15
196	يبين وسيلة التصفح المفضلة لدى مفردات العينة	16
199	يبين المكان المفضل لتصفح مفردات الدراسة لحساباتهم	17
201	يبين معية تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفابسبوكية	18
202	يبين دوافع استخدام الفابسبوك لدى مفردات العينة	19
205	يوضح نمط تفاعل مفردات العينة عبر حساباتهم الفابسبوكية	20
207	يبين عضوية مفردات الدراسة في مجموعات فابسبوكية	21
209	اهتمامات المجموعات الفابسبوكية المنخرط فيها	22
211	مواقع التواصل مصدر المعلومة لدى مفردات العينة	23
214	أسباب اعتماد مواقع التواصل كأهم مصدر للمعلومة لدى مفردات العينة	24
217	يبين مدى تعويض الفابسبوك لوسائل الإعلام التقليدية	25

فهرس الجداول

221	أسباب تعويض فايسبوك لوسائل الإعلام التقليدية	26
224	يبيّن درجة ثقة مفردات العينة في أخبار موقع فايسبوك	27
227	وظائف موقع فايسبوك	28
229	يبيّن إبداء الرأي بحرية عبر الفايسبوك	29
233	دوافع إبداء مفردات العينة لآرائها عبر حساب فايسبوك	30
235	الإبلاغ عن منشور فايسبوكي	31
237	طبيعة المنشور الفايسبوكي المبلغ عنه	32
240	تغيير المنشورات الفايسبوكية رأي أفراد العينة بخصوص قضية معينة	33
243	أسباب تغيير المنشورات الفايسبوكية رأي مفردات العينة	34
246	تأثير حملات موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك على مفردات الدراسة	35
248	طبيعة الحملات الفايسبوكية المؤثرة في مفردات العينة	36
252	تشكيل المضامين الفايسبوكية الرأي العام	37
255	الاهتمام بالقضايا السياسية المنشورة عبر الفايسبوك	38
257	درجة الاهتمام مفردات العينة بالقضايا السياسية	39
260	مشاركة مضامين سياسية فايسبوكية	40
263	نمط تفاعل مفردات الدراسة مع المضامين السياسية الفايسبوكية	41
265	عضوية مفردات العينة في مجموعات سياسية	42
268	الإضافات التي قدمتها النقاشات السياسية الفايسبوكية	43
270	مساهمة المضامين الفايسبوكية في تشكيل وعي سياسي لدى الجزائريين	44
272	درجة تأثير المنشورات الفايسبوكية في تشكيل الوعي السياسي	45
275	مشاركة مفردات العينة في نشاط سياسي فايسبوكي	46
277	طبيعة النشاط السياسي المشارك فيه	47
279	دور الفايسبوك في إخراج المواطنين للشارع رفضا للعهد الخامسة	48
281	المشاركة في مسيرات ضد العهد الخامسة	49
283	تأثير المضامين السياسية على قناعة مفردات العينة	50
286	دور الفايسبوك في الإقناع بالمشاركة السياسية	51
288	مصادقية المضامين السياسية عبر الفايسبوك لدى مفردات العينة	52
290	دوافع عدم تصديق المضامين السياسية الفايسبوكية	53
293	درجة تأثير المنشورات الفايسبوكية على المشاركة السياسية للجزائريين	54

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال

الجدول	عنوان الشكل	الصفحة
01	يوضح تطور مواقع التواصل الاجتماعي	61
02	يوضح الجدول الزمني لوسائل التواصل الاجتماعي	64
03	يوضح معدل نمو مستخدمي فايسبوك 2012-2023	79
04	يوضح التسلسل الهرمي للمشاركة السياسية عند "روش"	114
05	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	163
06	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	165
07	يبين المستوى التعليمي لدى مفردات العينة	167
08	يبين توزيع مفردات العينة حسب مكان الإقامة	169
09	يبين الحالة العائلية لمفردات العينة	171
10	يبين الحالة الوظيفية لمفردات عينة الدراسة	173
11	يبين المستوى الاقتصادي لمفردات العينة	175
12	مدة امتلاك حساب فابيسوكي لدى مفردات العينة	177
13	عدد الحسابات الفاييسوكية لمفردات العينة	179
14	يبين نوع الاسم المستخدم لدى تواصل مفردات العينة	182
15	يبين أسباب اختبار مفردات العينة التواصل باسم مستعار	184
16	يبين نوع الصورة المستخدمة لدى مفردات العينة	186
17	يبين أسباب تفضيل مفردات العينة صورة حقيقية	190
18	يبين تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفاييسوكية	191
19	يبين مدة تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفاييسوكية	193
20	يبين وسيلة التصفح المفضلة لدى مفردات العينة	196
21	يبين المكان المفضل لتصفح مفردات الدراسة لحساباتهم	199
22	يبين معية تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفاييسوكية	201
23	يبين دوافع استخدام الفاييسبوك لدى مفردات العينة	202
24	يوضح نمط تفاعل مفردات العينة عبر حساباتهم الفاييسوكية	205
25	يبين عضوية مفردات الدراسة في مجموعات فايسبوكية	207
26	اهتمامات المجموعات الفاييسوكية المنخرط فيها	209
27	مواقع التواصل مصدر المعلومة لدى مفردات العينة	211
28	أسباب اعتماد مواقع التواصل كأهم مصدر للمعلومة لدى مفردات العينة	214

فهرس الأشكال

217	يبين مدى تعويض الفايسبوك لوسائل الإعلام التقليدية	29
221	أسباب تعويض فايسبوك لوسائل الإعلام التقليدية	30
224	يبين درجة ثقة مفردات العينة في أخبار موقع فايسبوك	31
227	وظائف موقع فايسبوك	32
229	يبين إبداء الرأي بحرية عبر الفايسبوك	33
233	دوافع إبداء مفردات العينة لآرائها عبر حساب فايسبوك	34
235	الإبلاغ عن منشور فايسبوكي	35
237	طبيعة المنشور الفايسبوكي المبلغ عنه	36
240	تغيير المنشورات الفايسبوكية رأي أفراد العينة بخصوص قضية معينة	37
243	أسباب تغيير المنشورات الفايسبوكية رأي مفردات العينة	38
246	تأثير حملات موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك على مفردات الدراسة	39
248	طبيعة الحملات الفايسبوكية المؤثرة في مفردات العينة	40
252	تشكيل المضامين الفايسبوكية الرأي العام	41
255	الاهتمام بالقضايا السياسية المنشورة عبر الفايسبوك	42
257	درجة الاهتمام مفردات العينة بالقضايا السياسية	43
260	مشاركة مضامين سياسية فايسبوكية	44
263	نمط تفاعل مفردات الدراسة مع المضامين السياسية الفايسبوكية	45
265	عضوية مفردات العينة في مجموعات سياسية	46
268	الإضافات التي قدمتها النقاشات السياسية الفايسبوكية	47
270	مساهمة المضامين الفايسبوكية في تشكيل وعي سياسي لدى الجزائريين	48
272	درجة تأثير المنشورات الفايسبوكية في تشكيل الوعي السياسي	49
275	مشاركة مفردات العينة في نشاط سياسي فايسبوكي	50
277	طبيعة النشاط السياسي المشارك فيه	51
279	دور الفايسبوك في إخراج المواطنين للشارع رفضا للعهد الخامسة	52
281	المشاركة في مسيرات ضد العهد الخامسة	53
283	تأثير المضامين السياسية على قناعة مفردات العينة	54
286	دور الفايسبوك في الإقناع بالمشاركة السياسية	55
288	مصادقية المضامين السياسية عبر الفايسبوك لدى مفردات العينة	56
290	دوافع عدم تصديق المضامين السياسية الفايسبوكية	57
293	درجة تأثير المنشورات الفايسبوكية على المشاركة السياسية للجزائريين	58

ملخصات الدراسة

ملخصات الدراسة

ملخص الدراسة:

حاولت هذه الدراسة الموسومة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المشاركة السياسية" - دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، البحث في العلاقة بين منصات وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية لدى الجزائريين، وذلك من خلال الكشف عن قدرة المنشورات الافتراضية لمنصة موقع الفيسبوك في التأثير وتحفيز المواطنين للاهتمام والمشاركة السياسية في مختلف الاستحقاقات المنظمة في البلد، وذلك عبر إبراز عادات وأنماط تفاعلهم مع المواضيع والقضايا المتعلقة بالشأن السياسي، وكذا توضيح دوافع اهتمامهم بهذا النوع من المحتويات الرقمية وتأثيره على تبني سلوك يُترجم إلى ممارسة سياسية واقعية لدى الأفراد. اعتمد الباحث في هذه الدراسة التي تندرج ضمن البحوث الوصفية على المنهج المسحي، باعتباره أنسب منهج لدراسات الجمهور بشكل عام، ودراسة جمهور موقع الفيسبوك بشكل خاص، مستخدماً في ذلك الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسة لجمع بيانات المبحوثين، معتمداً في ذلك على عينة قصدية، تمثلت في مستخدمي منصة الفيسبوك بالجزائر، قدرت العينة بـ 444 مفردة.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

1. مساهمة منصة الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الجزائريين.
2. تحول منصة الفيسبوك في الجزائر إلى فضاء افتراضي عام، يمنح للمتصفح إمكانية الوصول بسهولة إلى المعلومة السياسية والتفاعل معها.
3. وجود فجوة بين ارتفاع مستوى الوعي السياسي الرقمي لدى الأفراد، ومحدودية ترجمته إلى ممارسة سياسية واقعية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، المشاركة السياسية، تأثير، الجزائر

Résumé de l'étude :

Cette étude porte sur «**L'impact des réseaux sociaux sur la participation politique**», une étude menée auprès d'un échantillon d'utilisateurs de la plateforme « Facebook » en Algérie.

Cette étude a pour objectif d'analyser la relation entre l'usage des réseaux sociaux et la participation politique des Algériens, en mettant l'accent sur le rôle des contenus politiques diffusés sur les pages de Facebook dans la construction de la conscience politique et dans la stimulation de l'engagement ainsi que de l'intérêt pour les questions du champ politique en Algérie.

Notre étude vise également à identifier les habitudes et les modes d'utilisation de la plateforme « Facebook » par les Algériens, à examiner les formes d'interaction avec les contenus à caractère politiques, et à déterminer les motivations qui suscitent leur intérêt pour ce type de contenus numériques.

On a adopté dans notre étude la **méthode d'enquête**, jugée la plus appropriée pour les études de public, en utilisant le **questionnaire électronique** comme principal outil de collecte des données. Notre échantillon était composé de **444 individus** utilisateurs de la plateforme Facebook en Algérie.

Les résultats de l'étude ont mis en évidence plusieurs constats, dont les plus importants sont :

1. La contribution de Facebook à la création et au développement de la conscience politique des utilisateurs algériens.
2. La transformation de Facebook en un espace public virtuel qui facilite l'accès à l'information politique.
3. L'existence d'un écart significatif entre l'élévation du niveau de conscience politique numérique et la faiblesse de sa traduction en pratiques politiques réelles.

Mots-clés : réseaux sociaux, Facebook, participation politique, impact, Algérie.

Abstract:

This study focuses on “**The Impact of Social Media on Political Participation**” and is based on a survey conducted among a sample of Facebook users in Algeria.

The study aims to analyze the relationship between social media use and political participation among Algerians, with particular emphasis on the role of political content shared on Facebook pages in shaping political awareness and stimulating engagement as well as interest in political issues in Algeria.

The study also seeks to identify the habits and usage patterns of Facebook among Algerians, examine the forms of interaction with politically-oriented content, and determine the motivations that drive their interest in such digital content.

For this research, the survey method was adopted, considered the most suitable for audience studies, using an online questionnaire as the primary data collection tool. The sample consisted of 444 individuals who are Facebook users in Algeria.

The study’s findings highlighted several key observations, including:

1. The contribution of Facebook to the creation and development of political awareness among Algerian users.
2. The transformation of Facebook into a virtual public space that facilitates access to political information.
3. The existence of a significant gap between the increase in digital political awareness and its limited translation into actual political practices.

Keywords: social media, Facebook, political participation, impact, Algeria.

مقدمة

مقدمة:

عرفت الجزائر خلال العقدين الأخيرين من الزمن، ثورةً تكنولوجيةً حديثةً، أحدثت طفرةً هائلةً وتحولاتٍ جذريةً في ميدان الاتصالات بشكلٍ عامٍ، وبشكلٍ أخصٍ في قطاع الإعلام والاتصال، خاصةً مع دخول تقنية الجيل الرابع والخامس إلى البلد، وتوسع نطاق التزود بخدمة شبكة الإنترنت، هذه الأخيرة، تمخض عنها بروز وسائطٍ وأدواتٍ رقميةٍ حديثة، تمثلت أساساً في منصات التواصل الاجتماعي، التي أحدثت تغيراتٍ عميقةً في نمط وطبيعة استهلاك الأفراد للمعلومات في شتى مجالات الحياة، وتمكنت هذه الفضاءات الافتراضية من أن تصبح في ظرفٍ وجيزٍ، من بين أهم مصادر مواكبة المتصفحين لمختلف النشاطات سواء الاجتماعية والرياضية، وحتى السياسية منها، حيث لم يقتصر استخدامها على مجال بعينه، بل أضحت جزءاً من حياة الأفراد والمؤسسات باختلاف مجالات اهتماماتهم.

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم، واحدة من أهم الفضاءات التي أعادت تشكيل العلاقة بين الوسائط التواصلية والممارسة السياسية لدى الأفراد، حيث شكّلت تحولاً جوهرياً في طرق التواصل مع الفاعلين السياسيين وكذا تكوين الرأي العام، هذا ما أسهم في اندماج الأفراد بشكلٍ غير مسبوقٍ في العملية السياسية ككل، خاصةً مع بداية انتقال المستخدمين نحو استهلاك الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية بدل الاعتماد على الوسائط الإعلامية التقليدية، فأصبح للفرد اليوم، صوتٌ مسموعٌ في الساحة السياسية، وأتاحت له هذه المنصات إمكانية التعبير الحر عن آرائه وانشغالاته، دون عقدة التخوف من تعرضه لمقص الرقيب أو ضغوطات أو متابعات بسبب آراه وتوجهاته.

يقودنا الحديث عن الوظائف التي تؤديها الأدوات الرقمية الحديثة في الجزائر، إلى التذكير بالدور الهام الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، ومنصة الفايسبوك بشكل خاصة خلال فترة الحراك الشعبي لسنة 2019، حيث مكّن الفضاء الأزرق الجزائريين من المشاركة الفعلية في النقاش العام عبر التعبير الحر عن آرائهم وتوجهاتهم السياسية، وتداول مطالبهم خارج الأطر المؤسسية الرسمية سواء الحزبية أو جمعيات المجتمع المدني، واستطاعت منشورات منصة الفايسبوك من التأثير وتعبئة الأفراد للنزول إلى الشارع في مسيرات مليونية رافضة للوضع السياسي القائم آنذاك، ما تمخض عنه إجهاض تمرير العهدة الخامسة للرئيس الجزائري الأسبق "عبد العزيز بوتفليقة"، حيث لم يعد اليوم، ينظر إلى هذه المنصة باعتبارها مجرد فضاء للتعارف والترفيه فحسب، بل تحول إلى منصة تهتم وتخوض في قضايا وشؤون الساسة والسياسة وصنع القرار.

من هذا المنطلق، هدفت هذه الدراسة إلى البحث في العلاقة بين دوافع استخدام الأفراد الجزائريين لمنصة الفايسبوك وتأثيره على مستويات المشاركة السياسية لديهم، في محاولة لفهم كيفية تحوّل هذه الاستخدامات الاتصالية إلى ممارسات سياسية رقمية، وذلك من خلال الكشف عن قدرة المنشورات الافتراضية لمنصة الفايسبوك في تحفيز المواطنين للاهتمام والمشاركة في الاستحقاقات السياسية في البلد.

قصد الإحاطة بالموضوع، قسمنا هذه الدراسة إلى خمسة فصول جاءت كالتالي:

تناول الفصل الأول البناء المنهجي والمفاهيمي للدراسة، حيث حددنا فيه إشكالية الدراسة وضبط تساؤلاتها البحثية، إلى جانب تحديد أسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه، إضافة إلى ضبط مفاهيم ومصطلحات الدراسة، مع الإشارة إلى أهم الأدوات البحثية المستخدمة خلال هذا العمل، كما وضحنا المنهج المستخدم وكذا مجتمع الدراسة وعينيتها.

مقدمة

اعتمدنا في هذا البحث على بعض الدراسات السابقة والمثابفة وناقشناها، وفي الأخير، قمنا بالاستعانة بمقاربين نظريتين تمثلت الأولى في مدخل الاستخدام والاشباع وكذا نظرية الفضاء العام.

جاء الفصل الثاني مقسما إلى مبحثين، الأول يعنى بمواقع التواصل الاجتماعي، مفهومها، تطورها وخصائصها، ووظائفها، بينما ركز الثاني على موقع الفاييسبوك بوصفه أحد أهم المنصات الرقمية وأكثرها تأثيراً في المشهد الاتصالي، وذلك من خلال تتبع مساره التطوري، وخصائصه التقنية، والخدمات التي يتيحها للمستخدمين.

قسم الفصل الثالث بدوره إلى مبحثين، خصص الأول للمشاركة السياسية عبر تحليل ماهيتها وأهميتها، واستعراض الآليات والدوافع والمعوقات التي تحدد مستويات المشاركة، في حين، اهتم المبحث الثاني أشكال ومستويات وقنوات المشاركة السياسية.

خصصنا الفصل الرابع للمشاركة السياسية في البيئة الرقمية، حيث قسم بدوره إلى مبحثين، الأول يعنى بالاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي، في حين، اهتم المبحث الثاني بآليات وأنماط المشاركة السياسية عبر الفاييسبوك.

تناول الفصل الخامس الجانب التطبيقي للدراسة، حيث قمنا فيه بعرض وتحليل البيانات الجداول، بداية بتحليل البيانات المتعلقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجزائريين، وكذا أنماط المشاركة السياسية لديهم، وصولاً إلى إبراز مدى تأثير منشورات منصة الفاييسبوك على المشاركة السياسية لدى الجزائريين، ثم استخلاص النتائج العامة للدراسة ومناقشتها وفق محاور استمارة البحث.

الفصل الأول:

البناء المنهجي والمفاهيمي للدراسة

أولاً- إشكالية الدراسة:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي اليوم، من أحدث ما أنتجته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتي تعد جزءاً هاماً من حياة الأفراد والمجتمعات وأكثرها انتشاراً عبر شبكة الانترنت، لما تملكه من خصائص تميزها عن غيرها من المواقع الإلكترونية الأخرى، حيث مكّنت هذه الفضاءات الافتراضية من إلغاء حاجز المكان والزمان، وجمعت حولها أكبر عدد ممكن من المستخدمين في ظرف قياسي جداً، وتحولت من مجرد فضاء رقمي أُوجد في بدايته من أجل التعارف والترفيه إلى منبر للنقاشات الجادة وتبادل الآراء ووجهات النظر في مختلف مجالات الحياة، فلم يستثن أي ميدان بعينه، بل مس جميع المجالات الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية وحتى السياسية منها، محدثاً بذلك تحولاً جذرياً في العملية الاتصالية لدى الأفراد، حيث نقلت هذه الأدوات الرقمية الإعلام إلى أفاق غير مسبوق، ومنحت لمستخدميها فضاءً إلكترونيّاً حرّاً للنقاش والتحاور بخصوص كل المسائل والمواضيع المطروحة دون حساسيات أو مضايقات أو عقدة تخوفٍ من جهة بعينها.

لم يقتصر دور شبكات التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن على مجرد التعارف وتكوين صداقات بين المستخدمين فحسب، ولم تكتف هذه المنصات الافتراضية بتأدية الوظيفة الاتصالية التي أوجدت بالأساس من أجلها، بل أضحت مصدراً لمعلوماتياً أساسياً بالنسبة للمتصفحين، من خلال تحولها إلى فضاءٍ افتراضي يُمكن المستخدم من تلبية احتياجاته وإشباع رغباته، خاصة ما تعلق منها بالشق الإعلامي الإخباري حول ما يطرأ من حوله من مستجدات وتطورات الأحداث، هذا ما جعلها تستقطب مختلف الفئات الاجتماعية للتصفح رغم تباين مستوياتها ومجالات اهتمامها.

من جانبها، حققت الجزائر نقلة نوعية حقيقية خلال السنوات الأخيرة في ميدان الاتصالات بشكل عام، وبشكل أخص في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بفعل الانتشار الكبير والمتنامي لشبكة الانترنت لدى الجزائريين، حيث قارب عددهم حسب آخر إحصاء للاتحاد الدولي للاتصالات "أزيد من 36 مليون مستخدم ومستخدمة"¹، هذا الإقبال المتزايد للجزائريين للانخراط عبر هذه الشبكة الافتراضية، كان بفعل عديد الخدمات المقدمة من قبل هذا الفضاء الرقمي للمتصفح، خصوصا بعد دخول تقنيات الجيل الرابع والخامس إلى البلد، حيث أضحت المواطن اليوم، يعتمد بشكل مكثف على شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تعد من بين أكثر المواقع الالكترونية تصفحاً من قبل الجزائريين، حيث تشير آخر إحصائيات التقرير الرقمي لشهر جانفي من سنة 2025 أن "عدد الحسابات النشيطة في الجزائر عبر موقع الفايسبوك لوحده، يقارب 26 مليون حساب افتراضي"²، بلوغ هذا الرقم الهائل عبر هذه المنصة (الفايسبوك) في ظرف وجيز، والذي يمثل أزيد من 54% من تعداد سكان البلد، لم يأت صدفة فقط، بل جاء نظير ما يقدمه هذا الموقع للمتصفح من خدمات مقارنة بباقي المواقع الالكترونية المتعددة التي يضمها هذا الفضاء الرقمي الحديث، وهو ما شجع المستخدمين الجزائريين للإقبال بشكل كبير للانخراط فيه، وإنشاء حسابات شخصية أو مهنية عبره، هذا ما أدى إلى بداية ظهور بؤابر عزوف تدريجي لدى هؤلاء الأفراد عن متابعة وسائل الإعلام التقليدية سواء المكتوبة منها أو المسموعة أو حتى المرئية، بحكم ما توفره هذه الفضاءات الافتراضية من متابعة آنية للحدث لحظة بلحظة، كما أتاحت للمتصفح إمكانية التفاعل وكذا التعليق على المعلومة، دون أن يكتفي بالتلقي السلبي لها أو انتظار تلقي الخبر بعد 24 ساعة عبر وسيلة إعلامية تقليدية.

1 - Digital 2025 : Algeria, lien : <https://urlr.me/CZQtKH>, 06/06/2025,11h30

2 - ibid., 06/06/2025,11h40

إن التحول الملفت الذي تشهده الجزائر خلال العقدين الأخيرين من الزمن في أنماط استخدام الأفراد للوسائط الاتصالية بشكل عام، وتفضيلهم التوجه تدريجياً نحو المنصات الرقمية عوض الاعتماد على ما توفره لهم الوسائل الإعلامية التقليدية، يعدُّ نقطة تحولٍ حقيقي في طبيعة استهلاك المعلومة لديهم، خاصة أنه لم يقتصر فقط على مجال بعينه، بل مس كافة المجالات الحيوية لحياة الأفراد، سواء ما تعلق منها بالشأن الاجتماعي، الاقتصادي والثقافي، بل مس حتى المجال السياسي، حيث أضحت هذه الشبكات الاجتماعية من أهم مصادر مواكبة الأفراد للنشاطات السياسية والحزبية في البلد، شح المعلومات المتأتية من المصادر الرسمية، وتحفظها المبالغ فيه في أغلب الأوقات، خصوصاً حينما يتعلق الأمر بمسائل الساسة والسياسية، هذا ما يدفع بالأفراد للتوجه للمنصات الرقمية، بغية مواكبة مستجدات الأحداث الراهنة، كون هذه الأخيرة، تبقى المصدر الأساسي للبقاء على اطلاعٍ دائمٍ ومستمرٍ بمختلف تطورات الحياة السياسية الجزائرية، إذ تسمح هذه الفضاءات الرقمية بتزويد الأفراد بالمعلومات في آنها، وكذا إمكانية مناقشتها وتشاركتها مع متصفحين آخرين، وكما تتيح لهم خاصية مناقشة المسائل السياسية المطروحة سواء الوطنية أو الدولية بكل حرية، ومنحت للمستخدمين هامشاً معتبراً لطرح وجهات نظرهم، وإبداء وتصوراتهم وقناعاتهم الشخصية حول ما يدور حولهم من مستجدات الوقائع والأحداث، دون تخوفٍ أو توجس أو مضايقات من جهات بعينها.

يقودنا الحديث عن الوظائف التي تؤديها الأدوات الرقمية الحديثة والمتمثلة في منصات التواصل الاجتماعي في الجزائر، إلى التذكير بالدور الهام الذي لعبته هذه الأخيرة خلال فترة الحراك الشعبي الذي عرفته الجزائر خلال سنة 2019، حيث تمكن

هذا الفضاء الافتراضي من أن يتحول من مجرد منصةٍ تعارفيةٍ ترفيهيةٍ بالدرجة الأولى تجمع بين المتصفحين إلى أداة هامةٍ للتعبير الحر والتنسيق وكذا التعبئة بين الأعضاء المستخدمين لموقع الفايسبوك، عبر إثارته وخوضه في مناقشة عديد القضايا والمواضيع التي تهم الرأي العام، تُوصف بأنها ذات حساسية، كونها لمست وتناولت لأول مرة الشأن السياسي واهتمت بمستجداته، هذا المجال الذي عُرف أنه غير متداولٍ ومألوفٍ بكثرة في نقاشات الجزائريين العاديين ولا يهتمون بالخوض في تفاصيله، كون القرار السياسي كان يُصنع في دوائرٍ ضيقةٍ، دون العودة إلى صوت ورأي الشعب في مسائل مصيرية تخص حاضره ومستقبله، إلا أن المفارقة، صنعتها هذه الأدوات الرقمية التي غيّرت كليةً هذه المعادلة السائدة، وفندت كل من الادعاءات بعدم اكتراث الفرد الجزائري بالشأن السياسي في البلد، والعزوف عن الخوض في تطوراتهِ، بل على النقيض من ذلك، أظهرت هذه الفضاءات الرقمية اهتماماً خاصاً لدى المتصفح الجزائري بمناقشة وتحليل نمط تسيير البلد ومستقبله، بل وصل الأمر إلى التعبئة الجماهيرية للمتصفحين عبر هذه الشبكات ضد بعض القرارات السياسية المتخذة، التي من أبرز تأثيراتها المجسدة على أرض الواقع إجهاض تمرير العهدة الخامسة لمرشح السلطة الحاكمة آنذاك (الرئيس عبد العزيز بوتفليقة) خلال الحراك الشعبي لسنة 2019، وكذا تعالي مطالب المتصفحين عبر هذه الوسائط الالكترونية بمزيد من الحريات الشخصية خاصة السياسية منها، وتحقيق عدالة اجتماعية بين الأفراد ومساواة اقتصادية في البلد.

يعكس اهتمام المتصفح الجزائري بمناقشة المسائل والقضايا السياسية عبر الفضاء الرقمي (فايسبوك)، إلى تنامي الوعي السياسي لدى هؤلاء الأفراد، ما يُثبت مدى حسهم الوطني، وكذا اهتمامهم بمصير وطنهم ومستقبل الأجيال اللاحقة، بالرغم من أن أرقام

وإحصائيات الاستحقاقات السياسية في الجزائر، تُظهر على مدار العقدين الماضيين من الزمن، ظاهرة "العزوف لدى غالبية الهيئة الناخبة عن المشاركة السياسية فيها، وذلك بسبب انعدام الثقة في العملية الانتخابية من أساسها، كون نتائجها معروفة مسبقاً لدى العام والخاص، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، تكون الأغلبية دائماً محسومةً لأحزاب السلطة بسبب التزوير الانتخابي، وبالتالي، لا جدوى من تصويت، لا يُغير شيئاً¹، إلا أن القراءة المتأنية للتفاعل الرقمي الذي عبّر عنه المتصفحون الجزائريون خلال الحراك الشعبي لسنة 2019، ينفي بصفة قطعية ما تمت الإشارة إليه آنفاً، ويكشف مدى مساهمة هذه الوسائط التواصلية الافتراضية الحديثة في لفت اهتمام المتصفح الجزائري، وجذبه لتداول الأخبار ذات الصلة بالشأن السياسي عبر هذه المنصات الرقمية، بل وصل الأمر إلى إرغام الأنظمة والحكومات على اتخاذ قرارات معينة أو التراجع عن تنفيذ أخرى، بسبب التعبئة الاجتماعية الواسعة للمتصفحين عبر هذه الشبكات التواصلية.

وعليه، تأسيساً على ما تقدم، سنحاول من خلال هذه الدراسة، البحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية في الجزائر، في محاولة منا للكشف عن مدى قدرة المضامين المنشورة عبر منصة الفيسبوك بالدرجة الأولى في تحفيز الفرد الجزائري للمشاركة في الاستحقاقات السياسية في البلد، من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

ما تأثير موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على المشاركة السياسية للجزائريين؟

¹ - نور الدين دحمان: توظيف الأحزاب السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي وأثره على المشاركة السياسية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2020/2019، ص07

ثانيا- تساؤلات الدراسة :

تمخضت عن هذه الإشكالية جملة من التساؤلات الفرعية تمحورت في ما يلي :

أولاً: ما هي عادات وأنماط استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

ثانياً: هل تعد المنصات الرقمية المصدر الأساسي للمعلومة السياسية لدى المتصفحين الجزائريين؟

ثالثاً: فيما تتمثل العوامل المؤثرة في تكوين توجهات سياسية لدى المتصفحين الجزائريين؟

رابعاً: ما مدى مساهمة المضامين الفايسبوكية في تحفيز المشاركة السياسية لدى المتصفحين الجزائريين؟

ثالثا- أسباب اختيار موضوع الدراسة :

لكل باحث علمي أسباب تدفعه لاختيار موضوع دراسته دون آخر، وتعد هذه الخطوة من أصعب مراحل البحث العلمي وأعقدها، فمن بين أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع الدراسة المتمثل في: "مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في المشاركة السياسية " دون غيره من المواضيع ما يلي:

1. الميل والاهتمام الشخصي بدراسة المواضيع ذات الشأن السياسي عبر الفضاء الرقمي، خاصة مع الدور الهام والبارز الذي لعبته المنصات التواصلية الافتراضية خلال فترة الحراك الشعبي الذي عرفته الجزائر سنة 2019.

2. قابلية الموضوع للدراسة والبحث، وكذا صلته بالمجال العلمي للباحث.

3. حيوية الموضوع ومسائرته لمختلف الاستحقاقات السياسية في الجزائر، حيث يعدّ موضوع "المشاركة السياسية عبر الفضاء الرقمي" من المواضيع الحديثة والآنية مقارنة بالحقول الإعلامية والاتصالية الأخرى.

4. التعرف على الدور السياسي الذي أضحت تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت، خصوصاً أنها كانت أحد أهم الأسباب الرئيسية في ظهور ونجاح الحراك الشعبي الذي عرفته بعض البلدان العربية كتونس ومصر وكذا أخيراً الجزائر.

5. تزايد إقبال الجزائريين للتسجيل والانخراط عبر منصات التواصل الاجتماعي بشكل ملفت جداً، حساباتٌ تتزايد من سنة لأخرى بأرقام مذهلة (مليونية)، حيث تشير آخر إحصائيات التقرير الرقمي لسنة 2025، تسجيل أزيد من 36 مليون مشتركاً عبر هذه الفضاءات الرقمية، وظهور صفحات وحسابات الكترونية عديدة تهتم بمواضيع السياسية بالدرجة الأولى.

6. التعرف على مدى تأثير مضامين موقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك) في تحفيز المتصفحين الجزائريين للمشاركة السياسية.

رابعاً- أهمية الدراسة :

تتوقف أهمية أي دراسة علمية على قيمة الظاهرة التي يدرسها الباحث وكذا جوهرها العلمي، وما يصبوا إلى تحقيقه من نتائج يمكن الاستفادة منها، وعليه، فقد حاول الباحث حصر أهمية دراسته في النقاط التالية:

1. الكشف عن واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجزائريين بشكل عام، وبشكل أخص في المجال السياسي.

2. إبراز الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في الساحة السياسية الجزائرية، حيث أضحت منبراً للتعبير الحر وتبادل الأفكار والآراء، بخصوص جميع المسائل المطروحة عبر هذا الفضاء الرقمي.

3. الكشف عن مدى اعتماد الجزائريين على المنصات الرقمية كمصدر للأخبار السياسية لديهم.

4. إبراز قدرة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام ومنصة الفيسبوك بشكل خاص في تكوين وإثارة نقاشات سياسية لدى المتصفحين الجزائريين.
5. إبراز أهم العوامل المؤثرة على المشاركة السياسية لدى متصفح منصة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في الجزائر.
6. الكشف عن مدى تأثير منشورات منصة الفيسبوك على المشاركة السياسية لدى المتصفحين الجزائريين.

خامسا- أهداف الدراسة:

ان الخطوة الأولى والأساسية لأي بحث أو دراسة علمية هي تحديد أغراضها أو الأهداف المتوخى الوصول إليها خلال الدراسة، وعليه، تتمثل أهم الأهداف التي يسعى موضوع هذه الدراسة تحقيقها، فيما يلي:

1. التعرف على عادات وأنماط استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على الدور السياسي لمنصات التواصل الاجتماعي لدى الجزائريين.
3. الكشف عن مدى اعتماد الجزائريين على المنصات الرقمية كمصدر للأخبار السياسية لديهم.
4. إبراز العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام السياسي الرقمي لدى الجزائريين، خاصة مع تنامي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل ملفت جدا خلال السنوات الأخيرة.
5. تحديد أهم العوامل المؤثرة في المشاركة السياسية لدى المتصفحين الجزائريين.
6. التعرف على مدى تأثير مضامين مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في تحفيز المتصفحين الجزائريين للمشاركة السياسية.

سادساً- تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

يعتبر تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة أحد أهم الخطوات المنهجية التي يحتاجها أي باحث علمي في دراسته، كونها تمكنه من تبسيط وفهم الموضوع المراد البحث فيه، وعليه، سنحاول في هذا العنصر من الدراسة توضيح المفاهيم التالية:

● مفهوم الاستخدام:

■ لغة:

جاء الاستخدام من استُخدم استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً، أي يخدمه خدمةً، فهو خادمٌ وخدامٌ له.¹

عرف "قاموس المحيط" الاستخدام بأنه: "خدمةٌ ويخدمه خدمةً، فهو خادمٌ خدامٌ، خدم نفسه واستخدمه، أي استوهبهُ خادماً فواهبه له".²

■ اصطلاحاً:

عرف "حسين شفيق" "الاستخدام" أنه عبارة عن: "نشاط اجتماعي، يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع، بفضل التكرار والقدم، فحين يصبح الاستعمال متكرراً، ويندمج في ممارسات وعادات الفرد، يمكن حينئذٍ الحديث عن الاستخدام. وعليه، فالاستخدام وسيلة أو مضمون إعلامي ما، يتحدد بالخلفيات الديموغرافية والثقافية للأفراد، فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر صيرورة الاستخدام، ذلك أن العرض هو الذي يقف وراء الاستخدام".³

¹ منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012، ص170.

² مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي: القاموس المحيط، تحقيق محمد نعيم العرقسوسي، حرف الخاء، مادة (خدم)، 2005، ص445.

³ حسين شفيق: نظريات الإعلام، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص186.

يعرفه "لكروا la Croix" على أنه: "عادات مندمجة في يوميات المستخدم، تعرض نفسها في قائمة الممارسات الأخرى المنافسة لها، أو المرتبطة بها"¹، يعرف أيضا على أنه: "ما يستخدمه الفرد فعلياً من المعلومات، أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل"².

■ إجرائياً:

نقصد بالاستخدام في دراستنا جميع عمليات تصفح الفرد الجزائري لمنصات الفضاء الرقمي، المتمثلة أساساً في مواقع التواصل الاجتماعي ونمط تفاعله معها، أي بمعنى آخر، بقصد بها عادات وأنماط استعمال المستخدم الجزائري لحسابات المنصة الاجتماعية "فايسبوك".

● مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت التعاريف التي حاولت أن تضبط مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وتنوعت، من أهمها نذكر ما يلي:

يعرف "عثمان محمد الدليمي" مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "مواقع على شكل مجموعات إلكترونية ضخمة، تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية، وذلك من خلال الخدمات والوسائط المقدمة مثل التعارف الصداقة والمراسلة الفورية، إنشاء مجموعة اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات والمشاركة في الأحداث، مشاركة وسائط الآخرين كالصور الفيديوهات، البرمجيات"³.

¹ إيمان قرقوري: استخدامات الطلبة الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة صالح بويندير، الجزائر، 2020-2021، ص32.

² سليمان بورحلة: أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، رسالة ماجستير، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، كلية السياسة والإعلام، 2007-2008، صص(24-25).

³ عثمان محمد الدليمي: مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2020، صص(132-133).

تعرف الشبكات الاجتماعية على أنها مجموعة من العلاقات المحددة مثل التعاون والمشورة والتحكم والتأثير بين مجموعة لا حصر لها من الجهات الفاعلة، ويشير عمومًا إلى جميع المواقع التي توفر شبكة من الأصدقاء أو الزملاء، وتزود أعضائها بالأدوات والواجهات للتفاعل والعرض والتواصل.¹

يعرف "علي خليل شقرة" مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: "تركيبية اجتماعية إلكترونية من أفراد وجماعات ومؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي باسم العقدة، بحيث يتم اتصال العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات لتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما، أو حمل جنسية بلد ما في هذا العالم، قد فصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقًا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها."²

عرف "خالد غسان يوسف المقدادي" مواقع التواصل على أنها: "المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها، تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوف خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت."³

■ إجرائيًا:

نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا جميع المنصات الافتراضية عبر شبكة الإنترنت، التي تقدم مجموعة من الخدمات المجانية للمتصفحين، حيث تمنح هذه الأدوات الرقمية امكانية تبادل الأفكار والمعلومات والتفاعل معها في شتى المجالات، بما فيها الشأن السياسي، وذلك من خلال عمليات التواصل بين المتصفحين المسجلين ضمن هذا المجتمع الرقمي.

¹ Sohia hadibi, samir berkani, hamid fecht : La stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux, The digital communication strategy on social networks, Revue internationale de la performance économique, vol 4, 2021, p 89 .

² علي خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014، ص59.

³ خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، ط1، الأردن، 2013، ص24.

• مفهوم فايسبوك:

تعددت التعريفات التي حاولت أن تضبط مفهوم موقع "فايسبوك"، ومن أهمها نذكر: يعرف "Boyd & Ellison" موقع فايسبوك على أنه: "خدمة تعتمد على الويب، تتيح للمستخدمين إنشاء ملف تعريف، وبناء قائمة من العلاقات، والتفاعل مع الآخرين داخل بنية اجتماعية محددة. يُنظر إلى الفايسبوك بوصفه فضاءً افتراضياً يدمج بين العلاقات الاجتماعية وبنية تكنولوجية ديناميكية، تسمح بتداول المعلومات، إنتاج المحتوى، وإعادة تشكيل أنماط التواصل التقليدية"¹.

■ يعرف "جواد علي سلماني" الفايسبوك أنه: "شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم"².

■ تعتبر "Kaplan & Haenlein" أن الفايسبوك: "نموذج لما يُعرف بـ "مواقع الشبكات الاجتماعية" التي تسمح للمستخدمين بإنشاء محتوى، يجمع بين الطابع الشخصي والطابع التشاركي، ما جعله منصة متعددة الاستعمالات في مجالات الترفيه، الاتصال، التعليم، التسويق، والسياسة"³.

■ يعرف كذلك موقع الفايسبوك أنه عبارة عن منصة للتفاعل بين الأفراد اللذين يعرفون بعضهم بعضاً أو ينتمون إلى دوائر اجتماعية قريبة.⁴

¹ Danah m. boyd & Nicole B. Ellison , **Social network sites: Definition, history, and scholarship.** Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1) , 2007, p p(210–230)

² جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 130.

³ Kaplan Andreas & Haenlein Michael, **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media**, Business Horizons, vol 53 , Issue 1, 2010 , p p (59- 68)

⁴ Godefroy dang nguyen, Virginie Lethias: **impact des réseaux sociaux sur la sociabilité- Le cas de facebook-**, Dans Réseaux, N 195, P 172.

■ يعرف "Castells" الفايبروك أنه: "جزء من البنية الاتصالية العالمية، التي أعادت

تعريف مفهوم الفضاء العام، من خلال قدرته على خلق شبكات تأثير واسعة تتجاوز

الحدود الجغرافية والثقافية"¹.

■ اجرائياً:

نقصد بموقع الفايبروك في دراستنا، ذلك الفضاء الاجتماعي الافتراضي، الذي يتيح

لمستخدميه التواصل والتعارف وكذا بناء هويات رقمية، من خلال عملية التفاعل والتعبير

عن آرائهم وأفكارهم ومشاركتها عبر هذه المنصة بحرية وسهولة ودون قيود أو مضايقات.

■ مفهوم المشاركة السياسية:

تعرف "نورمان ناي وسيقني فربا" المشاركة السياسية أنها: "جميع الأنشطة

المشروعة التي يمارسها المواطنون العاديون بهدف التأثير في عملية اختيار أشخاص الحكام

وما يتخذونه من قرارات"²، في حين يعرف "إبراهيم أبراش" المشاركة السياسية أنها:

"إتاحة الفرصة للمواطن بأن يلعب دوراً في الحياة السياسية، وذلك عن طريق إسهامات

في استصدار القرارات"³.

يرى "صامويل هنتنجتون" أن المشاركة السياسية: "عبارة عن أنشطة الأفراد الهادفة

إلى التأثير على صنع القرار الحكومي، وهي إما فردية أو جماعية، منظمة أو عفوية،

موسمية أو مستمرة، سلمية أو عنيفة، فعالة أو غير فعالة، شرعية أو غير شرعية"⁴.

¹ Castells Manuel Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age, 2nd ed, Polity Press, 2015, p 78.

² بارعة النقشبندى: المشاركة السياسية للمرأة في بعض الدول العربية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2001، ص13

³ إبراهيم أبراش: علم الاجتماع السياسي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص137.

⁴ مصعب جعفرورة: العوامل السياسية والقانونية وأثرها على المشاركة السياسية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد 05، العدد 02، جامعة .
عمار تليجي الأغواط، الجزائر، 2019، ص177

يعرف "إسماعيل علي سعد" المشاركة السياسية أنها: "انشغال المواطن بالمسائل السياسية داخل نطاق مجتمعه سواء كان عن طرق التأييد أو الرفض، أو المقاومة والتظاهر وما إلى ذلك"¹.

■ اجرائياً:

نقصد بالمشاركة السياسية في دراستنا أنها جميع أشكال تفاعل المتصفح الجزائري مع المضامين السياسية المنشورة عبر منصة التواصل الاجتماعي فايسبوك، وذلك من خلال التعبير الحر عن آرائه ومواقفه إزاء مختلف المواضيع والقضايا السياسية المطروحة.

■ مفهوم التأثير:

■ لغة: يعود أصل التأثير في اللغة العربية إلى الفعل أثر، يتأثر تأثيراً، وأثر في الشيء، أي ترك فيه علامة أو أحداث في الشيء أثراً باقياً مادياً كان أو معنوياً².

اصطلاحاً:

التأثير هو القدرة على إحداث تغيير في أفكار الأفراد أو مشاعرهم أو سلوكهم، نتيجة التعرض لرسائل أو مواقف أو مؤثرات اجتماعية أو إعلامية، سواء كان هذا التغيير مباشراً أو غير مباشر، مقصوداً أو غير مقصود³.

يعرف "محمد منير حجاب" التأثير في موسوعته الإعلامية، أنه "ذلك التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، فقد تلفت الرسالة انتباهه وإدراك، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة"⁴.

¹ - برهان غليون: المحنة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1994، ص135

² - ابن منظور: لسان العرب - مادة "أثر"، دار صادر، بيروت. د.س

³ - جميل حمداني: مصطلحات الإعلام والاتصال، دار الفكر، الطبعة الأولى، ص 112.

⁴ - محمد منير حجاب: المعجم الاعلامي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1997، ص175

يُقصد بالتأثير أنه: "مجمّل النتائج المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تطرأ على المتلقّي بفعل الرسائل الإعلامية وتكرار التعرّض لها"¹.

■ اجرائياً:

نقصد بالتأثير في دراستنا جميع التغيرات التي تحدّها المنصات الرقمية التفاعلية في سلوك المستخدمين، وذلك من خلال مختلف تفاعلاتهم مع المضامين المنشورة، عبر آليات المشاركة الرقمية كالتعليق والمشاركة والإعجاب، بما ينعكس على مواقفهم واتجاهاتهم وسلوكهم الاجتماعي أو السياسي.

سابعاً- المنهج المستخدم في الدراسة

تلعب مناهج البحث دوراً هاماً في بناء أي دراسة علمية، كونها مجموعة الخطوات التي يتبعها الباحث لدراسة الظواهر ومحاولة الكشف عنها، وذلك بغية الوصول إلى نتائج دقيقة، يمكن تعميمها على المشكلات المشابهة.

يعرف "ربحي مصطفى عليان" المنهج بأنه: "أسلوب للتفكير والعمل، يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها، وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة أو موضوع الدراسة"².

يعرف كذلك بأنه "الطريقة أو الأسلوب الذي ينتجه العالم في بحثه أو دراسة مشكلة، والوصول إلى حلول أو إلى بعض النتائج، ونظراً إلى أهمية المنهج أو الأسلوب المستخدم لدراسة أيّا كان نوعها"³.

¹- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ص 45.

²ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي أسسه مناهجه وأساليبه إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، د ط، الأردن، دس، ص 35.

³عبد الفتاح محمد العيسوي وعبد الرحمن العيسوي: مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، جاز المراتب الجامعية، د ط، الإسكندرية، 1996، ص 13.

عرفه "سعد الدين السيد صالح" بأنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، التي تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته، حتى يصل إلى نتيجة معلومة".¹

تندرج دراستنا الموسومة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المشاركة السياسية" ضمن البحوث والدراسات الوصفية، فهي تساعدنا في وصف نمط تأثير هذه المنصات الرقمية على المشاركة السياسية لدى المستخدمين الجزائريين، والتي "تستهدف بالأساس دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس، أو حتى مجموعة من الأحداث أو الأوضاع، وذلك للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، التي تمكن الباحث للدخول في أسبابها أو التحكم فيها".²

تعرف البحوث الوصفية بأنها: "أسلوب من أساليب التحليل المرتكزة على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، عبر فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية تنسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة".³ كما يعرفها "أحمد بن مرسل" بأنها: "وصف ظاهرة معينة ماثلة في الموقف الراهن، فيقوم بتحليل خصائص تلك الظاهرة والعوامل المؤثرة فيها".⁴

يعرف "عبد الرحمن بدوي" البحث الوصفي بأنه: "ذلك النوع من البحوث الذي يهتم بتحديد الوضع الراهن للظاهرة المدروسة من حيث خصائصها وأبعادها وعلاقاتها المختلفة".⁵

¹ سعد الدين السيد صالح: البحث العلمي ومناهجه النظرية، مؤسسة الأهرام للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 1993، ص10.

² مورييس أنجرس، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية "تدريبات علمية"، ط2، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2010، ص360.

³ منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص308.

⁴ أحمد بن مرسل: "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال"، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص287.

⁵ عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، القاهرة، 2007، ص45.

يعرف "بوداود عبد اليمين" البحث الوصفي بأنه: "وصفٌ منظمٌ ودقيقٌ للحقائق في ميدان من ميادين المعرفة المختلفة بطريقةٍ موضوعيةٍ وصحيحة¹"، كما يعرف كذلك بأنه: "إجراء بحثي من أجل الحصول على حقائق وبيانات، مع تفسير كيفية ارتباط هذه البيانات بمشكلة الدراسة، حيث يهدف هذا النوعي البحثي (الوصف) إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفًا دقيقًا وتحديد خصائصها تحديداً كيفياً أو كمياً²"

اعتمدنا في دراستنا على "المنهج المسحي"، الذي يعتبر أكثر المناهج استخداماً في البحوث العلمية الكمية، حيث يعرفه "محمود عبد الحميد" بأنه: "أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويُعتبر الشكل المعياري لجمع المعلومات، خاصة عندما تشتمل الدراسة المجتمع الكلي، أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب فيه على الباحث الاتصال بمفرداته³"، كما يعرف كذلك على أنه: "دراسة استطلاعية يقوم بها الباحث العلمي، بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع أو بمحاولة منظمةٍ لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة معينة، تنصب على الوقت الحاضر بشكل أساسي⁴".

يُعد منهج المسح واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، التي تعنى: "بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها وفقاً لأهداف الدراسة، وذلك بتصنيف دقيق للبيانات وتناولها بالصورة التي تجعلها تفصح عن الاتجاهات الكامنة فيها⁵". يعرف "أحمد مطر" منهج المسح بأنه: "جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للمفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة⁶".

¹ - بوداود عبد اليمين: مناهج البحث العلمي في علوم وتقنيات النشاط البدني والرياضي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2010، ص88.

² - مروان عبد المجيد إبراهيم: "أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2000، ص126.

³ - محمود عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، القاهرة، 2000، ص158.

⁴ - مروان عبد المجيد إبراهيم: مرجع سبق ذكره، ص129.

⁵ - محمد زيان عمر: البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، دار الشروق، الطبعة الرابعة، السعودية، 1983، ص119.

⁶ - أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، ط2، وكالة المطبوعات، الكويت، 1981، ص279.

يعتبر "محمد عبد الحميد" المنهج المسيحي أنه: "من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، ذلك أن هذا المنهج يهدف إلى تسجيل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها"¹.

يعود سبب اختيارنا للمنهج المسيحي في دراستنا، كونه أكثر المناهج ملائمة لمثل هذه البحوث الوصفية والأنسب لها، خاصة تلك التي تعنى بدراسة الجمهور، نظرا لما يوفره هذا الأخير (البحث الوصفي) من إمكانية الحصول على بيانات دقيقة من مجتمع بحثي كبير ومنتشر بشكل يصعب على الباحث الوصول إلى جميع مفرداته، وهو الشأن نفسه في دراستنا، حيث تمتاز بضخامة مفردات مجتمع الدراسة، حيث تجاوز أزيد من 26 مليون مستخدم ومستخدمة للمنصات الرقمية في الجزائر، هذا ما دفعنا إلى اعتماد أسلوب المسح بالعينة، وذلك لعدة أسباب واعتبارات، حيث يتيح هذا الأسلوب إمكانية الباحث للوصول إلى عدد كبير من المفردات في وقت قصير، بجهد وتكلفة منخفضة مقارنة بالمسح الشامل، الأمر الذي يُعزز فاعلية عملية جمع بيانات الباحثين، بالإضافة إلى تنوع مفردات مجتمع الدراسة (جمهور الفاييبوك) من حيث السن، الجنس والمستوى التعليمي والمنطقة الجغرافية وغيرها من الخصائص، لذا يسمح هذا الأسلوب المعتمد من الحصول على عينة متنوعة وقادرة على تمثيل شريحة واسعة من مجتمع البحث المدروس، وكذا إمكانية الوصول إلى نتائج دقيقة تحقق أهداف الموضوع محل الدراسة.

¹ - محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتاب، القاهرة، 1993، ص122.

ثامناً- أدوات جمع بيانات الدراسة

تعد أدوات جمع البيانات من أهم الخطوات المنهجية لأي بحث علمي، حيث تساعد الباحث على إثراء الدراسة سواء من الجانب النظري وكذا التطبيقي، وتحدد عملية اختيار أداة جمع البيانات وفق طبيعة الموضوع المراد دراسته، وكذا ملائمتها لمشكلته البحثية وكذا الأهداف التي يسعى لتحقيقها.

اعتمدنا في دراستنا الموسومة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المشاركة السياسية" على استمارة الاستبيان كأداة بحثية رئيسية، والتي تعد أكثر الأدوات شيوعاً في البحوث والدراسات العلمية، كونها الأنسب لموضوعنا وأكثر ملائمة له، نظراً لضخامة مجتمع البحث المدروس، وكذا لما توفره هذه الأداة البحثية من سهولة في جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالمستجوبين المتصفحين للمنصات الرقمية في الجزائر.

■ مفهوم استمارة الاستبيان:

يعرف "حسين محمد جواد الجبوري" استمارة الاستبيان بأنها "وسيلة يحاول بها الباحث الوصول إلى نتائج بحثه، وليس غاية بذاته، فكلما كان اختيار هذه الوسيلة ملائماً لطبيعة البحث ومشكلته وأهدافه، كانت نتائج البحث متسمة بالموضوعية والدقة، إذا أحسن استخدامه بشكل علمي ومنطقي".¹

يعرفه "جودت عزت عطوي" الاستبيان أنه: "أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة والجمل الخبرية، التي يتطلب من المفحوص الإجابة عنه بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث".²

¹ حسين محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي، مدخل لبناء المهارات البحثية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص147.

² جودت عزت عطوي: أساليب البحث العلمي مفاهيمه وأدواته طرقه الإحصائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص99.

يرى "إبراهيم عبد العزيز الدعليج" أن: "استمارة الاستبيان تحتوى على مجموعة من الأسئلة أو العبارات المكتوبة المزودة بإجابته أو الآراء المحتملة أو بفرغ للإجابة، ويطلب من المجيب الإجابة عليها، مثلاً الإشارة إلى ما يراه مهماً أو ينطبق عليه منها، أو يعتقد أنها الإجابة الصحيحة".¹

حاولنا قدر الإمكان أن تكون أسئلة الاستبيان واضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وأن تكون متلائمة مع محاور الاستمارة المنشورة رقمياً عبر منصة التواصل الاجتماعي "فايسبوك".

قبل الإعداد النهائي لاستمارة الاستبيان وتوزيعها على مبحوثي عينة الدراسة بشكل الكتروني، تم عرضها في البداية على الأستاذ المشرف على العمل، الذي أبدى مجموعة من الملاحظات القيمة، هذه الأخيرة أثرت ودعمت أسئلة الاستمارة وحصرتها أكثر بمحاورها، وبعد تعديها وإعادة ضبطها بشكل أدق، عرضت على مجموعة من الأساتذة الجامعيين² بغية تحكيمها، وتقديم جملة من الملاحظات والمقترحات قصد تدعيمها أكثر، لتكتسب استمارة الاستبيان نضجها النهائي قبل أن تتم عملية نشرها افتراضياً على مبحوثي الدراسة.

¹ إبراهيم عبد العزيز الدعليج: مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2014، صص(96-97).

² أ.د نصر الدين بوزيان : أستاذ بكلية الإعلام والاتصال، بجامعة قسنطينة.

أ. زويير زرزايحي: أستاذ بقسم الإعلام والاتصال، بجامعة جيجل.

أ.د فضيل دليو: أستاذ بكلية الإعلام والاتصال، بجامعة قسنطينة.

أ.د هند عزوز: أستاذ بقسم الإعلام والاتصال، بجامعة جيجل.

أ.د بودهان اليامين: أستاذ بقسم الإعلام والاتصال، بجامعة سطيف2.

أ.د يوسفى أعمار: أستاذ بكلية الإعلام والاتصال، بجامعة الجزائر3 سابقا.

أ.د بعزیز ابراهيم: أستاذ بكلية الإعلام والاتصال، بجامعة الجزائر3.

بعد إتمام التعديلات اللازمة على استمارة الاستبيان، وذلك في ضوء الملاحظات المقدمة سواء من قبل الأستاذ المشرف أو حتى من الأساتذة المحكمين، حيث تم العمل بملاحظاتهم القيمة، خاصة في إعادة صياغة بعض الأسئلة التي حملت نوعاً من الغموض، وكذا إعادة ترتيب البعض منها ورطبها أكثر بمحاورها، تم الخروج بالشكل النهائي لاستمارة الاستبيان، وبعد موافقة الأستاذ المشرف عليها، نشرت عبر المنصات التواصل الاجتماعي على عينة الدراسة.

تضمنت استمارة الاستبيان النهائية 54 سؤالاً، تم تقسيمها إلى خمسة محاور رئيسية، يضم كل محور مجموعة من الأسئلة، التي تنوعت بين المغلقة والمفتوحة.

رتبت محاور الاستبيان الخاص بالدراسة وفق المحاور التالية:

- المحور الأول: يتضمن 07 أسئلة تتعلق أساساً بالبيانات الشخصية للمبحوثين، وتمثلت في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، مكان الإقامة، الحالة العائلية، الحالة الوظيفية، المستوى الاقتصادي لمفردات الدراسة.

- المحور الثاني: جاء بعنوان: "عادات وأنماط استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي"، وتضمن هذا المحور 11 سؤالاً.

- المحور الثالث: موسوم بـ "دوافع استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، والذي جاء في حدود 10 أسئلة.

- المحور الرابع: جاء بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام"، تضمن هذا المحور 09 أسئلة متنوعة بين المفتوحة والمغلقة.

- المحور الخامس: تضمن هذا المحور الأخير للدراسة 17 سؤالاً، تعلقت بـ "تأثير المنشورات الفيسبوكية على المشاركة السياسية للمبحوثين".

تاسعاً- مجتمع وعينة الدراسة:

■ مجتمع الدراسة:

يعد تحديد مجتمع الدراسة أحد أهم الخطوات المنهجية في تصميم البحث العلمي، إذ يسعى الباحث لحصر دقيقٍ لمجتمع دراسته، بما يتلاءم مع خصائص الظاهرة المدروسة، قصد التحكم فيها، بغية الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها.

يعرف "محمد جلال الغندور" مجتمع البحث بأنه: "جميع مكونات المجتمع المزمع دراسته سواء كانوا بشراً أو كيانات مادية (مؤسسات أو مجموعات وثائق)، أو إجراءات أو خدمات وغيرها التي تكون موضوع الظاهرة المراد دراستها".¹

يعرفه "دوقان عبيدات" بأنه: "جميع الأفراد والأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث"²، في حين، يرى "عبد الكريم بوحفص" مجتمع البحث بأنه: "مجموع العناصر التي ستسحب منها عينة البحث، وينبغي على الباحث أن يحدد مجتمع البحث تحديداً دقيقاً لمعرفة الحقائق عنه".³

يشتمل مجتمع البحث في دراستنا جميع الأفراد الذين يمتلكون حسابات نشيطة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" في الجزائر، الذي يبلغ عددهم وفق آخر إحصائيات التقرير الرقمي لشهر جانفي من سنة 2025 أزيد من 26 مليون مستخدم ومستخدمة"⁴

¹ محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2015، ص 86.

² دوقان عبيدات وكمايد عبد الحق وآخرون: البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر، ط 14، عمان، 2012، ص 96.

³ عبد الكريم بوحفص: أسس ومناهج البحث في علم النفس، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، الجزائر، 2016، ص 134.

4 - Digital 2025 : Algeria, lien : <https://urlr.me/CZQtKH>, 06/06/2025, 11h30

■ عينة الدراسة:

تعد عملية ضبط العينة البحثية وتحديدتها بعناية من بين أهم الصعوبات التي يواجهها الباحث في دراسته، فكل النتائج النهائية تتوقف على تمثيلها تمثيلاً دقيقاً لمجتمع البحث من عدمه، لذا يتوجب على الباحث اختيار مدروس ومضبوط لمفردات العينة التي تكون ممثلة لمجتمع الدراسة، ما من شأنه أن يعطي نتائج مشابهة، يمكن تعميمها على كافة مفردات مجتمع الدراسة.

يعرف "عامر قنديلجي" و"إيمان السمارائي" العينة بأنها: "نموذجاً يشمل جانباً أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات".¹

يعرف "محمد عبد العال النعيمي وآخرون" العينة بأنها: "جزء من المجتمع، يتم اختيارها وفق قواعد خاصة، بحيث تكون العينة الممثلة قدر الإمكان لمجتمع الدراسة".²

نظراً لضخامة أفراد مجتمع البحث في دراستنا (أزيد من 26 مليون مستخدم ومستخدمة لمنصة الفايسبوك)، وتباينهم من حيث الخصائص كجنس والسن، المستوى التعليمي وغيرها، اتجهنا إلى أسلوب المعاينة، وقمنا باختيار نوع من العينة، تكون ممثلة لمفردات مجتمع البحث المدروسة، وتمثل هذا النوع في العينة القصدية، التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث، نظراً لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم.

¹ عامر قنديلجي وإيمان السمارائي: البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009، ص255.

² محمد عبد العال النعيمي وعبد الجبار توفيق البياتي وآخرون: طرق ومناهج البحث، مؤسسة البراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009، ص80.

⁴ أحمد عارف العساف ومحمود الوادي: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية الإدارية (المفاهيم والأدوات)، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، ص241.

يعرف " أحمد عارف العساف " ومحمود الوادي " العينة القصدية أنها: العينة التي يذهب إليها الباحث ويقصدها مباشرة، أي يقصد أشخاصاً بعينهم دون غيرهم، فينتقي الباحث الأفراد الذين سيكونون هم أفراد العينة الخاصة بدراسته، ويبني حكمه على مدى مطابقة هؤلاء الأفراد للأغراض بحثه المحددة¹.

يعود سبب اختيارنا للعينة القصدية في هذه الدراسة إلى عدة اعتبارات ومبررات منهجية، يمكن تحديد أهمها فيما يلي: تناسبها مع طبيعة الموضوع قيد البحث، والمتمثل في المفردات المتصفححة لمنصة الفاييسبوك بالجزائر دون غيرها، خاصة لما نتعامل مع مجتمع بحث يتسم بالضخامة وتباين مفرداته من حيث خصائصهم، وعدم قدرتنا (الباحث) على إجراء مسح شامل لجميع مفرداته، هذا ما دفعنا للاعتماد على الأسلوب القصدي، أي الاكتفاء فقط باختيار المفردات المستخدمة لموقع "فايبسوك" دون غيرها انتقاءً قصدياً، بينما، يرجع سبب اعتمادنا على الأسلوب الصدفي (العرضي) في اختيار مفردات الدراسة، والذي يعتبر نوعاً من أنواع العينات غير احتمالية، كونه أكثر استخداماً في الاستبيانات الالكترونية، حيث يتم التوجه إلى هذا الأسلوب في جمع بيانات الدراسة، عبر نشر الاستمارة في مجموعات وصفحات الكترونية، ما يضمن سهولة الوصول إلى عددٍ كافٍ من المبحوثين المتاحين في وقتٍ قصيرٍ وبتكلفةٍ منخفضةٍ، خاصة أن مجتمع مستخدمي منصة الفاييسبوك في الجزائر مجتمع واسع، ويصعب حصره بدقة، في ظل انعدام وجود قوائم اسمية أو قاعدة بيانات رسمية، تحدد جميع مستخدمي هذه المنصة الافتراضية، هذا ما يجعل من اعتماد الأسلوب الصدفي في انتقاء مفردات الدراسة الأنسب في البيئة الرقمية، وهو ما ينطبق تماماً على موضوعنا المتمثل في مستخدمي منصة الفاييسبوك دون غيرهم.

¹ - أحمد عارف العساف ومحمود الوادي: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارية- (المفاهيم والأدوات)، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011

يبقى تحديد حجم العينة محل الدراسة بدقة إشكالاً مطروحاً بقوة لدى الباحثين والدارسين في البحوث العلمية، خاصة لما ينعدم وجود قاعدة بيانات موثقة، تضم كافة أفراد مجتمع البحث، هذا ما يدفع بالباحث للاستناد الى اشكاليته والهدف المراد الوصول اليه، وعليه، بلغ حجم عينة دراستنا 444 مفردة مستخدمة لمنصة الفايسبوك في الجزائر، وتم توزيع الاستمارة الكترونياً عبر العديد من الصفحات الفايسيوكية النشيطة في الجزائر، وذلك في الفترة الممتدة من 01 مارس 2019 إلى غاية جوان 2022، بالرغم من طول المدة الزمنية، الا أن عدد المفردات التي أجابت على الاستمارة الالكترونية لم تتجاوز 444 مفردة فقط.

عاشرا- مجالات الدراسة وحدودها:

تعتبر مجالات الدراسة خطوة مهمة وأساسية في البناء المنهجي لأي دراسة علمية، ويجب على الباحث توضيح حدود بحثه لكي يسهل عليه حصر في حدود معينة، وعليه، تتمثل مجالات دراستنا فيما يلي:

■ المجال البشري:

يتمثل المجال البشري لدراستنا في متصفح منصة "فايسبوك" بالجزائر، وقدر عددهم وفق آخر إحصاء رقمي لسنة 2025 أزيد من 26 مليون مستخدم ومستخدم، وهو العدد الإجمالي للمجتمع الأصلي للدراسة، في حين تم اختيار عينة بحثية قدرت بـ 444 مفردة.

■ المجال الزمني:

يقصد به الفترة الزمنية المستغرقة للإنجاز هذه الدراسة الموسومة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المشاركة السياسية" - دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفايسبوك بالجزائر.

امتدت هذه الدراسة من شهر أكتوبر 2017 إلى نهاية شهر ديسمبر 2025، تخللها

عديد المراحل التي نستعرضها وفقا للتسلسل الزمني التالي:

■ المرحلة الأولى: تمثلت في الفترة الممتدة من شهر أكتوبر 2017 إلى غاية سنة 2019، حيث خصصت لإجراء قراءات معمقة في الموضوع ومحاولة حصر الإشكالية البحثية، وجمع المادة العلمية الخاصة بالدراسة.

■ المرحلة الثانية: امتدت من 2019 إلى غاية 2022، تم خلالها انجاز الإجراءات المنهجية للدراسة وضبطها، وتصميم استمارة الاستبيان وتحكيمها من قبل الأساتذة، ونشرها عبر الصفحات الفيسبوكية، طالت هذه المرحلة لأزيد 03 سنوات أين وجدنا صعوبة في استرجاع الاستثمارات الالكترونية، حيث لم تتجاوز 444 مفردة مسترجعة.

■ المرحلة الثالثة: من سنة 2022 إلى سنة 2025، خصصت هذه الفترة في تفريغ البيانات التكرارية، وتحليلها وتفسيرها، إلى غاية الوصول إلى صياغة نتائج الدراسة، واستكمال التحرير النهائي للبحث.

■ المجال المكاني-الجغرافي:

يقصد به النطاق الجغرافي الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية، حيث تم إجراء هذه

الدراسة على عينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي بالجزائر.

أحد عشر- الدراسات السابقة والمشابهاة:

تلعب الدراسات السابقة دوراً مهماً في إعداد البحوث العلمية، إذ تعتبر أرضية

تأسيس، وقاعدة معرفية ومنهجية لا غنى عنها، ينطلق منها الباحث في بناء تصورات وحصص

مشكلته البحثية، حيث تكشف له جوانب عديدة، تساعد في إثراء موضوعه محل الدراسة.

انطلاقاً من هذه الأهمية، ارتأينا الاستفادة من هذه الخطوة العلمية، من خلال عرض مجموعة من الدراسات السابقة والمشابهة، التي تتقاطع مع موضوعنا في أحد متغيراته، وتحديد كيفية استغلالها واستثمارها في بحثنا.

اعتمدنا في هذا الموضوع على جملة من الدراسات الجزائرية والأجنبية الموضحة كالتالي:

■ **الدراسة الأولى:** قدمها الباحث "مصطفى سعو"، والتي جاءت موسومة بـ: "المشاركة السياسية للشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي-دراسة ميدانية لمستخدمي الفايسبوك بمدينة أم البواقي"¹.

سعى الباحث في هذه الدراسة لمعرفة مدى استخدام الشاب الجزائري بمدينة أم البواقي لشبكة التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وعلاقتها بتحقيق الممارسة السياسية لديه.

استخدم الباحث في دراسته المنهج المسحي، كما اعتمد على أداتي الملاحظة والاستبيان لجمع بيانات دراسته، عبر عينة حصصية قدرها 400 مفردة موزعة بالتساوي بين جنسي الذكور والإناث.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

✚ يحقق استخدام منصة الفايسبوك وعياً سياسياً لدى الشباب الجزائريين المستجوبين بمدينة أم البواقي.

✚ تعد منصة الفايسبوك أداة فعالة لايصال صوت الشباب المستجوب الى الجهات السياسية، وهو أهم دافع وراء استخدامه لهذه المنصة الرقمية.

✚ مساهمة موقع الفايسبوك في إثارة النقاش السياسي وسط فئة الشباب المستجوب بمدينة أم البواقي.

¹ - مصطفى سعو: المشاركة السياسية للشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي-دراسة ميدانية لمستخدمي الفايسبوك بمدينة أم البواقي، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2022/2023

■ الدراسة الثانية: قدمتها الباحثة "فتيحة ريم قدوري"، والتي جاءت موسومة ب:

"دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري-دراسة وصفية تحليلية

لموقع "الجزيرة نت" نموذجاً"¹.

سعت الباحثة في هذه الدراسة لإبراز الدور الذي تمارسه الشبكات الرقمية في بلورة الوعي السياسي لدى الأفراد بشكل عام، وبشكل خاص معرفة درجة اعتماد الجمهور الجزائري على هذه المنصات الرقمية كمصدر أساسي للمعلومة السياسية لديهم، ونمط تفاعله مع المضامين السياسية المنشورة عبرها.

اعتمدت الباحثة في دراستها على أسلوب تحليل المضمون كأداة لوصف وتحليل البيانات بشكل موضوعي وكمي.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

■ مساهمة المواقع الرقمية في تشكيل الوعي السياسي، واعتبار موقع "الجزيرة نت" مجالاً عاماً لمناقشة القضايا السياسية.

■ تزايد اهتمام الجمهور بالمنشورات السياسية عبر الشبكات الاجتماعية.

■ مساهمة المضامين السياسية الجزائرية عبر موقع "الجزيرة نت" في تشكيل وعي سياسي لدى الجمهور.

¹- فتيحة ريم قدوري: دور الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري-دراسة وصفية تحليلية لموقع الجزيرة نت نموذجاً، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2017/2018

■ الدراسة الثالثة: قدمها الباحث محمد بوخبزة، والتي جاءت موسومة بعنوان:

“مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية- دراسة ميدانية لمستخدميها بمدينة مستغانم”¹

سعى الباحث في هذه الدراسة لكشف ورصد العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية لدى المواطن الجزائري المقيم بمدينة مستغانم، وأبرز درجة اهتمامه بالموضوعات ذات الشأن السياسي، وكذا دوافع الرئيسية لاهتمامه بهذا النوع من المضامين.

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، باعتباره المنهج الملائم لدراسات الجمهور، مستخدماً المقابلة كأداة رئيسة لجمع بيانات المبحوثين عبر تحديد مجموعات بؤرية، معتمداً في ذلك على عينة قصدية، تمثلت في مستخدمي منصة الفيسبوك بمدينة مستغانم، قدرت العينة بـ20 مفردة.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✚ مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين معرفة سياسية لدى المستجوبين
- ✚ لعبت مواقع التواصل دوراً في تكوين وتنمية شعور الانضمام إلى المجتمع المدني
- ✚ دفعت مواقع التواصل الاجتماعي الأفراد إلى التغيير والمشاركة في اتخاذ القرارات.

¹ - محمد بوخبزة: مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية- دراسة ميدانية لمستخدميها بمدينة مستغانم، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015-2016

- الدراسة الرابعة: قدمتها الباحثة "نعيمية بوزبنة" التي جاءت موسومة ب: "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري- دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي - جامعة الجلفة نموذجاً"¹
سعت الباحثة في هذه الدراسة لإبراز استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري بجامعة الجلفة.
تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي الوصفي، اختارت أداتي الملاحظة وكذا الاستبيان لجمع بيانات المبحوثين.
توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

اعتماد الطلبة الجامعيين علة شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات لديهم.

تعويض شبكات التواصل الاجتماعي وسائل الإعلام التقليدية لدى المبحوثين.

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورا هاما في تشكيل رأي عام لدى الطلبة.

- الدراسة الخامسة: قدمتها الباحثة "وردة بن عمر" التي جاءت بعنوان : "تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك في الدول العربية-مصر نموذجا"².
سعت الباحثة في هذه الدراسة لإبراز الدور السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، من خلال معرفة أسباب التحول السياسي في الدول العربية، وبالتحديد في جمهورية مصر العربية.

اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج دراسة الحالة، واختارت الحالة المصرية، بغية الوصول الى نتائج دقيقة، يمكن تعميمها على باقي الدول العربية الأخرى.

¹- نعيمية بوزبنة: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري- دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي- جامعة الجلفة نموذجاً، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2017/2018

²- وردة بن عمر: تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية-مصر نموذجا، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2013/2014

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✚ لعبت الشبكات الاجتماعية دوراً هاماً في تعبئة الأفراد وتنظيم الحشود.
- ✚ خلقت الشبكات الاجتماعية مجالاً عاماً افتراضياً أكثر تشاركية وحرية من المجال العام في الحياة الواقعية.
- ✚ تجاوز الأفراد حاجز الخوف الذي زرعه فيه النظام وتحكم في وسائل الإعلام.
- الدراسة السادسة: قدمها الباحث "طاهر حسن أبو زيد" التي جاءت موسومة بـ: "دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثره على المشاركة السياسية"¹. سعى الباحث في هذه الدراسة لمعرفة مدى مساهمة الواقع الاجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني نحو المشاركة السياسية، وذلك من خلال وجهة نظر الطلبة المبحوثين. اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما اختار أدوات استمارة الاستبيان والمقابلة لجمع المعلومات والبيانات من الطلبة المبحوثين. تمثل مجتمع البحث هذه الدراسة في طلبة جامعات قطاع غزة- فلسطين، واختار الباحث عينة عشوائية طبقية بلغت 381 مفردة. توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- ✚ انعكاس ايجابي للتواصل الاجتماعي والسياسي الرقمي على مستوى المشاركة السياسية لدى طلبة قطاع غزة.
- ✚ يعزز الحراك الاجتماعي والسياسي الرقمي في توجيه الرأي العام الفلسطيني نحو المشاركة السياسية لدى طلبة قطاع غزة.

¹ - طاهر حسن أبو زيد: دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثره على المشاركة السياسية- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، العلوم السياسية، جامعة الأزهر، غزة، 2011/2012.

■ الدراسة السابعة: قدمها الباحث "مبارك زودة"، وجاءت بعنوان : "دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام- الثورة التونسية أنموذجاً"¹.

سعت هذه الدراسة لمعرفة الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي، حيث اعتمد الباحث على المنهجي المسحي في هذه الدراسة، بالاستعانة باستمارة استبيان والملاحظة كأداتين من أدوات جمع المعلومات والبيانات، تمثل مجتمع البحث في قاطنة تونس العاصمة، تم اختيار العينة العنقودية في هذه الدراسة، في حين، قدرت العينة بـ 320 مبحوث.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

■ اعتبار موقع الفيسبوك أكثر منصة مستخدمة لدى المفردات المستجوبة

■ مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي

■ مواقع التواصل الاجتماعي لم تصنع الثورة في تونس بل كانت مجرد أداة نجاحها.

■ الدراسة الثامنة: قدمها الباحث "علا العقاد"، والتي جاءت موسومة بـ: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني-دراسة ميدانية"²

سعى الباحث من خلال دراسته للتعرف على دور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم المشاركة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، في محاولة منه لإبراز العلاقة بين الأدوات الرقمية والمشاركة السياسية لدى الشاب الفلسطيني محل الدراسة.

استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي، معتمداً على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة بحث عشوائية منتظمة تمثلت في طلبة جامعات.

¹ - مبارك زودة: دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام- الثورة التونسية أنموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011

² - علا العقاد: دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني-دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، مصر، 2014/2013

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

تعدد أشكال المشاركة السياسية المعبر عنها من قبل المستجوبين، وتمثلت أهمها في الاحتجاجات.

تعتبر الظروف الأمنية هي أهم المعوقات التي تحدّ من المشاركة السياسية لدى الأفراد المستجوبين.

▪ الدراسة التاسعة: قدمها الباحث "أحمد القضيبي"¹، جاءت بعنوان: الاتصال السياسي في عصر الشبكات السوسيو-رقمية: الأحزاب السياسية المغربية خلال الانتخابات التشريعية 2016-2021

سعت هذه الدراسة للبحث في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية لدى المغاربة، وذلك عبر تحليل المنشورات السياسية المتعلقة بالأحزاب المغربية خلال الحملة الانتخابية لتشريعات سنتي 2016-2021.

ركز الباحث في دراسته على المنصات الرقمية، وبالتحديد موقع الفيسبوك، وذلك من خلال تحليل المضامين السياسية المنشورة عبر الصفحات الالكترونية للأحزاب المغربية، ورصد مختلف التفاعلات بين هذه الأحزاب والجمهور المتصفح لها، ولذلك خلال الحملة الانتخابية لسنتي 2016 وكذا 2021، في محاولة لفهم تطور استراتيجيات الاتصال السياسي عبر هذه الشبكات الرقمية، وتوضيح مدى تأثير موقع الفيسبوك على المتصفحين المغاربة خلال الاستحقاقات السياسية.

¹ - Ahmed el-kadib : La communication politique à l'ère des réseaux socio-numériques : Le cas des partis politiques marocains pendant les législatives de 2016 et 2021, thèse de doctorat, science de l'information et de la communication et de la documentation, université Montpellier, 2022-2023

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- التحول في منظومة الاتصال السياسي خلال الحملات الانتخابية في المغرب.
- تغيير الأحزاب السياسية المغربية من استراتيجياتها الاتصالية، والتوجه نحو الاعتماد على الوسائط الرقمية، وبالأخص منصة الفايستوك.
- تأثير الشبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية لدى المغاربة، وتفاعلهم مع الشأن السياسي.

■ الدراسة العاشرة: قدمها كل من الباحثين "Achitou & Chavalarias"¹، والتي جاءت موسومة بـ: كشف التأثير السياسي عبر وسائط التواصل الاجتماعي: تحليل الشبكات والديناميات السببية خلال الرئاسات الفرنسية بسنة 2022.

سعت هذه الدراسة لفهم التأثير السياسي عبر وسائط التواصل الاجتماعي الحديثة، حيث لا تعدو هذه الأخيرة، إلا أن تكون مجرد وسائط رقمية، ناقلة للخطاب السياسي فحسب، وتتعامل معها بوصفها، مجموع أنظمة تأثير معقدة، حيث يتفاعل فيها مختلف الفاعلون السياسيون، الجمهور وكذا الخوارزميات في ديناميكية سببية متبادلة بينهم.

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على تحليل بيانات منصة التواصل الاجتماعي "Twitter" خلال الانتخابات الرئاسية الفرنسية المنظمة خلال سنة 2022، واستخدما أسلوب تحليل الشبكات والاستدلال السببي، وذلك من خلال تحليل 11 موضوعاً سياسياً رئيساً مقتبساً من الحسابات الإلكترونية للأحزاب السياسية أو الفواعل الرقمية.

¹ - Achitou, Ixandra and David Chavalarias.: "Unveiling Political Influence Through Social Media: Network and Causal Dynamics in the 2022 French Presidential Election." Frontiers in Political Science 7: 1653101. doi:10.3389/fpos.2025.1653101. 2025.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي سياسياً على المتصفحين داخل الفضاء الرقمي.
- النشاط السياسي عبر "تويتر" ليس عشوائياً، بل هو مركز على حدث سياسي بارز.
- بروز فواعل رقمية تثير النقاش السياسي، إلا أن تأثيرهم يختلف من فرد لآخر.
- القضايا الاجتماعية عبر منصة "تويتر" أكثر تحفيزاً للمشاركة الرقمية من نظيرتها الخطابية الأيديولوجية.

▪ الدراسة الحادي عشر: قدمها الباحث "¹Meshcheryakov Nicholas"، والتي جاءت بعنوان: "تأثير استخدام وسائط التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية".

سعى الباحث في هذه الدراسة لتوضيح العلاقة الرابطة بين وسائط التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية لدى الشباب، خاصة في ظل تنامي الشبكات الرقمية وتزايد استخدامها خلال العقدين الأخيرين من الزمن.

انطلق الباحث من فرضية مفادها: "كلما زاد استخدام الأفراد للمنصات الرقمية، زاد احتمال مشاركتهم في النشاطات السياسية"، أي البحث في موضوع تأثير هذا الاستخدام على مستويات المشاركة السياسية للشباب عبر منصات الفضاء الرقمي.

تمثل مجتمع بحث الدراسة في فئة الشباب (18-35 سنة)، واختار الباحث العينة المتاحة، والتي قدرت بـ 74 مستجوباً، معتمداً على الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع بيانات الدراسة.

¹ - Meshcheryakov, Nicholas: The Impact of Social Media Usage on Political Participation. Master's thesis, Department of Political Science, University of California, Irvine. 2025.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

✚ عدم وجود ارتباط قوي بين بكثافة استخدام الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية.

✚ لا تحفز الشبكات الاجتماعية الفعل السياسي لدى الأفراد.

✚ تفضيل الشباب منصة انستغرام للحصول على المعلومة السياسية أكثر من منصتي

"الفيسبوك وتويتر".

■ الدراسة الثاني عشر: قدمها الباحث "طاهر أوشيحة"¹، والتي جاءت بعنوان:

"مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية في الجزائر": تحليل حملة مقاطعة

الانتخابات التشريعية لشهر ماي 2017 عبر منصة الفيسبوك.

سعى الباحث في هذه الدراسة لإبراز دور شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام،

وبشكل أخص منصة الفيسبوك في التأثير على السلوك السياسي للجزائريين خلال الانتخابات

التشريعية التي نظمت في شهر ماي 2017، وذلك من خلال تحليل حملة مقاطعة الالكترونية

لهذا الاستحقاق، تحت شعار "منصوتش".

اعتمد الباحث في دراسته على تحليل الخطاب الرقمي، وذلك بالاعتماد على محتوى

الفيديو، الذي نشره المؤثر الجزائري "DZjoker"، حيث ركز الباحث على دراسة تفاعل

وردود المستخدمين مع محتوى هذا الفيديو عبر منصة الفيسبوك.

¹ - Ouchiha, Tahar: Les réseaux sociaux et la participation politique en Algérie : Analyse de la campagne de boycottage des législatives de mai 2017 à travers Facebook. *Communication* 35, no. 2. 2018.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

➤ مساهمة حملة المقاطعة الفايسبوكية في تشكيل الوعي السياسي لدى المتصفحين الجزائريين

➤ تأثير حملة المقاطعة عبر الفايسبوك على السلوك الانتخابي للمتصفحين الجزائريين

➤ تحول الشبكات الرقمية إلى منصات للنشاط السياسي البديل في الجزائر

➤ الشبكات الاجتماعية فضاء للتعبير السياسي الحر وسيلة للضغط الاجتماعي على صناع

القرار السياسي.

أوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

تلتقي الدراسة الحالية الموسومة بـ «مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المشاركة السياسية- دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفايسبوك بالجزائر» مع عدد من الدراسات السابقة، الجزائرية والعربية والأجنبية، في مجموعة من المرتكزات العلمية والمنهجية، بما يعكس انتماءها إلى نفس الحقل المعرفي لبحوث الاتصال السياسي الرقمي، ويمكن إبراز أوجه هذا التشابه على النحو الآتي:

1. وحدة الإشكالية المرتبطة بالعلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية:

تلتقي الدراسة الحالية مع دراسة مصطفى سعو، ودراسة محمد بوخيزة، ودراسة طاهر حسن أبو زيد، في الانطلاق من إشكالية مركزية تتمحور حول تحليل العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المشاركة السياسية لدى الأفراد، حيث سعت هذه الدراسات، على اختلاف سياقاتها، إلى تقويم مدى إسهام المنصات الرقمية في تحفيز الانخراط السياسي، سواء على مستوى الوعي أو التعبير، أو حتى من حيث الممارسة.

2. التركيز على المستخدم أو المتصفح - وبخاصة الشباب - كفاعل سياسي رقمي:

تتوافق الدراسة الحالية مع دراسة مصطفى سعو، ودراسة علا العقاد، ودراسة Meshcheryakov Nicholas، في اعتبار فئة الشباب والمستخدمين النشطين الفاعل المركزي في ديناميات التفاعل السياسي الرقمي، حيث تم التركيز على سلوكيات الاستخدام، ودوافع التفاعل، وأشكال التعبير السياسي داخل الفضاء الرقمي، وهو ما يشكل نقطة التقاء واضحة مع مقارنة الدراسة الحالية.

3. اعتماد منصة فيسبوك كفضاء أساسي للممارسة السياسية الرقمية:

تتقاطع الدراسة الحالية مع دراسة مصطفى سعو، ودراسة محمد بوخيزة، ودراسة مبارك زودة، ودراسة طاهر أوشيحة، في التركيز على منصة فيسبوك باعتبارها المنصة الأكثر حضوراً في الممارسة السياسية الرقمية في السياق المغربي، سواء من حيث الاستخدام الكثيف، أو التأثير في تشكيل الرأي العام، أو تحفيز النقاش السياسي، وهو ما يضيف على نتائج هذه الدراسات قابلية للمقارنة مع نتائج الدراسة الحالية.

4. النظر إلى مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي رقمي بديل:

تلتقي الدراسة الحالية مع دراسة وردة بن عمر، ودراسة مبارك زودة، ودراسة طاهر أوشيحة، في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها فضاءً عمومياً رقمياً يسمح بمناقشة القضايا السياسية، وكسر بعض القيود المفروضة على المجال العام التقليدي، وإتاحة فرص أوسع للتعبير والمشاركة السياسي.

5. تبني المنهج الوصفي-المسحي في دراسة الجمهور:

تتشابه الدراسة الحالية منهجياً مع دراسة "مصطفى سعو"، ودراسة "نعيمة بوزبنة"، ودراسة "علا العقاد"، في اعتماد المنهج الوصفي، وبالأخص المنهج المسحي، بوصفه الإطار الأنسب لرصد اتجاهات الجمهور وأنماط استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي، مع توظيف الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات الميدانية، رغم اختلاف حجم العينات وتقنيات اختيارها.

6. إبراز الدور المعرفي والتفاعلي لمواقع التواصل الاجتماعي:

تتلاقى الدراسة الحالية مع دراسة فتيحة ريم قدوري، دراسة محمد بوخبزة، ودراسة طاهر حسن أبو زيد، في التأكيد مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، وتنشيط النقاش العمومي، وتوسيع دائرة الاهتمام بالقضايا ذات البعد السياسي، حتى وإن اختلفت هذه الدراسات في تقدير مدى انتقال هذا الوعي إلى مشاركة سياسية فعلية.

أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

على الرغم من تقاطع الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في عدد من المرتكزات العامة، إلا أنها تنفرد بجملة من الخصائص العلمية والمنهجية التي تميّزها عنها، وتمنحها قيمة مضافة داخل حقل بحوث الاتصال السياسي الرقمي، ويمكن إبراز أوجه هذا الاختلاف على النحو الآتي:

1. الاختلاف على مستوى الإطار الزمني والسياق السياسي:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، لاسيما الدراسات التي أنجزت خلال فترات التحول السياسي الحاد، من حيث راهنية الإطار الزمني. فبينما تناولت دراسات مثل وردة بن عمر ومبارك زودة سياقات اتسمت بالزخم الثوري والتعبئة السياسية المباشرة،

تنطلق الدراسة الحالية من سياق جزائري راهن، يتسم بإعادة تشكّل أنماط المشاركة السياسية، وانتقالها من الفعل الاحتجاجي المكثف إلى التعبير المباشر داخل الفضاء الرقمي، وهو ما يسمح بقراءة مختلفة لطبيعة التأثير السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي.

2. الاختلاف في نطاق التغطية الجغرافية:

تتجاوز الدراسة الحالية الطابع المحلي الضيق، الذي ميّز بعض الدراسات السابقة، مثل دراسة مصطفى سعو (مدينة أم البواقي) ودراسة محمد بوخبزة (مدينة مستغانم)، لتسعى إلى تقديم مقارنة أكثر شمولية لمستخدمي منصة فيسبوك في الجزائر، بما يعزز إمكانية تعميم النتائج، ويمنحها بعداً وطنياً أوسع.

3. الاختلاف في تصور مفهوم المشاركة السياسية:

ركزت بعض الدراسات السابقة على بعد واحد من أبعاد المشاركة السياسية، كما هو الحال في دراسة "فتيحة ريم قدوري" التي انصبّت على الوعي السياسي، أو دراسة "طاهر أوشيحة" التي ركزت على سلوك المقاطعة الانتخابية، تعتمد الدراسة الحالية مقارنة متعددة الأبعاد للمشاركة السياسية، تجمع بين المشاركة المعرفية، والتفاعلية، والسلوكية، مما يسمح بفهم أكثر تركيباً وشمولاً للانخراط السياسي عبر الفضاء الرقمي.

4. الانتقال من الرصد الوصفي إلى التفسير التحليلي:

تختلف الدراسة الحالية عن عدد من الدراسات التي اكتفت برصد أنماط الاستخدام ومستويات التفاعل، إذ تسعى إلى تفسير دوافع المشاركة والعزوف السياسي، وكذا العوامل الاجتماعية والسياسية التي تؤطر السلوك السياسي الرقمي، مستفيدةً في ذلك من ملاحظات دراسات مثل علا العقاد حول العوائق الأمنية، ولكن مع إعادة إسقاطها وتحليلها في السياق الجزائري الراهن.

5. الاختلاف في زاوية مقارنة المنصة الرقمية:

تعاملت عدة دراسات سابقة مع مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها وسائط تقنية ناقلة للخطاب السياسي، تتعامل الدراسة الحالية مع منصة فايسبوك باعتبارها بنية سوسيو-تقنية معقدة، تتداخل فيها خصوصيات المنصة، وهو ما يقترب من المقاربات المتقدمة التي تبنتها دراسة Achitouv & Chavalarias، مع الإشارة إلى اختلاف السياق والأداة.

6. الاختلاف المنهجي في معالجة البيانات:

على الرغم من اعتماد الدراسة الحالية المنهج المسحي، إلا أنها تختلف عن بعض الدراسات التي اعتمدت عينات صغيرة أو نوعية، مثل دراسة "محمد بوخبزة" التي استندت إلى مجموعات بؤرية محدودة، أو دراسة "طاهر أوشيحة" التي اعتمدت تحليل خطاب محتوى واحد، إذ تسعى الدراسة الحالية إلى تعزيز البعد الكمي التحليلي، بما يسمح باستخلاص مؤشرات أكثر تمثيلاً لسلوك مستخدمي فايسبوك في الجزائر.

7. الاختلاف في نتائج التأثير السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي:

تتمايز الدراسة الحالية عن دراسة "Meshcheryakov Nicholas"، التي خلصت إلى ضعف الارتباط بين كثافة الاستخدام والمشاركة السياسية، حيث لا تنطلق الدراسة الحالية من فرضية حتمية التأثير أو نفيه المطلق، بل تسعى إلى تفكيك شروط التأثير، وربطه بسياقات الاستخدام، ونوعية التفاعل، وطبيعة القضايا المتداولة، وهو ما يمنح نتائجها طابعاً تفسيرياً أكثر توازناً.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أتاحت الدراسات السابقة، المحلية والعربية والأجنبية، التي تناولت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي، للدراسة الحالية الاستفادة منها على عدة مستويات معرفية ومنهجية وتطبيقية، ويمكن توضيح ذلك على النحو الآتي:

1. الاستفادة في ضبط الإشكالية وتوجيه المسار البحثي:

أسهمت دراسات مثل دراسة "وردة بن عمر" ودراسة "مبارك زودة" في إبراز التحول الذي أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي في أنماط التعبير والمشاركة السياسية، خاصة خلال فترات التحولات السياسية، وهو ما مكّن الدراسة الحالية من بلورة إشكالية دقيقة لا تكتفي بالسؤال عن وجود التأثير، بل تسعى إلى تحليل طبيعة هذا التأثير وحدوده في السياق الجزائري الراهن. كما استفادت من الطرح الإشكالي الذي قدمته دراسة طاهر حسن حول العلاقة بين الاستخدام السياسي والمشاركة الفعلية، مع إعادة صياغته بما يتلاءم مع خصوصية عينة البحث.

2. الاستفادة في بناء الإطار المفاهيمي وضبط المفاهيم الإجرائية:

ساعدت الدراسات السابقة، لاسيما دراسة "فتيحة ريم قدوري" التي ركزت على الوعي السياسي، ودراسة "طاهر أوشiche" التي تناولت المقاطعة السياسية، في الكشف عن التعدد الدلالي لمفهوم المشاركة السياسية. وقد مكّن هذا التراكم الدراسة الحالية من تجاوز التعريفات الضيقة، واعتماد تصور إجرائي موسّع للمشاركة السياسية، يجمع بين البعد المعرفي والتفاعلي والسلوكي، مستفيدةً كذلك من المقاربات الأجنبية التي قدّمت نماذج تحليلية أكثر شمولاً.

3. الاستفادة المنهجية في اختيار المنهج وأداة البحث:

أكدت دراسات مثل "سعو، بوخيزة، وبوذبنة" نجاعة المنهج المسحي في دراسة سلوك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم السياسية، وهو ما عزز اختيار الدراسة الحالية لهذا المنهج. استفادت من هذه الدراسات في بناء الاستبيان، سواء من حيث صياغة الأسئلة أو تحديد المحاور الأساسية، مع تكييفها بما يتلاءم مع الواقع الاجتماعي والسياسي الجزائري.

4. الاستفادة في تحديد المتغيرات:

كشفت دراسات مثل دراسة "علا العقاد" عن وجود متغيرات وسيطة تؤثر في المشاركة السياسية الرقمية، كالعوائق الأمنية ومستوى الثقة في البيئة السياسية. وقد مكن هذا الطرح الدراسة من تجنب التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها متغيراً مستقلاً ذا تأثير حتمي، بل ضمن شبكة من العوامل الاجتماعية والسياسية والثقافية المتغيرة.

6. الاستفادة في تفسير النتائج ومقارنتها:

وُفّرت نتائج الدراسات السابقة إطاراً مرجعياً مهماً لمناقشة نتائج الدراسة الحالية، حيث أتاح الرجوع إلى دراسات مثل "طاهر حسن ونيكولاس" إمكانية تفسير أوجه التقارب والاختلاف في النتائج، خاصة في ما يتعلق بدرجة انعكاس الاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية الفعلية، وربط ذلك باختلاف السياقات الوطنية.

7. الاستفادة في تحديد موقع الدراسة وإبراز إضافتها العلمية:

أسهمت الدراسات السابقة في إبراز الفراغ البحثي المتعلق بقلة الدراسات المسحية الشاملة حول مستخدمي فيسبوك في الجزائر في الفترة الراهنة، وهو ما مكن الدراسة الحالية من تحديد موقعها ضمن التراكم العلمي، وتأكيد كونها امتداداً وتحسيناً معرفياً للدراسات السابقة، لا مجرد تكرار لها.

التعقيب المنهجي والموضوعي على إعداد الدراسات السابقة ونتائجها:

انطلاقاً من القراءة التحليلية المقارنة للدراسات السابقة التي تناولت موضوع مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المشاركة السياسية، يمكن تقديم تعقيب منهجي وموضوعي يروم تقييم هذه الدراسات من حيث منهجية الإعداد، أدوات البحث، طبيعة العينات، وحدود النتائج المتوصل إليها، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: التعقيب المنهجي على مناهج البحث وأدواته

1. هيمنة المنهج المسحي وتداعياتها المنهجية:

يُلاحظ أن أغلب الدراسات العربية والمحلية، مثل دراسات سعو، بوخيزة، بوزبنة، وفتيحة ريم قدوري، اعتمدت المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان، وهو اختيار مبرر بالنظر إلى طبيعة الإشكاليات المدروسة، غير أن هيمنة هذا المنهج، أدت في بعض الحالات إلى اختزال الظاهرة المدروسة في بعدها الوصفي، دون التعمق في تفسير آليات التأثير أو فهم الديناميات الاتصالية الكامنة خلف السلوك السياسي الرقمي.

2. محدودية التكامل المنهجي:

تُظهر القراءة النقدية غياباً شبه تام للتكامل بين المناهج الكمية والكيفية، حيث نادراً ما تم الجمع بين الاستبيان وأدوات أخرى كالمقابلة أو تحليل المحتوى. ينعكس هذا على قدرة بعض الدراسات على تفسير النتائج المتوصل إليها تفسيراً معمقاً، خاصة في ما يتعلق بالدوافع الذاتية للمشاركة السياسية أو العوامل السياقية المؤثرة فيها.

3. تباين حجم العينات وتمثيليتها:

تفاوتت الدراسات السابقة في حجم العينات ومجالها الجغرافي، إذ انحصرت بعض الدراسات في مدن أو جامعات معينة، كما في دراسة "سعو وكذا بوخيزة"، مما يحدّ من إمكانية تعميم نتائجها. في المقابل، حاولت بعض الدراسات الأجنبية تجاوز هذا الإشكال عبر اعتماد عينات أوسع أو بيانات رقمية ضخمة، غير أن هذا التوسع الكمي لم يكن دائماً مصحوباً بتحليل سياقي معمق.

ثانياً: التعقيب الموضوعي على النتائج المتوصل إليها

1. إشكالية الحتمية السببية في تفسير النتائج:

ذهبت بعض الدراسات، مثل دراسة "طاهر حسن"، إلى إقرار علاقة إيجابية شبه حتمية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، في حين أظهرت دراسات أخرى، مثل دراسة "نيكولاس"، ضعف هذا الارتباط أو مشروطية تحققه. ويكشف هذا التناقض، أن بعض النتائج جاءت متأثرة بافتراضات نظرية مسبقة أكثر من اعتمادها على تحليل سياقي دقيق.

2. اختزال مفهوم المشاركة السياسية:

تُسجَل ملاحظة منهجية مهمة تتعلق بقياس المشاركة السياسية، حيث ركزت بعض الدراسات على مؤشر واحد فقط، كالمشاركة الانتخابية أو التعبير عن الرأي، متجاهلة أشكالاً أخرى من المشاركة الرقمية، أدى هذا الاختزال إلى نتائج جزئية، لا تعكس التعقيد الحقيقي للممارسة السياسية في الفضاء الرقمي.

3. ضعف إدماج السياق السوسيو-سياسي:

رغم أهمية السياق السياسي والاجتماعي في تفسير السلوك السياسي، إلا أن عدداً من الدراسات تعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء محايد أو كوني، دون ربط نتائجها بالخصوصيات الثقافية والسياسية للمجتمعات المدروسة. ويبرز هذا القصور بشكل أوضح في بعض الدراسات المقارنة التي أغفلت الفوارق البنيوية بين البيئات السياسية.

ثالثاً: حدود الدراسات السابقة وانعكاسها على موثوقية النتائج

الطابع الظرفي للنتائج:

ارتبطت نتائج عدد من الدراسات بسياقات زمنية محددة، مثل فترات الحراك السياسي أو الحملات الانتخابية، مما يجعلها نتائج ظرفية يصعب تعميمها على فترات زمنية مختلفة تشهد تحولات في السياسات الرقمية أو في سلوك المستخدمين.

على الرغم من الملاحظات المنهجية والموضوعية المسجلة، لا يمكن التقليل من القيمة العلمية للدراسات السابقة، إذ شكّلت مجتمعةً قاعدة معرفية أساسية أسهمت في تطوير البحث في مجال الاتصال السياسي الرقمي، ومهّدت الطريق أمام دراسات لاحقة أكثر نضجاً من حيث التصميم المنهجي وعمق التحليل.

اثنا عشر- المقاربة العلمية للدراسة

تعتبر المقاربة النظرية ضرورية منهجية في أي بحث علمي، كونها تساعد الباحث في صياغة مشكلة الدراسة وضبطها، وكذا في تفسير نتائج البحث في ضوء النظرية، وانطلاقاً من عنوان دراستنا الموسوم بـ "مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المشاركة السياسية" وقع اختيارنا على نظريتي "الاستخدامات والإشاعات" وكذا "الفضاء العام"، والتي نرى أنهما أنسب نظريتين ملائمة للموضوع محل الدراسة، باعتبار الأولى (الاستخدامات والإشاعات) تعنى بدراسة جمهور الفايسبوك ونمط تفاعله السياسي عبر المنصات الرقمية في الجزائر، خاصة أن موضوع دراستنا تستهدف متصفحو منصة الفايسبوك في الجزائر دون غيرهم، والدراسة الثانية (الفضاء العام) التي تُجسد المنصات الرقمية والتي أتاحت للأفراد مساحة لممارس عمليات التفاعل والنقاش العام والنقد في المسائل السياسية التي تهم المجتمع.

تعنى نظرية الاستخدامات والإشاعات في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته الكامنة، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس مجرد متلقي سلبي وفقط، يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام الحديثة، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما، باحثون ناشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم، وكلما كان مضمون معين قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم لها.¹

ظهرت هذه النظرية لأول مرة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري"، تأليف كاتزو بلومر 1974، دار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مفادها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام، محتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.²

¹ هشام رشدي خير الله: محاضرات في نظرية الإعلام، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، التربية النوعية، جامعة المنوفية، ص156.

² بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، ص85.

الإسقاط النظري لمقاربة الاستخدامات والإشباع على موضوع الدراسة:

تُعدّ نظرية الاستخدامات والإشباع من أهم المقاربات التفسيرية، التي تنطلق من اعتبار الجمهور فاعلاً نشطاً في العملية الاتصالية، حيث لا يتلقى الرسائل الإعلامية بصورة سلبية، بل يقوم باختيار الوسيلة والمحتوى، الذي يتلاءم مع حاجاته ودوافعه وتوقعاته، بهدف تحقيق إشباع معرفي أو نفسي، أو اجتماعية أو رمزية¹. انطلاقاً من هذا التصور، تُعد هذه النظرية إطاراً مناسباً لتحليل نمط استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي، ولاسيما منصة الفيسبوك، في سياق المشاركة السياسية.

في ضوء إشكالية الدراسة التي تتمحور حول تأثير مضامين الفيسبوك في تحفيز المشاركة السياسية لدى الجزائريين، يفترض الإسقاط النظري لدخول الاستخدامات والإشباع أن لجوء الأفراد إلى منصة الفيسبوك لا يتم بشكل عشوائي، بل هو سلوك نشط لجمهور المتلقين²، والذي تحكمه دوافع سياسية واجتماعية محددة، تتصل بالحاجة إلى الفهم والمتابعة والتعبير والتفاعل، في ظل سياق يتسم بضعف الثقة في القنوات السياسية التقليدية، وتراجع المشاركة في الآليات الرسمية، كما أظهرته التحولات السياسية والاجتماعية في الجزائر خلال السنوات الأخيرة.

في هذا الإطار، نجد أن استخدام منصة الفيسبوك كموقع تواصل اجتماعي لدى الأفراد، يرتبط بمجموعة من الاستخدامات السياسية، من أبرزها متابعة الأخبار والأحداث السياسية، الاطلاع على مواقف الفاعلون السياسيون، مناقشة القضايا العامة والتعبير الحر عن الرأي، وتبادل المحتوى السياسي. وتُقابل هذه الاستخدامات إشباعاً سياسية متعددة،

¹ - مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت-لبنان، 2006، صص(215-216).

² - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب نشر توزيعوطباعة، القاهرة، د س ن، ص291.

مثل الإحساس بالوعي السياسي، تعزيز الشعور بالانتماء إلى الشأن العام، الإحساس بالقدرة على التأثير، وتجاوز العزلة السياسية التي تفرضها محدودية القنوات التقليدية للمشاركة في مختلف الاستحقاقات.

يسمح هذا الإسقاط النظري بتفسير التفاوت الملاحظ في مستويات المشاركة السياسية الرقمية بين الأفراد، إذ تفترض نظرية الاستخدامات والإشباع أن اختلاف الخلفيات الاجتماعية والثقافية ومستويات الاهتمام السياسي، يؤدي إلى اختلاف أنماط الاستخدام، وبالتالي اختلاف طبيعة الإشباع المحققة. فالأفراد الذين يستخدمون منصة الفيسبوك بدافع البحث عن المعلومة السياسية أو التعبير عن الرأي، يكونون أكثر انخراطاً في أشكال المشاركة السياسية الرقمية، مقارنة بمن يقتصر استخدامهم للمنصة على أغراض ترفيهية أو اجتماعية.

وفي السياق الجزائري، تكتسب نظرية الاستخدامات والإشباع أهمية تفسيرية خاصة، بالنظر إلى التحولات التي شهدتها الفضاء العام خلال الحراك الشعبي لسنة 2019، حيث برز موقع الفيسبوك كفضاء بديل للتعبير والتنظيم وتداول الخطاب السياسي. وهو ما يسمح بفهم المشاركة السياسية الرقمية بوصفها نتيجة مباشرة لتفاعل دوافع الاستخدام مع الخصائص التقنية للمنصة، وليس مجرد انعكاسٍ للتعرض للمحتوى السياسي.

وعليه، يُمكننا توظيف نظرية الاستخدامات والإشباع في هذه الدراسة من خلال تحليل العلاقة بين دوافع استخدام منصة الفيسبوك ومستويات المشاركة السياسية، وفهم كيفية تحوّل الاستخدامات الاتصالية إلى ممارسات سياسية رقمية. كما تتيح هذه النظرية الانتقال من التركيز على تأثير الوسيلة في حد ذاتها، إلى تحليل الفعل الاتصالي بوصفه نتاجاً لاختيارات واعية، يقوم بها الأفراد داخل بيئة رقمية مفتوحة، وهو ما يتوافق مع أهداف الدراسة وطبيعة إشكالياتها.

نظرية الفضاء العام: يورغن هابرماس

يعتبر مفهوم الفضاء العمومي من المفاهيم النظرية الأكثر حضوراً وتداولاً داخل الأدبيات النظرية في حقول المعرفة الاجتماعية والإنسانية، وعلى رأسها حقل الدراسات التواصلية، إضافة إلى أنه من المفاهيم التي يستعان به عادة في الخوض في النقاش النظري حول الديمقراطية والتمكين السوسيو-سياسي والمواطنة والفعل السياسي والاجتماعي¹، فالفضاء العام (المجال العام) هو مساحة تمارس فيها عمليات النقد والنقاش العام في المسائل السياسية التي تهم المجتمع.²

يشترط الفضاء العام توفر حرية التعبير والاجتماع، وحرية المشاركة في النقاشات وصناعة القرارات، وتعد الوظيفة الإستراتيجية للفضاء العام، هي المساهمة في تكوين رأي عام قوي وفعال، لتحقيق أكبر قدر من الوفاق، لتشكيل السياسات الوطنية والخارجية³.

ساهمت الثورة الاتصالية الجديدة لوسائل الإعلام الالكترونية وعلى رأسها الانترنت، في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد، يخضع لمثالية "هابرماس" إلى حد كبير، حيث يتم فيه التحوار والمناقشة، وتبادل التواصل والتفاعل لمناقشة قضايا مجتمعهم المختلفة، ففضاءات الانترنت الاتصالية تعد تجسيدا فعلياً لما تحدث عنه هابرماس.

فروض نظرية الفضاء العام:

- لا يتم النشاط التواصلية إلا من خلال علاقة تفاعل بين فردين أو أكثر داخل السياق المعاش، فكل إنسان له القدرة على الكلام والفعل، وله حق المشاركة في التجربة التواصلية.

¹Peter Dahlgren : **The internet –Public Spheres and Political communication – Dispersion and deliberation**, political communication, vol 22, 2005, p 148.

² سهى يونس إسماعيل، طاهر حسو زيباري: نظرية المجال العام عند هابرماس دراسة تحليلية، مجلة لارك، العدد 4، 2022، ص 445

³ مي العيد الله: متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت، 2020، ص ص (180-181)

- تتم عملية التواصل من خلال اللغة التي يتم بواسطتها علاقة بين المشاركين في التفاعل، حيث يفترض هذا الاتفاق وجود معرفة مشتركة بينهم أو التقارب في وجهات النظر، وان يتم الاعتراف المتبادل على مزاعم الصدق للوصول إلى إجماع.
- مبدأ تكافؤ الفرص، أي أن يتاح لكل مشارك في الحوار فرصة متساوية لسائر المشاركين وأن لا تمارس أي سلطة على الحوار سوى على سلطة العقل.
- يعبر كل مشارك في التواصل عن مزاعم الصدق والقدرة على تبريرها للمشاركة في عملية التفاهم المتبادل، وأن يعبر المتكلم عن مقاصده بصدق، ليكون هو المستمع في وضعية القدرة على الاتفاق والقبول¹.

الإسقاط نظرية الفضاء العام (يورغن هابرماس) على إشكالية الدراسة

تنطلق نظرية الفضاء العام عند "يورغن هابرماس" من افتراض مركزي، مفاده أن المشاركة السياسية الفاعلة، تتحقق ضمن مساحة تمارس فيها عمليات النقد والنقاش العام في المسائل السياسية التي تهتم المجتمع². وذلك في إطار نقاش عقلاني نقدي، يقوم على المساواة في فرص التعبير، واستقلالية النقاش عن منطق الهيمنة السياسية أو الاقتصادية³، وبذلك تتجلى ديمقراطية النظم السياسية، في قدرتها على توفير فرص النقاش داخل الفضاء العمومي⁴.

يُعد الفضاء العام وفق هذا التصور، وسيطاً بين المجتمع المدني والدولة، تُبنى داخله الإرادة العامة من خلال التواصل والحجاج، لا من خلال الإكراه أو التلقين.

¹ فتيحة حيدرة: نظرية الفعل التواصلي عند يورغن هابرماس، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفلسفة، المدرسة العليا للأساتذة في الآداب والعلوم الإنسانية، تخصص فلسفة، الجزائر، 2007-2008، ص ص (78-88).

² سهى يونس إسماعيل، طاهر حسو زبياري: نظرية المجال العام عند هابرماس دراسة تحليلية، مجلة لارك، العدد 4، 2022، ص 445.

³ مي العيد الله، كرجع سبق ذكره، ص ص (180-181).

⁴ Seyla Benhabib: *Situating the self: Gender, community and postmodernism in contemporary ethics*, Psychology Press, 1992, p 87.

في ضوء إشكالية هذه الأطروحة، التي تسعى إلى فهم تأثير موقع الفيسبوك في المشاركة السياسية لدى الجزائريين، يُعاد توظيف مفهوم الفضاء العام بوصفه أداة تفسيرية لتحليل التحولات التي مست أنماط التواصل السياسي في ظل البيئة الرقمية، إذ تفترض الدراسة أن بروز مواقع التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها منصة الفيسبوك، قد أسهم في إعادة تشكيل الفضاء العام، من نموذج تقليدي محدود ومؤسسي، إلى فضاء رقمي مفتوح نسبياً، تتعدد داخله الأصوات وتتقاطع الخطابات السياسية والاجتماعية.

يُظهر إسقاط افتراضات نظرية الفضاء العام على موضوع الدراسة، أن موقع الفيسبوك يمارس وظيفة تتجاوز كونه وسيلة لنقل المعلومات السياسية، ليغدو مجالاً للتداول العمومي، تُناقش داخله القضايا السياسية، وتُبنى المواقف، وتتبلور أشكال جديدة من التعبير والمشاركة. فالممارسات الاتصالية التي تتم عبر النشر، والتعليق، والمشاركة، والتفاعل الرمزي، تمثل صوراً من النقاش العمومي الرقمي، الذي يسهم في تشكيل رأي عام يتسم بطابع شبكي وتشاركي.

لا يفترض الإسقاط بالضرورة تطابق الفضاء الرقمي مع النموذج المعياري، الذي صاغه "هابرماس"، بل ينطلق من قراءة نقدية، تُقرّ بأن الفضاء العام الرقمي، كما يتجلى عبر منصة الفيسبوك، يتسم بقدر من الهشاشة والتشتت، نتيجة تدخل بعض المتغيرات التي تتسم بها مجتمعات غير برجوازية كما سماها صاحب النظرية – يورغن هابرماس – مثل عدم تكافؤ فرص الوصول والتأثير، وهيمنة الخطابات العاطفية في بعض الأحيان. وعليه، فإن الفضاء الذي توفره المنصة يمكن اعتباره فضاءً عاماً رقمياً هجيناً – عقلائياً وعاطفياً –، يحقق بعض شروط النقاش العمومي، ويُخفق في أخرى.

وفي السياق الجزائري، تكتسب هذه القراءة أهمية مضاعفة، إذ أفرزت التحولات السياسية والاجتماعية، لاسيما خلال الحراك الشعبي لسنة 2019، حاجة ملحة إلى فضاءات بديلة للتعبير السياسي، في ظل محدودية الفضاء العام التقليدي. في هذا السياق، برز موقع الفيسبوك كأحد أبرز الفضاءات التي مكّنت المواطنين من التعبير عن آرائهم، وتداول مطالبهم، والمشاركة في النقاش العمومي خارج الأطر المؤسساتية الرسمية، وهو ما يعكس تحقّقاً جزئياً لافتراضات نظرية الفضاء العام، وإن كان ذلك بصيغة رقمية مغايرة.

وبناءً عليه، تسمح نظرية الفضاء العام، كما تُسقط في هذه الدراسة، بفهم المشاركة السياسية عبر منصة الفيسبوك، باعتبارها ممارسة تواصلية، تتم داخل فضاء عام رقمي متحوّل، تُعاد من خلاله صياغة العلاقة بين المواطن والسياسة، كما تتيح ربط المشاركة السياسية الرقمية بمسألة تشكّل الرأي العام، ومدى قدرة هذا الفضاء على التأثير في السلوك السياسي للأفراد، وهو ما ينسجم مع الإشكالية المركزية للأطروحة، التي تسعى إلى الكشف عن إمكانات تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المشاركة السياسية لدى الجزائريين.

وعليه، يهدف توظيف نظرية الفضاء العام في هذه الأطروحة إلى فهم ديناميكيات الفعل السياسي الرقمي، ورصد التحولات التي طرأت على الفضاء العام في ظل الاتصال الرقمي، بما يسمح بفهم أعمق لطبيعة المشاركة السياسية في البيئة الرقمية الجزائرية.

الفصل الثاني:

التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

شهدت العقدان الأخيران من الزمن تحولات جوهرية في بنية الاتصال الإنساني كلية، وذلك من خلال بروز البيئة الرقمية، باعتبارها المجال الأكثر تأثيراً في أنماط التفاعل والتواصل وتداول المعلومات بين الأفراد، وفي صلب هذا التحول ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها فضاءات مفتوحة تستوعب عمليات التعبير، وتشكيل الجماعات، وإعادة بناء العلاقات الاجتماعية على أسس جديدة تتجاوز حدود المكان والزمان، تحولت هذه المنصات الرقمية في ظرف وجيز إلى أهم وسيط في تدفق المحتوى وتوجيه الرأي العام، الأمر الذي منحها مكانة محورية في الدراسات الإعلامية المعاصرة.

وفي سياق يتسم بتسارع التطور التكنولوجي وتنامي الاستخدام الجماهيري للمنصات الرقمية، تبرز الحاجة إلى فهم الأسس المفاهيمية والنشأة التاريخية والخصائص الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي، باعتبارها مدخلاً ضرورياً لتوضيح طبيعة استخدامها في المجال السياسي، لذلك يتناول هذا الفصل الثاني من الدراسة عرضاً نظرياً لمفهوم مواقع التواصل، وتطورها، وخصائصها، ووظائفها، ثم ينتقل للتركيز على موقع الفيسبوك بوصفه إحدى أهم المنصات الرقمية وأكثرها تأثيراً في المشهد الاتصالي، وذلك من خلال تتبع مساره التطوري، وخصائصه التقنية، والخدمات التي يتيحها للمستخدمين.

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي: المفهوم، النشأة وأهم الخصائص

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها

يشهد مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي توسعاً معرفياً كبيراً في الأدبيات الإعلامية في ظل التحولات الرقمية التي أعادت تشكيل بنية الاتصال لدى الأفراد، ويُنظر إلى هذه المواقع باعتبارها منصّات رقمية تتيح للأفراد والجماعات إمكانيات واسعة للتفاعل، وبناء العلاقات، وتبادل المعلومات، وإنتاج المحتوى، خارج حدود الزمن والمكان التقليديين.

من الناحية الاصطلاحية، تُعرّف معظم البحوث مواقع التواصل الاجتماعي بأنها خدمات ويب قائمة على تقنيات الجيل الثاني للويب (Web 2.0) تسمح بإنشاء ملفات شخصية، وتكوين شبكات من العلاقات، وتبادل المحتوى النصي والمرئي والسمعي بين المستخدمين، وقد سميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء مجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه والمشاركة بصوره ومذكراته وملفاته مع الأصدقاء وزملاء العمل. وهذه الشبكات هي عبارة عن صفحات الويب التي تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء فيما بينهم وهي تشمل (المراسلة الفردية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات).¹

تشير الأدبيات الحديثة إلى أنّ هذه المنصّات تختلف عن الوسائط التقليدية لأنها تقوم على مبدأ المستخدم-المنتج، أي أنّ المتصفح لا يستهلك الرسائل فقط، بل يشارك في إنتاجها وإعادة توزيعها وصياغة دلالاتها، كما تعتمد مواقع التواصل على الخوارزميات الذكية التي تضبط ترتيب ظهور المحتوى وفقاً لاهتمامات المستخدم وتفاعلاته، ما يجعلها بيئة اتصالية ديناميكية ومتشابكة تُعيد تشكيل مسارات تدفق المعلومات.

¹ وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيسبوك على المجتمع، ط 1، شمس النهضة، مصر، 2010، ص 6.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

عرّف "كابلان وهاينلين" مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "مجموعة من التطبيقات المبنية على تقنيات الويب 2.0 والتي تسمح بخلق وتبادل المحتوى الذي ينتجه المستخدمون"¹. ويرتكز هذا التعريف على عنصرين أساسيين: البنية التكنولوجية القائمة على الانفتاح والتفاعلية، وطبيعة المحتوى التشاركي القائم على الإنتاج الجماعي للمعنى.

تبرز في المقابل مقاربة أخرى لـ "شيري تركل"²، إذ ترى أنّ مواقع التواصل الاجتماعي ليست مجرد أدوات تواصل، بل هي «بيئات اجتماعية تُنتج أنماطاً جديدة من الهوية الرقمية والتفاعل الرمزي»، ما يجعلها فاعلاً مؤثراً في العلاقات الاجتماعية، وفي تشكيل الوعي والسلوك.

تكشف مجموع هذه التعريفات أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعدّ فضاءات اتصالية حديثة تقوم أساساً على:

1. التفاعل والتشاركية بدل الاتصال أحادي الاتجاه.
2. إنتاج المحتوى من طرف المستخدمين وعدم احتكار المؤسسات للإعلام.
3. الانفتاح والانتشار الواسع في نقل المعلومات.
4. التنظيم الشبكي للعلاقات بين الأفراد والجماعات.
5. الاعتماد على الخوارزميات التي تحدد تدفق المحتوى وتفاعلاته.

بذلك، يغدو مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي مفهوماً مركباً يجمع بين البعد التقني والبعد الاجتماعي، ويجسّد مرحلة جديدة من تطور الاتصال ضمن عصر الإعلام الرقمي.

¹ Kaplan Andreas & Haenlein Michael, Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, Business Horizons, vol 53 , Issue 1, 2010 , p p (59- 68)

² Ahmad Mousa ,Turkle Sherry. Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other, Question de communication, 38, 2020, p p (680- 682)

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

يثير مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي كذلك الجدل حتى في الدراسات العربية، نظراً لتدخل عدة آراء واتجاهات في دراسته، عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

يشير مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.¹

تعرف الشبكات الاجتماعية على أنها مجموعة من العلاقات المحددة مثل التعاون والمشورة والتحكم والتأثير بين مجموعة لا حصر لها من الجهات الفاعلة، ويشير عمومًا إلى جميع المواقع التي توفر شبكة من الأصدقاء أو الزملاء، وتزود أعضائها بالأدوات والواجهات للتفاعل والعرض والتواصل.²

ارتبطت شبكات التواصل الاجتماعي عمومًا بكونها منصات هامة أمام فئة الشباب في التعبير عن الآراء والمواقف والقضايا والمشاركة في الجدل العام، وتنوعت أنماط استخدامهم لها، مع تعدد المواقف والاتجاهات وتغيير طبيعة ظروف السياق المحلي.³

¹ عبد العزيز الشريف: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 175.

² Sohia hadibi, samir berkani, hamid fecht : La stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux, The digital communication strategy on social networks, Revue internationale de la performance économique, vol 4, 2021, p 89 .

³ إيناس السعيد إبراهيم : السوشيال ميديا وآثارها على المجتمع، ط 1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2019، ص 10.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

لا يمكن الحديث عن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بعيدا عن شبكة الإنترنت كفضاء أشمل، نظرا لما تتيحه من فرص لتبني أفكار جديدة وعرضها على الآخرين، خاصة مع الثورة المعلوماتية والتغيرات التي أحدثتها في نمط التواصل بين الأفراد والجماعات، وعليه، تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في مايلي:

1. تغطية الأحداث وتطورات الأخبار:

تفوقت مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الاتصال الكلاسيكية من حيث مواكبة الأحداث ونقلها إلى الجماهير بشكل مسموع ومرئي، خاصة في ظل التوترات السياسية الحاصلة التي عرفتتها بعض البلدان العربية (الحراك الشعبي)، مما عزز موقعها، خاصة أنها تمتاز بحركية وديناميكية المحتوى والتفاعلية مع المتلقي، نظرا لتخطي حاجز الحدود المكانية والزمنية، وهذه الخاصية مفقودة لدى الإعلام التقليدي، وهذا أدى إلى دخولها ضمن السياسات الخاصة بالدول أو الاتحادات، فهي جزء لا يتجزأ من العملية السياسية تؤثر وتتأثر بها، من خلال صناعة رأي عام حول القضايا المختلفة وإتاحة الفرصة أمام الجماهير أن يعبروا عن آرائهم وتوحيد كلمتهم لدحر الأنظمة الديكتاتورية، والباحثين على الحرية والديمقراطية.¹

2. لغة العصر:

تعبّر هذه المنصات عن التطور العقلي والتقني والنفسي للعصر الحالي الذي نعيشه بجميع أبعاده، إذ تمنح فرصة لإدارة الوقت بشكل أفضل، حيث اخترقت حدود الزمان والمكان، ووصلت إلى أعداد ضخمة من الجماهير المتنوعة.²

¹ زينب لوشي: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية- دراسة ميدانية لعينة من البرلمانيات الجزائريات (جانفي 2014- جانفي 2017)، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2017، ص 86

² أبو زيد طاهر حسن: دور المواقع الاجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، دراسة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2012، ص 32.

3. نشر المعارف:

تتيح كافة شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدم نشر مقالات خاصة به أو من مواقع إلكترونية مختلفة، يستطيع الاطلاع عليها بسهولة، ويستخدمها كمركز للإعلان التجاري بشكل قانوني من خلال الصفحات المجانية التي توفر فرصة الانتشار الواسع في كافة المناطق التي تغطيها هذه الشبكات.¹

4. تعبئة الرأي العام:

باتت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة ناجعة للتأثير في الأحداث السياسية والاجتماعية، ووسيلة فعالة لتشكيل الرأي العام، وحشد الجماهير وتنظيم الاحتجاجات والتظاهرات، التي كانت بالأمس في عهد وسائل الإعلام التقليدية ضرباً من الخيال، حيث تساهم في صناعة رأي عام افتراضي، والذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في الفضاء العمومي الافتراضي، وتكوين رأي عام لا بد من توفر مستوى تعليم معين، وتواجد خدمة الإنترنت والاتصالات بشكل متوفر.²

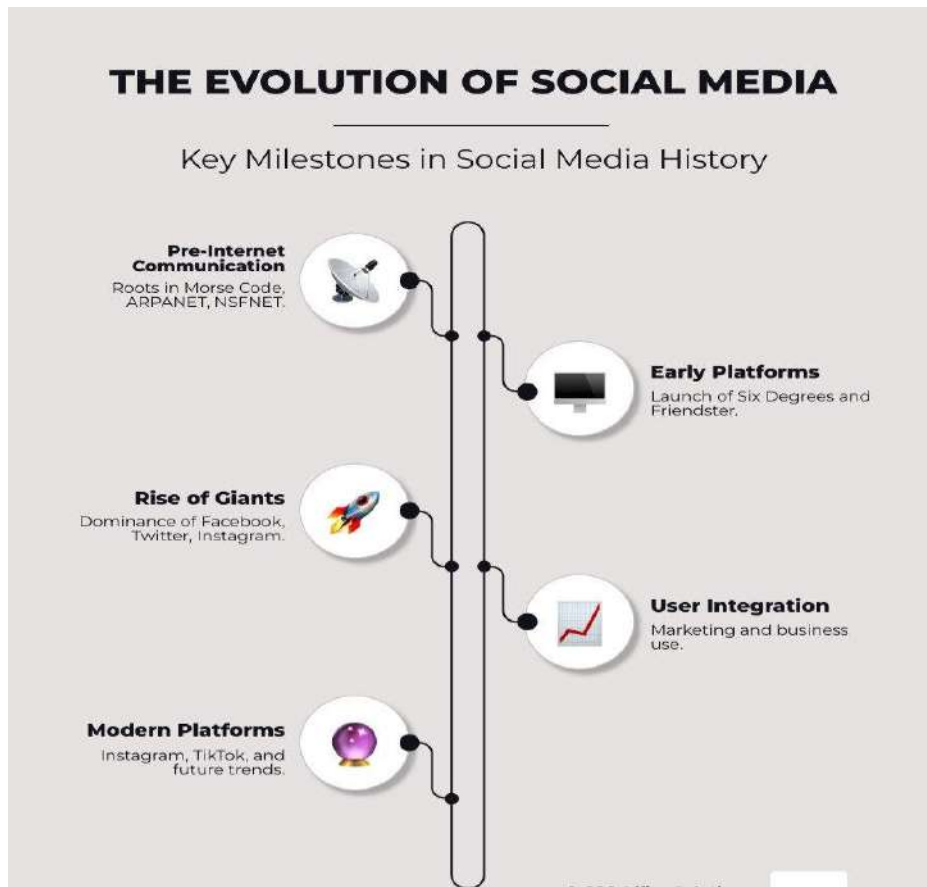
¹ محمود خالد وليد: شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، دار مدارك إبداع للنشر والترجمة والتعريب، لبنان، 2011، ص 91.

² نعيم بوعموشة، هشام بويكر: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام لدى المواطن الجزائري، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، العدد 18، الجزائر، 2012، ص 252.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني : نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

تطوّرت مواقع التواصل الاجتماعي عبر مسار تاريخي طويل ارتبط بالتحوّلات التكنولوجية التي عرفها الاتصال الرقمي منذ نهاية التسعينيات، حين بدأت شبكة الإنترنت تتحوّل من فضاء للمعلومات إلى فضاء للتفاعل الاجتماعي. ويُجمع الباحثون على أنّ نشأة مواقع التواصل الاجتماعي لم تكن حدثًا فجائيًا، بل ثمرة تطور تدريجي مرّ بعدة مراحل أساسية.



الشكل رقم 01 : يوضح تطور مواقع التواصل الاجتماعي¹

¹ 1800 office solutions : An Essential Guide to the History and Evolution of Social Media, February 18- 2025, Retrieved on December 11- 2025, at 4: 12 PM, Available at <https://share.google/xnsC98eBiLMjwiteC>

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

1. البدايات الأولى: من المنتديات إلى منصات التدوين (1995-2003):

عرف العقد الأخير من القرن العشرين ظهور المنتديات الرقمية وغرف الدردشة، مثل Usenet و Chat Rooms، والتي مثلت أولى التجارب الجماعية للتفاعل الافتراضي. ثم ظهرت منصات التدوين (Blogs) التي أتاحت للمستخدمين إمكانية إنشاء محتوى ونشره للجمهور، وكانت خطوة مهمة نحو مفهوم "المستخدم المنتج للمحتوى" (Prosumer).
اعتبر "مانويل كاستلز" أن "هذه المرحلة مهدت لانتقال الاتصال من النموذج العمودي (من فرد إلى جماعة) إلى النموذج الشبكي الأفقي، حيث يصبح كل مستخدم قادراً على إنتاج ونشر الرسائل"¹.

2. ظهور الشبكات الاجتماعية الأولى (2003-2006):

تُعدّ منصة Friendster (سنة 2002) أول شبكة اجتماعية شبيهة بالشكل الحالي، إذ مكّنت المستخدمين من إنشاء ملف شخصي وربط العلاقات، ثم جاء موقع MySpace سنة 2003، الذي شهد انتشاراً واسعاً بين الشباب والفنانين، واعتُبر نموذجاً مبكراً للتفاعل التشاركي. وفي سنة 2003 ظهر موقع LinkedIn موجّهاً للعلاقات المهنية، مُبرزاً أن الشبكات الاجتماعية يمكن أن تستهدف جماعات متخصصة، وليس الجمهور العام فقط.

3. انطلاق موقع الفايسبوك و بروز (Web 2.0) 2004-2010 :

ظهر موقع الفايسبوك (www.Facebook) عام 2004 على الانترنت بجامعة هارفارد الأمريكية بجهود الطالب "مارك زوكر بيرك" بغرض تجميع زملائه في الجامعة لتبادل الأخبار وصورهم وآرائهم، لبكتسب شعبية واسعة، والذي أدى نجاحه إلى إغراء شركة مايكروسوفت العالمية لشراء 05 % من أسهم الموقع²، هذا ويشكل ظهور موقع " Facebook " سنة 2004 نقطة تحول مفصلية في تاريخ الشبكات الاجتماعية.

¹ Castells Manuel : Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age, 2nd ed, Polity Press, 2015.

² عبد العزيز الشريف، مرجع سبق ذكره، ص 23.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

قدّم "مارك زوكر برك" نموذجاً جديداً من الشبكات الاجتماعية وهو مبني على:

- الهوية الحقيقية للمستخدم
- نظام العلاقات الثنائية (Friendship)
- سهولة مشاركة الصور والمحتوى
- ديناميكية التفاعل عبر "الإعجاب" والتعليق

في هذه الفترة ظهر أيضاً موقع "YouTube" سنة 2005، وكذا موقع "Twitter" سنة 2006، مما عزز ثقافة المشاركة الرقمية وسرّع عملية انتقال الإعلام إلى فضاءات تفاعلية. وفقاً لـ كابلان وهاينلين، فإن هذه المواقع تمثل الجيل الجديد من تطبيقات Web 2.0 القائمة على التعاون وتبادل المحتوى¹.

4. عصر المنصات الكبرى والهيمنة الخوارزمية (2010-اليوم):

منذ سنة 2010، دخلت مواقع التواصل الاجتماعي مرحلة النضج، إذ أصبحت:

- منصات اقتصادية ضخمة
- أدوات سياسية للتعبئة والتأثير
- بيانات معقدة تعتمد على الخوارزميات في ترتيب المحتوى
- فضاءات لإنتاج وتداول الأخبار

شهدت هذه المرحلة أيضاً انتشار الهواتف الذكية، ما جعل الوصول إلى المنصات فوراً ومستمرّاً. وأصبحت مواقع مثل Facebook وInstagram وTikTok جزءاً من الحياة اليومية للمستخدمين، ونقطة مركزية في الحملات السياسية والحركات الاجتماعية (كما يشير كاستلز في تحليله للحركات الاحتجاجية الحديثة).

¹ Kaplan Andreas & Haenlein Michael, op cit, p p (59- 68)

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

5. الانتقال من التواصل إلى البنى الاجتماعية الرقمية:

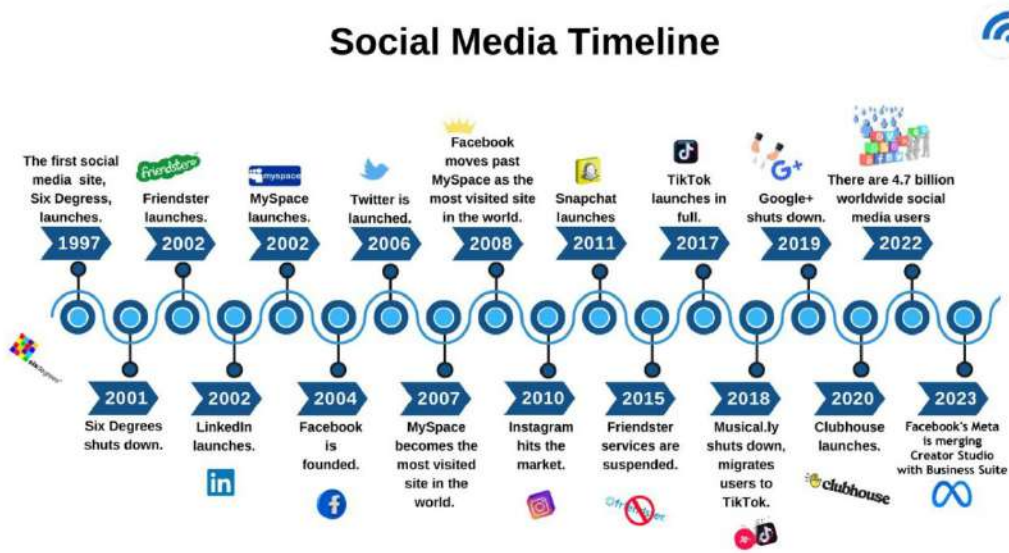
تذهب الأدبيات الحديثة، خصوصاً لدى كريستيان فوكس¹، إلى أن مواقع التواصل

الاجتماعي لم تعد مجرد أدوات لتبادل المحتوى، بل تحولت إلى:

- مؤسسات رقمية تُنتج سلوكيات جديدة
- فضاءات لإعادة تشكيل الهوية والعلاقات
- آليات لصنع الرأي العام
- بيانات للتأثير السياسي المباشر وغير المباشر

يمثل تطور مواقع التواصل الاجتماعي تطوراً في الثقافة الاتصالية والمنطق الشبكي الذي

يحكم العلاقات الإنسانية في العصر الرقمي.



الشكل رقم 02 : يوضح الجدول الزمني لوسائل التواصل الاجتماعي²

¹ Fuchs Christian , Social Media: A Critical Introduction, Sage publication, 3 rd, 2021, p p (1- 23)

² Atlantic OER, Atlantique REL : Introduction to Social Media, February 18- 2025, Retrieved on December 11- 2025, at 4: 12 PM, Available at <https://share.google/FzJCihYB7tnDpaKY8>

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: خصائص وميزات مواقع التواصل الاجتماعي

تُعدّ مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز أدوات الاتصال الرقمي، التي غيّرت طبيعة العملية الاتصالية، وفرضت نموذجاً جديداً يقوم على المشاركة والتفاعلية والانفتاح. ميّزتها الأدبيات العلمية بعدد من الخصائص التي تفسّر تأثيرها الواسع في الحياة الاجتماعية والسياسية، وتبرز اختلافها الجوهرى عن وسائل الإعلام التقليدية.

1. خاصية التفاعلية:

كسرت التكنولوجيا الحديثة كل الحواجز وحولت الإعلام والفرد من متلقي سلبي إلى متلقي إيجابي، حيث يتبادل الأدوار كل من المرسل والمستقبل بطريقة إيجابية، وبذلك توفر رجعى صدى آني، وكذلك المزج بين أكثر من تكنولوجيا اتصالية تمتلكها أزيد من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة الاتصالية، وهو ما يطلق عليه بتكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط، وتعطي التفاعلية للمشاركة دور مؤثر في العملية الاتصالية.¹

تشير "نسرين حسونة" أنه في السابق، كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلاً، ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.²

¹ حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي - ثورة تكنولوجيا جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 20.

² نسرين حسونة: الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الألوكة، 2014، ص 9.

عموماً، تُعدّ التفاعلية السمة الأساسية التي تقوم عليها مواقع التواصل الاجتماعي، فهي تتيح للمستخدمين التحول من مجرد متلقين إلى فاعلين ومنتجين للرسائل الاتصالية. ويؤكد "محمد عبد الحميد" أن التفاعلية تُعدّ جوهر الإعلام الرقمي، لأنها تمنح الجمهور القدرة على الردّ والتعليق والمشاركة وإعادة إنتاج الرسالة الاتصالية، مما يؤدي إلى خلق فضاء تشاركي مفتوح، يتحقق فيه التواصل في اتجاهات متعددة، ويتيح للقضايا السياسية والاجتماعية الانتشار عبر عملية نقاشية تشاركية مستمرة. وبفضل هذه الخاصية، أصبح المحتوى الإعلامي الناتج عن الجمهور (UGC) جزءاً أساسياً من تدفق المعلومات.

2. خاصية الفورية والآنية:

تتيح مواقع التواصل نشر وتداول المعلومات فوراً، دون الحاجة لوسيط أو معالجة تحريرية. ويشير "كاستلز" (Castells)¹ إلى أن هذه الفورية أسهمت في تحويل الشبكات الرقمية إلى فضاء للتعبئة والتفاعل اللحظي، خاصة في أوقات الأزمات والأحداث السياسية. وتُعد هذه الآنية عاملاً أساسياً في جعل مواقع التواصل مصدراً رئيسياً للأخبار، حيث تتجاوز سرعتها سرعة المؤسسات الإعلامية التقليدية، مما يمنح المستخدمين إمكانية تتبع الأحداث أولاً بأول والتفاعل معها مباشرة.

3. الكونية والعالمية:

جعلت شبكات التواصل الاجتماعي من العالم قرية صغيرة حسب ما اصطُح عليه "ماكلوهان" واختصرت المسافات والزمن بفضل قدرتها الهائلة في مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أنحاء العالم في وقتها ولحظة وقوعها متخطية الحدود الجغرافية وعابرة فوق الحدود الوطنية.²

¹ Castells Manuel , op cit, p 78.

² زينب لموشي، مرجع سبق ذكره، ص ص (92-93)

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

4. خاصية الشبكية:

تقوم مواقع التواصل على بنية شبكية، تسمح بخلق علاقات اجتماعية وسياسية عبر عقد مترابطة وغير هرمية، يجعل هذا النموذج الشبكي من كل مستخدم نقطة اتصال يمكنها التأثير في محيطها ونقل الرسائل بصورة أفقية دون الحاجة إلى سلطة مركزية. وتفسّر هذه الشبكية قدرة المحتوى على الانتشار الواسع، والتحرك عبر دوائر مختلفة من المستخدمين، بما يجعل التأثيرات الاجتماعية والسياسية أكثر امتداداً.

5. خاصية الانتشار الفيروسي:

يمتاز محتوى مواقع التواصل بقدرته على الانتشار السريع عبر آليات المشاركة والإعجاب والتعليق، وهو ما يُعرف بـ "الانتشار الفيروسي". يشير Kaplan & Haenlein¹ إلى أن المحتوى ذو الحمولة العاطفية القوية (الغضب، التعاطف، السخط) يكون أكثر قابلية للانتشار، مما يجعل المنصات الرقمية وسيلة فعّالة في تشكيل الرأي العام، وإحداث تأثيرات سياسية واسعة في وقت قصير. يجعل هذا الانتشار الفيروسي من منشور فردي حدثاً عاماً يتفاعل معه ملايين المستخدمين، بما يغيّر اتجاهات النقاش الرقمي.

6. الاستغراق في عملية الاتصال:

من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام، نظراً لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة، مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية².

¹ Kaplan Andreas & Haenlein Michael, op cit , p p (59- 68)

² نسرين حسونة، مرجع سبق ذكره، ص 10.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

7. خاصية إنتاج المحتوى من قبل المستخدمين:

تُعدّ قدرة المستخدمين على إنتاج المحتوى ونشره، واحدة من أهم خصائص مواقع التواصل، حيث لم تعد المؤسسات الإعلامية وحدها مصدرًا للأخبار والمعلومات، بل أصبح الجمهور شريكاً رئيسياً في صناعة المضمون عبر ما ينشره من صور وفيديوهات وتحليلات وتعليقات. تفتح هذه الخاصية المجال أمام الأصوات المهمّشة للمساهمة في تشكيل الخطاب العام.

8. خاصية تعدد الوسائط:

تجمع مواقع التواصل بين النصوص والصور والفيديوهات والبث المباشر والرسوم المعلوماتية، مما يجعل الرسالة الاتصالية أكثر غنى وت، أثيراً. هذا التكامل الوسائطي، كما يؤكد¹ Boyd & Ellison ، ساهم في انتشار الخطاب البصري وتراجع المحتوى النصي التقليدي، كما وفّر للفاعلين السياسيين أدوات تواصلية قوية قادرة على التأثير في الجمهور بطرق أكثر مباشرة وفاعلية.

9. خاصية الانفتاح وسهولة الاستخدام:

تمتاز مواقع التواصل بإمكانية الوصول السهل دون متطلبات تقنية أو مالية، مما يجعلها فضاءً ديمقراطياً يسمح للجميع بالمشاركة، وقد أسهم هذا الانفتاح في توسيع دائرة الممارسة السياسية الرقمية، حيث بات بإمكان الأفراد التعبير عن آرائهم والمشاركة في النقاشات العامة بسهولة غير مسبقة.

¹ Danah m. boyd & Nicole B. Ellison : **Social network sites: Definition, history, and scholarship.** Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1) , 2007, p p(210–230),

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

10. خاصية الطابع التشاركي:

يُعتبر الطابع التشاركي أحد مظاهر التحول من المجتمع الإعلامي التقليدي إلى المجتمع الشبكي، إذ تشجع المنصات المستخدمين على التفاعل والمساهمة في صناعة القرار والنقاش العام، وتؤكد دراسات حديثة أن هذا الطابع التشاركي، قد أعاد إحياء فكرة "الفضاء العام" من منظور رقمي، حيث تتشكل القضايا العامة عبر تفاعل جماعي لا مركزي.

11. خاصية التخصيص والخوارزميات:

تستخدم المنصات الرقمية خوارزميات معقدة لفهم اهتمامات المستخدم وتقديم محتوى يتوافق مع سلوكياته الرقمية، ويوضح¹ Pariser أن هذا التخصيص يعزز تجربة الاستخدام، لكنه يؤدي إلى تكوين "فقاعات ترشيح" تجعل المستخدم محاطاً بالمحتوى الذي يؤكد قناعاته السياسية، الأمر الذي قد يحد من تنوع الآراء المعروضة عليه، ومع ذلك، تظل هذه الخاصية أحد أهم عناصر فعالية المنصات لأنها تسمح للوصول إلى الجمهور المستهدف بدقة عالية.

المطلب الرابع: وظائف مواقع التواصل ومجالات استخدامها

يعد حقل الاستخدامات والإشباع من أبرز حقول علوم الإعلام والاتصال باعتبار أنه حاول الخروج بعلاقة الفرد بوسائط الإعلام من دائرة التأثير، ورغم أن مواقع التواصل الاجتماعي أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل مختلف المجالات، على غرار التعليم والسياسية والاقتصاد والثقافة، وحتى أنها أسهمت في خلق تغيير اجتماعي وتتمحور دوافع الأفراد للتواصل مع الآخرين حول الدوافع الدينية الأخلاقية والدوافع التجارية والدوافع السياسية وحتى الدوافع التعليمية والترفيهية والأدبية، والدوافع النفسية الاجتماعية وكذا الدوافع العاطفية.

¹ Eli Pariser: *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, the penguin press, new York, 2011, p 8.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

تبين في دراسة حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي أن الأفراد يستعملونها لتحقيق هدف، فهناك من يبحث ويتصفح المعلومة، وهناك المتبادلون وهناك المعلق الذي يطالع ما ينشر ويعبر عن رأي، وهناك المزودون الذين ينشئون المحتوى الأصلي لهذه المواقع.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع التواصل الإلكترونية الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، مما شجع متصفح الإنترنت في كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام، من تلك الانتقادات التأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري وتفككه لكن في المقابل هناك من يرى فيها وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى من الآخر والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، إضافة إلى دورها الفاعل والمتميز كوسيلة اتصالية ناجعة في الانتفاضات الجماهيرية.¹

1. الوظيفة الاتصالية والتفاعلية:

تُعتبر الوظيفة الاتصالية من الوظائف الجوهرية لمواقع التواصل الاجتماعي، فهي تُمكن المستخدمين من التواصل الفوري عبر الرسائل النصية، المكالمات، المحادثات المباشرة، ومشاركة المحتوى. إلى أن التطور الرقمي حوّل الاتصال من عملية خطية إلى عملية تفاعلية متبادلة، تقوم على مشاركة المحتوى وإعادة إنتاجه بدلاً من مجرد استقباله. ويبرز هذا الدور واضحاً في قدرة المنصات على خلق شبكات تواصل واسعة تتجاوز الحدود الجغرافية والثقافية، وتعزيز الإحساس بالانتماء إلى مجتمعات افتراضية.

¹ نهى بلعيد: تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد 17، 2016، ص 12.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

2. وظيفة إنتاج المحتوى ونشر المعلومات:

تُسهّم مواقع التواصل في تعزيز إنتاج المعلومات ونشرها على نطاق واسع، حيث أصبح كل مستخدم قادراً على إنتاج محتوى بصري أو كتابي يحظى بالانتشار الفوري. تؤكد¹ Danah Boyd أن مواقع التواصل مكّنت الأفراد من التحول من مستهلكين إلى "منتجين-مستهلكين" (Producers)، وهو ما أسهم في تنويع مصادر الأخبار، وفتح المجال أمام الإعلام البديل، كما أصبحت هذه الوظيفة عاملاً أساسياً في زيادة الشفافية، خاصة خلال الأزمات والكوارث، حيث تنتشر المعلومات والصور بسرعة تفوق الوسائل التقليدية.

3. وظيفة التعليم والتعلم الرقمي:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تعليمية متكاملة تُستخدم في نشر الدروس الافتراضية، تبادل الموارد المعرفية، وتطوير المهارات، وقد بيّن "أحمد بن عبد الله العتيبي" (2018) أن توظيف منصات مثل "فايسبوك" و"يوتيوب" في التعليم، أصبح جزءاً من بيئات التعلم الحديثة، خصوصاً في الجامعات، كما تسهم هذه المنصات في بناء مجتمعات معرفية قائمة على المشاركة والتفاعل بين الطلاب والأساتذة.

4. الوظيفة الإعلامية وصناعة الرأي العام:

تقوم مواقع التواصل بدور مهم في تشكيل الرأي العام من خلال تداول الأخبار، التغطيات الحية، التحليلات، والوسوم (الهاشتاقات) التي تركز على قضايا معينة. ويرى "McQuail": "أن منصات التواصل أصبحت إحدى الأدوات الإعلامية المؤثرة بفضل سرعتها، وانخفاض تكلفتها، وطابعها الديمقراطي الذي يتيح للجميع التعبير والمشاركة، كما أسهمت في بروز "الإعلام المواطن" الذي أعاد تعريف العلاقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية"².

¹ Danah m. boyd & Nicole B. Ellison , op cit, p p(210–230)

² Denis McQuail: **Mass communication theory**, 6th ed, SAGE Publications Ltd, 2010

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

5. الوظيفة السياسية والمشاركة المدنية

تلعب مواقع التواصل دوراً محورياً في تعبئة الجماهير وتحفيز المشاركة السياسية من خلال الحملات الرقمية، نشر البيانات السياسية، الخطاب الانتخابي، وتوجيه الرأي العام، أكدت دراسات Manuel Castells "أن الفضاء الرقمي أصبح بيئة احتجاجية وسياسية جديدة تُستخدم في بناء الحركات الاجتماعية، وهو ما ظهر بوضوح في العالم العربي خلال العقد الأخير. توفر المنصات آليات للضغط السياسي، ومراقبة السلطات، وإعادة تشكيل الفضاء العام"¹.

6. الوظيفة الاقتصادية والترويجية

تحوّلت مواقع التواصل إلى أدوات فعالة في التسويق الرقمي، الترويج للمنتجات، إدارة العلامات التجارية، واستقطاب الزبائن. كما أن المنصات مثل "فايسبوك" و"إنستغرام" أصبحت جزءاً من الاستراتيجيات التسويقية للمؤسسات، بفضل قدرتها على استهداف الجمهور الدقيق وتحليل سلوكياته. كما توفر فرصاً لرواد الأعمال لتسويق مشاريعهم بتكلفة منخفضة.

7. الوظيفة الاجتماعية والثقافية

تسهم هذه المنصات في تعزيز التفاعل الاجتماعي بين الأفراد، دعم العلاقات الأسرية، وتبادل العادات والثقافات. كما تلعب دوراً في تشكيل الهوية الرقمية للفرد والمجموعات. وتبرز هذه الوظيفة في تبادل الصور، الأحداث، الأنشطة اليومية، والمناسبات، مما يعزز الروابط الاجتماعية ويخلق نمطاً جديداً من الحياة الرقمية.

¹ Castells Manuel, *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*, Op cit, 2015

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

إن استخدام الفرد أو المجموعات لشبكة الانترنت بشكل عام، ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، يعني خروجهم من دائرة العلاقات الاجتماعية التقليدية ودخولهم حيز العالم الافتراضي، ولا يمكننا عزل الإرادة في مثل هذه السلوكيات والتصرفات.

وعليه، تتمثل أهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأفراد في ما يلي¹:

- ملأ الفراغ: نتيجة عدم تخطيط الفرد لإدارة وقته، فينتابه الإحساس بالفراغ ويجد في مواقع التواصل الاجتماعي السبيل لملء هذا الفراغ .

- التسويق والترويج: انفتاح العالم على جميع الفئات العمرية والجنسية والشخصية بفضل التطور الذي شهده العالم الافتراضي، خلق العديد من الشركات التي تستخدم الشبكات الالكترونية لبيع المنتجات والخدمات والعديد من المتاجر بفروعها الخاصة وتبيع سلعها وتغير السلوكيات الفردية نحو الشراء.

- التعارف وتكوين الصداقات: تسمح شبكات التواصل الاجتماعي بربط علاقات جديدة والمحافظة عليها، وكذلك تزيد من التبادلات التي تساهم في الإبداع الجماعي، لذلك فهي تعتبر أداة للحياة المدنية التي تساهم في تنمية مشاريع المجتمع، يعتبر البعض هذا الدافع بأنه الدافع الرئيسي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، إذ يمزج الفرد بين الصداقة الواقعية والصداقة الافتراضية، التي ربما تتعدى حدود الصداقة إلى إقامة علاقات كالزواج مثلاً أو إقامة شراكات عمل وغيرها.

- الضغوطات الأسرية: ان المشاكل التي قد يعانيها الفرد في الجو الأسري، الذي يتحول في بعض الأحيان من الاستقرار إلى عدم الاستقرار، ومن الإحساس بالأمن إلى عدمه، مما يدفع الفرد إلى البحث عن البديل فيجد في هذه المواقع الافتراضية ضالته.

¹ زينب لوشي، مرجع سبق ذكره، ص ص (88-89)

المبحث الثاني: الفاييسبوك: نشأته، خصائصه وأهم خدماته

المطلب الأول: مفهوم موقع الفاييسبوك

يُعد موقع فايسبوك أحد أبرز منصّات التواصل الاجتماعي التي أعادت تشكيل أنماط التواصل البشري والاتصال الرقمي منذ ظهوره سنة 2004، حيث تحوّل من مجرد موقع للتواصل بين طلاب الجامعات الأمريكية إلى أكبر شبكة اجتماعية عالمية، يعتمد عليها الملايين في التفاعل المعلوماتي والمعرفي والإعلامي والسياسي.

عرّف "Boyd & Ellison" موقع فايسبوك على أنه: "خدمة تعتمد على الويب تتيح للمستخدمين إنشاء ملف تعريف، وبناء قائمة من العلاقات، والتفاعل مع الآخرين داخل بنية اجتماعية محددة. ومن ثم، يُنظر إلى الفاييسبوك بوصفه فضاءً افتراضياً يدمج بين العلاقات الاجتماعية وبنية تكنولوجية ديناميكية تسمح بتداول المعلومات، إنتاج المحتوى، وإعادة تشكيل أنماط التواصل التقليدية"¹.

يرى "Kaplan & Haenlein" أن الفاييسبوك: "يمثل نموذجاً لما يُعرف بـ "مواقع الشبكات الاجتماعية" التي تسمح للمستخدمين بإنشاء محتوى يجمع بين الطابع الشخصي والطابع التشاركي، ما جعله منصة متعددة الاستعمالات في مجالات الترفيه، الاتصال، التعليم، التسويق، والسياسة"². كما يؤكد "Castells" أن الفاييسبوك: "أصبح جزءاً من البنية الاتصالية العالمية التي أعادت تعريف مفهوم الفضاء العام، من خلال قدرته على خلق شبكات تأثير واسعة تتجاوز الحدود الجغرافية والثقافية"³.

¹ Danah m. boyd & Nicole B. Ellison , op cit, p p(210–230)

² Kaplan Andreas & Haenlein Michael, op cit , p p (59- 68)

³ Castells Manuel , op cit, p 78.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

في السياق ذاته، تعتبر الأدبيات العربية أن موقع الفايسبوك "فضاء اجتماعي افتراضي يتيح للمستخدمين بناء هويات رقمية، وإقامة علاقات اجتماعية، ومشاركة مختلف أنواع المحتوى بسهولة وسرعة"، وقد أدى هذا إلى تحويل المنصة إلى مجال لتفاعل الأفراد والمؤسسات، بما في ذلك الجامعات، الشركات، الحكومات، والأحزاب السياسية، التي وجدت فيها قناة فعّالة للتواصل والإعلام والتأثير في الجمهور.

وعليه، يُمكن القول أن مفهوم الفايسبوك يتجاوز كونه موقعاً إلكترونيًا، إلى كونه بيئة اتصالية رقمية متكاملة، تُعيد صياغة العلاقات الاجتماعية وبُنى الاتصال والإعلام في العالم المعاصر.

تعرف "وائل مبارك خضر فضل الله" فايسبوك Facebook أنه "موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فايسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم. وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم".¹

يعتبر "جواد علي سلماني" أن الفايسبوك: "شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم"،² وهو أيضاً عبارة عن منصة للتفاعل بين الأفراد الذين يعرفون بعضهم بعضاً أو ينتمون إلى دوائر اجتماعية قريبة.³، وهي لا تتعدى مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط فيفري عام 2004، في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب يدعى مارك زوكر بيرج (Mark Zuckerberg) وكانت مدونة الفيسبوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقائه.⁴

¹ وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سبق ذكره، 13.

² جواد علي سلماني: الإعلام والمجتمع، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 130.

³ Godefroy dang nuyen, Virginie Lethias: impact des réseaux sociaux sur la sociabilité- Le cas de facebook-, Dans Réseaux, N 195, P 172 .

⁴ جواد علي سلماني: مرجع سبق ذكره، ص 130.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

يحتل موقع فايسبوك الموقع الثالث بعد موقعي غوغل ومايكروسوفت، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص، وأصبح مؤسس الفايسبوك أصغر ملياردير في العالم، حيث أصبحت تقدر قيمة الفايسبوك أكثر من خمسة عشر مليار دولار¹، حيث استطاع موقع الفايسبوك تطوير نظام يسمح للمعلنين باستخدام المعلومات التي يقدمها مستخدمو الشبكة عن أنفسهم، وهو ما ينفيه زوكر بيرج إذ أن مثل هذا النظام يثير بعض التساؤلات حول مدى الخصوصية التي يتمتع بها مستخدمو الشبكة.²

المطلب الثاني: السياق التاريخي لتطور موقع الفايسبوك

يشكل موقع الفايسبوك إحدى أهم المنصات الرقمية التي شهدت تطوراً سريعاً وغير مسبوق منذ تأسيسه، فانطلق الموقع رسمياً في الـ 04 فيفري 2004 على يد الطالب Mark Zuckerberg مع زملائه في جامعة Harvard بهدف إنشاء شبكة للتواصل بين الطلبة داخل الحرم الجامعي. لم يكن الموقع في بداياته مشروعاً تجارياً واسع المدى، بل أداة طلابية ذات نطاق محدود. غير أن الإقبال الكبير عليه وتحوله إلى وسيلة تفاعلية فعالة دفع مؤسسيه إلى توسيع نطاقه تدريجياً ليشمل جامعات أمريكية أخرى، ثم ليتحوّل سنة 2006 إلى موقع متاح للجمهور العالمي دون قيود جغرافية أو أكاديمية.

شهد الفايسبوك مرحلة توسّع جوهريّة بين 2007 و2012، حيث أصبح علامة فارقة في مسار تطور الشبكات الاجتماعية. في سنة 2007، تم إطلاق "Facebook Platform" التي سمحت للمطورين بإنشاء تطبيقات داخل الموقع، مما أسهم في تنويع استخداماته وإضفاء طابع تفاعلي أكبر. وخلال سنة 2009 أطلقت خدمة زر الإعجاب (Like) التي أصبحت لاحقاً إحدى أبرز

¹ علاء الدين محمد عفيفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعية العالمية، ط 1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية-مصر، 2015، ص 161

² عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2010، ص 186

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

أدوات التفاعل في المنصات الرقمية. كما مكن إدراج خاصية الصفحات (Pages) الشركات والمؤسسات والشخصيات العامة من التواصل المباشر مع جمهور واسع، ما عزز مكانة الفايسبوك كفضاء ذي طابع اجتماعي وإعلامي وسياسي.¹

بحلول سنة 2012، سجّل الفايسبوك لحظة تاريخية في مساره بدخوله البورصة الأمريكية، وهو ما اعتُبر تثبيتاً لصورته كأكبر شركة اتصالية رقمية في العالم. وفي السنة نفسها، تجاوز عدد مستخدميه مليار مستخدم نشط شهرياً، مما جعله أكبر شبكة اجتماعية على الإطلاق. وقد رافق ذلك توسّع في بنيته التقنية من خلال الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي، تطوير خوارزميات المحتوى، وتحسين أنماط التفاعل بين الأفراد والمؤسسات.

تميّزت الفترة الممتدة بين 2015 و2020، بتحوّل الفايسبوك إلى منظومة اتصالية متكاملة عبر مجموعة خدمات موازية، أبرزها: WhatsApp، Instagram، Messenger، ما جعله نظاماً بيئياً متشابكاً للأخبار والمحتوى والاتصال الشخصي والتجاري. كما تم تعزيز خصائص البث المباشر (Facebook Live) التي أطلقت سنة 2016²، إضافة إلى تطوير خاصية المجموعات (Groups) التي أصبحت فضاءات للتعليم، النقاش، وتنظيم الفعاليات الافتراضية.

من جهة أخرى، دفعت الانتقادات المرتبطة بالخصوصية والأخبار الزائفة إدارة الفايسبوك إلى إدراج سياسات جديدة منذ 2018 تهدف إلى تعزيز الأمان الرقمي، محاربة المحتوى المضلل، وتحسين إدارة البيانات. وقد انعكست هذه القرارات على طبيعة الخوارزميات وعلى أولويات المحتوى المعروض للمستخدمين.

¹ Danah m. boyd & Nicole B. Ellison , op cit, p p(210–230)

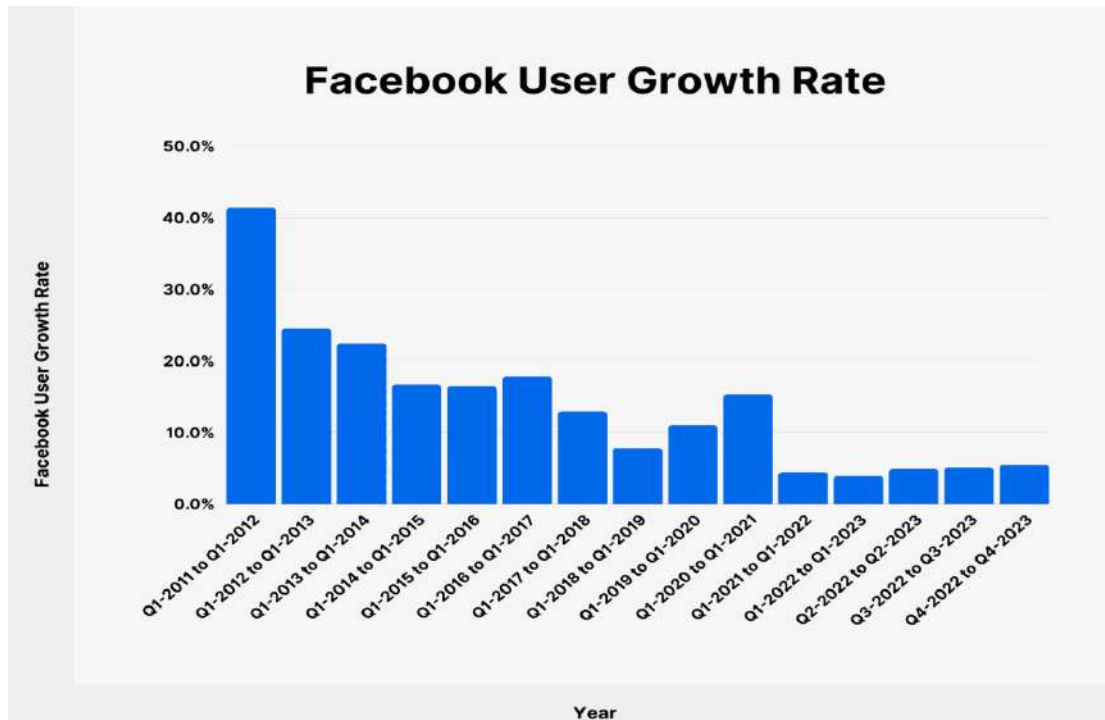
² Niels Brugger : A brief history of Facebook as a media text – The development of an empty structure, First Monday journal, vol 20, N°5, P 4

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

في السنوات الأخيرة، خطا الفيسبوك نحو رؤية اتصالية جديدة مع إطلاق الشركة الأم سنة ، لترسيخ مفهوم الميتافيرس باعتباره امتداداً لتجربة الاتصال الرقمي ثلاثي الأبعاد، وهو ما يشير إلى استمرار التطور التكنولوجي والبشري للمنصة، وتوجهها نحو دمج الواقع الافتراضي والمعزز في تجربة المستخدم.

بقي تطور عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم في تزايد مستمر حتى مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى على غرار إنستغرام، يوتيوب، تويتر وغيرها، خاصة خلال أكتوبر 2021 لما أعلنت الشركة الأم لشبكة التواصل الاجتماعي " Facebook " أنها ستعيد تسمية علامتها التجارية تحت اسم " Meta " وهي علامة تجارية تجمع كل التطبيقات التابعة للشركة (فيسبوك، إنستغرام، واتساب، أوكولوس) بعد أن ضمت هذه الشبكات إلى الشركة بعد شرائها من مالكيها- إنستغرام سنة 2012 مقابل مليار دولار واتساب سنة 2014 مقابل 19 مليار دولار¹، ويعد هذا خطوة جد كبيرة بالنسبة للشركة التي استحوذت على شبكات لاقت رواجاً كبيراً من طرف الجمهور وأصبحت تنافس فيسبوك، وهذا مادفعها إلى التوسع بين الأفراد أكثر وأكثر وذلك بفضل توظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي للربط بين هذه المواقع خاصة مايتعلق بالإعلان من جهة ومن أجل الانتشار من جهة أخرى، ونوضح في الشكل الموالي استمرار تطور شبكة فيسبوك في العالم من السنة 2012 إلى السنة 2023.

¹ Organimi : Facebook s Organizational Structure , 2024, Visited on 4.09.2024, At 23.33 Available at link , <https://www.organimi.com/organizational-structures/facebook/>



الشكل رقم 03 : يوضح معدل نمو مستخدمي فايسبوك من سنة 2012 إلى سنة 2023¹

يعكس التطور التاريخي لموقع الفاييسبوك انتقاله من منصة بسيطة للتواصل الجامعي إلى بنية اجتماعية-إعلامية كونية ذات تأثيرات عميقة في السياسة، الاقتصاد، المجتمع، والاتصال البشري المعاصر.

المطلب الثالث: خصائص وميزات موقع الفاييسبوك

يُعدّ موقع الفاييسبوك من أبرز المنصّات الرقمية التي أعادت تشكيل بنية التواصل الاجتماعي منذ ظهوره سنة 2004. وتعود مكانته المركزية إلى مجموعة من الخصائص التقنية والاتصالية التي جعلت منه فضاءً دينامياً لتداول المعلومات، وتشكيل الهوية الرقمية، وبناء المجتمعات الافتراضية، وممارسة مختلف أشكال التفاعل السياسي والاجتماعي.

¹ Backlinko Team : Facebook User et Growth Statistics, 2024, Visited on 4.09.2025, At 21.31, Available at link <https://backlinko.com/facebook-users>

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

1. خاصية سهولة الاستخدام¹:

تُعدّ سهولة الاستخدام إحدى أهمّ المميزات التي أسهمت في انتشار الفايسبوك عالمياً ومحلياً. فالمنصة تعتمد واجهة تفاعلية بسيطة تتيح للمستخدم إدارة حسابه، نشر المحتوى، وتعديل معلوماته دون الحاجة إلى خبرة تقنية. إن بساطة تصميم الواجهة (User Interface) وتنظيم الأدوات بطريقة تفاعلية مكّنت مختلف الفئات العمرية من استعمال الفايسبوك، بما في ذلك فئات لم تتعامل سابقاً مع التكنولوجيا الرقمية.

سمحت هذه السهولة بتنظيم حضور المستخدم الرقمي عبر بناء ملف شخصي يعكس جوانب من هويته الاجتماعية، المهنية، الثقافية، والانفعالية. فالهوية الرقمية في الفايسبوك ليست مجرد بيانات تقنية، بل تمثيل رمزي للذات يقوم المستخدم بصياغته وإعادة تشكيله باستمرار، من خلال الصور الشخصية، المنشورات، طريقة التفاعل، الانضمام إلى المجموعات، وحتى نوعية الصفحات التي يتابعها. وهنا يتحول الفايسبوك إلى مساحة لبناء "ذات افتراضية" تتقاطع مع الذات الحقيقية، وقد تتجاوزها أحياناً.

2. خاصية التفاعل الفوري والمتعدد الأشكال

يتميز الفايسبوك بقدرته على تحقيق تفاعل لحظي ومتعدد الأشكال بين المستخدمين²، وهو ما يجعله منصة "تشاركية" بامتياز. فالمستخدم قادر على التعليق، الإعجاب، الرد، المشاركة، أو التفاعل بالرموز التعبيرية، وهو ما يزيد من ثراء الاتصال ويمنحه بعداً انفعالياً ومعلوماتياً في الوقت ذاته.

¹ بدر الدين بن بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين : الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجاً، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014، ص 67.

² حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط 4، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ص 85

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

تشكل هذه الاستجابات السريعة بنية جديدة في الاتصال الرقمي؛ حيث لم يعد المتلقي مستهلكاً سلبياً للمحتوى، بل فاعلاً رئيسياً في إنتاجه وتعديله ونشره. كما أن تنوع أدوات التفاعل سمح بظهور أنماط جديدة من العلاقات الاجتماعية (Digitales Relations)، تقوم على القرب الافتراضي، والمشاركة المعرفية، والتأثير المتبادل بين الأفراد والجماعات.

تكمُن قوة التفاعل في الفيسبوك في سرعة الوصول والانتشار الطبقي للمحتوى (Propagation Virale)، وهو ما يمنح المنصة قوة كبيرة في الحملات الإعلامية والسياسية.

3. تمازج الشفاهية والكتابية في لغة الفيسبوك

إن جميع أنماط التواصل والتفاعل داخل شبكة الفيسبوك، تتناقش على الممارسة اللغوية، من شفاهية محادثات وكتابية التحرير، فضاء المستخدم، أي: الرسالة، والتعليقات والمنشورات، وكذا الصور الملحقة، ومن حيث كونه فن التعبير اليومي حيث تتنوع الوسائل الإعلامية في صيغة واحدة، تجمع بين النص المكتوب والصوت المسموع والصورة، ويتضح أن دور الكتابة أساسي في جميع برامج وتطبيقات الفيسبوك، نشراً ومراسلة وتعليقاً، ويتضح كذلك ميل المتواصلين للكتابة وتفضيلهم إياها من المشاهدة الصوتية في كثير من الأحيان، رقم توفر الفيسبوك على تقنيات التواصل المنطوق وهذا ما يجعله "كلام الشبكة مشوقاً، بوصفه شكلاً من أشكال التواصل، باعتماده على الخصائص التي تعتمد على نمطي الكلام والكتابة معاً.¹

¹ خضير محمد العربي: تفاعلية لغة الفيسبوك المكتوبة وأثرها في رسم التعدد اللغوي وتعزيز الثقافة، مجلة القارئ للدراسات الأدبية والنقدية واللغوية، المجلد 04، العدد 04، 2021، ص 583.

4. التنوع في المحتوى :

يستخدم موقع الفايسبوك مختلف الشرائح الاجتماعية كالتأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، وكذا الكاتب للتواصل مع القراء، كما أصبح بالإمكان كل من يريد النشر والمشاركة عن طريق وسائل الإعلام وفي مقدمتها فايسبوك أن يقوم بكل ذلك دون إشكالات، سواء ما تعلق بضيق المساحة أو بغيره، إضافة إلى الاستفادة من الروابط المتشعبة والمواقع المتنوعة المدرجة على صفحات أو حسابات هذه الشبكات.¹

5. خاصية تعدد الوسائط وتكاملها :²

يُتيح الفايسبوك دمج مختلف الأشكال الاتصالية داخل منصة واحدة: النص، الصورة، الفيديو، الرسوم التوضيحية، البث المباشر، والروابط الخارجية. إن تكامل الوسائط يجعل الرسالة الاتصالية أكثر قدرة على الإقناع واستقطاب الانتباه، لأن المستخدم يتفاعل بشكل مختلف مع كل وسيط. فالفيديوهات قصيرة المدة (Short Videos) تُعد الأكثر جذباً، في حين، أن البث المباشر يوفر إحساساً بالواقعية والشفافية، تُسهم هذه الخاصية في منح الفايسبوك بعداً إعلامياً قوياً، إذ باتت المنصة تُستخدم كأداة لنشر الأخبار، تحليل الأحداث، تقديم الشروحات، وحتى إجراء المؤتمرات الصحفية الرقمية.

6. خاصية إنشاء المجتمعات الافتراضية وتنظيم العلاقات الاجتماعية :

تمكّن خاصية المجموعات (Groups) من جمع مستخدمين ذوي اهتمامات مشتركة داخل فضاء افتراضي منظم، مما يعزز تبادل الخبرات والمعلومات ويقوي الروابط الاجتماعية.

¹ علي خليل شقرة: الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 57

² أعمر يوسف: التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الأمن القومي الدولي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 7، م 2، 2017، ص 794

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

تُستخدم هذه المجموعات اليوم في التعليم، العمل الجماعي، الحملات الاجتماعية، وأيضاً في الحراك السياسي، حيث تُعد أداة فعّالة لتنظيم الفعاليات، التعبئة، وتداول المعلومات خارج قنوات الإعلام التقليدي، كما تتميز المجموعات بقدرتها على خلق "بيئة نقاشية مغلقة" قد تكون أكثر حرية من الصفحات العامة، مما يتيح تنامي ثقافة الحوار الرقمي، ويعزز التعبير عن الرأي في سياقات اجتماعية وسياسية حساسة.

7. خاصية الانتشار السريع للمحتوى (السرعة والديناميكية):¹

يعتمد موقع الفيسبوك على هندسة شبكية، تجعل المحتوى ينتقل بسرعة كبيرة بين المستخدمين عبر آلية المشاركة (Share)، وهذا الانتشار يعتمد على علاقات الصداقة، الانضمام للمجموعات، والتفاعل مع الصفحات العامة، إذ يؤدي كل تفاعل إلى زيادة احتمالية وصول المنشور إلى دوائر اجتماعية جديدة، وهو ما ظهر بوضوح خلال جائحة كورونا وأثناء الانتخابات في عديد الدول.

من هذا المنطلق، أصبحت قدرة موقع الفيسبوك على الانتشار السريع أداة مهمة في:

- الحملات السياسية
- الحملات الصحية
- التعبئة الاجتماعية
- التضامن المجتمعي

¹ ابتسام بدري: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وإحداث التغيير في دول الحراك العربي، م العلوم الإنسانية، ع 47، 2017، ص 40.

8. سهولة نشر الأخبار:

باتت شبكات التواصل الاجتماعي، ولاسيما "فايسبوك" مصدر أصيلاً من مصادر الأخبار للكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، وقد تميزت باستقطاب الباحثين عن الأخبار ومواقع الأخبار المتخصصة، وقنوات إخبارية كبيرة في أحداث مختلفة سابقة، وكان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام، كما تستخدم في المشاركة الإخبارية، وفي استقطاب الباحثين عن الأخبار سواء بشكلها المكتوب أو المسموع أو المقروء أو المصور أو الفيديو، ويركز موقع فايسبوك عموماً على الحصرية في مجال الأخبار اليومية ويمتاز بالسبق مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.¹

9. خاصية الربط بين الأفراد والمؤسسات في بيئة رقمية واحدة:

وهو ما يصطلح عليه بالتشاركية، حيث أصبح بإمكان المستخدم إثراء منشوراته عبر صفحته الشخصية من خلال التعليقات والإعجاب والتواصل مع أي شخص آخر بطريقة سلسلة²، وهي من بين أهم خصائص الفايسبوك، قدرته على جمع فواعل متعددة داخل فضاء واحد: أفراد، شركات، مؤسسات إعلامية، أحزاب سياسية، منظمات مجتمع مدني وغيرها، حيث أعاد الفايسبوك صياغة العلاقة بين المواطن والمؤسسة، من خلال فتح قنوات اتصال فورية تسمح بالوصول إلى المعلومات، تقديم الشكاوى، متابعة الأنشطة، أو حتى مراقبة أداء المؤسسات.

هذا التكامل بين الفاعلين جعل الفايسبوك فضاء عاماً تفاعلياً، تتقاطع فيه المصالح، وتتلاقى من خلاله الخطابات الرسمية وغير الرسمية.

¹ بن عبو وليد: شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية... نظرة في الاستخدامات - دراسة تحليلية لموقع الفيس بوك، مجلة الخطاب والتواصل، ع 1، المجلد 1،

2018، ص ص (17-18)

² حسين محمود هتيمي، مرجع سبق ذكره، ص 85

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: خدمات موقع الفايسبوك

إن شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع الفايسبوك، مازالت لحد الآن تثير ضجة إعلامية كبيرة، ذلك أنها الطرق المستقبلية للمعلومة السريعة، ولها عدة أبعاد أهمها سياسية اجتماعية وتقنية.

أولاً: الأبعاد الخدمائية لموقع الفايسبوك

1. البعد الاجتماعي:

■ تكوين الصداقات: تجمع الشبكة بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية، فنجحت الشبكات عامة ومنصة الفايسبوك خاصة في الجمع بين الاهتمامات المشتركة مثل طلبه تخصص معين، أساتذة، موظفي قطاع معين وغيرهم، وإمكانية تفعيل هذه الصداقات واردة، وتتبلور حول تأسيس رأس مال اجتماعي، يمتد للسياق الواقعي من السياق الافتراضي، كما أنها تتيح فرصة للتواصل ليس فقط في إطار المستوى المحلي إنما على المستوى الدولي كذلك.

■ عضوية الجماعات: استطاعت شبكة الفايسبوك أن تجمع في طياتها الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة، وقد تكون محلية أو دولية، والمتأمل واقع الفيسبوك وانتشاره يدرك من خلال ملاحظته انتشار الجماعات الفكرية والنقابية مثل الجامعات والمعاهد والمدارس، كما توجد جماعات مرتبطة بالهيئات الرسمية مثل المديرات والهيئات الإدارية، والوزارات، أصحاب المهن.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

يمكن النظر لهذا التغير الاجتماعي¹ الحادث برؤية حتمية، التحول في مسارين أولهما يعرف بالحتمية التقنية Technological Determinism وثانيهما يعرف بالحتمية الاجتماعية Social Determinism ، ولكلا المسارين وجهات نظر تدعم تفسيره. وتبرز الحتمية الاجتماعية في مقابل الحتمية التقنية على أساس أن القوى الاجتماعية بأنواعها، تمتلك زمام تطور التكنولوجيا، وهي من تؤثر في تطويرها وتوجيهها، وتعد الوسائل الاتصالية الحديثة عنصرا هاما في عملية التغير في المجتمعات، كما أن التحليل السوسيولوجي لإقبال الفرد خاصة منه الشباب على موقع الفتييسوك يتجه نحو الدردشة والتواصل بين المستخدمين، وهذا راجع للتححرر الموجود على العملية الاتصالية على هذه الشبكة بالدرجة الأولى، وبذلك يمتلك حرية التعبير حتى وإن كانت مختلفة عن آراء الآخرين.²

2. البعد السياسي:

استعمل "باراك أوباما Barak Obama" المدونات السياسية أو المدونات الانتخابية، واستطاع أن يصنع المعجزة باستخدام وسائل الإعلام الجديد، بداية من المدونات وانتهاء بالشبكات الاجتماعية ممثل في الفيسبوك وماي سبيس وغيرها، كما أن الدور التوعوي لشبكات التواصل الاجتماعي على غرار فايسبوك، برهنت على دقة توقعاتها باستباقها لنتائج الانتخابات الأمريكية النصفية، وهو ما أثبتته نتائج دراسة نشرها الفريق السياسي لشبكة فايسبوك، حيث أشارت النتائج أن غالبية المرشحين لديهم عدد كبير من الأنصار على صفحاتهم تفوقوا في الانتخابات (74٪ منهم في الغرفة الأولى 81٪ في الغرفة الثانية)³

¹ ساسي سفيان: سوسيولوجيا التواصل الاجتماعي الافتراضي، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد 03، المجلد 10، 2017، الجزائر، ص ص (314-316)

² طارق طراد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي " الفاييس بوك " في التواصل السياسي للشباب الجزائري، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2016، ص 62

³ بن عبو وليد: شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية... نظرة في الاستخدامات —دراسة تحليلية لموقع الفيس بوك، مجلة الخطاب والتواصل، العدد 01، 2018، الجزائر، ص ص (13.14)

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

تسهم شبكة فايسبوك وتناميها في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني الجزائري مثل الجمعيات المدنية والأحزاب السياسية، حيث بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي، إذ يتم الترويج للأفكار والبرامج السياسية التي تتبناها.¹

تلعب الجماعات المنتشرة على منصة الفاييسبوك دوراً فعالاً في تعبئة الرأي العام اتجاه بعض القضايا السياسية التي تعمل على إعادة صياغة الواقع على غرار ما حصل في الإضرابات مثل حركة الشباب البطالين التي نظمت افتراضياً، والدعاية الانتخابية خلال الانتخابات الرئاسية المبرمجة أفريل 2014، وكذا الحراك الشعبي الجزائري لسنة 2019 الذي أطاح بنظام حكم بأكمله، وعمود ذلك تكوين جماعات عبر شبكة فايسبوك على الصعيد المحلي، أصبحت بوابة للعمل السياسي ونشر الوعي السياسي، وكذا تنوير الرأي العام، وحشد المحتجين وتنظيم الصفوف كل يوم جمعة، إضافة إلى تنظيم صفوف الطلبة كل يوم الثلاثاء للخروج في مسيرات أسبوعية وتوظيف الحملات والهاشتاغات عبر الشبكات الاجتماعية لاسيما فايسبوك²

على الرغم من تأثير منتجات الإنترنت بما فيها شبكة فايسبوك اجتماعيا وسياسيا، إلا أنه لا يمكن الجزم أنها العامل الوحيد في إحداث التغيير داخل المجتمعات، إذ يبين الواقع تساند عدة عوامل اقتصادية، تعليمية، جغرافية تكنولوجية إيديولوجيا موجهة، تتفاعل هذه العوامل لإحداث التغيير

¹ ساسي سفيان، مرجع سبق ذكره، ص ص (317.318)

² سهيلية سماح، محي الدين فرحات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر- دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفاييسبوك في الوسط الطلابي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 02، المجلد 04، جوان 2020، الجزائر، ص14

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً: آليات التواصل بين أعضاء موقع فايسبوك

1. التعليقات (Comments)

ان خاصية التعليقات متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمة لها، ذلك يعتبر أيضاً على تصنيفات المهمة، على المستخدم أن يكتب تعليق في مساحة التعليقات والحفظ على رمز comment لعمل تعليق وعلى أي مساحة يمكن أن تضيف ورقة موقع أو صورة.

2. الإشارة (Tags)

تكون خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو والتغريد، حيث يمكنك أن تضيف إيماءة لصفحات عبر الإشارات لهم في صوتك أو في مقطع الفيديو. قم عبر الفيس بوك وبالتالي سيرسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

3. الإعجاب (Like)

ان خاصية "معجب" أيضاً متاحة بنفس آلية التعليقات، متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمة لها. ذلك يعتبر أيضاً على السلاميات الممنوحة. يقوم المستخدم أن يقوم بعمل "معجب like" لأي نص أو صورة أو صفحة أو مجموعة¹.

عموماً، يُقدّم موقع الفاييسبوك مجموعة واسعة من الخدمات التي تجاوزت فكرة التواصل الاجتماعي التقليدي لتصبح منصة متكاملة تتيح للمستخدمين المشاركة، التعلم، التفاعل السياسي، والإبداع الاقتصادي. فقد تطورت المنصة منذ بداياتها لتدمج بين الوظائف الاجتماعية، الإعلامية، التعليمية، والتجارية، ما جعلها جزءاً أساسياً من الحياة الرقمية للمجتمعات العربية، خاصة في الجزائر.

¹ وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سبق ذكره، ص 18

ثالثاً: البناء الشكلي والوظيفي لموقع الفيسبوك

1. إنشاء الصفحات: (Pages)

تُعتبر خدمة الصفحات (Pages) من أبرز الخدمات التي يقدمها الفيسبوك، حيث تتيح للأفراد والمؤسسات إنشاء هوية رسمية، يمكن للجمهور متابعتها بانتظام، من خلال هذه الصفحات، يمكن نشر المعلومات، الإعلان عن المنتجات أو الفعاليات، وإدارة الحملات الإعلامية والسياسية بشكل منظم واحترافي، كما توفر الصفحات أدوات قياس وتحليل لتفاعل الجمهور، ما يمكن المسؤولين عن المحتوى من تحسين رسائلهم واستراتيجياتهم وفقاً لاهتمامات المتابعين.

يقوم المتصفح (المؤسسات، الأشخاص) من خلال هذه الخاصة بإنشاء صفحة على فايسبوك للتواصل مع معجبيهم من خلال نشر الرسائل أو الصور والفيديوهات، من أجل استقبال إعجاب وتعليقات تعبر عن مدى التفاعل مع تلك الرسائل من طرف الجمهور المتابع.¹

2. تكوين المجموعات: (Groups)

توفر المنصة خدمة المجموعات (Groups) التي تمثل فضاءً افتراضياً لتنظيم النقاشات وتبادل الخبرات بين المستخدمين ذوي الاهتمامات المشتركة. وتتيح هذه المجموعات فرصاً كبيرة للتفاعل الاجتماعي، سواء لأغراض تعليمية أو مهنية أو اجتماعية أو سياسية. فالمجموعات تتيح بيئة نقاشية أكثر حرية مقارنة بالصفحات العامة، مما يشجع على التعبير عن الرأي والمشاركة الفاعلة، ويسهم في تعزيز النقاشات الرقمية وبناء شبكات اجتماعية داعمة للأفكار المشتركة.

¹ غضبان غالية: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية لدى الطلبة الجامعيين في ظل العولمة الإعلامية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2018، ص 81.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

تمتاز هذه المجموعات بكونها تجمع ذوي الاهتمام المشترك حيث يمكنك إنشاء مجموعة تحت اسم معين ولأهداف محددة، لها مشرف على النشر -أدمن- أو عدة مشرفين وتكون أشبه بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة لهو معرفة عدد الحاضرين من غير الحاضرين.¹

3. البث المباشر: (Facebook Live)

من الخدمات المميزة الأخرى، نجد خدمة البث المباشر (Facebook Live)، (الفيديو المباشر)² (En direct) التي تمكن المستخدمين من تقديم محتوى مباشر للجمهور، مما يخلق شعوراً بالمشاركة اللحظية والتفاعل الفوري، أصبحت هذه الخدمة أداة فعالة في المؤتمرات الصحفية الرقمية، التعليم عن بعد، الحملات الاجتماعية، ومتابعة الأحداث الجارية، حيث يُتيح البث المباشر للجمهور التفاعل اللحظي مع المحتوى، ويزيد من مصداقيته وفاعليته مقارنة بالمحتوى المسجل مسبقاً.

يُتيح تطبيق Messenger التواصل الفردي أو الجماعي الفوري، سواء عبر النصوص، الصور، مقاطع الفيديو أو الملفات. وتُعتبر هذه الخدمة مكملًا للتواصل العام عبر الصفحات والمجموعات، إذ تمنح المستخدم القدرة على التواصل المباشر مع الأصدقاء أو جمهور محدد، وتسهيل الاجتماعات الافتراضية وتبادل المعلومات بسرعة، كما أن الرسائل الفورية تعزز التواصل الشخصي والمهني بشكل كبير.

¹ رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفيسبوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي - دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، 2018، ص 134.

² نور الدين دحمان: توظيف الأحزاب السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي وأثره على المشاركة السياسية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2020، ص 111.

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

بالإضافة إلى ذلك، يقدم موقع الفيسبوك خدمة الإعلانات الموجهة (Facebook Ads) التي تمكن الأفراد والمؤسسات من الإعلان واستهداف الجمهور بدقة، اعتماداً على البيانات الديموغرافية والسلوكية للمستخدمين، أصبح هذا النوع من الإعلانات أداة رئيسية للحملات السياسية والتجارية، لما يوفره من إمكانية قياس الأداء وتحليل التفاعل مع الرسائل بشكل ديناميكي، مما يساعد على تحسين فعالية الحملات وتحقيق أهدافها.

4. ألبومات الصور وإرسال الرسائل:

تسمح هذه الخاصية بإرسال رسائل مباشرة إلى أي مستخدم لهذه الشبكات، سواء كان في قائمة الأصدقاء أو لا، أما ما يتعلق بألبومات الصور فتتيح هذه الخاصية للمستخدمين إنشاء عدد غير محدود من الألبومات وتحميل عدد كبير من الصور عليها، وإتاحة مشاركة الصور مع الأصدقاء، للاطلاع والتعليق عليها، كما يمكن استعمال منها كصورة أو الحساب سواء صورة الملف الشخصي (photo de profile) أو صورة الغلاف (photo de couverture).¹

إن موقع الفيسبوك هو الشبكة الاجتماعية الأكثر شهرة في العالم، ومع ذلك يحل الأبعاد المختلفة لحياة مستخدميه على الشبكة وتفضيلاتهم ثم يدعو المعلنين إلى استهدافها، لذا قامت الشركات والمؤسسات بادراج هذه الخدمة على مواقعها على الويب، وهي خاصية تسمح بتسجيل نشاط المستخدمين، وتتيح لهذه الشركات الحصول على إعلانات أفضل لمواقعها، علاوة على ذلك لدى فيسبوك أداة تسمح للمعلنين بربط التحويلات والمشتريات غير المتصلة بالانترنت بالمستخدمين، أي تتبع نشاط المستخدمين غير المتصلين بالإنترنت، بعد أن شاهدوا إعلاناً عبر فيسبوك أو نقروا عليه، ان بينت دراسة أن شبكة فيسبوك تجعل من السهل على المستخدمين معرفة كيفية تصنيف خوارزمية الموقع لأهم لاهتماماتهم من خلال صفحة تفضيلات الإعلانات الخاصة بهم، ومع ذلك أجاب (74٪) منهم أنهم لم يكونوا على علم بوجود هذه القائمة التي تضم

¹ غالبية غضبان، مرجع سبق ذكره، ص 81

الفصل الثاني: التأصيل النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

سماتهم واهتماماتهم. بشكل عام، يمكن لمجموعة المعلومات على ملف تعريف المستخدم أن تغطي التركيبة السكانية للمستخدمين ولشبكات العلاقات والميول السياسية، وأحداث الحياة وتفضيلات الطعام والهوايات واهتمامات الترفيه والأجهزة الرقمية التي يستخدمونها.¹

يتيح موقع الفايسبوك أدوات التحليل الإحصائي والتقارير (Insights & Analytics) التي تساعد المسؤولين عن الصفحات والمجموعات على متابعة أداء المنشورات، معرفة اهتمامات الجمهور، وتحليل مستوى التفاعل. وتُعد هذه الأدوات أساسية لفهم سلوك المستخدمين الرقمي واتخاذ قرارات استراتيجية دقيقة في إدارة المحتوى.

يضم كذلك موقع الفايسبوك:

- الإشعارات: Notifications: تستخدم للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بآخر التحديثات على المنشورات التي قام بالتعليق عليها سابقا.
- خدمة: Video sur Watch: وهي مقاطع فيديو حصرية يقدمها الفيسبوك لمستخدميه، وهي الفيديوهات الأكثر مشاهدة ورواجا لدى مستخدمي الإنترنت، وهي خدمة ينافس موقع الفيسبوك القنوات الموجودة عبر موقع اليوتيوب.²
- يضم الفايسبوك خدمات إضافية أخرى مثل Marketplace للتجارة الإلكترونية، وFacebook Watch لمشاركة الفيديوهات الطويلة، بالإضافة إلى تكامله مع Instagram وWhatsApp لتسهيل التواصل متعدد المنصات، وأدوات التعليم الرقمي مثل الفصول الافتراضية والمجموعات التعليمية. وتحوّل هذه الخدمات المتنوعة الفايسبوك إلى بيئة رقمية متكاملة تجمع بين التعليم، الترفيه، الإعلام، التجارة والسياسة، مما يجعلها منصة مركزية في الحياة الرقمية الحديثة.

¹ Paul Hitlin, Lee Rainie : Facebook Algorithms and personal Data, pew Research Center, January 2019, p6

² نور الدين دحمان، مرجع سبق ذكره، ص 112.

خلاصة:

بيّن هذا الفصل التحولات العميقة التي أدخلتها مواقع التواصل الاجتماعي على بنية الاتصال المعاصر، إذ أصبحت هذه المنصات فضاءات مركزية لإنتاج المحتوى وتداوله، ولتنظيم التفاعلات الاجتماعية خارج حدود الزمان والمكان، وأوضح التحليل أنّ مواقع التواصل الاجتماعي تطورت من شبكات بسيطة للتعارف إلى منظومات اتصالية عالمية، تقوم على المشاركة والتفاعلية والانتشار الفوري، وهو ما منحها قدرة غير مسبوقة على التأثير في السلوك الفردي والجماعي.

أبرز الفصل الخصائص الاتصالية التي تميز هذه المنصات، وعلى رأسها الطابع الشبكي، وسهولة الاستخدام، وتعدد الوسائط، وتكامل الأدوار بين المرسل والمتلقي، ما جعل منها بيئة خصبة للتفاعل الاجتماعي والثقافي والإعلامي. وتم تخصيص جزء من الفصل لدراسة منصة الفايسبوك باعتبارها النموذج الأكثر انتشاراً، حيث ظهر أنها تمثل فضاءً متعدد الوظائف يجمع بين التواصل الشخصي، وصناعة المحتوى، وتشكيل الجماعات الرقمية، إلى جانب حضورها المتنامي في الحياة العامة.

خلص الفصل إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم ركيزة أساسية في تشكيل الفضاء العام الرقمي، وفاعلاً مؤثراً في العلاقات الاجتماعية وصناعة الرأي العام، كما يشكل فهم خصائصها ووظائفها مدخلاً ضرورياً لتحليل ظاهرة المشاركة السياسية في البيئة الرقمية، وهو ما يمهد للانتقال نحو الفصول اللاحقة من الأطروحة.

الفصل الثالث :

التأصيل النظري للمشاركة السياسية

تمهيد:

تعد المشاركة السياسية من أهم المفاهيم المحورية في ميدان العلوم والاتصال السياسي، باعتبارها المؤشر الأبرز على تفاعل المواطنين مع الشأن العام، ومدى انخراطهم في عمليات صنع القرار وتوجيه السياسات، خاصة مع التحولات الاجتماعية والسياسية في المجتمعات المعاصرة، اكتسب هذا المفهوم أبعاداً جديدة تتجاوز الإطار التقليدي، الذي ارتبط بالتصويت والانتخاب، لتشمل أشكالاً أخرى من التعبير، والمطالبة، والتأثير، بتنوع السياقات الثقافية والمجتمعية.

تُبنى المشاركة السياسية على أسس معرفية، تركز على مفاهيم الدوافع والآليات والقنوات التنظيمية، وتتأثر بعوامل متعددة، تحد من فاعليتها أو تعززها، ولأجل ذلك، يهدف هذا الفصل الثالث من الدراسة إلى تقديم إطار إبستمولوجي ومفاهيمي شامل لهذا المتغير، عبر تحليل ماهيته وأهميته، واستعراض الآليات والدوافع والمعوقات التي تحدد مستويات المشاركة، إضافة إلى إبراز أشكالها وقنواتها ومتطلباتها، بما يجعل من هذا الفصل قاعدة نظرية ضرورية للانتقال لاحقاً إلى دراسة المشاركة السياسية في البيئة الرقمية في الفصل الموالي من الدراسة.

المبحث الأول: المشاركة السياسية: ماهيتها، آلياتها ودافعها

المطلب الأول: مفهوم المشاركة السياسية وأهميتها

استخدم الباحثون في مجال العلوم السياسية معايير متدرجة، بغية تحديد وضبط دقيق لتعريف المشاركة السياسية، ابتداءً بالوعي ومتابعة القضايا السياسية، مروراً بالتصويت والاتصال بالمسؤولين السياسيين والمشاركة الفاعلة في الانتخابات، وصولاً إلى الترشح في الانتخابات وتقلد المناصب السياسية.

يعرفها "صموئيل هنتكتون" بأنها: "ذلك النشاط الذي يقوم به المواطنون بصفتهم الشخصية، بقصد التأثير في عملية صنع قرارات حكومية، سواء كان ذلك النشاط منظماً أو عفويًا فردياً أو جماعياً، سلمياً أو عنيفاً، فعالاً أو غير فعال".

في حين، ذهب عالم الاجتماع "فيليب برود" إلى تعريف المشاركة السياسية على أنها: "جميع الأنشطة الفردية أو الجماعية التي يقوم بها الأفراد وعن طريقها يتم التأثير على سير وعمل النظام السياسي".¹

تعرف "ماركيت كنوي" "conway Margaret" المشاركة السياسية بأنها: "نشاطات المواطنين التي تعبر عن محاولتهم التأثير على أساس حكوماتهم، وقد تذهب هذه النشاطات، إما إلى دعم السياسات القائمة أو السلطات المتواجدة أو أسسها، أو في تغيير واحد منها أو جميعها".²

¹ باية بن جدي، السعيد ملاح: المشاركة السياسية كآلية تحقيق التنمية السياسية والممارسة الديمقراطية في الوطن العربي: الموقفات والحلول، مجلة الحوار

الفكري، المجلد 12، العدد 14، 2017، ص ص 639-640

² سويم العزي: علم النفس السياسي - قراءة تحليلية نقدية، دار إثراء للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2010، ص 145.

يعرف "محمد السويدي" المشاركة السياسية على أنها: "تفاعل الفرد عقلياً وانفعالياً في موقف الجماعة، بطريقة تشجعه على المساهمة في تحقيق أهداف الجماعة والمشاركة في تحمل المسؤولية".¹

من جهته، عرفها "إبراهيم أبراش" في كتاب "علم الاجتماع السياسي" أنها: "إتاحة الفرصة للمواطن بأن يلعب دوراً في الحياة السياسية عن طريق إسهاماته في استصدار القرارات".² تشمل المشاركة السياسية جميع النشاطات المباشرة أو الأولية والنشاطات غير المباشرة الثانوية، ومن أمثلة المشاركة في النشاطات السياسية المباشرة تقلد منصب سياسي، عضوية الحزب، الاشتراك في المظاهرات العامة وغيرها، أما أمثلة عن النشاطات غير المباشرة فهي مثل المعرفة والوقوف على المسائل العامة، كذلك العضوية في هيئات التطوع وبعض أشكال العمل في الجماعات الأولية، وهي ذات طبيعة اجتماعية سياسية حيث من خلال هذه العملية يمكن للفرد أن يلعب دوراً في الحياة السياسية، وتكون لديه فرصة لأن يشارك في صياغة السياسة العامة لبلده، وذلك إما من خلال تقلده لمنصب سياسي أو عضوية حزب وغيرها.³

من جانبه، يعرف "صلاح منسي" المشاركة السياسية على أنها: "عملية ديناميكية، يشارك الفرد من خلالها في الحياة السياسية لمجتمعه بشكل إرادي واعي، بغية التأثير في المسار السياسي العام، بما يحقق المصلحة التي تتفق مع آرائه وانتمائه الطبقي، وتتم هذه المشاركة من خلال مجموعة من الأنشطة أهمها المشاركة في الأحزاب، والترشيح للمؤسسات التشريعية والاهتمام بالحياة السياسية والتصويت.

¹ ضيع عامر: المشاركة السياسية كأداة لترشيد الحكم من منظور أداء النظام السياسي - دراسة حالة الجزائر - تركيا، أطروحة دكتوراه جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، الجزائر، 2017، ص 22

² إبراهيم أبراش: علم الاجتماع السياسي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص 137.

³ باديس بوشامة: المشاركة السياسية وإشكالية المفهوم، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، العدد 9، جوان 2018، ص ص 42-43

من جهته، يركز "ثروت مكي" على الإرادة في المشاركة السياسية، في حين، يقرن "صلاح منسي" الإرادة بالوعي ويعتبر فعل المشاركة، فعل واعي وهذه هي الإشكالية الكبيرة التي تعاني منها الدول المتخلفة.

يرى "عبد الهادي الجوهري" أن المشاركة السياسية هي: "تلك العملية التي من خلالها يلعب الفرد دوراً في الحياة السياسية لمجتمعه، وتكون لديه الفرصة لأن يشارك في وضع الأهداف العامة، لذلك المجتمع وكذلك أفضل الوسائل لتحقيق وإنجاز هذه الأهداف".¹ تستند المشاركة السياسية إلى مبدأ أساسي يتمثل في الاعتراف بالمواطنة، بوصفها حقاً متساوياً بين جميع الأفراد، بغض النظر عن الانتماءات الاجتماعية أو الثقافية أو الدينية، فهي تجسيد عملي لفكرة أن تنظيم المجتمع وإدارة موارده ليست اختصاصاً محتكراً للنخب، بل مسؤولية مشتركة بين الدولة والمواطن، حيث يملك كل فرد القدرة على التأثير في الخيارات العامة ضمن مستوياته المختلفة: المحلي، الوطني، والإقليمي والدولي. إجمالاً، تشير المشاركة السياسية إلى مختلف الأنشطة التي يقوم بها الأفراد—بصورة مباشرة أو غير مباشرة—بهدف التأثير في عملية صنع القرار السياسي وتسيير الشأن العام.

تطور مفهوم المشاركة السياسية في ظل البيئة الرقمية

شهد مفهوم المشاركة السياسية توسعاً جذرياً في العصر الرقمي، بفعل التحولات العميقة التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال الشبكي، والتي أعادت تعريف طبيعة الفعل السياسي وأدوار الفاعلين داخل المجال العام، فقد انتقل هذا المفهوم من تركيزه التقليدي على الأنشطة المؤسسية - مثل التصويت، الترشح، والنشاط الحزبي - إلى تبني أشكال أوسع

¹ الهادي الجوهري وآخرون: المشاركة الشعبية—دراسة في علم الاجتماع السياسي، مكتبة نهضة الشرق، مصر، 1984، ص 23

وأكثر مرونة من المشاركة، تشمل التفاعل الرقمي، إنتاج المحتوى السياسي، والمساهمة في النقاش العمومي عبر شبكات التواصل، حيث عرفها الباحثون في دراستهم الكلاسيكية كما سبق وأن أشرنا آنفًا، حيث كان يُفهم مصطلح المشاركة السياسية تاريخيًا بوصفه "مجموعة الأنشطة التي يبذلها المواطنون للتأثير في القرارات الحكومية"، غير أن الثورة الرقمية أعادت صياغة هذا الإطار الضيق، لتصبح المشاركة ذات طابع أكثر فردانية، وأقل ارتباطًا بالهيكل التقليدي المتعارف عليها.

تشير الأدبيات الغربية الحديثة اليوم إلى أن الانتقال نحو "السياسة الرقمية" أدى إلى بروز ما سَمَّاه Bennett Segerberg¹ بـ "حملات الفعل الجماعي"، وهي حملات تعتمد على المبادرة الفردية عبر الفضاء الرقمي دون الحاجة إلى التنظيم الهرمي أو القيادات الحزبية. جعل هذا التحوّل الفضاء الرقمي بيئة خصبة لظهور أنماط جديدة من المشاركة السياسية، مثل الهاشتاغات السياسية، حملات الضغط الرقمي، والتعبئة الافتراضية، والتي كان لها تأثير ملموس في تشكيل الأجندة الإعلامية والسياسية في العديد من الدول.

يؤكد Castells أن شبكات التواصل الاجتماعي مثل منصة فايسبوك شكّلت "فضاءً عامًا جديدًا"، يسمح بتدفق المعلومات بشكل أفقي، ويمنح الأفراد قدرة أكبر على التأثير في المجال السياسي، مما يعزز "التمكين الرقمي" (Digital Empowerment)².

يذهب Loader & Mercea إلى أن هذه الشبكات، فتحت الباب أمام جيل جديد من الشباب، الذين لم يكونوا منخرطين في السياسة التقليدية، لكنهم يمارسون أشكالاً مبتكرة من المشاركة عبر الإنترنت، معتبرين أنها مشاركة حقيقية وليست شكلية، لأنها تؤثر في الرأي العام وتنتج تفاعلات اجتماعية وسياسية واسعة³.

¹ Lance Bennett & Alexandra Segerberg : **The Logic of Connective Action**, Information, Communication & Society, 15, 7, 2012, p p (739- 768)

² Castells Manuel , op cit, p 78

³ Barian Loader & Dan Mercea: **Social Media and Democracy: Innovations in Participatory Politics**, 1 st edition, London, 2012, p 288.

تُظهر الدراسات أنّ المشاركة السياسية الرقمية، لا تُعتبر امتدادًا وفقط للممارسات التقليدية، بل هي نسخة حديثة، قائمة على السرعة، الانفتاح، والتعبئة اللامركزية. فمن خلال الإعجابات، المشاركات، إنشاء المحتوى، والتوقيع على العرائض الإلكترونية، يستطيع المواطن التأثير في النقاش العمومي والمساهمة في تشكيل المواقف الجماعية بطريقة فورية وعابرة للحدود.

لعبت مواقع التواصل دورًا مهمًا في تعزيز "المواطنة الرقمية"، حيث أصبح المستخدمون يربطون بين استهلاك الأخبار الرقمية وبين الانخراط في أشكال متعددة من السلوك السياسي.

ففي السياق العالمي والعربي، باتت الاحتجاجات والحركات السياسية، تعتمد بشكل كبير على الشبكات الرقمية في التنظيم، النشر، والتعبئة، حيث تجلت أن القدرة على التواصل الجماهيري المفتوح عبر "فايسبوك" كانت وراء نجاح العديد من الحركات وأثبت أن التفاعل السياسي عبر الفضاء الرقمي—سواء عبر التعليق أو المشاركة أو المشاهدة—يعزز وعي الشباب بالقضايا العامة ويزيد احتمالية انخراطهم في أشكال أخرى من المشاركة.

أصبح الفضاء الرقمي اليوم، مكونًا أساسيًا في تعريف المشاركة السياسية، ليس بصفته قناة إضافية، بل بوصفه بيئة جديدة، تُعيد تشكيل السلوك السياسي وفق منطق شبكي، يقوم على الاتصالية، الفورية، وإزالة الحواجز التقليدية أمام التعبئة والمشاركة.

أهمية المشاركة السياسية

تكتسي المشاركة السياسية أهمية محورية داخل البناء الديمقراطي الحديث، إذ تعدّ أداة لضمان الحقوق وآلية للدفاع عن المصالح الفردية والجماعية، فحين، يُسمح للمواطن بأن يكون طرفاً فاعلاً في اتخاذ القرار، يكتسب قدرة أكبر على السيطرة على حياته اليومية والمساهمة في توجيه المسار العام للمجتمع. ومن خصائصها نذكر ما يلي¹:

- المشاركة السياسية هي إحدى أركان التنمية السياسية.
- المشاركة السياسية لا تتم في غياب الحرية الإعلامية وتدفق المعلومات.
- المشاركة السياسية تنبع من الإقناع وهي مرتبطة بالوعي السياسي والتنشئة السياسية.
- تتم المشاركة من خلال المؤسسات الرسمية وغير الرسمية وينضم إليها الراغبون طوعية.
- المشاركة السياسية تكون بعيدة عن كل ترغيب أو ترهيب.

تُعتبر المشاركة السياسية معياراً حاسماً للتمييز بين الأنظمة الديمقراطية والأنظمة السلطوية، فالأنظمة الديمقراطية تقوم على حرية التعبير، وتكافؤ الفرص، والمساواة في الحقوق والواجبات، وتتيح قنوات مفتوحة للمشاركة، في حين تعمل الأنظمة المغلقة على الحدّ منها أو التحكم فيها بدراجات مختلفة من بلد لآخر.

¹ نبيل دريس: الديمقراطية التشاركية - مقاربات في المشاركة السياسية، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2017، ص 69.

تمثل المشاركة السياسية أحد محركات التنمية السياسية، لأنها تسهم في إعادة

توزيع السلطة بين الدولة والمجتمع، وتعزيز الشفافية والمساءلة، وهي تتسم أيضا بما يلي¹:

■ حق وواجب في آن واحد: حيث أن للمواطن الحق في المشاركة السياسية من خلال ترشيح نفسه أو مناقشة القضايا السياسية واختيار من يمثله، وواجب كونه مطالب بأن يؤدي ما عليه من التزامات ومسؤوليات اتجاه وطنه.

■ سلوك مكتسب: فهي ليست عملية فطرية يولد بها الإنسان أو يرثها، بل هي عملية مكتسبة

يتعلمها الشخص بالممارسة، ومن خلال تفاعله في المجال السياسي ومع المرجعيات السياسية

■ سلوك تطوعي: ونشاط إرادي حيث أن المواطنين يقومون بتقديم جهودهم التطوعية ليحسوا بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه قضايا مجتمعهم .

■ سلوك إيجابي واقعي: بمعنى أن المشاركة السياسية تترجم إلى أعمال فعلية، تُطبق

على الحياة العملية لواقع الأفراد، فهي ليست فكرة غير قابلة للتجسيد، بل هي مجموع تفاعلات إيجابية ترسم ملامحها من خلال القضايا المجتمعية التي يعبر عنها الفرد في واقعه.

■ عملية اجتماعية: شاملة ومتكاملة ومتعددة الأبعاد، وتهدف إلى إشراك أفراد المجتمع في العملية التنموية وتقديم المبادرات والمشاركة في الفوائد التي تعود على البلاد بالمنفعة العامة.

■ غير محدودة: بمكان ولا حدود جغرافية، فقد تكون المشاركة السياسية محلية خاصة بالمجتمع الذي تنتمي إليه أو إقليمية أو قومية.

■ تجسد الديمقراطية: فلا ديمقراطية دون مشاركة سياسية، وهي أداة لتوحيد الفكر الجماعي للجماهير، فهي تساهم في بلورة فكر موحد، لتحقيق الأهداف والمصير المشترك للبلاد، ومساندة الدولة ومساعدتها .

¹ زينب لوشي، مرجع سبق ذكره، ص ص (140-141)

- هدف ووسيلة: فهي هدف لأن الحياة الديمقراطية، تقتضي مشاركة الأفراد في المسؤولية الاجتماعية، وبالتالي تغيير الثقافات وسلوك المواطنين بما يحسبهم بالمسؤولية اتجاه الوطن، كما أنها وسيلة من أجل تمكين الأفراد من ممارسة دور محوري في النهوض بالمجتمع نحو الرقي والرفاهية من أجل دفع عجلة التنمية.
- التطوع: يقصد به قيام المواطنون بعملية المشاركة باختيارهم وبطواعية منهم، من أجل انجاز أهداف تهم المجتمع، بعيدا عن أي ضغوطات أو إكراه .
- الاختيار: وهو إعطاء الحق للمشاركين من أجل تقديم المساندة والتعاضيد للعمل السياسي، في حين يتعارض هذا العمل والجهود الحكومية مع مصالحهم وأهدافهم المشروعة.

المطلب الثاني: آليات المشاركة السياسية

تُعدّ آليات المشاركة السياسية من المفاهيم المركزية في العلوم السياسية وعلوم الإعلام والاتصال، كونها تعبّر عن القنوات والأساليب التي يعبرّ من خلالها المواطنون عن مواقفهم ورغبتهم في التأثير في صناعة القرار السياسي، وقد تطور مفهوم الآليات بتطور الحياة الديمقراطية والاتصالية، ليتسع اليوم، ليشمل مزيجاً من الأدوات التقليدية والحديثة، الرسمية وغير الرسمية، المباشرة وغير المباشرة.

من بين بين هذه الآليات نجد الأحزاب السياسية، إذ أن الانخراط الحزبي له أهمية كبرى، خاصة في تحقيق الديمقراطية، وذلك عن طريق تعدد التنظيمات المختلفة والمفتوحة أمام الأفراد وأمام الناخبين من أجل انتخاب ممثليهم في المجالس النيابية، كما يمكن القول أن الأحزاب السياسية كذلك تقدم الإطار الأكثر أهمية وملاءمة لتحقيق المشاركة السياسية.¹

¹ هالة مصطفى: الأحزاب السياسية — موسوعة الشباب السياسية، مصر، 2001، ص 29.

تعد منظمات المجتمع المدني من أهم آليات المشاركة السياسية، ويعرف المجتمع المدني بأنه "مجموعة الأبنية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والقانونية، تنظم في إطارها شبكة معقدة من العلاقات والممارسات بين القوى والتكوينات الاجتماعية في المجتمع"¹، يعتبر المجتمع المدني ضروريًا وهامًا من أجل تجسيد وتكريس المشاركة السياسية، من خلال الضغط على الحكومات لإرساء سياسات عامة، وتلعب تنظييمات المجتمع المدني دورًا متناميًا في كل دول العالم، فباختلاف الأدوار المعطاة لها، فهي رهان أساسي لاستمرار الديمقراطية والتطور السسيو-اقتصادي في نفس الوقت، ويمكن القول أنها "شيء أساسي في العملية السياسية ومشاركة المواطنين في القضايا المهمة"²، وعن العلاقة بين الحكومة والمجتمع المدني هي علاقة تكامل واعتماد متبادل وتوزيع للأدوار، والمجتمع المدني ما هو إلا تجليات للدولة الحديثة التي توفر شرط قيامه عن طريق تقنين نظام للحقوق.³

تتجلى أول آليات المشاركة السياسية بالأساس في الآليات التقليدية الرسمية المشاركة المؤسسية، وتشمل: التصويت بوصفه أهم وسيلة للتأثير في اختيار السلطات، الترشح للمناصب السياسية، الانخراط في الأحزاب والجماعات السياسية، والانضمام إلى النقابات ومنظمات المجتمع المدني. وتمثل هذه الآليات القنوات الأكثر استقرارًا داخل النظم الديمقراطية، كونها تحظى بشرعية قانونية وتؤثر بصورة مباشرة في العملية التمثيلية وصناعة السياسات العامة.

¹ عمrani كروبسة: المجتمع المدني في ظل الحراك العربي الراهن.. أي دور؟ مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 16، الجزائر، سبتمبر 2014، ص 155

² غنية شليغم: دور تنظييمات المجتمع المدني في تكريس المشاركة السياسية، دفاثر السياسة والقانون، العدد 02، 2009، الجزائر، ص (1.2)

³ محمد الطيب حمدان: دور المجتمع المدني في المساهمة في التنمية وصنع السياسات العامة في الدول النامية، مجلة المفكر، العدد 02، المجلد 6، الجزائر، 2011، ص 107.

تشير الأدبيات الحديثة إلى ظهور فئة ثالثة من الآليات، هي آليات المشاركة غير الرسمية، والتي تشمل النقاشات العامة، التأثير داخل الدوائر الاجتماعية، المبادرات الفردية، التواصل مع المنتخبين عبر البريد أو اللقاءات المباشرة، والمتابعة النقدية للأحداث السياسية. وتعتبر هذه الآليات، مكملة للآليات الرسمية، وتسهم في تشكيل بيئة سياسية نشطة من خلال إنتاج رأي عام واعٍ ومتابع للشأن العام.

تعتبر وسائل الإعلام بشكل عام، ولاسيما التلفزيون بشكل خاص، من أهم آليات المشاركة السياسية، وأما فيما يتعلق بنوعية التأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائل الإعلام على المشاركة السياسية¹، فيمكن اختصاره في ثلاثة أبعاد هي:

■ التأثير المعرفي: تعد وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومات المتعلقة بقضية سياسية معينة، وتزيد من الوعي والمعرفة السياسية وقضايا المجتمع. فوسائل الإعلام بدورها تؤثر على التوجهات المعرفية للأفراد، وتستطيع أن تشكل أولوياتهم واهتماماتهم وتوجههم.

■ التأثير الوجداني: وذلك من خلال تشكيل الاتجاهات والمواقف، نتيجة التعرض المستمر لوسائل الإعلام، وهذا ما يزيد من اهتمام الفرد بالقضايا السياسية التي تحدث في بيئته وتدفعه إلى البحث عن المعلومات التي تشبع فضوله، ومن أبرز هذه التأثيرات قضية الشعور بالولاء أو الاغتراب أو التأثير العاطفي تجاه المشاركة السياسية والتصويت الانتخابي أو الشعور بالإيجابية نحو النظام السياسي أو العكس.

¹ أساور عبد الحسين عبد السادة: الشباب والمشاركة المجتمعية - دراسة ميدانية بجامعة بغداد، مجلة البحوث التربوية والنفسية، ع 32، 2012، ص 32.

■ التأثير السلوكي: ويقوم على دراسة العلاقة بين التعرض المستمر لوسائل الإعلام والمشاركة الحقيقية في مختلف النشاطات، سواء الانتخاب أو الترشح أو إبداء الآراء السياسية، عندما يُطلب من الفرد ذلك، ويعد هذا الجانب من أهم أبعاد وسائل الإعلام وتأثيراتها في عملية التنشئة السياسية، فهذا ينشط السلوك السياسي أو الاجتماعي للأفراد.

مع التحول الرقمي المعاصر، شهدت آليات المشاركة السياسية تطوراً جذرياً، حيث ظهرت آليات المشاركة الرقمية باعتبارها نمطاً مستقلاً، يتضمن التفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، التوقيع على العرائض الإلكترونية، الانضمام إلى الحملات الرقمية، إنتاج الخطاب السياسي عبر المنشورات أو الفيديوها، والمساهمة في الرقابة عبر كشف الفساد وتوثيق الأحداث.

تساهم شبكات التواصل الاجتماعي على المستوى المحلي في تحديد التوعية والتثقيف السياسي، وذلك من خلال نشر المفاهيم السياسية بأساليب مبتكرة، أيضاً يؤدي تشكيل الوعي السياسي عن طريق الشبكات إلى الوصول إلى مرحلة من مراحل المشاركة السياسية، التي تندرج من الاهتمام السياسي إلى المعرفة السياسية، ثم التصويت السياسي وأخيراً المطالب السياسية ووفقاً لهذا فهي تساهم في ارتفاع مستوى الوعي خاصة فئة الشباب.¹

وعليه، يمكن القول إن آليات المشاركة السياسية اليوم، أصبحت متعددة الأبعاد؛ تبدأ من الأدوات المؤسسية، مروراً بآليات الضغط والاحتجاج، وصولاً إلى الآليات الرقمية التي أعادت تشكيل العلاقة بين المواطن والمجال السياسي. وهذا التعدد يعكس تطوراً طبيعياً في الممارسات السياسية الحديثة، ويجعل دراسة المشاركة السياسية رهينة فهم شامل لأدواتها، سواء تلك التي تعمل داخل بنية النظام السياسي، أو تلك التي تتشكل في الهوامش وفي الفضاءات الافتراضية الجديدة.

¹ هاني خميس: الشباب وحرية التعبير في عصر العولمة، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد 13، ع 2، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، مصر، ص 38.

المطلب الثالث: دوافع المشاركة السياسية

تُعدّ دوافع المشاركة السياسية من أهم العوامل التي تحدد مستوى انخراط الأفراد في الشأن العام، إذ ترتبط هذه الدوافع بعوامل نفسية واجتماعية وثقافية وسياسية، وتتفاعل فيما بينها لتشكل استعداد الفرد للتأثير في القرارات العامة.

يمكن تصنيف دوافع المشاركة السياسية إلى خمسة أصناف رئيسية:

دوافع معرفية، دوافع قيمية، دوافع وظيفية، ودوافع نفسية-اجتماعية، ودوافع ظرفية مرتبطة بالسياق السياسي.

■ الدوافع العامة: تكمن في اهتمام المواطنين بالدرجة الأولى بتحقيق الأهداف العامة ذات الصالح العام للجميع، واتخاذ القرارات ذات النفع على جميع المواطنين، ولا شك أن أحد الجوانب الهامة والمرغوبة في عملية المشاركة هو أن المواطنين بصفة عامة، يجب أن يشعروا أن لهم دوراً ملموساً في الاقتراحات، ومحور ما تم بصفة نهائية، هو نتاج دور بارز ومؤثر قاموا به، بعد أن أتيحت لهم الفرصة للتعبير عن آرائهم ومطالبهم، كما قد تكون الدوافع هي إحساس المواطنين بمدى الحاجة إلى وضع سياسة جديدة، تكون فيها الأولوية للاتجاهات متعددة تدخل فيها التنمية الاقتصادية، كأحد اتجاهاتها ومحدداتها، وقد يكون الدافع للمشاركة التنمية المحلية، من خلال مواجهة وحل مشكلاتهم، ولهذا يضيف على المشاركة بعداً تربوياً، إذ أن إشراك المواطنين في تنمية وتحديث مجتمعهم كفيل بتغييرهم لأنفسهم، بما ينطوي عليهم نتيجة المشاركة من قدرات ومهارات جديدة، كما أن البعد التربوي يضيف على المواطن الإحساس بالمسؤولية صوب مجتمعه، إن الناخب يصوت مدفوعاً بالرغبة أكثر من الدفاع عن مصالحه.¹

¹ نبيل دريس: مظاهر ودوافع ومعوّقات المشاركة السياسية في الجزائر، المجلة الجزائرية للسياسات العامة، المجلد 1، العدد 3، 2013، ص 26

أبرز دافع يجعل الفرد يشارك سياسياً، ويهتم بالعملية السياسية، هو الشعور بأن المشاركة واجب والتزام من كل فرد اتجاه المجتمع الذي يعيش فيه، مما يستوجب مشاركة الجماهير وبفعالية في الحياة العامة للمجتمع.¹

■ الدوافع الخاصة:

يمكن تناول الدوافع الخاصة في محاولة التأثير على صنع السياسة العامة في المجتمع لتكون ملائمة للافتراضات الفعالة والرغبات الخاصة بأفراد المجتمع والتي تعود بالنفع عليهم، وتحقيق المكانة المتميزة بين أفراد المجتمع و اكتساب الشهرة والحصول على التقدير والاحترام² ونذكر من بينها: تحقيق مصالح شخصية تتمثل في السيطرة والتمتع بالنفوذ وتحقيق منافع مادية وغيرها من المصالح الشخصية وإشباع الحاجة إلى المشاركة.³

إجمالاً، يسعى المواطنون من وراء مزاولة العمل السياسي، شأنه شأن أي عمل على صعيد آخر، تحقيق أهداف مقاصد على الصعيد الشخصي والصعيد الاجتماعي، إن سعي المواطنين للمشاركة السياسية يتقرر في ضوء اهتماماتهم المختلفة، وهكذا يكون الإشباع، فضلاً عن درجة الوضوح في الأهداف السياسية، التي تتطلب مشاركة المواطنين، ومدى ارتباط هذه الأهداف أو احتياجات أكبر من عدد هؤلاء، الذين يتكون منهم النسق السياسي، من أهم هذه الدوافع.⁴

¹ عبد النور ناجي: المدخل إلى علم السياسة، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، ص 128.

² نبيل دريس، مرجع سبق ذكره، ص 27

³ سعاد بن ققة: المشاركة السياسية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012، ص 86

⁴ حسين علوان البيج: المشاركة السياسية - الأهمية، الأنماط، الأبعاد، ط 1، المركز العربي الديمقراطي، إصدارات إستراتيجية، ألمانيا، 2020، ص 42.

المطلب الرابع: معوقات المشاركة السياسية

تُعدّ معوّقات المشاركة السياسية اليوم، من أبرز العوامل المؤثرة في ضعف اندماج الأفراد داخل المجال السياسي، سواء في الأنظمة الديمقراطية المستقرة أو في الدول النامية. وتمثل هذه المعوقات منظومة معقدة تتداخل فيها الأبعاد السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، إلى جانب التحولات الاتصالية التي أعادت تشكيل طرق التفاعل السياسي، وتؤكد الأدبيات في العلوم السياسية أنّ المشاركة ليست سلوكاً تلقائياً، بل ترتبط بوجود بيئة تمكينية قوامها الثقة، والشفافية، وتكافؤ الفرص. وفي غياب هذه الشروط، تتراجع مستويات المشاركة ويتنامى الشعور بالعزوف السياسي لدى فئات واسعة من المواطنين.

تتأثر المشاركة السياسية بمجموعة من العوامل، التي قد تحدّ من انخراط الأفراد في الشأن العام، سواء كانت هذه العوامل سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو نفسية أو مرتبطة بالبيئة الرقمية. وتُعد معرفة هذه المعوّقات أساسية لفهم طبيعة السلوك السياسي وحدود تفاعله داخل المجتمع. ويمكن تصنيف هذه المعوّقات إلى خمسة أنواع رئيسية:

1. المعوّقات السياسية¹:

تنشأ هذه المعوّقات عن طبيعة النظام السياسي وأجهزته، وخاصة حينما تكون القنوات الرسمية للتعبير والمشاركة محدودة أو غير فعّالة. ضعف الثقة في المؤسسات المنتخبة، مجالات القرار الضيقة، غياب الشفافية، ضعف الأداء الحكومي، وتأخر الإصلاحات السياسية، هذه العوامل تجعل المواطن يشعر بأن مشاركته غير مؤثرة، كما يؤدي غياب الحريات السياسية أو ضعفها إلى إحجام شريحة واسعة عن الانخراط في العمل العام، خاصة إذا ارتبط ذلك بضعف استقلالية المؤسسات وببطء اتخاذ القرار.

¹ نبيل دريس، مرجع سبق ذكره، ص 31.

2. المعوقات الاجتماعية والثقافية

ترتبط بعملية المشاركة ومداهها بعوامل أخرى كالتعليم، فالمشاركة الخاصة بالمتعلمين تشكل نسبة أكبر من الأميين، كذلك عامل السن والنوع والوظيفة الاجتماعية والاقتصادية للأفراد، ومدى سماح المجتمع على عملية التدرج الاجتماعي التطبيقي وتشجيعه على ذلك.¹

يحدّ ضعف التربية المدنية في الأسرة والمدرسة من القدرة على إدراك أهمية المشاركة، في حين، تساهم النظرة السلبية للسياسة— بوصفها مجالاً للصراع أو الفساد— في تكريس العزوف السياسي.

يختصر "عبد الرؤوف الضبع" معوقات المشاركة السياسية بمجموعة من العوامل المرتبطة خاصة بالنظم السياسية والبلدان المختلفة منها²:

- ضعف خبرة النظام السياسي بالمشاركة السياسية.
- غياب فلسفة الديمقراطية التي تقوم عليها أي مشاركة منظمة والتي تمنح بدورها الحريات السياسية والاقتصادية للمواطنين.
- ضعف إيمان الأجهزة الرسمية بأهمية المشاركة السياسية وغموض النصوص القانونية المتعلقة بها.
- سيطرة الجهاز البيروقراطي وانغلاقه التام على ذاته، بحيث يحول دون مشاركة الأفراد داخله أو خارجه، في ظل غياب التوجه الديمقراطي داخله، بالإضافة إلى المركزية الشديدة التي تسيطر عليه.

¹ نبيل دريس، مرجع سبق ذكره، ص 32.

² عبد الرؤوف الضبع: علم الاجتماع السياسي— قضايا وإشكاليات، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2015، 2015، ص 104.

- غياب حافز المشاركة لدى الأفراد وشيوع مفهوم مفاده أن المشاركة لا تعنيهم، فنجدهم يميلون إلى المحافظة على الوضع الراهن، بالإضافة إلى وجود أغلبية فقيرة محرومة من المواد اللازمة والمعلومات الضرورية التي تمكنهم من المشاركة بفاعلية.
- تلعب الظروف الاقتصادية الصعبة دوراً أساسياً في الحد من المشاركة السياسية، كذلك الخوف من التعبير السياسي، أو الشعور بعدم الكفاءة، أو ضعف الإحساس بقيمة الذات داخل المجال العام، كما تؤثر التجارب السلبية السابقة، مثل الإقصاء أو التهميش، على استعداد الشخص للانخراط في العمل السياسي أو حتى مجرد التعبير الرقمي.

3. معوقات قانونية وتشريعية¹:

يؤدي غياب القوانين الداعمة للمشاركة، أو ضعف الإطار التشريعي المنظم للأحزاب والجمعيات، إلى الحد من إمكانية دخول المواطنين إلى المجال العام. كما تساهم التعقيدات القانونية في تسجيل الناخبين أو تأسيس الجمعيات أو الحصول على تراخيص الأنشطة السياسية في إضعاف المشاركة المدنية والسياسية.

بناء على ذلك، يتضح أن معوقات المشاركة السياسية، ليست أحادية أو معزولة، بل هي نتاج تفاعل معقد بين البنية السياسية، الثقافة المجتمعية، الظروف الاقتصادية، والتحول الرقمي، ولذلك فإن تعزيز المشاركة يتطلب معالجة شاملة لهذه العوامل، عبر إصلاح سياسي ومؤسسي، وتطوير الثقافة المدنية، وتمكين المواطنين من خلال التعليم، وتوفير بيئة رقمية آمنة وشفافة تسمح بمشاركة فعالة وحقيقية.

¹ نبيل دريس ، مرجع سبق ذكره، ص 32

المبحث الثاني : أشكال ومستويات وقنوات المشاركة السياسية

المطلب الأول : أنماط وأشكال المشاركة السياسية

يمكن الحديث عن شكلين من أشكال المشاركة السياسية :

1. المشاركة السياسية الاعتيادية (الاتفاقية) :

يقصد بها مشاركة الأفراد بشكل شرعي في الحياة السياسية بطريقة اتفاقية بين الأطراف السياسية الفاعلة، حيث يرى "ميلبراث" أن ثمة فئات ثلاثة، يمكن تمييزهم في هذا النوع من المشاركة، وهم يمثلون ثلاثة مواقف أساسية، علماً أن نسبة المشاركة تختلف من مجتمع لآخر.

 اللامبالون: وهم الذين لا يشاركون في العمل السياسي أو أولئك المنسحبون من العملية السياسية، وهم يمثلون (1-3) من السكان البالغين.

 المتفرجون: وهم أولئك الأشخاص قليلو الاهتمام بالشؤون السياسية، أو هم المتفرجون على الساحة السياسية، ويمثلون حسب "ميلبراث" (65%) من تعداد السكان.

 المنازلون: وهم الإيجابيون أو المقاتلون في السياسة، وقد وصلت نسبتهم إلى حوالي (5.7%) وهي نسبة ضئيلة بصورة لافتة.

2. المشاركة السياسية غير الاعتيادية (غير الاتفاقية) :

أصبح هذا الشكل من المشاركة السياسية مقبولاً في نسيج المجتمع الأوروبي والأمريكي، وحظي بالقبول والشرعية، فأصبح المشاركون السياسيون غير الاعتياديون، يعبرون عن معارضتهم عن طريق المظاهرات والاعتصامات، حيث أمدت دراسات كثيرة أن الإحباط والحرمان عاملين هامين لبروز مظاهر المشاركة السياسية غير الاعتيادية.¹

¹ باديس بوشامة، مرجع سبق ذكره، ص 47

تنقسم المشاركة السياسية إلى أنواع أخرى، يمكن توضيحها في مايلي:

1. مشاركة سياسية رسمية:

المشاركة أو النشاط السلوكي الذي يقوم به أصحاب المناصب والمسؤولين السياسيين في الدولة، حيث يتقلدون وظائف ثابتة في الحكم، مثل رئيس الدولة، الوزراء وغيرهم، وهم يعملون على تحقيق الاستقرار والاستمرارية للنسق أو النظام الذي ينتمون إليه، من خلال مشاركتهم السياسية، إلا أنهم يتعرضون إلى صراعات، عادة ما تكون من الأحزاب السياسية، وأعضاء المجتمع.

هناك من يطلق على هذه المشاركة بتسمية المشاركة المؤسساتية لأنها تحدث عن طريق سلوك المؤسسات الرسمية والدائمة في الدولة ويأتون في قمة الهرم السياسي حيث يمتلكون الحق في اتخاذ القرار السياسي الذي يؤثر على المجتمع ككل،¹

2. مشاركة غير رسمية: (المنظمة) وتصنف إلى:

1/ المشاركة المستقلة:

2/ المشاركة الظرفية:

3/ المشاركة المستمرة والدائمة:

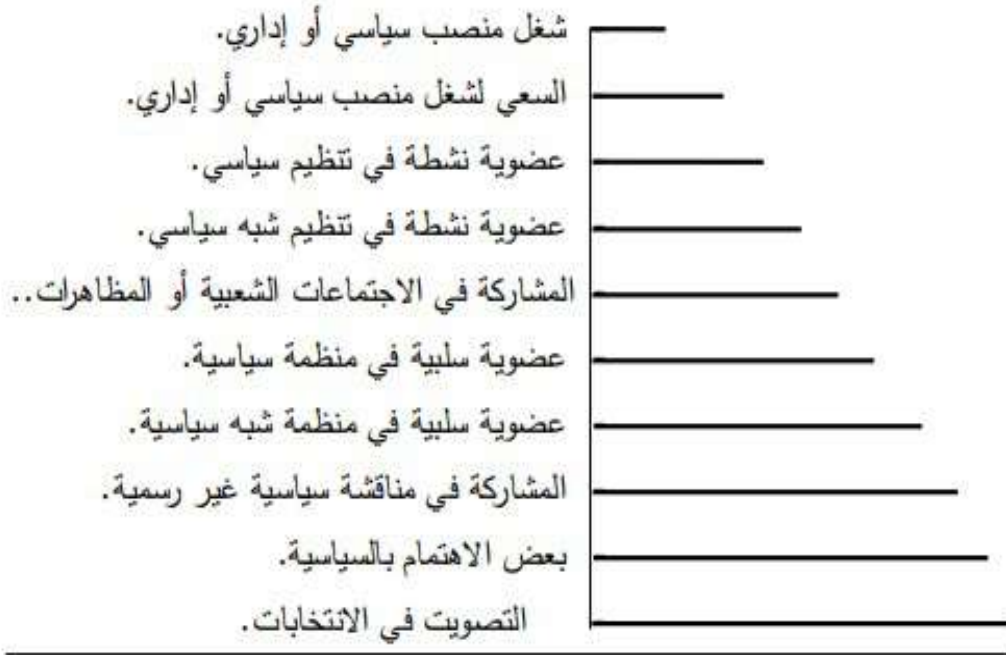
4/ المشاركة التعاقدية:

5/ المشاركة السياسية التقليدية:

6/ المشاركة السياسية غير التقليدية أو الحديثة:

7/ عدم المشاركة السياسية

¹ زينب لوشي، مرجع سبق ذكره، ص 145



الشكل رقم 04 : ¹ يوضح التسلسل الهرمي للمشاركة السياسية عند روش Roche

المطلب الثاني : مستويات المشاركة السياسية

إن من يعملون في السياسة أو يشاركون فيها، يلعبون أدواراً بأساليب متوقعة أو معروفة لأنهم يعملون من خلال بناء محدد مسبقاً، ونظراً لتمييز الأدوار التي يقومون بها، فإننا نستطيع أن نميز هؤلاء الذين يصنعون أو يتخذون القرارات عن أولئك المواطنين العاديين. وإلى جانب هذه الأدوار ثمة مجموعة أخرى من الأدوار البنائية استحدثت في غالبية المجتمعات لتسهيل مشاركة الأفراد في العمل السياسي عملية، أو كما يسميها أصحاب الديمقراطية المشاركة في اتخاذ القرار.²

¹ زينب لوشي، مرجع سبق ذكره، ص 149.

² حنفي عوض السيد: علم الاجتماع السياسي - تحليل اجتماعي جديد للنظريات وسياسة الحكم المعاصر، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2010، ص 147.

يقترح كل من " رش" و"توف" تدرج المشاركة السياسية من الأعلى إلى الأسفل بشكل

هرمي كالتالي:

- شاغلي المناصب السياسية والإدارية
- المتطلعون إلى المناصب السياسية والإدارية
- الأعضاء النشطاء في التنظيم السياسي
- الأعضاء غير الفاعلين في التنظيم السياسي
- الأعضاء غير الفاعلين على هامش التنظيم السياسي
- المشاركون في المؤتمرات العامة
- المشاركون في المناقشات السياسية غير الرسمية
- العاملون على تحقيق المصلحة العامة في السياسات
- المصوتون

حدد "كارل دوتش" خلال دراسة أجراها أربعة مستويات للمشاركة السياسية:

1. المستوى الأول: هو أعلى مستوى، ويضم النشطاء في العمل السياسي، حيث وضع "كارل دوتش" ستة شروط، رأى توفر ثلاثة منها في شخص ما، يجعله منتميا إلى هذه الفئة¹، والشروط هي:

- عضوية منظمة سياسية
- التبرع لمنظمة سياسية أو لمرشح الانتخابات العامة
- حضور الاجتماعات السياسية بشكل دوري
- المشاركة في الحملات الانتخابية
- توجيه رسائل بشأن قضايا سياسية للسلطة التنفيذية أو النيابية أو الصحافة.
- الحديث عن السياسة مع أشخاص خارج الدائرة الضيقة المحيطة بالفرد

¹ محمد بن هلال: المشاركة السياسية للمرأة في المغرب بين المعوقات وسبل التجاوز، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز الدراسات الوحدة العربية، العدد 29، 2011، ص 128.

2. المستوى الثاني: يشمل المهتمين بالنشاط السياسي، وأهمهم الذين يدلون بأصواتهم في الانتخابات ويتابعون بشكل عام ما يحدث في الساحة السياسية.
3. المستوى الثالث: يشمل الذين يشاركون بشكل موسمي في العمل السياسي أو يشاركون اضطراريا في أوقات الأزمات وعندما تكون مصالحهم مهددة.¹
4. المستوى الرابع: المتطرفون سياسيا²: هم الذين يمارسون المشاركة السياسية بأساليب دخيلة عن الأطر الشرعية المتعارف عليها، فيتجهون إلى الردود العنيفة خاصة الأفراد، الذين يرون أنفسهم منبوذون أو يشعرون بالعداء اتجاه المجتمع أو اتجاه النظام السياسي، فيفضلون إما الانسحاب نهائيا من المشاركة السياسية في الانتخابات وإما أن يتجهوا إلى استخدام المشاركة السياسية بأسلوب حاد وعنيف، مثل الاحتجاجات أو المظاهرات باستعمال العنف والتخريب.³
- يصنف "جيمس أندرسون" في كتابه رسم السياسات المشاركة السياسية إلى الأفراد الذين يتمتعون بالصلاحيات القانونية التي تسمح لهم صنع السياسة العامة ونجد الفئات التالية:
- ✓ المشاركون الرسميون: أصحاب المناصب الرسميين انطلاقا من واقع الحفاظ على مصالحهم ومن خلال تحقيق الدوام، والاستمرار والاستقرار للنسق الذين يهيمنون عليه يواجهون مصاعب وصراعات مع الآخرين من ذوي المصالح من أعضاء المجتمع، ويتمثلون في أصحاب المناصب السياسية العليا الذين يشكلون المستوى الأول من المشاركة السياسية الرسمية ويأتون على قمة التدرج، بما أنهم يمتلكون الحق في اتخاذ القرار أو صنع القرار السياسي، الذي يؤثر على المجتمع ككل، وهناك البيروقراطيون الكبار، ويأتون في المستوى الثاني كنواب الوزراء.

¹ باديس بوشامة، مرجع سبق ذكره، ص ص (45-46).

² عبد العزيز إبراهيم عيسى: السياسة بين النمذجة والمحاكاة، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2004، ص 811.

³ زينب لوشي، مرجع سبق ذكره، ص 143.

✓ المشاركون غير الرسميون: كأعضاء الأحزاب السياسية خارج السلطة، وجماعات الضغط أو المصلحة أو الأقليات، وهم يمثلون المعارضة في أي نسق سياسي.

هناك من يصنف المشاركة السياسية إلى شكلين متميزين:

- الشكل الأول: يمثل المشاركة الاعتيادية أو الاتفاقية المألوفة

- الشكل الثاني: يمثل المشاركة السياسية غير الاعتيادية، غير الاتفاقية، غير المألوفة

✓ المشاركة السياسية الاعتيادية: يمثلها كل من "ميليراث وجويل وفيريا" وحسب "ميلبراث" الذي يميز بين ثلاث فئات من المشاركين وهم: اللامبالون Apathetics الذين لا يشاركون أو أولئك الذين انسحبوا من العملية السياسية وهم المشرعون، التنفيذيون، الأجهزة الإدارية، المحاكم¹.

✓ المشاركة السياسية غير الرسمية: ويمثلها فواعل وأطراف تقوم بدور غير رسمي من خلال مشاركتهم في رسم السياسات العامة: الجماعات الضاغطة، الأحزاب السياسية، والمواطنون بصفاتهم الشخصية وقد تمت تسميتهم بغير الرسميين على الرغم من أهمية الدور الذي يلعبونه في مختلف الظروف لكونهم لا يشاركون بصفة رسمية، أي أنهم لا يتمتعون بسلطة قانونية تعطيهم الحق في صنع قرارات ملزمة².

تتخذ المشاركة السياسية مستويات متعددة، تتدرج من الدائرة الضيقة إلى الأكثر اتساعاً:

1. المستوى الفردي والعائلي: يشمل التعبير عن الرأي، متابعة النقاشات العامة، التصويت في الانتخابات، أو الحوار السياسي داخل الأسرة والبيئة القريبة.

2. المستوى المجتمعي: يتجلى في الانخراط في الجمعيات والمنظمات المدنية، والمشاركة في الاحتجاجات أو المبادرات المجتمعية، والمساهمة في الضغط الاجتماعي على صانعي القرار.

¹ صونية العيدي: المشاركة السياسية والتحول الديمقراطي في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2005، ص 59.

² ضيع عامر، مرجع سبق ذكره، ص 28

3. المستوى الوطني والدولي: يشمل الترشح للمناصب، الانخراط في الأحزاب السياسية، التأثير في السياسات العامة، أو المشاركة في الحملات العابرة للحدود ضمن قضايا حقوقية أو بيئية أو إنسانية.

إجمالاً لما سبق، يتأسس تحليل مستويات المشاركة على تقسيمها إلى مشاركة تقليدية وأخرى غير تقليدية. فالمستوى التقليدي يشمل النشاطات المرتبطة بالمؤسسات الرسمية، مثل التصويت، الترشح، الانخراط في الأحزاب، أو الاتصال المباشر بالمسؤولين. وتعتبر هذه الأشكال الأكثر استقراراً في الأنظمة السياسية، إذ توصف بأنها مؤطرة قانونياً ومرتبطة بالشرعية المؤسسية. وقد تناولت عدة دراسات عربية هذا النوع من المشاركة، لاسيما تلك المنشورة في مجلة العلوم السياسية والقانون ومجلة رؤى اجتماعية، والتي أكدت أن المشاركة التقليدية في المجتمعات العربية غالباً ما تتأثر بعوامل تتعلق بالثقة السياسية، وشفافية العملية الانتخابية، وشعور الأفراد بجدوى المشاركة.

يرتبط المستوى غير التقليدي بالأشكال الجديدة للمشاركة التي ظهرت مع تطور المجتمع المدني وتوسع التكنولوجيا الرقمية، وتشمل الاحتجاجات، المقاطعة الاقتصادية، الحملات الرقمية، والنشاط عبر شبكات التواصل.

يتضح من هذا العرض، أن مستويات المشاركة السياسية تتداخل وتتفاعل فيما بينها؛ إذ قد يبدأ الفرد بالمشاركة الرقمية، ثم ينتقل إلى ساحات الاحتجاج أو يصبح عضواً في حزب سياسي. هذا التدرج يعكس ديناميكية المشاركة التي تتأثر بعوامل بنيوية (كالنظام السياسي والقوانين) وأخرى فردية (كالتنشئة والثقافة والموارد).

المطلب الثالث: قنوات المشاركة السياسية

تمثل المؤسسات السياسية القنوات التي تمكن المواطنين من المشاركة في عملية صنع السياسات العامة والقرارات السياسية أو التأثير فيها، فالديمقراطية السليمة، تعتمد بدرجة على قوة وعدد المؤسسات التي تقف بين الحكومة والمواطنين، تدافع عن حقوق هؤلاء المواطنين في عملية الدفاع عن المصالح المؤسسية. ورأي (هنتغتون وغيره)، المسألة الحاسمة لأزمة المشاركة السياسية، ليست مجرد التساؤل عن كيفية استجابة النخبة الحاكمة لمطالب المشاركة، بل التساؤل عن المؤسسات الجديدة التي أنشأت لاحتواء الأزمة¹. ويمكن تصنيف قنوات المشاركة السياسية إلى أربعة أنواع رئيسية:

1. القنوات المؤسسية الرسمية:

تشكل هذه القنوات الإطار القانوني والمنظم الذي تتيحه الدولة للمواطنين ليمارسوا حقوقهم السياسية. وتعدّ الانتخابات – بأنواعها التشريعية والرئاسية والمحلية – القناة الأكثر وضوحاً، حيث تعكس إرادة المواطنين عبر الاقتراع. كما تندرج في هذا الإطار الاستفتاءات الشعبية التي تُمنح فيها الجماهير فرصة إقرار أو رفض سياسات أو مشاريع دستورية.

إن الانتخاب والاستفتاء من أهم وسائل المشاركة الشعبية في الحياة السياسية فبموجبها تتم دعوة الناخبين لإبداء آرائهم والمساهمة في تسيير شؤون الحكم حيث يطغى عليهما عنصر التكامل ينبثق عن حق التصويت الذي يتمتع به الشعب والذي يمثل وسيلة التعبير عن سيادة الدولة.²

¹ حسين علوان البيج، مرجع سبق ذكره، ص 55

² أمحمد برفوق: دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الراشد في الجزائر (1999-2004)، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الجزائر،

2. قنوات المجتمع المدني:

تُعد المنظمات والجمعيات والهيئات التطوعية من أهم قنوات المشاركة غير الرسمية، لأنها تمنح المواطنين فضاءً أوسع للتعبير عن مطالبهم وإحداث التغيير. فالجمعيات المهنية، والمنظمات الطلابية، والحركات الشبابية، والنقابات، تعمل كوسائط بين المجتمع والدولة، وتساهم في الدفاع عن الحقوق وتحسين الخدمات، وتشكيل الرأي العام وضغطه.

تلعب الحملات المدنية وحركات الاحتجاج السلمي دوراً مهماً في التعبئة الاجتماعية والمطالبة بالإصلاح السياسي. وغالباً ما تكون هذه القنوات أكثر قدرة على استقطاب الفئات الشابة مقارنة بالأحزاب التقليدية، نظراً لمرونتها وطابعها المستقل.

3. القنوات الإعلامية والاتصالية:

يعتبر الإعلام أحد أدوات المشاركة السياسية، كما أن النظم الحاكمة تعتبره إحدى الأدوات السلطوية في ممارسة الضبط الاجتماعي وترسيخ قيم السلطة الحاكمة هيئات حكومية، مؤسسات المجتمع المدني، التشريعات، و سائل الإعلام من أجل وإيديولوجيتها، في الوقت الذي كان من المفترض أن تكون هناك علاقة تفاعلية بين تنمية سياسية متجاوبة فيما بينها، ولقد تحددت بموجب ذلك السياسة الإعلامية للعديد من المجتمعات خاصة العربية، والتي تفرض وضع قيود ورقابة على وسائل الاتصال لصالح السلطة والنظام الحاكم، ليصبح الإعلام ووسائله أداة لشرعية و سياسات النظام القائم.¹

¹ زينب لموشي، مرجع سبق ذكره، ص 151.

يشير "أحمد قران الزهراني" أن الإعلام خاصة السياسي يعمل على تدعيم المشاركة السياسية وتعزيز أفكارها ومبادئها، وفقا لما يسمى بثقافة المشاركة التي تعطي للفرد قيمة، وثقة بذاته وأهميته وضرورة اشتراكه مع أفراد مجتمعه من أجل صناعة قرار سياسي، يخدم مجتمعه، وهذا ما جعل للإعلام دور كبير في تشكيل الوعي السياسي للجمهور بتزويده بالمعلومات والتأثير فيه، من أجل كسب تأييد الرأي العام وإيصال رسالتها بفعالية كبيرة، تشارك وسائل الإعلام مع النظام السياسي في طرح الأفكار وانشغالات الأفراد على طاولة المناقشة أمام صانعي القرار، فهي حلقة وصل بين الفرد وحكومته، ولها علاقة تبادلية بين النظامين (السياسي والإعلامي)، كونه يتأثر ويؤثر كل منهما بالآخر على حسب ديمقراطية وحرية السياسة الإعلامية في معالجة القضايا، ودرجة استجابة النظام السياسي لها¹.

4. المشاركة السياسية عن طريق الأحزاب:

تلعب الأحزاب السياسية دورا هاما في مجمل العملية السياسية في أي بلد في العالم مهما كانت طبيعة نظامه السياسي دكتاتوريا كان أو ديمقراطيا، ومن الطبيعي أن يكون للأحزاب السياسية على تنوعها أهمية أكبر وأعظم في المجتمعات، التي تسير على النهج الديمقراطي أي التي تسير وفق التعددية السياسية، ويتمثل دورها في:

- اختيار مرشحي الحزب: تختار الأحزاب مرشحيها في الانتخابات، وتقدمهم للناخبين على أنهم مرشحو الحزب، فالأحزاب لا تحتكر عملية تقديم المرشحين للانتخابات
- تحقيق الاتصال الدائم بين الناخبين ونوابهم: للنواب مصلحة أكيدة في الاحتفاظ بصلة مع الناخبين، حتى يضمنوا إعادة انتخابهم.

¹ أحمد قران الزهراني: السلطة السياسية والإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2015، ص ص (75-76)

- وظيفة التحديث والتنمية السياسية: تعد الأحزاب أهم وسيلة من وسائل التحديث والتنمية السياسية من خلال تقديم البرامج والمثل العليا للتطور السياسي ورسم السياسات العامة.
- دعم الشرعية: تعرف الشرعية بأنها مدى تفعيل غالبية أفراد المجتمع للنظام السياسي وخضوعهم له طواعية، لاعتقادهم بأنه يسعى إلى تحقيق أهداف الجماعة.
- تنظيم المعارضة: أحزاب المعارضة تقزم بتوجيه الانتقاد للحكومة على أن لا يكون هذا النقد مجردا بل مقرونا بالحلول البديلة التي يتضمنها برنامج متكامل يمكن ترجمته لقرارات نافذة، وعندها يمكن أن تسمح الفرصة للحزب المعارض بتولي الحكم.¹
- تعمل على التنشئة السياسية للمواطنين وخلق رابط بين المواطنين والنظام السياسي، وهي ما يسمى بوظيفة التنشئة السياسية والمشاركة، وكذا المساهمة في تحقيق الشرعية للنظام السياسي من خلال إقامة الروابط بين المواطنين والمجموعات الاجتماعية والمجتمع المدني الذي يساهم في ترسيخ النظام السياسي.²

5. القنوات الرقمية والتفاعلية الحديثة:

تمثل شبكات التواصل الاجتماعي إحدى أهم الوسائل الداعمة لتعزيز المشاركة السياسية، حيث تتيح الفرصة للأفراد من خلال فضاءات افتراضية للتعبير عن وجهات نظرهم حول قضايا مختلفة بطريقة سهلة وسلسة وبحرية غير مسبقة كما تساهم في الحد من ظاهرة الاغتراب السياسي واللامبالاة السياسية لدى فئة الشباب بالأخص، وتزيد من درجة اهتمامهم في مناقشة قضايا الشأن العام والإحساس بالمسؤولية الملقاة على عاتقهم تجاه المجتمع.³

¹ فادي محمد جديد: دور الأحزاب السياسية في عملية التنمية السياسية في الجمهورية العربية السورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية،

العدد 02، المجلد 37، 2021، ص ص (385.396)

² Wilhelm Hofmeister, Karsten Grabow : **Political Parties Functions and Organisation in Democratic Societies**, Konrad Adenauer Stiftung, 2011, Singapore, p16

³ نوال مغزيلي: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إرساء ممارسة جديدة للمشاركة السياسية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد 13، الجزائر، 2018، ص 760.

تسمح هذه القنوات بنقاش القضايا العمومية، وبناء حملات سياسية رقمية، وتنسيق الاحتجاجات، ونشر البيانات، والتأثير في اتجاهات الرأي العام. كما أوجدت آليات جديدة مثل العرائض الإلكترونية، التصويت الرقمي، مجموعات الضغط الرقمية، الحملات الهاشغائية، والتعبئة الافتراضية.

تعتبر المدونات والفايسبوك واليوتيوب من الوسائط الأكثر استخداماً في مجال العمل السياسي في العديد من دول العالم، حيث أصبحت الوسائط الجديدة أحد أهم المصادر المهمة لدى الشباب للحصول على المعلومات السياسية.¹

6. جماعات الضغط:

تعتبر من الوسائل التي تساهم في تعزيز المشاركة السياسية، حيث يتضح دور هذه الجماعات في المشاركة السياسية من خلال تأثيرها على صناعة القرارات السياسية، وذلك من خلال مشاركتها في الانتخابات باختيار الأشخاص الذين يصنعون القرارات من خلال دعمهم وحث منتسبيها التصويت لصالح الشخص أو الأشخاص المختارون.²

المطلب الرابع: متطلبات المشاركة السياسية

تُعدّ متطلبات المشاركة السياسية أنها مجموعة الشروط والظروف التي ينبغي توافرها، لكي يتمكن المواطن من ممارسة دوره السياسي بفاعلية، فالمشاركة ليست مجرد سلوك فردي؛ بل هي نتيجة تفاعل معقد بين القدرات الفردية، والبيئة الاجتماعية، والإطار السياسي والقانوني، والبنية الاتصالية والثقافية، ومن متطلبات المشاركة السياسية ما يلي:

¹ طاهر حسن أبو زيد: دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية،

جامعة الأزهر، غزة، 2012، ص 65

² صالحة سهيل العامري: دور المرأة الإماراتية في المشاركة السياسية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2013، ص 27.

- تشجيع مؤسسات التنشئة الاجتماعية والسياسية على المشاركة السياسية وذلك عن طريق غرسها ونقلها لهذه القيم.
- تشجيع وسائل الاتصال على المشاركة السياسية، وحثها على ضرورة الالتزام بالصدق والموضوعية في معالجة القضايا والأحداث والمشكلات المختلفة، إعطاء الفرص التعبيرية لمختلف الأفراد دون التحيز لأي انتماءات حزبية أو مهنية.¹
- الشعور بالانتماء للوطن وهذا بدوره يؤدي إلى ضرورة المشاركة السياسية.
- تلبية الحاجات المادية والنفسية للفرد، مما يعطيه قدراً من الاستعداد للمشاركة، وتتمثل هذه الحاجات، في توفير الاحتياجات الأساسية: الغذاء، الكساء، الصحة، التعليم، فرص العمل وغيرها.
- الإيمان بضرورة المشاركة السياسية، وذلك عن طريق وعي الجماهير بأهمية المشاركة السياسية وانعكاسها المباشر عليه، هذا ما يؤدي إلى تحسين صورة حياته وحياة الآخرين.
- ارتفاع مستوى الوعي لدى الجماهير بأبعاد الظروف السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية، التي يكتسبون عنها طريق المعرفة من خلال الوسائل المختلفة لتكوين الرأي العام داخل المجتمع مثل: تنظيمات المجتمع المدني، الأحزاب السياسية.
- وضوح الدراسات العامة، وذلك من خلال إعلام الجمهور عن الخطط والأهداف العامة ومدى ملاءمتها لاحتياجات المواطنين.
- وجود التشريعات التي تتضمن وتؤكد على ضرورة المشاركة السياسية، بالإضافة إلى توفر الوسائل والأساليب المتنوعة لعرض الآراء، الأفكار، والاقتراحات التي تقوم بتوصيلها إلى صانع القرار.
- تفتح اللامركزية الإدارية المجال أمام الأفراد للمشاركة في إدارة شؤون حياتهم.¹

¹ السيد عليوة ومنى محمود: مفهوم المشاركة السياسية، مركز دمشق للدراسات النظرية والحقوق المدنية، 2008، ص 38.

- تقوية روح الشورى والمشاركة في صنع القرار من خلال المؤسسات المختلفة.
 - تأكيد أجهزة الإعلام المختلفة على أهمية دور الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية عن طريق برنامج هادف.
 - ضرورة قيام رجال الدين بدورهم في التوعية والتأكيد عليها ناهيك عن الامر بالمعروف والنهي عن المنكر.
 - ضرورة توفير الاحتياجات الأساسية للمواطن.
 - إيمان القادة السياسيين بأهمية مشاركة الجماهير في صنع وتنفيذ السياسات العامة وإقامة الفرص لدعم المشاركة من خلال ضمان الحرية السياسية، وإقامة المجال للتعبير عن الآمال والطموحات إزاء القضايا والمشكلات العامة.²
- بالتالي، يمكن أن نستخلص العديد من المؤشرات التي يمكن من خلالها الاستدلال على المشاركة الإيجابية وهي: ³
- العمل على تأكيد القيم المجتمعية التي تعمل على تحقيق الانسجام في المجتمع، وتعمل على إيجاد مجتمع متكامل ومشارك من خلال أجهزة الإعلام والتعليم والحكم المحلي.
 - التأكيد على مبدأ العدالة والمساواة بين المواطنين في الحقوق والواجبات وأن يكونوا أسوياء.

¹ بن قفة سعاد، مرجع سبق ذكره، ص 99

² عبد الهادي الجوهري: دراسات في العلوم السياسية وعلم الاجتماع السياسي، المكتبة الجامعية، مصر، 2001، ص 340.

³ بن قفة سعاد، مرجع سبق ذكره، ص ص (101-102)

إجمالاً، يكن القول أن الوعي السياسي يشكّل الركيزة الأساسية لأي مشاركة فعالة، لأنه يزود المواطن بالقدرة على فهم طبيعة النظام السياسي، وهذا يتيح هذا الوعي للمواطن تقييم الخطابات، وتحليل المعلومات، والتمييز بين المصادر الموثوقة والمصادر المضللة، كما تساهم المدرسة، والجامعة، ووسائل الإعلام، ومنصات التواصل الاجتماعي، في تشكيل هذا الوعي بدرجات متفاوتة، مما يجعل المعرفة السياسية شرطاً لا يمكن تجاوزه لتفعيل المشاركة، وتحتاج المشاركة السياسية أيضاً إلى بيئة قانونية واضحة تكفل الحريات الأساسية مثل حرية التعبير، وحرية التنظيم، وحق الوصول إلى المعلومات، وحق التظاهر السلمي.

لا يمكن للمواطن المشاركة في الحياة السياسية إذا لم يشعر بالثقة في مؤسسات الدولة، والنخب السياسية، والعملية الانتخابية، ومستوى الشفافية والنزاهة. وتتطلب المشاركة السياسية امتلاك الفرد لمهارات التواصل، والقدرة على النقاش، وتحليل المواقف، وتشمل هذه القدرات مهارات التفكير النقدي، وصياغة الحجج، وفهم الأدوات القانونية والمؤسسية للمشاركة.

خلاصة الفصل:

تناول هذا الفصل الثالث من الدراسة المشاركة السياسية باعتبارها مفهومًا مركزيًا في تحليل العلاقة بين الفرد والنظام السياسي، إذ تم إبرازها كأحد المؤشرات الأساسية على حيوية الحياة السياسية ودرجة انخراط المواطنين في الشأن العام. وقد بين التحليل أن المشاركة السياسية لا تقتصر على الأشكال التقليدية المرتبطة بالتصويت أو الانخراط الحزبي، بل تمتد لتشمل أنماطًا متعددة من السلوك السياسي المباشر وغير المباشر، تعكس اختلاف السياقات الاجتماعية والثقافية ومستويات الوعي السياسي.

أوضح هذا الفصل أن المشاركة السياسية تقوم على جملة من الآليات والدوافع المتداخلة، تتراوح بين ما هو مؤسسي وقانوني، وما هو نفسي واجتماعي وثقافي، حيث تلعب عوامل التنشئة السياسية، والإحساس بالفاعلية، والثقة في المؤسسات، دورًا محوريًا في تحديد مستويات المشاركة وأنماطها. وفي المقابل، تم التأكيد على أن هذه المشاركة تواجه جملة من المعوقات البنيوية والذاتية، من بينها ضعف الثقة السياسية، وتراجع الفاعلية المؤسسية، والإقصاء الاجتماعي، وغياب القنوات الفعالة للتعبير والمساءلة.

يخلص الفصل إلى أن المشاركة السياسية عملية ديناميكية ومتغيرة، تتأثر بالبنى السياسية السائدة وبالتحولات الاجتماعية والاتصالية المحيطة بها. كما يُبرز أن فهم أشكالها ومستوياتها وقنواتها ومتطلباتها يشكل أساسًا نظريًا ضروريًا لتحليل تحولات المشاركة في السياقات المعاصرة، خاصة في ظل الانتقال المتزايد نحو الفضاءات الرقمية، وهو ما يمهد للانتقال إلى دراسة المشاركة السياسية في البيئة الرقمية بوصفها امتدادًا وتحولًا نوعيًا في أنماط الفعل السياسي المعاصر.

الفصل الرابع:

المشاركة السياسية في البيئة الرقمية

تمهيد:

أدت الثورة الرقمية إلى إعادة تشكيل فضاءات الممارسة السياسية، حيث لم تعد المشاركة محصورة في الأطر التقليدية المرتبطة بالمؤسسات الرسمية أو الفضاء العمومي المادي فقط، بل انتقلت إلى فضاءات رقمية مفتوحة، تسمح بدرجات غير مسبقة من التعبير والتفاعل والتنظيم. وقد أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إحداث قفزة نوعية في طبيعة السلوك السياسي، عبر توفير أدوات جديدة لبناء الوعي، وتداول المعلومات، وتفعيل مشاركة الأفراد في الشأن العام، سواء عبر التفاعل الرمزي أو عبر التأثير المباشر في النقاشات السياسية.

انطلاقاً من ذلك، يهدف هذا الفصل الرابع من الدراسة إلى تحليل المشاركة السياسية في البيئة الرقمية بالاعتماد على مداخل متعددة تشمل الاستخدام السياسي لمنصات التواصل، وتأثير خصائص البيئة الرقمية في تشكيل السلوك السياسي، ثم دراسة آليات المشاركة الرقمية والأدوات التكنولوجية التي تدعمها، قبل الانتقال إلى التركيز على منصة الفيسبوك كأحد أهم المنصات التي تُفَعِّلُ عبرها المشاركة السياسية. ويُعدّ هذا الفصل حلقة وصل منهجية بين التأصيل النظري للمشاركة السياسية وبين الدراسة التطبيقية اللاحقة، من خلال تبين كيف أنتجت البيئة الرقمية أشكالاً جديدة من التفاعل السياسي وأسهمت في إعادة صياغة مفهوم المشاركة.

المبحث الأول: الاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: البعد السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم، واحدة من أهم الفضاءات التي أعادت تشكيل الممارسة السياسية في العصر الرقمي، حيث شكّلت تحولاً جوهرياً في طرق تواصل الفاعلين السياسيين وتعبئة الجماهير، وكذا صياغة الرأي العام. فمع اتساع انتشار المنصات الرقمية، وبداية انتقال المستخدمين نحو استهلاك الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية بدل الوسائط التقليدية، تحولت هذه المنصات الافتراضية إلى قنوات مركزية في العملية السياسية، سواء من حيث إنتاج الخطاب أو من حيث تفاعلات الجمهور معه، تعمل هذه الشبكات على تدعيم الممارسة الديمقراطية من خلال إنهاء النظم الحاكمة للمعلومات، ونشر الوعي السياسي لدى المواطنين، وتدعيم دور المعارضة السياسية، بالإضافة إلى استخدامها كوسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور بأهمية الشأن السياسي، كما تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة تحفيزية للمشاركة السياسية وخلق المؤيدين والتفوق على المنافسين من خلال المناقشة وطرح الأفكار¹.

1. مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للاتصال السياسي:

تمثل هذه المنصات الرقمية اليوم، أحد أهم أدوات الفاعلين السياسيين للتواصل المباشر مع الجمهور دون وساطة إعلامية، بما يسمح بنقل الرسائل السياسية بسرعة وتكلفة شبه معدومة. أشارت العديد من الدراسات إلى أن السياسيين والمؤسسات الحزبية، يوظفون خصائص التفاعلية والانفتاح التي تتيحها المنصات الرقمية لبناء صورة عامة، وتعزيز الظهور الإعلامي، والتحكم في تدفق المعلومات والتظاهرات، التي كانت بالأمس في عهد الإعلام التقليدي،

¹ السيد بخيث درويش: تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي - مؤشرات ونموذج ومقترح، دورية إعلام الشرق الأوسط، ع 9، 2013، ص31.

ضرباً من الخيال، حيث تساهم في صناعة رأي عام افتراضي، والذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في الفضاء العمومي الافتراضي، وتكوين رأي عام لا بد من توفر مستوى تعليم معين، وتواجد خدمة الإنترنت والاتصالات بشكل متوفر¹.

توظف مواقع التواصل الاجتماعي في ما يلي:

■ التسويق السياسي للأفكار والقضايا: تساعد استخدام المنصات الاجتماعية من طرف الفاعلين السياسيين والأحزاب السياسية وأسهمت في خلق ثقافة سياسية وبناء حوار بين الكيانات السياسية أو الأحزاب، كما أنها أتاحت الفرصة لعرض رغبات ومتطلبات الناخبين، كما سمحت بخلق التنافسية السياسية حيث أتاحت للأحزاب الأقل حيلة الفرصة لمضاهاة الحملات الممولة تمويلًا جيدًا باستراتيجيات غير مكلفة نسبياً ومنظمة، فالاستخدام المجاني لفيسبوك، وحتى الترويج المدفوع الذي لا يكلف أموالاً طائلة، خاصة أن هذه الشبكة وغيرها من الشبكات لها قاعدة جماهيرية تفوق بمرات كثيرة جمهور أي وسيلة أخرى².

■ تغيير المواقف والآراء تجاه القضايا السياسية: يعتمد الفاعلون السياسيون على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر مقالات وفيديوهات تثقيفية تناقش قضايا وطنية ودولية، وهذا في إطار التفاعل مع الأحداث العامة الجارية وهكذا يمكن استظهار المواقف اتجاه قضايا معينة مثل النزاعات الدولية، السياسات الحكومية، كما توظف الشبكات كذلك في إثارة وتوجيه القضايا المجتمعية كالبطالة والتعليم والصحة، وتوظف في ذلك المنشورات والفيديوهات واستطلاعات الرأي العام وغيرها من الدعامات التقنية المتاحة على الشبكة، لم يقتصر استخدامها على جماهير محددة، بل امتدت لمختلف القوى والمؤسسات الفكرية والسياسية

¹ نعيم بوعموشة، هشام بوبكر، مرجع سبق ذكره، ص 252.

² خالد بومخيلة: واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي -دراسة حالة الجزائر-، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 04، المجلد 04، أكتوبر 2021، ص 380.

والرسمية والأهلية وغيرها، لتصبح المحرك الرئيسي للتفاعل مع الأحداث الجارية والقضايا العامة في إنتاج بديل إعلامي بدل يعبر عن خطاب الجماهير الواسعة¹.

■ الوصول إلى جمهور واسع: بفضل خوارزميات فايسبوك، يمكن للأحزاب السياسية استهداف فئات معينة من المجتمع بناء على العمر والموقع والاهتمامات والتفضيلات السياسية²، ما يساهم في توسيع قاعدة جمهورها، إضافة إلى الإعلانات الممولة على فايسبوك للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور بما في ذلك الناخبين غير المتابعين للخطاب السياسي.

■ التفاعل المباشر مع الجمهور: تسمح خصائص الفيسبوك للجمهور والأحزاب بمناقشة مختلف القضايا من خلال البث المباشر والتعليقات والمشاركات، وهذا يعني انتشار أوسع للخطابات السياسية ويعني تجربة أكثر جودة للاتصال السياسي تفوق الاتصال الجماهيري، فالآن بضغطة زر يستطيع المستخدمون مشاهدة خطابات الحزب في أي وقت وأي مكان وتكرارها إذا أراد ذلك وفق وقته وخصوصيته. كما تقوم هذه الفضاءات على المشاركة السياسية بمنطق ديمقراطي، وتكون ذات طبيعة حوارية، حيث يقرر الائتلاف في مجموعات افتراضية للحديث والنقاش وتبادل الآراء حول مواضيع متعددة، كل عضو فهو في نفس الوقت مرسل ومستقبل³. والحوار الأفقي يكون حتماً متوازن ويضمن لفاعليه أعضاءها فيما بينهم⁴.

■ الترويج للبرامج الانتخابية والأفكار السياسية: يتم استخدام الإنفوغرافيك والفيديوهات القصيرة لشرح البرامج الانتخابية بشكل بسيط وجذاب ما يسهل على الجمهور غير المتعلم استيعاب الأفكار الرئيسية، ومنه التعبئة والتحفيز السياسي.

¹ شريف درويش اللبان، سامح الشريف: استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاته السياسية، متاح على الرابط <https://www.acrseg.org/40214>، تاريخ التصفح: 2025 /11/21، ساعة التصفح: 21:30

²Paul Hitlin, Lee Rainie, op cit, p 6.

³ نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، ع11، 2013، ص204.

⁴ السيد بخيث درويش، مرجع سبق ذكره، ص 35.

- إدارة الأزمات وتحديد المواقف: أثناء الأزمات يلجأ الحزب لنشر بيانات رسمية لتوضيح موقفه من الأحداث الجارية وتقديم تفسير حول سياساته وحلوله المقترحة، ومن ناحية أخرى يعتبر فيسبوك منصة فعالة للرد على الشائعات والمعلومات المضللة بسرعة.
 - الوسائط المتعددة: منح الخطاب السياسي الشفهي عبر تقنيات الفيديو والبيت المباشر على فيسبوك أفضلية ملموسة، وتميز عن الخطاب السياسي المباشر والتلفز، وحتى المسجل عبر الراديو حيث أصبح أسهل من ناحية الإنتاج والإخراج، إذ لا يكلف الكثير فقط مجرد اتصال بالإنترنت مما يعني تجاوز القيود المالية المفروضة على الحزب، حيث أتيح الاتصال بالجماهير من خلال شرائح الهاتف والاتصال السلكي واللاسلكي بالشبكة، مع إلغاء فكرة الارتباط بالزمان والمكان من خلال البيت المباشر.
 - التقنيات والمؤثرات السمعية البصرية: تمتلك المؤثرات السمعية والبصرية بعد تأثيري هام توظفه الأحزاب للتأثير على مدركات الجمهور وشعوره عند سماع خطابه السياسية، والأمر الذي يركز عليه صانع الخطاب هو مشاركة المحتوى وتعديله وفق ما يتيح الفيسبوك مثل تغيير الألوان والإضاءة والتسريع ودمج اللقطات وإضافة الموسيقى الحماسية، الوطنية، الحزينة، الأمر الذي يشد انتباه المتلقي للخطاب السياسي للحزب.¹
- شهدت الحملات الانتخابية خلال العقد الأخير تحولاً كبيراً بفضل المنصات الرقمية، التي أصبحت فضاءً رئيسياً للدعاية وتعبئة الناخبين. حيث سمحت مواقع مثل فايسبوك وتويتر للأحزاب المرشحين بتقديم خطابات انتخابية، ونشر تبريرات البرامج السياسية، وتوجيه دعوات للمشاركة، وبناء شبكات دعم رقمية واسعة النطاق.

¹ خليل سعدي: أساليب الاتصال السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي -دراسة تحليلية على عينة من الفاعلين السياسيين في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، الجزائر، 2024، ص 236.

3. تعزيز النقاش العمومي وتوسيع المجال السياسي:

خلقت الشبكات الاجتماعية فضاءً عاماً موسعاً، يسمح للمواطنين بالمشاركة في النقاش السياسي وتبادل الآراء، والتعبير عن المواقف تجاه السياسات العامة. وتشير دراسات عديدة إلى أن التفاعلات الرقمية – عبر التعليقات، الإعجابات، المشاركات – أصبحت تعكس مستوى الاهتمام السياسي لدى الجمهور، وتمثل مؤشراً أولياً على توجهات الرأي العام.

أسهم الإعلام الجديد بمختلف أشكاله وتطبيقاته في إدماج الأفراد بشكل غير مسبوق في العملية السياسية، والعملية الاتصالية، فأصبح لهم صوت مسموع في الساحة السياسية، وأتاحت لهم إمكانية التعبير الحر عن آرائهم وانشغالاتهم، دون التعرض لمقص الرقيب ودون التعرض لضغوط¹.

أدت التطورات الجديدة التي أفرزها الإعلام الجديد إلى قدرة المواطن على امتلاك أدوات التواصل والنشر والحضور في الفضاء العام، فالشبكات الاجتماعية فتحت المجال أمام المواطنين لطرح قضاياهم ومشاكلهم وهمومهم والتفاعل فيما بينهم وهذا ما أفرز فضاءً افتراضياً يتميز بالنشاط والفعالية أعطى مجالاً للمشاركة في بناء القرارات².

¹ رقمية مقدم: دور الإعلام الجديد في تفعيل المشاركة السياسية، مجلة الحوار الثقافي، العدد 2، 2018، ص 90.

² المرجع نفسه، ص 91.

المطلب الثاني : خصائص التفاعل السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

أحدثت البيئة الرقمية— وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي — تغييراً عميقاً في طبيعة الممارسة السياسية، ليس فقط من خلال إتاحة مساحات جديدة للتعبير وتداول المعلومات، بل عبر توفير خصائص تقنية ومعرفية وتفاعلية، جعلت السلوك السياسي للمستخدمين أكثر انفتاحاً وسرعة، وديناميكية، ومرونة. وقد أصبحت هذه الخصائص جزءاً من "بنية الفضاء العام الرقمي"، الذي يعاد فيه تشكيل الرأي العام وأنماط المشاركة السياسية، وتتسم مواقع التواصل الاجتماعية بعدة مميزات مدعمة للتفاعل السياسي مما أثرت على الحياة السياسية العامة للشعوب ومن أهم المميزات ما يلي:

■ التشجيع على المشاركة في النشاطات السياسية: من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر وغيرها، تزيد من اهتمام المشتركين بالحياة السياسية، بل وتشجعهم على الانخراط بها من خلال المشاركة في الفعاليات، التي تنظم في عبر تلك المواقع أو المشاركة في الانتخابات المحلية، مما تعمل على تنشيط الحراك السياسي الراكد في العديد من الدول القمعية والمتخلفة، كما ساهمت في كشف عن النفاق السياسي للأنظمة والمطالبة بالعدالة الاجتماعية والحرية والديمقراطية.¹

■ رفع مستوى الوعي السياسي: يعد الاطلاع على معلومات وأخبار السياسية والمشاركة مع أشخاص بحرية الرأي والتعبير دون قيود، والتعرف على سياسيين ومناضلين وحقوقيين عبر صفحات التواصل الاجتماعي، يساهم في توعية الأشخاص بأن لهم حقوق وعليهم واجبات سياسية تجاه أوطانهم، كما يساهم في رفع من مستوى ثقافتهم السياسية.²

¹ بوطالب حمزة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري- دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سعيدة، أطروحة دكتوراه، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، الجزائر، 2023، ص 87

² خالد غسان المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية الاقتصادية الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 171

■ توفير تطبيقات داعمة لخصوصية النشاط السياسي: من خلال تكوين المجموعات عن طريق المحادثات عبر الفيسبوك وتويتر أو عن طريق تطبيقات الرسائل القصيرة، والتحدث عبر أجهزة الهواتف الذكية وغيرها من الخدمات، حافظت على سرية الحراك السياسي والنشاطات المطالبة بالتغيير، خاصة مع استخدام بعض مناضلي السياسة الاسم مستعار، وذلك للمزيد من الحماية ضد رقابة الأجهزة القمعية، وهذه التقنيات سهلت من مهمتهم في حشد وتأييد الجماهير بسرعة.

■ حشد الأشخاص خلف قضية مشتركة بشكل فعال: فبحسب تقرير لمجلة حلف الناتو كتب "بن سكوت" وهو مستشار وزيرة الشؤون الخارجية في الولايات المتحدة الأمريكية هيلاري كلينتون، إن تكنولوجيا التواصل الاجتماعي سرعت التغيير السياسي وخاصة في الشرق الأوسط، من خلال جمع الأشخاص أصحاب التفكير المماثل في شبكة واحدة وسمحت بتنسيق مباشر للحركات، كما عزز الإعلام الاجتماعي الروابط الضعيفة للأشخاص ذوي الاهتمامات المختلفة والخلفيات المتنوعة في الحركات الاحتجاجية وهو أمر عجزت عنه الحركات والأحزاب السياسية بوسائلها التقليدية.

■ التعبئة والتنظيم والتأثير: أصبحت فضاءات الميديا الاجتماعية تمثل مصدر تفائل وأمل وتوتر، يكمن فيا تمنحه من بعد مرئي لحضور الفئات الاجتماعية والمهمة في الفضاء العمومي.¹

■ تغير مفاهيم النضال والاحتجاج: لم تعد المظاهرات الدموية هي السبيل الوحيد للاعتراض على الظلم والمطالبة بالإصلاح، وإنما أصبحت أمواج الرسائل الاحتجاجية التي ترد عبر الانترنت تعوض الاحتشاد المادي في مكان واحد، برهنت العرائض الالكترونية التي يوقعها الآلاف أو ملايين الناس على أنها أداة سياسية فعالة تغني أحيانا عن المظاهرات الحاشدة.

¹ نصر الدين لعباضي: وسائط التواصل وتحولات الفعل الاجتماعي والسياسي في بلدان المغرب العربي- تحليل في الاستخدامات والتحديات، رابط المقال: urlr.me/6gxXQa، تاريخ التصفح: 12.12.2025، ساعة التصفح: 22:00

■ عولمة قضايا النضال السياسي المحلي: بحيث تعمل على نشر الآراء والأفكار السياسية للمناضلين وأحزاب سياسية محلية، لم يكن ليسمع بقضاياها العالم، وهو ما حدث مع قضايا ثورات الربيع العربي، وبفضل مواقع التواصل الاجتماعي والحوار الفردي بين المشتركين العرب والأجانب، صارت العديد من القضايا العربية على رأسها القضية الفلسطينية تحظى بتعاطف وتأييد شعبي من طرف العديد من الدول في العالم.¹

المطلب الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي والرأي العام

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي في العصر الرقمي أحد أهم الفواعل المؤثرة في إعادة تشكيل الوعي السياسي وبناء أنماط جديدة من المشاركة السياسية. ولم تعد هذه المنصات مجرد وسائط ترفيه أو شبكات اجتماعية، بل تحولت إلى فضاء عام موازٍ، له قواعده، ورؤاؤه، وآلياته الخاصة في إنتاج الخطاب وتوجيه السلوك السياسي. وقد بيّنت الدراسات العربية والأجنبية أن تأثير هذه المواقع يتجاوز حدود الإخبار إلى مستوى تشكيل الرأي، وصنع الاتجاهات، والتحفيز على الفعل السياسي، سواء في الواقع أو في المجال الافتراضي.

مواقع التواصل كفضاء جديد لصناعة الوعي السياسي:

تمثل المشاركة السياسية أحد مقومات الحداثة السياسية، وانطلاقاً من البعد السياسي للتنمية، كما تعد كذلك إحدى الملامح الرئيسية لعملية التنمية بشكل كلي، وفي بعدها السياسي على الخصوص. ولا شك أن الأحزاب السياسية هي التي تقدم الإطار الأكثر أهمية وملائمة لتحقيق المشاركة. كما أن ظهور الأحزاب نفسها يمكن أن يزيك لدى الأفراد الرغبة في ممارسة السياسة والمشاركة فيها، طالما توفر لديهم التوقع والطموح بأن تلك المشاركة سوف تكون منوطة بقراراتهم ومهاراتهم.²

¹ بوطالب حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 88

² يوسف أزروال: دور الأحزاب السياسية في إدارة التنمية السياسية، مجلة الحقيقة، العدد 41، 2017، الجزائر، ص 145

تعتبر المشاركة العصب الحيوي للممارسة الديمقراطية وقوامها الأساسي، التعبير العملي الصريح لسيادة قيم الحرية والعدالة والمساواة في المجتمع، كما تعد مؤشراً قوياً للدلالة على مدى تطور أو تخلف أي مجتمع ونظامه السياسي، وما يعنيه ذلك من ارتباط بينها وبين جهود التنمية عامة، والتنمية السياسية على وجه التحديد، ومن ثم يقال إن المجتمع التقليدي يفتقر إلى المشاركة، في حين تتوافر المشاركة في المجتمعات الحديثة¹.

تتضمن التنمية السياسية في أحد جوانبها تنمية روح المواطنة والمعايير الجديدة للولاء والمشاركة من خلال جعل الأفراد مواطنين ملتزمين ومشاركين نشيطين، فقد اعتبر "هنتجتون" المشاركة السياسية أحد عناصر التنمية السياسية، وقارنت الأخيرة لديه بالعلاقة بين المؤسسة السياسية من ناحية، والمشاركة السياسية من ناحية أخرى، وتشير المشاركة إلى ضرورة ممارسة الجماهير للدور المنوط بها في الحياة السياسية من خلال قنوات المشاركة المعتادة أهمها الأحزاب السياسية².

3. التأثير على المشاركة السياسية التقليدية والرقمية:

لا تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي إلى تطوير أشكال جديدة من المشاركة السياسية الرقمية فقط، بل تدفع أيضاً نحو زيادة المشاركة التقليدية. فبحسب دراسة "عبد الغفور بن بريكة" بعنوان استخدام الفيسبوك والمشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي، فإن ارتفاع معدل استهلاك المحتوى السياسي على فيسبوك يرتبط بارتفاع احتمالات المشاركة في الانتخابات والتظاهرات والأنشطة الحزبية.

¹ ياسين ربوح: الأحزاب ودورها في التنمية السياسية بالجزائر (1996-2008)، رسالة ماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009، ص 136.

² ياسين ربوح، مرجع سبق ذكره، ص 136.

تأخذ المشاركة الرقمية أشكالاً متعددة:

- المشاركة في الحملات الإلكترونية
- التوقيع الرقمي على العرائض
- مناقشة القضايا السياسية
- دعم المرشحين عبر الصفحات
- نشر محتوى سياسي أو توعوي

نحو فضاء سياسي جديد يعيد تعريف المشاركة السياسية:

تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي إلى إعادة تشكيل المجال السياسي برمته. فهي تخلق فضاءً عاماً جديداً تتفاعل فيه الخطابات، وتُعاد صياغة الهوية السياسية، ويُعاد بناء الوعي الجماعي بطرق لم تكن ممكنة في السابق. الحملات الانتخابية في شبكات التواصل الاجتماعي:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر واليوتيوب أداة حيوية وفاعلة في الحملات الانتخابية، حيث سارعت كل الأحزاب السياسية لإنشاء صفحات وحسابات عبر تلك الشبكات، خاصة على موقع الفيسبوك واليوتيوب، قصد مواكبة الحدث وفق التكنولوجيا المتاحة، ومن أجل التسويق السياسي الإلكتروني الذي يسمح بالتواصل مع الطبقة الناجية.

يقصد بالتسويق السياسي الإلكتروني استخدام وسائل الاتصال الإلكتروني الحديثة المتمثلة في أبرزها الإنترنت وما تقدمه من خدمات التي يمكن من خلالها بث رسائل الحملات الإلكترونية في نطاق واسع، ولقد رأى بعض الباحثين أن الإنترنت أداة واعدة في هذا المجال، وإنه سوف يحدث ثورة في الاتصال السياسي خاصة فيما يتعلق بالمشاركة السياسية¹.

¹ نهلة حفيظي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة والحملات الانتخابية- دراسة تحليلية مسحية وتأثيرات الانترنت في الحملات الانتخابية الأمريكية 2008، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012، ص 97

تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في دوراً ريادياً في الحملات الانتخابية للأحزاب السياسية والمرشحين السياسيين، مما دفعهم لاستخدامها كوسيلة متطورة في الدعاية السياسية والانتخابية ومن أدوارها في الحملات الانتخابية نذكر أهمها:

- تكوين الصورة الذهنية عن المرشحين: تمارس تكنولوجيا الإعلام والاتصال دوراً أساسياً في العمل على التعريف بالمرشح ويتجسد ذلك جلياً عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تمارس هذه الأخيرة دوراً في الحملات الانتخابية وذلك عبر القيام بتقديم نبذة عن حياة المرشح العلمية والعملية وأهم إنجازاته في خدمة المجتمع عامة ودائرته خاصة، وبالتالي تعرف الناخبين بأهداف مرشحهم¹، كما تسمح الشبكات الاجتماعية من خلال خصائصها المتاحة بتقديم برنامج الحزب ومرشحيها وشعاراتها الانتخابية بالصورة والفيديو وحتى البث الحي.
- التعرف على ردود الناخبين: أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي للقائمين على الحملات الانتخابية من التعرف على ردود أفعال الناخبين وآرائهم في الحملة واستراتيجياتها، والتعرف على آرائهم حول رؤى المرشح وأطروحاته في القضايا المثارة في الحملة الانتخابية.
- تعبئة الناخبين وكسب دعمهم: تساهم شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التواصل المباشر مع الناخبين من إقناع البعض بالتصويت على الحزب ومرشحيه، وكسب تأييد البعض الآخر من أجل الدعم ومساندة المترشح في حملته الانتخابية.
- بناء الثقة بين المرشح والناخبين: تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تقارب بين المرشح السياسي والناخبين، من خلال تقديم معلومات صحيحة على حسابه، إضافة إلى النشر الدوري للمواضيع المهمة، والتي تخص الناخب بطريقة صحيحة بعيدة عن التضليل والتعتيم، كما يمكن للمرشح عبر الشبكات من تصحيح إشاعات المغرضة ضده وفي وقتها المناسب، كل هذه الأمور من شأنها أن تظهر مصداقية المترشح وتصنع له الثقة المطلوبة مع الناخبين.²

¹ محمد نور السيد البصراي: دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، 2014، ص 403.

² نوال مغزيلي: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الحملات الانتخابية، مجلة المعيار، العدد 2، 2019، ص 434.

العلاقة الارتباطية بين الفيسبوك والوعي السياسي:

يؤدي الإعلام في صورته الجديدة (شبكات التواصل الاجتماعي) وأبرزها الفيسبوك دوراً في تشكيل الوعي السياسي للشباب عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية، كما يساهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية واستعدادهم للعمل العام، وعند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي يتبادر إلى الذهن أول ما يتبادر الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية، والتي دار حولها ولا يزال جدل كبير من قبل المتخصصين، فمنذ 2011 نشرت الكثير من المقالات والدراسات وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية، وتأثير على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة، وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات في أنماط واتجاهات استخدامها دوراً في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية.¹

يرى أنصار الحتمية التكنولوجية بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، ومن ثم فإن هذا الاتجاه يقر بأن التكنولوجيا الحديثة والإعلام الجديد يؤثر ويلعب دوراً كبيراً في تشكيل الإدراك والوعي السياسي لدى الأفراد، على خلاف ذلك يرى أنصار الحتمية الاجتماعية بأن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، أي أن القوى الاجتماعية المالكة لوسائل الإعلام هي التي تحدد محتواها، وهنا هذا الاتجاه يقلل من دور التكنولوجيا التي تبقى حسب وسيلة، وأن الأفراد والمالكين لوسائل الإعلام هم من يحددون القيم ويؤثرون على الإدراك والوعي السياسي.²

¹ نادية بن ورقلة، مرجع سبق ذكره، ص 208.

² سمير كيم: دور الفيسبوك في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري- دراسة ميدانية لعينة من المشاركين في الحراك الشعبي، مجلة الدراسات الإعلامية- المركز الديمقراطي العربي برلين، العدد 12، 2020، ص 203.

يؤكد أنصار الحتمية التكنولوجية بأن مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي، حيث أن الحراك لم يكن ليحدث، دون الفايسبوك وتويتر، حيث ساهمت الشبكات الرقمية في كسر حاجز الخوف وإتاحة إمكانية التواصل بين المتظاهرين، وأهم ما قامت به المنصات الاجتماعية عملية التشبيك الاجتماعي بفعل التواصل والتفاعل بين المتظاهرين، ما أفرز نوعاً من الانتماء المفضي إلى الشعور بالأمان لدى الفرد، بسبب الإحساس بوجود مجموعة أكبر من الأشخاص تتقاسم الاهتمامات، وتتولى الدفاع عن الأعضاء عند الضرورة، أي أن هذه الشبكات ولدت انصهاراً وتلاحماً مصيرياً بين النشاط الإلكترونيين.¹

المطلب الرابع: حدود المشاركة السياسية عبر الفضاء الرقمي

على الرغم من الإمكانيات التي يتيحها الفضاء الرقمي من حيث سهولة التعبير والوصول إلى المعلومات وتوسيع دوائر النقاش العمومي، إلا أن هذه المشاركة تظل محكومة بجملة من الحدود البنيوية والتقنية والسياسية. وتتمثل هذه الحدود في الطابع غير المؤسسي للمشاركة الرقمية، وهيمنة التفاعل الرمزي، فضلاً عن ضعف القدرة على تحويل التعبير الرقمي إلى فعل سياسي فعلي. ومن هذا المنطلق، يهدف هذا المطلب إلى تفكيك حدود المشاركة السياسية عبر الفضاء الرقمي، والكشف عن الفجوة القائمة بين الحضور السياسي الافتراضي والمشاركة السياسية الواقعية.

1. إشكالية الطوعية في البيئة الشبكية:

تطرح المشاركة السياسية الرقمية تساؤلاً جوهرياً حول "الإرادة الطوعية" للمواطنين في ظل هيمنة المؤسسات الرسمية على الأنظمة الشبكية. فلكي تكون المشاركة فعالة وحقيقية، يجب أن تنبع من رغبة حرة ومستقلة للأفراد، وألا تكون مجرد استجابة لتوجيهات أو قواعد

¹ سمير كيم، مرجع سبق ذكره، ص 203.

تفرضها السلطات لتوجيه الرأي العام، مما يحافظ على جوهر الحرية في الفضاء الرقمي، رغم هذا توفر الانترنت هامش الحرية في التعبير عن الأفكار والاتجاهات في شأن القضايا ذات الاهتمام المشترك والتدقيق في القوانين وقواعد ممارسة السلطة العمومية والسياسة المتبعة.¹

2. المواطنة الرقمية كأداة للتمكين:

أصبحت "المواطنة الرقمية" هي الركيزة الأساسية للمشاركة السياسية في المجتمعات المتقدمة. وهذا يضع التزاماً على عاتق الحكومات لضمان حقوق الأفراد في:

- اكتساب المعرفة: تمكين المواطن من الوصول إلى المعلومات والبيانات الصحيحة.
- حرية التداول: توفير بيئة تتيح مناقشة القضايا المجتمعية والسياسية عبر الوسائط الرقمية دون قيود.
- الرقابة والتدقيق: استخدام الإنترنت كأداة لتمكين المواطن من مراقبة السياسات العامة ونقد القوانين، مما يخلق وعياً أعمق في التعامل مع المؤسسات الحكومية.

3. معوقات المشاركة السياسية الرقمية في المنطقة العربية:²

على الرغم من الإمكانيات التي توفرها الشبكة، إلا أن الدراسات تشير إلى أن المشاركة السياسية (بمفهومها العميق كالتصويت أو النشاط الحزبي) لم تشهد قفزة كبيرة، ويمكن إرجاع ذلك لعدة أسباب:

- الاستخدام الإداري لا السياسي: يقتصر أغلب نشاط المواطنين على طلب الخدمات الحكومية أو المعاملات الإدارية.
- هيمنة المنصات العالمية: احتكار الشركات الكبرى للمجال الإعلامي أدى إلى تهميش القنوات المحلية الرقمية.

¹ دارن بارني: المجتمع الشبكي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2015، ص 165.

² هشام رائق: الفجوة الرقمية والعزوف عن المشاركة السياسية – تحليل انحدار لوجستي ثنائي الاستجابة لعينة من بيانات المؤشر العربي، سياسات عربية، العدد 56، المجلد 10، 2022، ص ص (144-145)

- أحادية المصدر: لا يزال الكثير من المواطنين يعتمدون على القنوات الرسمية التابعة للإعلام الجماهيري التقليدي كمصدر أساسي للمعلومات، مما يولد شعوراً بغياب التنوع في الآراء ويؤدي للزهد في المشاركة السياسية والتوجه بدلاً من ذلك نحو المجالات الترفيهية أو المهنية.

4. تحولات ما بعد الربيع العربي:

شهد العالم العربي تحولات كبرى أعادت ترتيب فضاءات المشاركة السياسية، حيث لعبت وسائل التواصل الحديثة دوراً محورياً في هذا التغيير. هذه التحولات دفعت بعض الأنظمة نحو "انفتاحات جزئية" قد تُحفز على المشاركة المستقبلية. ومع ذلك، تظل الفجوة قائمة بين وجود هذه الفضاءات الرقمية الجديدة وبين القدرة على إنجاح الممارسة السياسية وتطبيقها فعلياً على أرض الواقع.

5. تفاوت مستويات الاستخدام والمشاركة

تُظهر البيانات الإحصائية لدراسة "هشام رائق"¹ فوارق جوهرية في التعامل مع الفضاء الرقمي على مستويين:

1. التفاوت بين الدول: تسجل دول مثل الكويت ولبنان أعلى مستويات استخدام للإنترنت، بينما تنخفض هذه المعدلات في دول أخرى مثل السودان وتونس وموريتانيا.
2. الفجوة الرقمية الداخلية: توجد فروق واضحة داخل المجتمع الواحد بناءً على الخصائص الديموغرافية، حيث يقل استخدام الإنترنت بشكل ملحوظ لدى: الإناث (في معظم الدول العربية)، كبار السن (55 سنة فأكثر)، ذوي الدخل المنخفض والمستوى التعليمي المحدود.

¹ هشام رائق، مرجع سبق ذكره، ص 153

المبحث الثاني: آليات وأنماط المشاركة السياسية عبر فيسبوك

المطلب الأول: المشاركة السياسية في ظل البيئة الرقمية

شهدت المشاركة السياسية تحولات جوهرية بفعل تطور الفضاء الرقمي، الذي أصبح أحد أهم القنوات التي يمارس من خلالها المواطنون علاقتهم بالشأن العام. فمع الانتقال من الاتصال الأحادي للإعلام التقليدي إلى الاتصال التفاعلي للشبكات الرقمية، انتقلت السياسة إلى بيئة جديدة تتيح إمكانات واسعة للتعبئة، والنقاش، والرقابة، وصناعة الرأي العام. ويشكل هذا التحوّل امتداداً لمسار تاريخي بدأ مع ظهور الشبكة العنكبوتية، لكنه ازداد عمقاً مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي واعتماد المواطنين عليها كمجال أصيل للممارسة السياسية اليومية. ويقدم الإعلام الجديد فرصاً عديدة حيث إنه يختصر معنى المسافة الجغرافية، ويسمح بارتفاع كبير في حجم الاتصال، ويوفر إمكانية زيادة سرعة الاتصال وفرص الاتصال التفاعلي، ويسمح بأشكال التواصل التي كانت في السابق منفصلة وغير قابلة للتشابك¹.

تمثل شبكات التواصل الاجتماعي إحدى أهم الوسائل الداعمة لتعزيز المشاركة السياسية، حيث تتيح الفرصة للأفراد من خلال فضاءات افتراضية للتعبير عن وجهات نظرهم والحوار فيما بينهم حول قضايا مختلفة بطريقة سهلة سلسلة وبحرية غير مسبقة، كما وتساهم في الحد من ظاهرة الاغتراب السياسي واللامبالاة السياسية للشباب وتزيد من درجة اهتمامهم في مناقشة قضايا الشأن العام، والإحساس بالمسؤولية الملقاة على عاتقهم تجاه المجتمع². من خلال فتح مجال الفضاءات العامة في التواصل ومشاركة الآراء وصناعة القرار من خلال قنوات الإعلام الجديد عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة وأجهزة الاتصال بالرسائل النصية وتبادل الشعارات والأفكار بكل حرية وديمقراطية.

¹ رقية مقدم وعبد القادر مالفى: دور الإعلام الجديد في تفعيل المشاركة السياسية، مجلة الحوار الثقافي، العدد 2، الجزائر، 2018، ص 91

² نوال مغزيلي: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إرساء ممارسة جديدة للمشاركة السياسية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، ع 13، 2018، ص 760.

تتيح شبكات التواصل الاجتماعي فضاءات مشتركة للمشاركة، متجاوزة الانتماءات الحزبية الضيقة، وتدعو لمشاركة سياسية في إطار الديمقراطية، عكس المواقع التي تهيمن عليها الأحزاب أو توجهها، ظهرت أهمية هذه الشبكات التواصلية في المشاركة السياسية من خلال الأدوار التي لعبتها، والمرتبطة بكافة التفاعلات اليومية التي تشهدها الساحة السياسية، وكذلك في تفسير الحواجز بين العام والخاص، وبين النخبة والجمهور، ويقوم المدونون بإنشاء قنوات خاصة خارج القنوات السياسية الرسمية للمشاركة بطريقتهم للتعبير عن آرائهم، وما أتاحته من أدوات جديدة لعبت دوراً فاعلاً في المشاركة السياسية غير الرسمية¹.

تعتبر المدونات، والفيسبوك، واليوتيوب، من الوسائط الأكثر استخداماً في مجال العمل السياسي في العديد من دول العالم، حيث أصبحت الوسائط الجديدة أحد أهم المصادر المهمة لدى الشباب للحصول على المعلومات السياسية، وقد انتشرت المواقع الإلكترونية التي تقدم المعلومات السياسية على الإنترنت، وسعت الحكومات والأحزاب ومؤسسات المجتمع المدني ومراكز البحث بل حتى الأفراد لإنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها تقدم المعلومات لمستخدمي الشبكات قصد التواصل معهم، كما سعت وسائل الإعلام التقليدية خاصة المطبوعة منها إلى تقديم خدماتها الإخبارية على شبكة الإنترنت، ويمثل الإنترنت إحدى أدوات المشاركة السياسية للشباب².

يُعد هذا التحوّل من أهم التغيّرات التي يجب على الباحثين في الإعلام والاتصال تحليلها بعمق، خاصة في السياق الجزائري حيث أصبح الفضاء الرقمي أحد أبرز مسارات التعبير السياسي، وصناعة الوعي، وتوجيه الرأي العام.

¹ طاهر حسن أبو زيد: دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2012، ص 95.

² المرجع نفسه، ص 65.

المطلب الثاني : منصة فايسبوك كمجال لحرية المشاركة السياسية

أدى الانتشار الواسع لمنصة فايسبوك إلى إعادة طرح مسألة حرية المشاركة السياسية خارج الأطر التقليدية التي كانت تضبطها المؤسسات السياسية والإعلامية. فقد أتاح فايسبوك فضاءً مفتوحاً نسبياً للتعبير عن الآراء السياسية، وتبادل المواقف، وانتقاد السياسات العامة، بعيداً عن القيود التي تفرضها القنوات الرسمية. غير أن هذا الاتساع في حرية التعبير لا يخلو من إشكالات تتعلق بطبيعة الحرية الرقمية وحدودها، في ظل سياسات المنصة، والمراقبة، وتنظيم المحتوى.

إن تطور استخدام شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك تشكل فرصة أمام المواطنين للتعبير عن آرائهم، بصفتها تمنح مجموعة من السمات التي يمكن أن تساعد على تنشيط الممارسة السياسية كأحد أهم ركائز الحرية، وهذه السمات يمكن إجمالها في ما يلي¹:

- أصبحت هذه الشبكة تقوم بفتح مجموعات صحافية وإعلامية إلى غير ذلك تقوم بالإبلاغ عن النشاطات التي تهتم تلك المجموعات.
- يعد هذا الموقع منبراً إعلامياً وصوتاً لمن لا صوت له، ويؤكد ذلك ما جرى خلال الثورات العربية في مصر وتونس.
- أدى دوراً مهماً في انفتاح المواطنين على كل ما يحدث في المجتمع في كل المجالات.
- خلق لدى المستخدمين جرأة وثقة كبيرة من خلال إبداء إعجابه أو كتابة تعليقاته على المنشورات الموجودة عبر هذه الشبكة.
- مكنت الصحفيين من كتابة ما لا يمكن له كتابته عبر الصحف الورقية.
- أصبحت المواقع الإلكترونية أكثر تفاعلية عبر شبكة فايسبوك وبالتالي تزداد شهرتها وانتشارها خلال الموقع.

¹ الرحباني عبير شفيق: الاستعمار الإلكتروني والإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

المطلب الثالث: أنماط المشاركة السياسية عبر فايسبوك

تتخذ المشاركة السياسية عبر فايسبوك أشكالاً متعددة، تتراوح بين التفاعل البسيط مع المحتوى السياسي والمشاركة في النقاشات، وصناعة الخطاب السياسي الرقمي، وصولاً إلى التعبئة والدعوة إلى الفعل الجماعي. تعكس هذه الأنماط تنوع مستويات الانخراط السياسي للمستخدمين، واختلاف دوافعهم للفعل السياسي داخل البيئة الرقمية. كما تُبرز الانتقال من المشاركة السياسية التقليدية إلى أشكال جديدة، يغلب عليها الطابع الرمزي والتواصلي.

الديمقراطية الإلكترونية بعد جديد للمشاركة السياسية الرقمية:

امتداداً لمفهوم المشاركة السياسية الرقمية ظهر ما يسمى بالديمقراطية الإلكترونية كآلية جديدة تسمح للمواطنين بصنع القرار من خلال الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة، وهي لا تقل شيئاً عن الديمقراطية التقليدية ولا تختلف عنها في الجوهر والمقصد. وإنما جاءت لتعزز منها بعد ثبوت قصورها وعجزها نتيجة فقدان الثقة في مؤسسات الدولة وتنامي ظاهرة العزوف السياسي. ويتجلى بعدها السوسيولوجي في كونها أداة تنمي من التفاعل الاجتماعي بين الأفراد والسلطة بهدف تعزيز القيم والسلوكات السياسية الهادفة ومحاربة الأنماط والنماذج السلبية للفعل السياسي واستدراك الفجوة الاتصالية.

عرفها "غاريسون" بأنها استخدام الحكومات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين كفاءة ومشاركة وجودة المشاركة الديمقراطية. كما عرفها "مانسوتش" بأنها استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لإشراك المواطنين ودعم عملية صنع القرارات وتعزيز الديمقراطية التمثيلية.¹

¹ رمضان مسيكة: التصويت الإلكتروني نحو مسار جديد لتكريس المشاركة السياسية في ظل التكنولوجيا الرقمي، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، 2023، ص 164.

فيما يلي سنستعرض أهم صور الديمقراطية الرقمية:

○ التصويت الإلكتروني:

يعتبر التصويت من أهم أشكال المشاركة السياسية وأكثرها شيوعاً والذي يعد أبرز الدعائم التي تقوم عليها الديمقراطية لأنه تمثل إرادة الشعوب. أما من منظور سوسيولوجي فإن التصويت يدل على فعل أو سلوك عقلائي له غاية أي أنه مرتبط بهدف معين وتتدخل في تركيبته مجموعة من الاعتبارات مثل الانتماء والميول. ومن منظور ماكروسوسيولوجي فإن عملية التصويت أعم وأشمل من أن تختزل في الحقل السياسي فقط، حيث يتخذ التصويت عدة أشكال تبعاً للسياق الذي يتم فيه مثل التصويت داخل الأسرة أو داخل المؤسسة.

يعد التصويت الإلكتروني شكلاً من أشكال المشاركة السياسية الحديثة وهو لا يختلف عن التصويت المتعارف عليه إلا في وسائله ونطاق ممارسته. ففي حين يعتمد التصويت العادي على مراكز التصويت وصناديق الاقتراع وغيرها، فإن التصويت الرقمي يحتاج لتقنيات تكنولوجية حديثة مرتبطة بشبكة الإنترنت لتسجيل وإحصاء الأصوات. وقد استحدث هذا النموذج لتسهيل العملية الانتخابية تماشياً مع التطورات التكنولوجية، ومن مميزاته توفير الوقت والجهد المبذول وتخفيض الترتيبات اللوجيستية المتعلقة بالتصميم والتنسيق والطباعة وكذلك حالة التأهب الأمني التي تسبق عملية الانتخاب، بالإضافة إلى حده من عمليات الغش والتزوير فضلاً عن الأخطاء البشرية غير مقصودة.¹

¹ بقدي مصطفى وبن تامي رضا: الإعلام الرقمي والمشاركة السياسية، مجلة المعيار، المجلد 29، العدد 3، 2025، ص 896

تعتمد أكثر من ثلاثين دولة في العالم نظام التصويت الإلكتروني أبرزها الولايات المتحدة الأمريكية، أستراليا، النمسا، بلجيكا، البرازيل، كندا، استونيا، فرنسا، ألمانيا، الهند، اليابان، كوريا الجنوبية، الأرجنتين، كوستاريكا، بنما، فنزويلا، البيرو، كولومبيا، جنوب إفريقيا، روسيا، وتبقى الدول العربية خارج القائمة لعدة أسباب ترتبط بالمنظومة السياسية والمجتمعية في حد ذاتها إلى جانب عوامل ذات علاقة بالموارد المالية، والتحكم في التكنولوجيات الحديثة، وانتشار الأمية، ويقتصر التصويت الإلكتروني في بعض الدول داخل المجالس النيابية وبعض الهيئات الأخرى ذات العضوية المحدودة، ويمكن أن يتيح هذا النوع من التصويت مشاركة أكثر للناخبين على اختلاف فئاتهم ومستوياتهم العمرية في عملية الاقتراع مقارنة بالنظام التقليدي الذي يعتمد الصناديق أداة للاقتراع¹.

○ الانخراط الإلكتروني والحملات الانتخابية الرقمية:

انطلاقاً من كون الاتصال جزءاً لا يتجزأ من التنظيمات فإن الأحزاب السياسية قد تبنت التحولات الرقمية كأحد الاستراتيجيات الاتصالية المستحدثة في إطار الهيكلية الحديثة الرامية لعصرنة المؤسسات السياسية سعياً منها لتحسين الأداء وتعزيز التواصل مع الأفراد وكذا توسيع بنائها الاجتماعي. ويتجلى الدور البارز للإعلام الرقمي في مساعدته للأحزاب السياسية على توسيع قاعدتها الشعبية وزيادة نسب المنخرطين ضمن صفوفها من خلال إتاحة الفرصة للأفراد بالتسجيل عبر شبكة الإنترنت بدلاً من الطرق التقليدية التي تفرض التنقل وتحضير الملف المتضمن ملء الاستمارات الورقية. في حين أن العضوية الإلكترونية لا تتطلب سوى الدخول إلى موقع الحزب أو صفحته الرسمية على مواقع التواصل وغالباً ما يعرض الحزب استمارة العضوية عبر هذه المواقع وعلى الراغبين في العضوية سوى ملء هذه الاستمارة وإرسالها

¹ أحمد أمين فورار: دور الاتصال التفاعلي عبر الشبكات الاجتماعي في إقناع الشباب بالمشاركة في النشاط السياسي - دراسة مسحية على اتجاهات عينة من أساتذة الإعلام والاتصال، والعلوم السياسية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2018، ص 144

مع وضع الحزب لبعض الشروط والبنود التي تحدد أهلية الفرد في الانخراط ضمن صفوفه.¹ وأهم ما يميز الانضمام الرقمي للأحزاب هو سهولة الانخراط وتخفيف الأعباء، وقد شهدت الأحزاب زيادة في نسبة الإقبال على العضوية الحزبية مقارنة بالماضي، إذ أن التحولات الرقمية سمحت للأحزاب السياسية بالانفتاح أكثر على الجماهير، كما ساهمت في تسهيل عملها وإدارة قواعد بياناتها بشكل سلس وأكثر فاعلية بما يصب في مصلحة الحزب.

غيرت الثورة الرقمية من شكل الحملات الانتخابية وأعطتها زخماً إعلامياً أكبر حيث اتجهت الأحزاب إلى الترويج لحملتها الانتخابية ودعم مرشحيها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بالموازاة مع عملها الميداني وأصبحت تستثمر في الفضاء الافتراضي للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور. ولا يختلف الحال مع المترشحين الأحرار في الاستفادة من الوسائل الإعلامية الحديثة حيث أصبحت ضرورة تفرضها العولمة والتطورات الراهنة لأنها تعزز الحوار الديمقراطي وتقرب الأفراد أكثر من المترشحين. وبالعودة إلى بداية ظهور الحملات الإلكترونية نجد أن الولايات المتحدة الأمريكية كانت السباقة لاستعمال هذا النموذج منذ سنة 2004 باعتبارها من الدول الرائدة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال.²

○ العرائض الإلكترونية:

تسمى الالتماس عبر الانترنت أو عريضة الإنترنت أو العريضة الإلكترونية وهي شكل من أشكال العريضة تتوفر على الخط ويكون التوقيع عليها بتسجيل بعض التفاصيل الشخصية مثل الاسم وعنوان البريد الإلكتروني ويتم تسليمها عن طريق البريد الإلكتروني إلى الجهة المعنية أو المخولة بعد بلوغ عدد المتوقعين عليها نسبة محددة، وهي تمثل أداة ضغط معنوية

¹ بلمولاي بدر الدين: دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017، ص 8.

² بقدي مصطفى وبن تامي رضا، مرجع سبق ذكره، ص 898

وقانونية قوية؛ فهي لا تكتفي بكونها ابتكاراً تقنياً، بل هي وسيلة فعالة لتشجيع المواطنين على إيصال آرائهم وقناعاتهم حول التشريعات والقضايا العامة لصناع القرار.

○ البوابات الحكومية:

تمثل الواجهة الرقمية التي تربط الدولة بالمواطن، وتهدف إلى:

- تعزيز الشفافية: توفير إطار موحد للتواصل الفعال بين الحكومة والشركاء (القطاع الخاص والمجتمع المدني) وتجسيد مبدأ "الموقع الإلكتروني الواحد" للخدمات.
- مركزية الخدمات: تسمح بتوحيد البنى التحتية والبيانات لجميع الوزارات والمؤسسات تحت مظلة واحدة، مما يسهل الوصول للخدمات عبر أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف الذكية بشكل آمن وسريع.¹

○ الاستشارة الإلكترونية:

هي آلية تفاعلية تتيح الحوار المشترك بين السلطة والمجتمع، وتبرز قيمتها في:

- توسيع المشاركة: توفر بيئة افتراضية تفاعلية تسمح للمواطنين بإبداء آرائهم في السياسات والمبادرات الحكومية الجديدة قبل إقرارها.
- أدوات التنفيذ: تتدرج من أبسط الصور (مثل طرح أسئلة وتلقي أجوبة في منتديات نقاشية) إلى صور أكثر شمولاً مثل الاستطلاع الإلكتروني الذي يهدف لقياس اتجاهات الرأي العام حول قضية معينة بشكل كمي وموضوعي.
- دعم صنع القرار: تساهم في إدماج المواطن فعلياً في عملية صنع القرار، مما يضفي شرعية أكبر على السياسات العامة المتبعة.²

¹ أحمد أمين فورار، مرجع سبق ذكره، ص ص (145-146)

² المرجع نفسه، ص ص (147-148)

المطلب الرابع: تأثير منصة فايسبوك على المشاركة السياسية في الجزائر

يمثل تأثير فايسبوك على المشاركة السياسية في الجزائر أحد المحاور المركزية لفهم التحولات التي طرأت على العلاقة بين المواطن والمجال السياسي خلال السنوات الأخيرة. فقد ساهمت المنصة في إعادة تشكيل طرق تلقي الخطاب السياسي، وفتح فضاءات جديدة للنقاش العمومي، وتعزيز أشكال التعبير السياسي خارج الأطر المؤسسية. غير أن هذا التأثير يظل متبايناً من حيث العمق والفاعلية، ويتأثر بالسياق السياسي والاجتماعي والثقافي الخاص بالمجتمع الجزائري.

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً فاعلاً في تشكيل الوعي السياسي في المجتمع العربي، فهي تعكس طبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع، وبين النخبة والجمهير فدور هذه المواقع في تدعيم الديمقراطية، وتعزيز قيم المشاركة السياسية وصنع القرار السياسي، يرتبط بفلسفة النظام السياسي الذي تعمل في ظله، ودرجة الحرية التي تتمتع بها داخل البناء الاجتماعي.¹

بدأ الحراك الجماهيري في بلدان الربيع العربي من تشكل الوعي السياسي لدى الشباب الذي كان يتفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة التي لعبت دوراً في تنمية إدراكه بواقعه وفهمه ودفعه إلى التحرك من أجل تغيير تلك الوضعية التي كان يعيش فيها (تهميش وفساد واستبداد)، ومن ثم تطور مستوى الوعي السياسي لديه، فخرج للتظاهر والاحتجاج ذلك أن الوعي السياسي ينتقل من المستوى النظري إلى المستوى العملي أي الممارسة.²

¹ سمية حوادسي: جدلية دور دور مواقع التواصل الاجتماعي - بين نشر الوعي السياسي والاجتماعي وثقافة العنف والتطرف الإرهابي في المجتمع العربي، مجلة جيل للدراسات السياسية والعلاقات الدولية، العدد 16، الجزائر، ص 86.

² حسام سلمان: أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الوعي السياسي للمواطنين ثورات الربيع العربي أنموذجاً، م دراسات استراتيجية، ع 21، ص 48

أزمة المشاركة السياسية في الجزائر:

تعكس أزمة المشاركة السياسية في الجزائر حالة من الفجوة المتزايدة بين المواطن والمؤسسات السياسية، تتجلى في مظاهر العزوف الانتخابي، وضعف الانخراط الحزبي، وتراجع الثقة في الفعل السياسي الرسمي. وتُعد هذه الأزمة نتاجاً لتراكمات تاريخية وسياسية واجتماعية، أثرت في تمثيلات الأفراد للمشاركة السياسية وجدواها. وفي هذا السياق، يبرز الفضاء الرقمي، ولاسيما منصة فايسبوك، كأحد المجالات البديلة التي يلجأ إليها المواطنون للتعبير عن مواقفهم السياسية. ويهدف هذا المطلب إلى تحليل أزمة المشاركة السياسية في الجزائر، بوصفها إطاراً تفسيرياً لفهم بروز المشاركة السياسية الرقمية، ومن مظاهر أزمة المشاركة السياسية للشباب الجزائري:

يمكن أن نعدد مظاهر عزوف الشباب الجزائري عن المشاركة السياسية من خلال منظورين، أولهما له علاقة مباشرة بنظام السياسي الجزائري والثاني له علاقة بالشباب الجزائري في حد ذاته، وتتمثل مظاهر ضعف المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري والتي لها علاقة بالنظام الجزائري في:

- محاولة إقناع النظام السياسي الجزائري المواطن بنوع من المشاركة السياسية المؤطرة والظرفية، وهو ما يمكن استنتاجه بتتبع مسار العملية الانتخابية في الجزائر؛ إضافة إلى مشاركة شكلية غير فعالة من قبل القوى السياسية حيث لا تظهر الأحزاب إلا أثناء العملية الانتخابية بهدف تأدية أدوار معينة أو الحصول على الريع الانتخابي.
- الحفاظ على الوضع القائم سواء في المؤسسات غير الرسمية كالأحزاب والجمعيات وغياب التداول على السلطة في حياتها الداخلية أو في المؤسسات الرسمية، ببقاء نفس الأشخاص

في المناصب القيادية، وبالتالي غياب التجديد والحيوية لتحريك العمل السياسي، بالإضافة إلى إبعاد النخب الحقيقية عن مراكز القرار الفعلي، بمشاركتها في الانتخابات التشريعية حتى لا تتطور تهميشها إلى نوع من المعارضة¹.

▪ عمل النظام السياسي الجزائري على واجبات الأفراد السياسية في المشاركة الاستحقاقات الاجتماعية والانتخابات، دون التركيز على المشاركة الفعالة في الحياة السياسية، اتخذت المشاركة السياسية شكل التعبئة، بغرض خلق مساندة دون أن تعبر عن مشاركة حقيقية نابعة من اهتمام المواطن بما يجري في المجتمع المدني والحياة السياسية، ومنه زيادة تعمق وتراكم المشاكل في الجزائر الناتجة عن أداء النظام السياسي تجاه العديد من المشكلات، وعدم التسليط الضوء عن مسبباتها التي يمكن من خلالها إيجاد الحل².

المظاهر التي لها علاقة بالشباب الجزائري:

يُعد الشباب الجزائري الفاعل الأكثر حضوراً في الفضاء الرقمي، والأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن قضاياهم وتصوراته السياسية. وقد أفرز هذا الحضور مظاهر جديدة للمشاركة السياسية، تتسم بالمرونة، والرمزية، والابتعاد عن الأشكال التنظيمية التقليدية. كما تعكس هذه المظاهر تحولات في الوعي السياسي للشباب، وفي علاقتهم بالمؤسسات السياسية الرسمية.

عدم استغلال القنوات القانونية والسياسية المتاحة استغلالاً يفيد في عملية التغيير السلمي، وتفشي الاستغلال السلبي وسوء التسيير خاصة في الجمعيات والأحزاب السياسية، فالمجتمع المدني في الجزائر وبعد العشرية السوداء ميزته الفوضى وقلة التنظيم، مما جعله

¹ أحمد الدين والكواري علي خليفة: الانتخابات الديمقراطية وواقع الانتخابات في الأقطار العربية، م دراسات الوحدة العربية، ط 1، بيروت، 2009، ص 71.

² بوطالب حمزة: المشاركة السياسية للشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة السياسة العالمية، المجلد 9، العدد 1، 2025، ص 405.

يخسر مكتسباته الإيجابية التي ترسخ للثقافة المدنية والتي كان من الممكن أن يكون لها دور فعال في الحياة الاجتماعية والسياسية، وترسخ لمفهوم المواطن الفعال، الذي يعرف متى يطالب بحقوقه، ويؤدي ما عليه من واجبات.

انتشار السلبية واللامبالاة بين غالبية الشباب الجزائري مما أثر على تطور المجتمع خاصة على الصعيد السياسي، بالإضافة إلى التشكيك المبالغ في كل الأنشطة والمعلومات السياسية الصادرة من المؤسسات السياسية في البلاد، كنتائج الانتخابات أو الخطابات السياسية، وكذلك تراجع ثقافة الحوار داخل المجتمع الجزائري وخاصة بين فئة الشباب وتغلب الطابع الفردي في الحياة اليومية على العمل الجماعي. وعزل بعض الشباب الجزائري نفسه عن المشاركة السياسية بشكل إرادي وعن وعي، رغم الحملات الكبيرة للتوعية بضرورة المشاركة التي يقوم بها النظام السياسي الجزائري ومختلف الأحزاب السياسية والجمعيات المدنية، بالإضافة إلى عدم المشاركة في الانتخابات ومقاطعتها في بعض الأحيان (ضعف الإقبال على التصويت في الانتخابات)، بالإضافة إلى ضعف المشاركة في أوجه النشاط الاجتماعي الأخرى غير السياسية للحياة، ومثل هذه العوامل تؤثر في اتجاهات الشباب والنظام السياسي والعملية السياسية.¹

العوامل التي تحول دون المشاركة السياسية للمجتمع الجزائري:

تتداخل مجموعة من العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية في إعاقة المشاركة السياسية داخل المجتمع الجزائري، سواء في صورتها التقليدية أو الرقمية. وتشمل هذه العوامل ضعف الثقة في المؤسسات، وهيمنة الخطاب السياسي غير الجاذب، ومحدودية قنوات التأثير الفعلي، فضلاً عن القيود البنيوية التي تحكم المجال السياسي.

¹ بوطالب حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 406

العوامل السياسية والقانونية:

- ضعف الأحزاب السياسية ومؤسسات المجتمع المدني الجزائري وتغييب دور الشباب فيها، بالإضافة إلى غياب رؤية منهجية عند صانعي القرار السياسي لحل مشكل المشاركة السياسية وتهميش فئة الشباب خاصة في الحياة السياسية، وبالتالي حرمانه من فرصة التدريب على العمل السياسي، والتعرف على الساحة السياسية، ويقلل من فرص بروز قيادات شبابية.
- انعدام مناخ سياسي عام مشبع بثقافة الديمقراطية وشيوع ثقافة الاستبداد والتسلط داخل البيئة السياسية الجزائرية، فالتسلطية تحرم الحريات العامة كحرية التعبير، وتحرم المواطنين من انتخابات نزيهة، هذه العوامل تؤدي إلى حرمان الجزائري من المشاركة والتمثيل.
- افتقار التشريعات الخاصة بالمشاركة السياسية في الجزائر إلى ميكانيزمات وآليات وسبل تحسين وحماية مشاركة الشباب في العمل السياسي، على الرغم من التعديل التشريعي الحاصل في الكثير من الدساتير والمواد القانونية في الجزائر.¹

يلخصها بوطالب حمزة²:

- تُمارس التنشئة السياسية من خلال وسائطها دوراً سلبياً على مشاركة الشباب الجزائري حيث لم تستطع هذه الوسائط (الأسرة، المدرسة، الإعلام) خلق جو مشجع وملائم لممارسة النشاط السياسي.
- شيوع ظاهرة الاغتراب السياسي لدى الكثير من الشباب الجزائري من خلال شعورهم بالعزلة عن المشاركة الحقيقية في صنع القرارات المصيرية للبلد، وكذا المتعلقة بمصالحه، باعتبار أن رأيه لا يسمعه أحد وإن سمعه فلا يؤخذ به.
- الإحساس بعدم جدوى المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري في ظل وجود ديمقراطية شكلية وانتخابات غير نزيهة، إضافة إلى انتشار الفساد السياسي والإداري والمالي.

¹ العبد بوغافية والحاج بلقاسم: معوقات المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية وآليات الحد منها - دراسة تحليلية، مجلة المعيار، ع62، 2021، ص 919.

² بوطالب حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 407.

تأثير منصة فايسبوك على نسبة المشاركة السياسية:

أدى الاستخدام الواسع لموقع فايسبوك في الجزائر لقيامها بدور مؤثر في الانتخابات التشريعية التي أجريت في 4 ماي 2017؛ حيث شغلت تلك الانتخابات اهتمام مستخدمي تلك المواقع بشكل واضح؛ كما سعت الأحزاب السياسية التي شاركت في الانتخابات إلى الترويج لرؤيتها وسياساتها عبر تلك المواقع، كنوع من الدعاية الانتخابية. وعلى الرغم من توظيف مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأحزاب السياسية، فإن دعوات المقاطعة للانتخابات التي أطلقها بعض مستخدمي تلك المواقع قد لاقت صدى عقب انتشار هاشتاغ "#مانسوطيش" الداعي إلى عدم المشاركة في التصويت بالانتخابات، والذي أطلق بعد نجاح فيديو يحمل نفس الاسم وحقق نسبة مشاهدة قياسية، حيث بلغ عدد مشاهديه خلال أربعة أيام على موقع "يوتيوب"، أكثر من 2 مليون مشاهد. وبهذا كان لدعوات المقاطعة عبر مواقع التواصل أثر في انخفاض نسبة المشاركة في الانتخابات حيث وصلت إلى 35.37٪، مقارنة بنسبة 43٪ في انتخابات عام 2012.

- تأثير غير مباشر: على جانب آخر، تمارس تلك الوسائل تأثيراً غير مباشر في بعض الحالات، وعادة ما يتم من خلال إطلاق شائعات، أو التأثير على صورة أحد الأطراف لتحقيق مصالح أطراف أخرى، وتتعدد أنماط هذا التأثير أيضاً، ويمكن تناولها على النحو التالي:
- محاولات تضليل الرأي العام: عادة ما تشهد فترة الانتخابات إطلاق الشائعات للتأثير على سير العملية الانتخابية لصالح طرف على حساب طرف أو أطراف أخرى.¹

¹ بوطالب حمزة، مرجع سبق ذكره، ص ص (94-95)

خلاصة الفصل:

تُبرز التحولات التي أفرزها انتشار مواقع التواصل الاجتماعي إعادة تشكّل العلاقة بين الاتصال والممارسة السياسية، حيث أضحت هذه المنصات فضاءات فاعلة في تداول الخطاب السياسي وبناء التفاعلات المرتبطة بالشأن العام. فقد أسهم الطابع التفاعلي والانتشاري لمواقع التواصل الاجتماعي في إدماج الأفراد داخل ديناميات سياسية جديدة، قائمة على التعبير والمناقشة وتبادل المواقف، بما وسّع من حدود الفعل السياسي خارج الأطر المؤسساتية التقليدية.

أظهرت خصائص التفاعل السياسي عبر البيئة الرقمية دوراً متزايداً في تشكيل الوعي السياسي وصناعة الرأي العام، من خلال التدفق المستمر للمعلومات السياسية وتعدد مصادرها، وسهولة تداولها. غير أن هذا الدور يظل محكوماً بطبيعة المنصات الرقمية ذاتها، التي تفرض أنماطاً خاصة من التفاعل، يغلب عليها الطابع الرمزي والآني، ما يؤثر في عمق المشاركة السياسية وحدود فاعليتها.

في هذا السياق، برزت مواقع التواصل الاجتماعي، ولاسيما فايسبوك، كفضاءات بديلة لممارسة المشاركة السياسية في ظل تراجع الثقة في القنوات التقليدية، حيث أتاحت هامشاً أوسع للتعبير السياسي وحرية إبداء الرأي، خاصة داخل السياقات التي تشهد قيوداً أو انسداداً في المجال السياسي الرسمي. وقد أفرز هذا الوضع أنماطاً متعددة من المشاركة السياسية الرقمية، تتفاوت في مستويات الانخراط والتأثير، وتعكس اختلاف دوافع المستخدمين وتمثلاتهم للفعل السياسي.

يتسم تأثير موقع "فايسبوك" على المشاركة السياسية في الجزائر بطابع مركّب، إذ يجمع بين توسيع فضاءات التعبير السياسي وتعزيز حضور النقاش العمومي من جهة، واستمرار مظاهر العزوف السياسي وصعوبة تحويل التفاعل الرقمي إلى مشاركة سياسية مؤسسية من جهة أخرى. وعليه، فإن المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن النظر إليها باعتبارها بديلاً كاملاً للمشاركة السياسية التقليدية، بل بوصفها نمطاً مكملًا، يعكس التحولات التي يشهدها الفضاء السياسي في ظل الاتصال الرقمي، ويمهّد لفهم أعمق لديناميات المشاركة السياسية في المجتمع الجزائري المعاصر.

الفصل الخامس:

الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد:

يُعدّ الفصل التطبيقي لأي دراسة بحثية امتداداً عملياً لما تم التطرق إليه في الفصل النظري، إذ يهدف فيه الباحث إلى محاولة الإجابة عن تساؤلات الدراسة ميدانياً، من خلال ربط الإطار المفاهيمي والنظري بالواقع المدروس، ويكتسي هذا الفصل، أهمية بالغة كونه، يُمكننا من الوقوف على طبيعة الظاهرة محل الدراسة، وتحليلها اعتماداً على معطيات كمية ميدانية دقيقة، من خلالها نصل إلى نتائج يمكن تعميمها.

نسعى في هذا الفصل الخامس (التطبيقي) إلى البحث في سلوكيات مستخدمو موقع الفايسبوك في الجزائر، من خلال إبراز عادات أنماط تفاعلهم مع المواضيع والقضايا المتعلقة بالشأن السياسي، ومدى مساهمة هذا الفضاء الرقمي (الفايسبوك) في تحفيز المشاركة السياسية لديهم من عدمها.

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، فاعتمدنا على المنهج المسحي، وذلك باستخدام عينة بحثية قصدية، قدرت بـ 444 مفردة مستخدمة لمنصة الفايسبوك في الجزائر، مع اختيار الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات من مبحوثي الدراسة.

وعليه، سيتم في هذا الفصل عرض الخصائص الديموغرافية لمفردات العينة محل الدراسة، ثم تحليل البيانات المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجزائريين، وكذا أنماط المشاركة السياسية لديهم، وصولاً إلى إبراز مدى تأثير منشورات منصة الفايسبوك على المشاركة السياسية لدى الجزائريين، ثم استخلاص النتائج العامة للدراسة.

المحور الأول: البيانات الشخصية لمفردات العينة

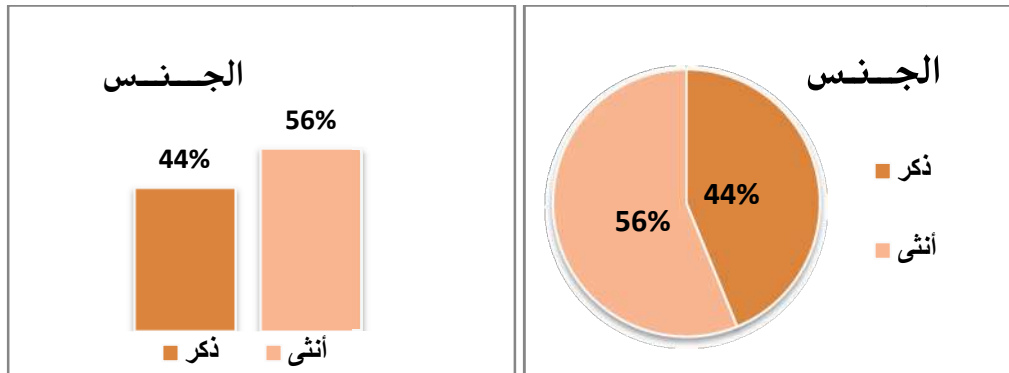
الجدول 01: يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	195	44 %
أنثى	249	56 %
المجموع	444	100 %

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه تقارب جنس مفردات عينة الدراسة المستجوبة، مع تسجيل تغلب طفيف للعنصر الأنثوي لدى المبحوثين، حيث ظهر هذا الأخير بـ 249 مفردة من أصل 444 مستجوباً أي بنسبة قاربت الـ 56%، في حين سجل الذكور تواجدهم بـ 195 مفردة ما يعادل نسبة 44% من إجمالي مبحوثي الدراسة.

الشكل 01: يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس



المصدر: الطالب

يمكن تفسير سبب تقارب نسبة متغير الجنس المسجلة لدى مفردات عينة الدراسة إلى طبيعة استخدام كلا الجنسين لهذه الوسائط التواصلية الجديدة، خاصة خلال هذا العقد الأخير من الزمن، الذي عرف تنامي ملحوظ لاعتماد المستخدمين لهذه الأدوات الرقمية، حيث أكدت هذه المعطيات الإحصائية أنها غير مقتصرة على جنسٍ دون آخر، فالكل أضحي يحوز على حسابات

افتراضية دون تمييزٍ لمتغير الجنس، فيكشف آخر تقرير منشور عبر الموقع الإحصائي المعروف بـ "DATAREPORTAL" أن عدد المشتركين عبر شبكة الانترنت في الجزائر، تجاوز عتبة 36.2 مليون خلال مطلع شهر جانفي 2025، ما مثّل نسبة بلغت حدود الـ 76.90% من إجمالي تعداد السكان المقدّر بـ 47.1 مليون نسمة، في حين، تقدر عدد الحسابات النشيطة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" بنحو 25.6 مليون ما يعادل نسبة 54.20% من تعداد سكان البلد¹.

تجدر الإشارة الى أن هذا التقرير الرقمي لسنة 2025 أبرز تفوق استخدام جنس الذكور للوسائط الرقمية الحديثة في الجزائر بنسبة بلغت حدود 58% مقارنة بجنس الإناث اللائي لم تتعد نسبتهن 42%.

تبرز هذه الأرقام الموضحة في التحليل مدى الاستخدام المكثف لهذه المنصة التواصلية الافتراضية لدى الجزائريين والجزائريات بشكل عام، حيث بلغت نسبة التصفح حدود (54.20%) بمعدل يفوق 25 مليون مستخدم ومستخدمة، حيث ساهم انتشار الوسائط الحديثة بالجزائر في تقليص الفجوة بين الجنسين في مجال الاتصال والمعلومة.

يعكس التفوق المسجل لنسبة الإناث ضمن مفردات العينة البحثية، التحولات الاتصالية التي طرأت خلال السنوات الأخيرة أوساط المجتمع الجزائري، حيث أسهم انتشار الوسائط الحديثة في إعادة تشكيل الأدوار الاتصالية بين كلا الجنسين، وأتاح فرصاً أوسع للمرأة لتكون فاعلاً رقمياً نشطاً يشارك في إنتاج الخطاب الاجتماعي والإعلامي عبر المنصات الحديثة.

وعليه، يمكن الاستنتاج أن كلا الجنسين متواجدين عبر هذه المنصة التواصلية الافتراضية بنسب متقاربة، مع تفوق طفيف للعنصر الأنثوي الذي سجل حضوره أكثر من الذكور، هذا ما من شأنه أن يساهم في تعزيز مكانتهن كمستخدمات نشطات في النقاشات العامة ومشاركتها بحرية عبر هذا الفضاء الرقمي.

¹ -Digital 2025 : Algeria, lien : <https://urlr.me/CZQtKH>, 06/06/2025,11h30

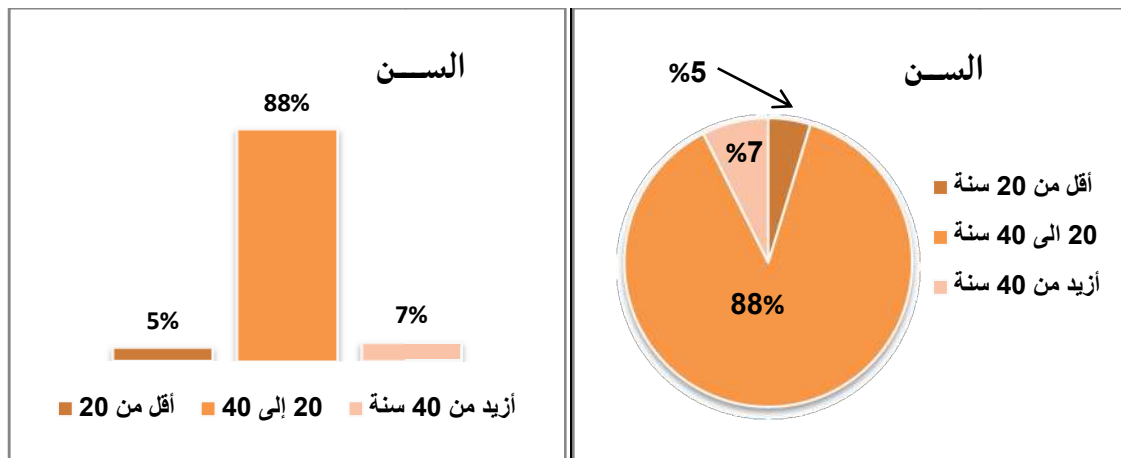
الجدول 02: يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة %
أقل من 20 سنة	21	05 %
20 الى 40 سنة	390	88 %
أزيد من 40 سنة	33	07 %
المجموع	444	100 %

المصدر: الطالب

تظهر النتائج الموضحة في الجدول أعلاه تسجيل أغلب مفردات العينة البحثية ضمن الفئة العمرية التي تتراوح بين الفئة من " 20 سنة إلى 40 سنة"، حيث ظهرت ب 390 مفردة من إجمالي 444 مستجوباً أي بنسبة قدرت بنحو 88%، في حين جاءت الفئة العمرية "أزيد من 40 سنة" ثانية ضمن التعداد الكلي للأفراد المستجوبين، حيث بلغت 33 مفردة وذلك بنسبة قدرت ب 07%، من جانبها، حلت الفئة الأخيرة "أقل من 20 سنة" كأضعف شريحة عمرية لدى مبحوثي الدراسة، حيث تمثلت ب 21 مفردة فقط من أصل 444 ما نسبته 05%.

الشكل 02: يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن



المصدر: الطالب

يمكن تفسير سبب تسجيل غالبية المفردات المستجوبة ضمن الفئة العمرية التي تتراوح من "20 سنة إلى 40 سنة" والتي بلغت حدود 88 % من إجمالي مفردات الدراسة إلى كون هذه الشريحة العمرية هي الأكثر نشاطاً وتفاعلاً عبر وسائط التواصل الاجتماعي، بحكم قدرتها على التكيف بسهولة مع آخر الوسائل الرقمية الحديثة (هواتف ذكية، ألواح الكترونية وغيرها)، وكذا مواكبتها بأريحية لمختلف التطبيقات التكنولوجية الراهنة (مواقع تواصلية، تقنية الجيل الرابع والخامس وغيرها)، هذا ما يتوافق مع آخر بيانات التقرير الرقمي لسنة 2025، والذي كشف أن استخدام هذه الفئة العمرية للوسائط الرقمية تجاوز نسبة 38 %¹ من إجمالي 47.1 مليون نسمة، بمعدل يقارب 18 مليون متصفح، كذلك، يعكس الحضور الملفت لهذه الشريحة العمرية ضمن مفردات الدراسة الى النضج والقدرة على المشاركة في النقاش العام والاهتمام بالشأن السياسي والاجتماعي، عكس الفئتين العمريتين الأخيرتين، والتي سجلتا نسباً مئوية منخفضة جداً، لم تتجاوز عتبة الـ 5% و 7% في التمثيل السني لمفردات العينة، هذا راجع بالدرجة الأولى إلى الفجوة الرقمية وصعوبة تحكمهما وتكيفهما مع الوسائط التفاعلية الحديثة، بسبب صغر السن أو تقدمه أو من جهة، ومن جهة أخرى، عدم وجود ميلولات ورغبات شخصية للانخراط عبر المنصات الالكترونية لدى هاتين الشريحتين.

تحمل هذه النتائج الموضحة عند قراءتها في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع مايلي :

■ حيوية المرحلة العمرية: تمثل هذه الفئة العمرية (من 20 الى 40 سنة) فترة الانتقال من مرحلة التكوين سواء العلمي أو المهني إلى الانخراط في الحياة العملية والسياسية، والقدرة على الخوض في النقاشات المتعلقة بالشأن العام، ما يجعلها بحاجة ماسة إلى البحث عن مصادر المعلومة والتواصل أكثر من غيرها من الفئات العمرية عبر هذه الوسائط التفاعلية الحديثة.

¹ - Digital 2025 : op.cit, 06/06/2025,11h50

■ دوافع المشاركة: ان استخدام هذه الفئة العمرية لمنصة الفايسبوك لا يختزل فقط في الترفيه والتسلية، بل يتعداه الى البحث عن اشباعات أخرى متعلقة بالشأن الاجتماعي و السياسي وغيرها، والتأثير في النقاش العام.

■ ضعف تمثيل الفئات العمرية الأخرى: تعود محدودية مشاركة الفئة العمرية "أقل من 20 سنة" الى انشغال هذه الشريحة السنية باشباعات أخرى (التسلية، الدردشة، الألعاب)، بينما يعكس تراجع الفئة العمرية "أزيد من 40 سنة" الى عدم التكيف وضعف اندماجها عبر المنصات التفاعلية الرقمية.

وعليه، يتضح من خلال ما تم عرضه في الجدول أعلاه، أن الفئة العمرية التي تتراوح من "20 سنة إلى 40 سنة" هي الأكثر قابلية للتحكم في الوسائط التكنولوجية الحديثة، وكذا قدرتها على مواكبة التواصل الرقمي المتسارع، هذا ما حولها لكي تظهر كأكثر شريحة ممثلة لدى مفردات عينة الدراسة المستجوبة.

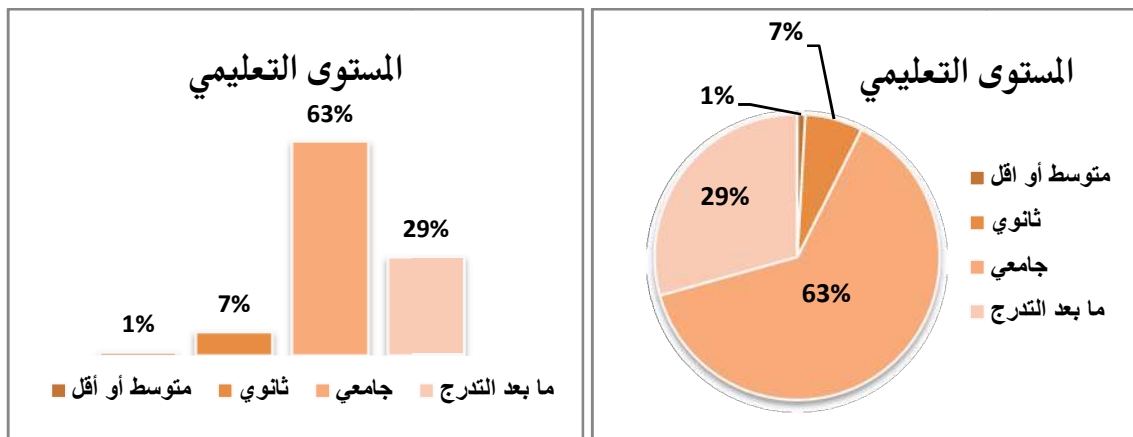
الجدول 03: يبين المستوى التعليمي لدى مفردات العينة

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
01 %	04	متوسط أول أقل
06 %	29	ثانوي
63 %	280	جامعي
30 %	131	ما بعد التدرج
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تبين المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه أن المستوى التعليمي لأغلب المبحوثين هم من الطور "الجامعي"، حيث ظهر هذا المتغير ب 280 مفردة من أصل 444 مستجوباً، أي بنسبة قدرت ب 63% من إجمالي أفراد العينة، في حين، حل "أصحاب الدراسات العليا" أي الطور "ما بعد التدرج" في المرتبة الثانية ضمن الأفراد المستجوبين بمعدل 131 مفردة ما يمثل 30 % من المجموع الكلي للعينة، من جانبه، قُدِّرَ المستوى التعليمي الثانوي بنحو 29 مفردة ضمن أفراد العينة ما يعادل نسبة بلغت 06 %، أما مستوى "متوسط أو أقل"، فعبرت عنه 04 مفردات وفقط من أصل 444 مفردة ما نسبته 01% من عينة الدراسة.

الشكل 03: يوضح المستوى التعليمي لدى مفردات العينة



المصدر: الطالب

يعود سبب تصدر المستوى التعليمي الجامعي لدى مفردات عينة الدراسة، والذي بلغ نسبة 63% الى طبيعة التركيبة البشرية للمستجوبين، حيث يندرج أغلبهم ضمن الفئة الطلابية، تعد هذه الشريحة الأكثر تمثيلاً مقارنة بالفئات الأخرى ضمن عينة الدراسة، فقوامها يتجاوز مليون ونصف طالب وطالبة*، فهي الفئة التي تستخدم المواقع الالكترونية بما فيها المنصات التواصلية الاجتماعية لإشباع عديد الدوافع المعرفية وغيرها، إضافة الى ذلك طبيعة توزيع الاستمارة البحثية الالكترونية، حيث نشرت عبر عديد المجموعات الافتراضية الطلابية، لذا استحوذ هذا الطور التعليمي على أزيد من نصف المستجوبين، في حين جاء المستويين "الثانوي

وأقل من المتوسط" منخفضين بنسب لم تتجاوز 06% و 01% على التوالي، ويمكن تبرير ذلك أن هاتين الشريحتين لا تعتمد كثيرا على التواصل الالكتروني ولا تهتم بالقضايا السياسية خصوصا عبر وسائل الإعلام الجديد.

تظهر النتائج الموضحة أعلاه أن الطلبة الجامعيين هم أكثر استخداما لمنصة الفيسبوك، وهو ما يمكن فهمه وفق منظور الاستخدامات والإشباع على النحو الآتي:

- الحث عن المعرفة: يُوظف الطالب الجامعي المنصات الرقمية كأداة للوصول الى المعلومات السياسية والأكاديمية التي تعزز رصيده المعرفي وتنميه.
- البعد النقدي: يُنمي التعليم العالي مهارات التحليل والنقد، ما يدفع الأفراد الى استخدام منصة فايسبوك ليس فقط من أجل تلقي المعلومة، بل للمقارنة مع مصادر مختلفة، بالتالي اشباع حاجة "التوجيه" أو اشباع الرقابة على البيئة.
- التفاعل والمشاركة: يرتبط ارتفاع المستوى التعليمي عادة بارتفاع الوعي السياسي، وهو ما يجعل الجامعيين أكثر قابلية لاستخدام المنصة كفضاء للتعبير والمساهمة في اثراء النقاش العام.
- وعليه، يمكن الاستنتاج أن تصدر المستوى الجامعي لدى غالبية مفردات العينة المستجوبة، راجع بالضرورة إلى كونها الشريحة الأكثر استخداما للوسائط الحديثة والأكثر تفاعلا عبر المواقع التواصلية بغية إشباع دوافعها المتعددة.

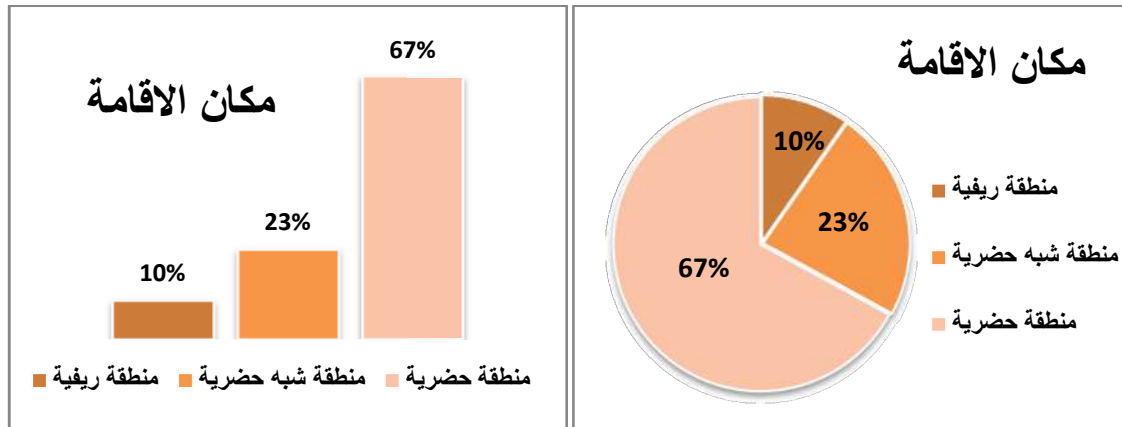
الجدول 04: يبين توزيع مفردات العينة حسب مكان الإقامة

النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
10 %	43	منطقة ريفية
23 %	104	منطقة شبه حضرية
67 %	297	منطقة حضرية
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

توضح البيانات الواردة في الجدول (04) توزيع مفردات العينة حسب مقر إقامتها، حيث أكدت 297 مفردة من أصل 444 مستجوباً أنها تقطن في مناطق حضرية أي في المدن، بنسبة بلغت حدود 67% من إجمالي مفردات الدراسة، في حين يقيم قرابة 104 مبحوثاً بمناطق شبه حضرية، هذا ما ترجمته نسبة 23% من أفراد العينة، من جهتها، جاءت المنطقة الريفية أقل تمثيلاً من المناطق الجغرافية الأخرى وذلك بـ 43 مفردة فقط من مجموع 444 مبحوثاً، أي بنسبة قدرت بـ 10% من إجمالي مفردات الدراسة.

الشكل 04: يوضح توزيع مفردات العينة حسب مكان إقامة



المصدر: الطالب

يمكن تفسير سبب تفضيل إقامة أغلب مفردات العينة في المناطق الحضرية (المدن) دون غيرها، الى عدة مبررات من أبرزها أنه خيار راجع بالدرجة الأولى إلى طبيعة المحفزات التي تجذب الأفراد للاستقرار في المدن، فكل فرد يبحث عن متطلبات العيش الكريم، فالظروف التنموية للمناطق الحضرية بشكل عام ملائمة على غرار وجود فرص للعمل أكثر من نظراتها شبه حضرية أو الريفية، فتتوفر المدن على مؤسسات تعليمية لجميع الأطوار بكثرة، بنى تحتية، منشآت قاعدية وتهيئة عمرانية وغيرها، كلها عوامل تحفز وتشجع الفرد للاستقرار فيها، هذا ما يؤكده تقرير الرقمنة¹ الصادر سنة 2021 والذي كشف أن 74% من المستخدمين

¹ - Digital 2021 : Algeria : op.cit, 23/05/2021, 21h30

يقطنون بالمناطق الحضرية وهذا ما يتقارب مع النسب المتوصل إليها خلال هذه العينة البحثية المستجوبة، في حين، ما يزال قرابة 23% من مفردات العينة تقطن بمناطق شبه حضرية، السبب أن هذه الأخيرة أضحت خلال السنوات الماضية تتوفر على كافة المقومات المتواجدة في المدن، فبالرغم من تفاوت التنمية من منطقة لأخرى إلا أن متطلبات الحياة متوفرة فيها، في المقابل، يمكن تفسير بقاء 43 مفردة من مجموع 444 مستجوباً في المناطق الريفية، فهو راجع إلى مبدأ التشبث والتمسك بالأرض وخدمتها والهروب من ضجيج المدينة وزحمتها.

وعليه، يمكن الاستنتاج أن خيار الإقامة في المناطق الحضرية دون غيرها، مرده بالدرجة الأولى للظروف التنموية السائدة في مثل هذه المناطق الجغرافية، وكذا عديد المحفزات التي تجذب وتستميل الفرد للاستقرار فيها وتميزها عن المناطق الأخرى.

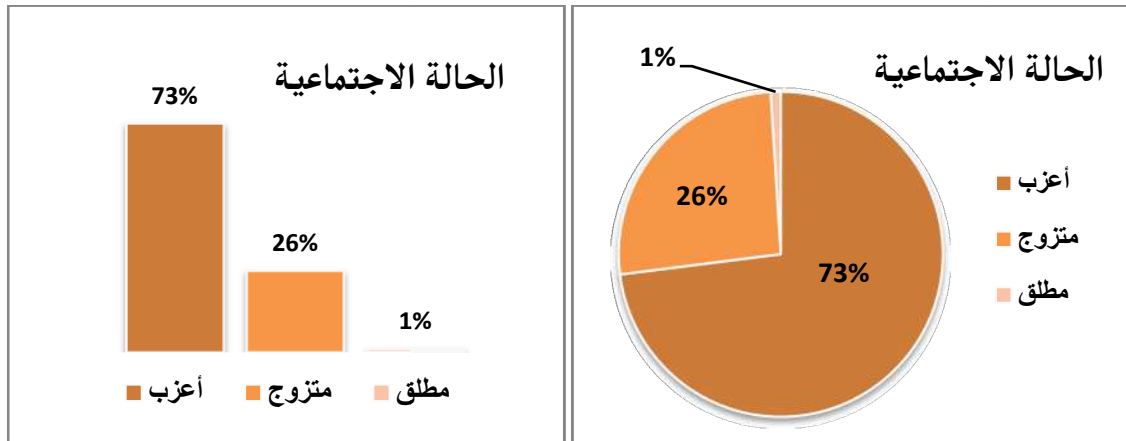
الجدول 05: يبين الحالة العائلية لمفردات العينة

النسبة %	التكرار	الحالة العائلية
73 %	324	أعزب
26 %	118	متزوج
01 %	02	مطلق
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

توضح بيانات الجدول (05) أعلاه، الحالة العائلية لمفردات عينة الدراسة، حيث ظهر أغلب المستجوبين من "الفئة العازبة"، والتي قدرت بـ 324 مفردة من إجمالي 444 مستجوباً أي بنسبة بلغت حدود 73%، في المقابل، حلت "الفئة المتزوجة" ثانية ضمن تعداد عينة الدراسة، وذلك بـ 118 مفردة أي ما يعادل نسبة 26%، من جانبها، جاءت الفئة المطلقة أقل تمثيلاً، حيث ترجمت بمفردين فقط ونسبة لم تتجاوز 01% من عينة الدراسة.

الشكل 05: يوضح الحالة العائلية لمفردات العينة



المصدر: الطالب

يعود سبب تصنيف معظم مفردات العينة ضمن الفئة العازبة والتي ظهرت بنسبة 73%، إلى كون معدل سن الزواج في الجزائر متأخر جدا مقارنة بالدول المشرقية بالدرجة الأولى، حيث يكشف آخر تقرير للديوان الوطني للإحصاء "أن معدل سن ارتباط الرجل في الجزائر يكون في حدود الـ 33.5 سنة، وبالنسبة للمرأة من 28 إلى 29 سنة"¹، إضافة إلى المستوى الاجتماعي للأفراد المبحوثين، حيث لا تسمح الظروف الاجتماعية والاقتصادية من الارتباط وتكوين أسرة، باعتبار أن غالبية المستجوبين من الفئة الجامعية، حسبما كشفته إحصائيات الجدول (03)، أي أن معظمهم لا يزال في مرحلة البحث والدراسة، وليس له وظيفة أو منصب شغل دائم، لذا ظهرت 324 مفردة ضمن الفئة العازبة، في حين، قدرت نسبة الفئة المتزوجة لدى المبحوثين المستجوبين بـ 26%، على اعتبار أن العينة ضمت أيضا فئة متقدمة نوعا ما سناً، التي ترجمتها فئة "أزيد من 40 سنة"، هذه الأخيرة ارتبطت وكونت أسرة، فلا يقتصر استخدام منصة الفايبيوك على الفئة العازبة فقط، بل تجاوزه إلى فئات اجتماعية أكثر استقرارا على المستوى الأسري، يقودنا هذا الطرح إلى الاستنتاج أن الفضاء الرقمي صار جزء من الحياة اليومية للأفراد

¹ -DEMOGRAPHIE ALGERIENNE 2018: <https://urlr.me/jgzKWM>, 16/03/2023, 14h30

دون اعتبار لوضعيتهم العائلية، كما تعكس أن الانخراط في النقاشات الرقمية لا يتعارض دائماً مع المسؤوليات الأسرية، بل يمكن أن يشكل امتداداً لها في التعبير عن الرأي بحرية وحماية المصالح المختلفة، في حين، جاءت الفئة المطلقة بمفردتين فحسب، حيث أنها لم تتعد نسبة 01 %، يعود ضعف تمثيل هذه الفئة ضمن مفردات العينة المستجوبة الى حساسية اجتماعية وثقافية متوارثة، تحد من مشاركتها المكثفة في النقاشات العامة عبر الفضاء الافتراضي.

وعليه، يمكن الاستنتاج أن تسجيل غالبية مفردات العينة من الفئة العازبة مرده تركيبة المستجوبين بالدرجة الأولى، فأغلبهم ضمن فئة "أقل من 40 سنة" ويصنفون في الطور الجامعي، لكن هذا لا ينفي أن الفئات الاجتماعية الأخرى مهمشة، ولا تتواجد غير المنصات الرقمية الحديثة.

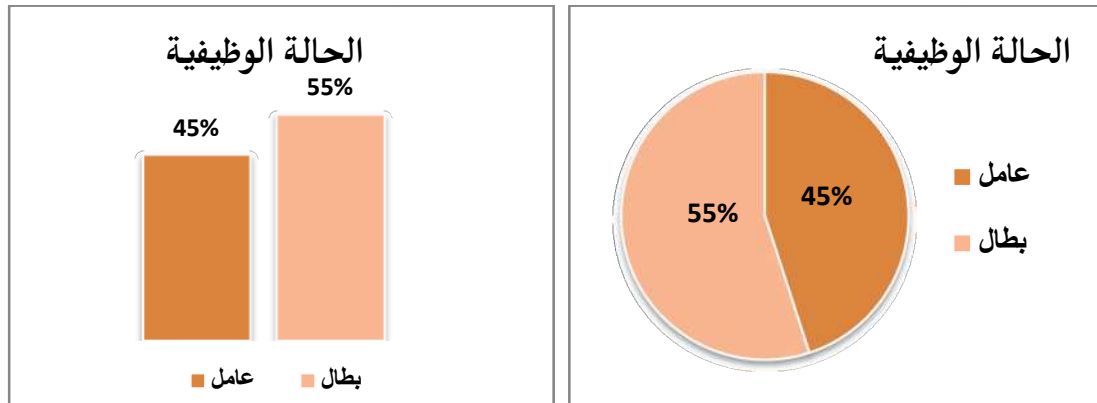
الجدول 06: يبين الحالة الوظيفية لمفردات عينة الدراسة

النسبة %	التكرار	الحالة الوظيفية
45 %	199	عامل
55 %	245	بطل
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف البيانات الموضحة في الجدول الـ (06) أعلاه تقارب الحالة الوظيفية لمفردات عينة الدراسة، مع تغلب طفيف للفئة البطالة بـ 245 مفردة من مجموع 444 مستجوباً، أي بنسبة بلغت في حدود 55% من إجمالي عينة الدراسة، في حين، جاءت الفئة العاملة بـ 199 مفردة، ما عبّرت عنه نسبة 45 % من إجمالي المبحوثين.

الشكل 06: يوضح الحالة الوظيفية لمفردات العينة



المصدر: الطالب

يعود سبب تقارب نسب الحالة الوظيفية لدى مفردات عينة الدراسة إلى تركيبة المستجوبين بالدرجة الأولى، فجميع الفئات العمرية الأربعة ممثلة فيها، لذا يمكن تفسير سبب التغلب الطفيف للفئة البطالة على حساب العاملة إلى أن غالبية المفردات في مرحلة مزاولة التعليم والدراسة، طبقا لما وضحته الجداول الإحصائية السابقة (الجدول 02-03)، أي أن ما يزيد عن 93% من مفردات العينة المستجوبة دون سن الـ 40 سنة، إضافة إلى الارتفاع المسجل في نسب البطالة لدى الجزائريين بشكل عام، فيكشف آخر تقرير للديوان الوطني للإحصاءات لسنة 2021: "أن عدد البطالين في البلد يتجاوز 1.5 مليون شخص¹" أي ما نسبته 13.40% من إجمالي عدد السكان.

وعليه، نستنتج أن سبب التغلب الطفيف للفئة البطالة لدى مفردات العينة المستجوبة مرده الأساسي تركيبها الفتية سنا، حيث أن غالبيتها دون في مرحلة مزاولة الدراسة ودون الـ 40 عاماً، ولم تتمكن بعد من استكمال تكوينها ونضجها وبناء مستقبل مهني لها.

¹ - الإذاعة الجزائرية: انخفاض نسبة البطالة بالجزائر، رابط المقال الإلكتروني: urlr.me/HgRXKM، تاريخ التصفح: 2022/08/12، ساعة التصفح: 21:30

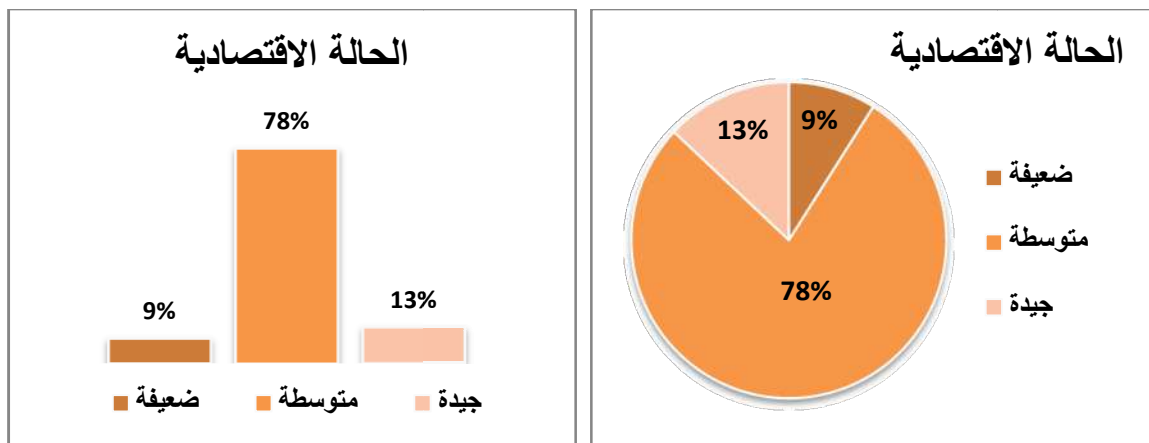
الجدول 07: يبين المستوى الاقتصادي لمفردات العينة

النسبة %	التكرار	الحالة الاقتصادية
09 %	41	ضعيفة
78 %	347	متوسطة
13 %	56	جيدة
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه، أن المستوى الاقتصادي لأغلب مفردات العينة المستجوبة يندرج ضمن الطبقة المتوسطة، حيث ظهرت بـ 347 مفردة من أصل 444 مستجوباً، أي بنسبة قدرت بـ 78% من المبحوثين، في حين، أقرت 56 مفردة أن حالتهم الاقتصادية جيدة بنسبة تعادل 13%، من جانبها، جاءت الحالة الاقتصادية الضعيفة أقل تمثيلاً لدى أفراد العينة وذلك بـ 41 مفردة أي ما نسبته 09% من إجمالي الأفراد المستجوبين.

الشكل 07: يوضح المستوى الاقتصادي لمفردات العينة



المصدر: الطالب

يعود سبب تصدر الطبقة المتوسطة لدى 78% من الأفراد المستجوبين إلى طبيعة التركيبة الاقتصادية للمجتمع الجزائري بشكل عام، حيث يشير أستاذ الاقتصاد الاجتماعي بجامعة عنابة، "سعيد بربيش": "أن 52% من الأسر الجزائرية تصنف ضمن الطبقة الوسطى، هذه الأخيرة ليست غنية إلى درجة تسمح لها بالعيش دون خوف من الظروف الاقتصادية للبلد، ولا هي فقيرة تسمح لها بالاستفادة من المنح المخصصة للفقراء¹"، في حين يمكن تفسير سبب تسجيل نسبة 13% من مفردات العينة المستجوبة في حالة اقتصادية ميسورة الحال، يعود ذلك إلى الظروف الاجتماعية والمهنية التي تتمتع بها هذه الشريحة من دخل ثابت ومريح وعمل دائم مضمون، بينما ظهر نسبة 9% من مستجوبي الدراسة في حالة اقتصادية ضعيفة، نظرا لارتفاع معدلات الفقر لدى أوساط المجتمع الجزائري، هذا ما أكدته بعض التقارير، التي كشفت أن المعدلات الحقيقية للفقر في المجتمع الجزائري تجاوزت 20% وليس كما يُسوق له على أنه لم يتعد نسبة 1%.

يمكن تفسير هذه النتائج وفق منظور نظرية الاستخدامات والإشباع فيما يلي:

- الطبقة المتوسطة: لديها إمكانيات مادية وتقنية، تسمح للأفراد باستخدام شبكة الإنترنت بشكل منتظم، وبالتالي إشباع حاجات متنوعة (المعرفة، الترفيه، المشاركة السياسية وغيرها).
- الفئات الأقل دخلا: يعكس ضعف تمثيلها لدى المستجوبين غياب البنية التحتية الرقمية أو أولوية الإشباع المعيشية على الإشباع السياسية والإعلامية.
- الدلالة الأعمق: يُظهر ذلك أن المشاركة السياسية عبر المنصات الرقمية ليست محايدة اجتماعيا، بل ترتبط بإمكانيات مادية ومعرفية تحدد من يمكنه أن يستفيد أكثر من هذه الوسائط التعبير والتأثير.

¹ - حمزة كحال: الطبقة الوسطى في الجزائر: جيوب منهكة تترقب الانتخابات الرئاسية، رابط المقال الإلكتروني: <https://bit.ly/35sUqzs>، تاريخ التصفح:

2022/09/12، ساعة التصفح: 14:30

وعليه، ومن خلال هذه النتائج يمكن القول أن غالبية مفردات الدراسة تندرج ضمن الحالة الاقتصادية المتوسطة، وهي الوضعية الغالبة لدى مختلف الأسر الجزائرية، هذا ما يمكنها من استخدام شبكة الانترنت وإشباع العديد من الحاجات لديها.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي

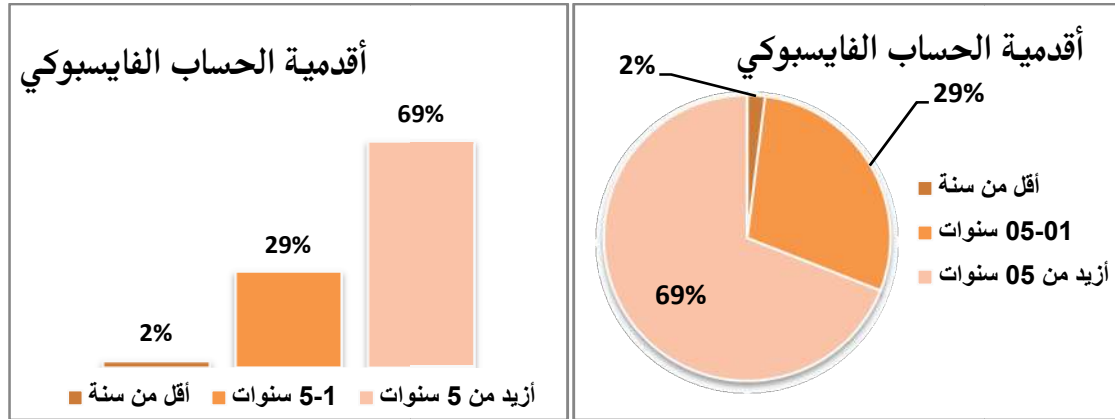
الجدول 08: مدة امتلاك حساب فايسبوكي لدى مفردات العينة

النسبة %	التكرار	مدة امتلاك حساب فايسبوكي
02 %	09	أقل من سنة
29 %	130	سنة إلى 05 سنوات
69 %	305	أزيد من 05 سنوات
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه، امتلاك غالبية مفردات العينة حسابات شخصية عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" منذ أزيد من 05 سنوات، حيث ظهر ذلك بـ 305 مفردة من مجموع 444 مستجوباً ما نسبته 69% من إجمالي المبحوثين، في حين، أشارت 130 مفردة أنها متواجدة عبر الموقع الأزرق منذ مدة تتراوح منذ سنة إلى 05 سنوات بنسبة قدرت بـ 29% من أصل 444 مبحوثاً، بينما أكدت 09 مفردات من إجمالي 444 مستجوباً، أي ما يعادل 02% أنها حديثة الانضمام لمنصة فايسبوك، حيث لم يمض على إنشاء حساباتها سوى سنة واحدة من الزمن.

الشكل 08: مدة امتلاك حساب فايسبوكي لدى مفردات العينة



المصدر: الطالب

يمكن تفسير سبب امتلاك أغلب مفردات العينة لحسابات فايسبوكية "منذ أزيد من 05 سنوات"، فهو يعود بالدرجة الأولى إلى قدم هذا موقع الاجتماعي "فايسبوك" عبر النت، حيث يعود أول ظهوره إلى أزيد من 21 عاماً، بالتحديد إلى بداية سنة 2004، أين تمكن كوتنبرغ من إطلاق هذه المنصة الافتراضية بين طلاب الجامعة، بهدف التواصل والتعارف فيما بينهم، لتتحول خلال سنوات قليلة لأكبر منصة الكترونية للتعارف عرفها الانسان المعاصر، ضف إلى ذلك مجانية التسجيل والانخراط فيه، فلا يشترط هذا الموقع دفع أي رسوم مسبقة للانضمام، كما يسمح للمستخدم إمكانية التصفح بهوية افتراضية وليست بالضرورة حقيقية، فلا يطالب هذا الفضاء التثبيت والتدقيق فيها، بل يمنح للمستخدم حرية مطلقة في التعريف بنفسه عبر حابه كما يود، هذه العوامل كلها حفزت المستخدمين للتسجيل فيه، فحسب إحصاءات سنة 2020، يعتبر موقع فايسبوك أول موقع عالمي للتواصل الاجتماعي، حيث يتجاوز عدد المشتركين النشيطين فيه شهرياً قرابة الـ 2.2 مليار مستخدم¹، في حين ترى 130 مفردة من عينة الدراسة أن مدة انضمامهم للموقع الأزرق تتراوح منذ "سنة إلى خمسة 05 أعوام"، فيمكن إرجاع ذلك إلى النقلة النوعية المذهلة التي عرفت الجزائر خلال هذه الفترة بالتحديد في مجال الاتصالات، وذلك بدخول الجيل الثالث ثم الرابع إلى البلد، فأضحى أغلب الأفراد يمتلكون

¹ -marketing des réseaux sociaux :<https://urls.fr/wbJ3C4>, 09/09/2022,12h30

هواتف نقالة وشرائح مزودة بخدمة شبكة الانترنت، كل هذا أدى إلى زيادة اقبال الأفراد على التسجيل ضمن حسابات مواقع التواصل الاجتماعي ومن أهمها موقع الفايسبوك، في حين، نجد أن 02 % من مفردات عينة الدراسة حديثة الانضمام إلى هذه المنصة التواصلية، فلم تتعد مدة التحاقها وفتحها لحسابها عبر منصة الفايسبوك السنة الواحدة فحسب، فيمكن تحديدها في الفئة المتصفحين المتقدمين سنًا، فرغم حداثتهم في استخدام التقنية وتشبثهم بالتواصل الاجتماعي التقليدي، إلا أن واقع الحال دفعهم للتوجه نحو الانخراط ضمن مواقع التواصل الاجتماعي لسبب أو آخر.

وعليه، يمكن الاستنتاج أن أغلب مفردات عينة الدراسة انخرطت في الفضاء الافتراضي التواصل "فايسبوك" منذ مدة زمنية، وليس وليدة اليوم، ما يعكس مدى استقرار المستخدمين ضمن هذه المنصة الرقمية، وتحولها الى جزء أساسي في حياة العديد من الجزائريين.

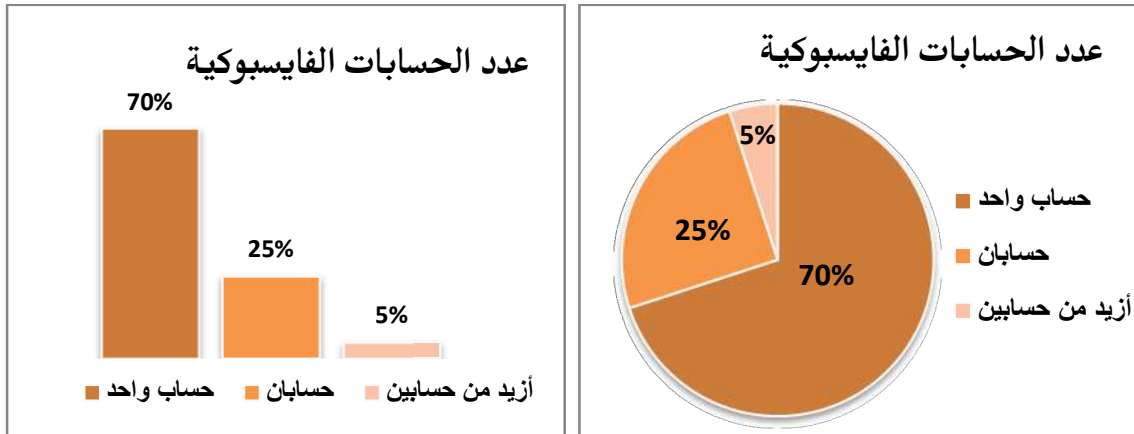
الجدول 09: عدد الحسابات الفايسبوكية لمفردات العينة

عدد الحسابات الفايسبوكية	التكرار	النسبة %
حساب واحد	309	70 %
حسابان	112	25 %
أزيد من حسابين	23	05 %
المجموع	444	100 %

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه، امتلاك غالبية المبحوثين حسابًا شخصيًا واحدًا عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، حيث ظهر ذلك بـ 309 مفردة من مجموع 444 مستجوبًا ما نسبته 70% من مفردات العينة، في حين أشارت 112 مفردة أنها تمتلك حسابين عبر الموقع الأزرق بنسبة قدرت بـ 25%، بينما أقر 23 مبحوثًا أي ما يعادل 05% أنهم يمتلكون أزيد من حسابين عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك".

الشكل 09: عدد الحسابات الفيسبوكية لمفردات العينة



المصدر: الطالب

يعود السبب الأساسي لتفضيل غالبية مفردات العينة المستجوبة امتلاك حساب واحد عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" إلى ميل الأفراد نحو الاكتفاء بحساب واحدة لإدارة نشاطاتهم وتفاعلاتهم عبر هذه المنصة الافتراضية، مما قد يكون مرتبطاً بسهولة الاستخدام أو الحاجة إلى توحيد الهوية الرقمية للمستخدم، وذلك سعيًا منه لإبراز هويته الشخصية عبر هذه المنصة الافتراضية، فمن خلال الحساب الفيسبوكي يتواصل الفرد مع الآخرين، يتفاعل ويبدي بوجهة نظره بحرية في عديد القضايا والمواضيع التي تهمه، في المقابل، تفضل 112 مفردة استخدام حسابين فايسبوكيين مختلفين، ما يمكن أن يُفسر بالرغبة في الفصل بين الاستخدامات الشخصية والمهنية لهذه المنصة الافتراضية، فالحساب الأول يخصص غالباً للتواصل مع الأصدقاء والأقارب، بينما يستخدم الآخر للدراسة أو للعمل وغيرها، أي أنه مجرد حساب ذو استخدام مهني بحت، بينما أقرت 23 مفردة من أصل 444 مبحوثاً أنها تحوز على أزيد من حسابين فايسبوكيين، غالباً ما نجد ذلك عند بعض الفئات، التي يقتضي نشاطها ذلك، كتسيير صفحات متعددة أو العمل في مجال التسويق الرقمي، ويمكن أن نجده كذلك عند فئة المتصفحين المراهقين سنًا، والتي تنشئ حسابات لغرض الترفيه والتسلية.

تعكس نتائج الجدول التركيبية النسبية لتوزيع الحسابات بعض الاتجاهات والدلالات التي يمكن استقراؤها فيما يلي:

1. الاكتفاء بحساب واحد (70%):

تعبّر عن ميل الغالبية إلى تبني نموذج الاستخدام البسيط والمباشر، هذا الاتجاه يكون مرتبطاً بعوامل ثقافية واجتماعية تدفع الأفراد إلى تقليل التعقيد في حياتهم الرقمية، بالإضافة إلى وجود تصور سائد بأن حساباً واحداً كافٍ لإشباع الحاجات الاجتماعية سواء للتواصل مع العائلة والأصدقاء أو لمتابعة الأخبار والمحتوى، ما يعكس استقراراً نسبياً في الهوية الرقمية، حيث يُفضل المستخدمون الحفاظ على صورة موحدة لأنفسهم عبر شبكة الإنترنت.

2. امتلاك حسابين (25%):

يمكن تفسير ذلك بظهور حاجات جديدة، تدفع بعض الأفراد إلى إنشاء حساب افتراضي إضافي، قد يُستخدم أحد الحسابين لأغراض مهنية، مثل التفاعل مع زملاء العمل أو العملاء، بينما يُخصص الحساب الآخر للاستخدام الشخصي أو العائلي، يرتبط هذا السلوك بالرغبة في إدارة دوائر اجتماعية مختلفة أو الحفاظ على الخصوصية في بعض النواحي، خاصةً في المجتمعات التي تُعبر اهتماماً كبيراً للقيم الاجتماعية.

3. تعدد الحسابات (5%):

تمثل هذه النسبة شريحة خاصة من المستخدمين الذين يعتمدون على منصة فيسبوك لأغراض تتجاوز الاستخدام التقليدي، مثل إدارة محتوى تسويقي أو الإشراف على صفحات متعددة، أو حتى الانخراط في أنشطة تتطلب هويات رقمية منفصلة، كما يمكن أن يرتبط ذلك بالسعي لتجنب القيود التي تفرضها المنصة، مثل حظر المؤقت أو القواعد المتعلقة بالمحتوى.

تشير هذه التوزيعات إلى أن استخدام منصة فيسبوك يتأثر بالعوامل الاجتماعية والثقافية والمهنية، كما يمكن أن تكون النسبة المرتفعة للحسابات الفردية انعكاساً لمستوى وعي الأفراد بأهمية الأمن السيبراني، حيث يُعتبر تقليل عدد الحسابات خطوة نحو تقليل المخاطر المرتبطة بالاختراق أو إساءة الاستخدام، من جهة أخرى، يظهر أن انتشار الحسابات المتعددة، وإن كان محدوداً، يعكس تعقيد الأدوار الرقمية التي يلعبها الأفراد في ظل تحول المنصة إلى أداة متعددة الاستخدامات.

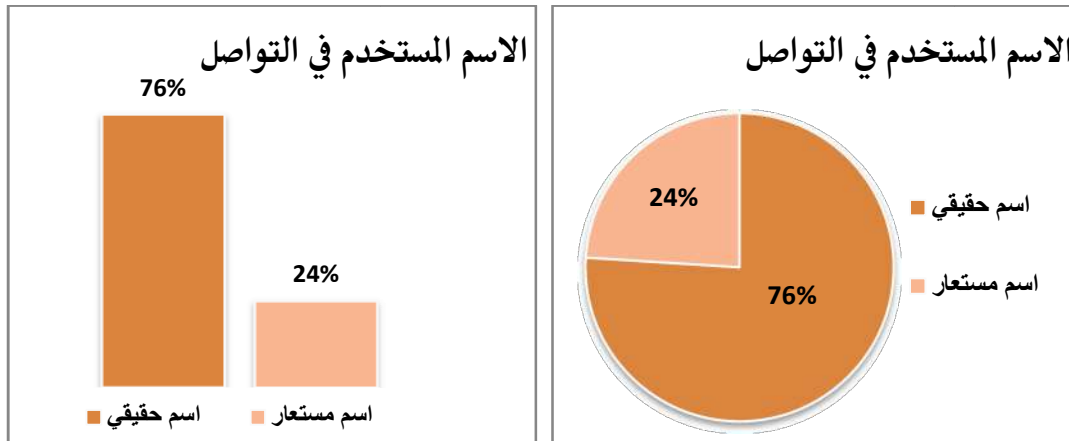
الجدول 10: يبين نوع الاسم المستخدم لدى تواصل مفردات العينة

نوع الاسم المستخدم	الجنس		المجموع	
	ذكر	أنثى	التكرار	النسبة %
اسم حقيقي	183	153	336	76 %
اسم مستعار	18	90	108	24 %
المجموع	201	243	444	100 %

المصدر: الطالب

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه، أن غالبية أفراد العينة يتواصلون باستخدام أسمائهم الحقيقية عبر حساباتهم الافتراضية بموقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، حيث ظهر ذلك بـ 336 مفردة من مجموع 444 مستجوباً ما نسبته 76% من إجمالي المبحوثين، وتجلي ذلك بالخصوص لدى العنصر الذكوري الذي بلغ نسبة 91% مقارنة بالعنصر الأنثوي الذي اكتفى بنسبة قدرت بـ 63%، في المقابل، أشارت 108 مفردة أنها تتواصل باستخدام أسماء مستعارة عبر الموقع الأزرق بنسبة قدرت بـ 24%، مع تسجيل تغلب العنصر الأنثوي الذي بلغ بـ 37% مقارنة بالذكور الذين لم يتجاوزوا نسبة 9% من أصل إجمالي 201 مفردة.

الشكل 10: يوضح الاسم المستخدم لدى تواصل مفردات العينة



المصدر: الطالب

يعود سبب تفضيل أغلب المستجوبين التواصل باستخدام أسماء حقيقية عبر حسابهم "فيسبوك" إلى رغبة الأفراد في إبراز هويتهم الشخصية عبر المنصات الافتراضية، فمن خلال الحساب الفيسبوكي يتواصل الفرد مع الآخرين ويتفاعل معهم، كما يسهل عليهم العثور عليه بمجرد تدوين اسمه، في المقابل، خاصة لدى جنس الذكور الذين عادةً ما يتمتعون بحرية أكبر في التعبير عن آرائهم وهوياتهم في الفضاء العام، سواء في الواقع أو عبر منصات الإنترنت، وهو ما يفسر ارتفاع نسبة استخدامهم للأسماء الحقيقية دون خوف من التبعات الاجتماعية أو التقييمات الأخلاقية، على النقيض، تفضل 26% مفردة استخدام اسم مستعار قصد عدم الكشف عن هويتها الحقيقية، خصوصاً لدى جنس الإناث، حيث لا تزال المرأة تواجه نوعاً من التحفظ الاجتماعي في مشاركتها وتواجدها عبر الفضاءات الرقمية، لذلك يلجأ إلى استخدام أسماء مستعارة حفاظاً على الخصوصية والهوية، وتجنباً لأي مضايقات رقمية.

وعليه، تعكس هذه النتائج الموضحة تبايناً في التمثلات الاجتماعية المرتبطة باستخدام الفضاء الرقمي في المجتمع الجزائري، ويعكس ذلك فجوة نوعية في أنماط التفاعل الاتصالي لدى الأفراد، حيث يتأثر سلوك المستخدمين في الفضاء الافتراضي بالقيم والمعايير الاجتماعية ذاتها التي تحكم العلاقات في الواقع.

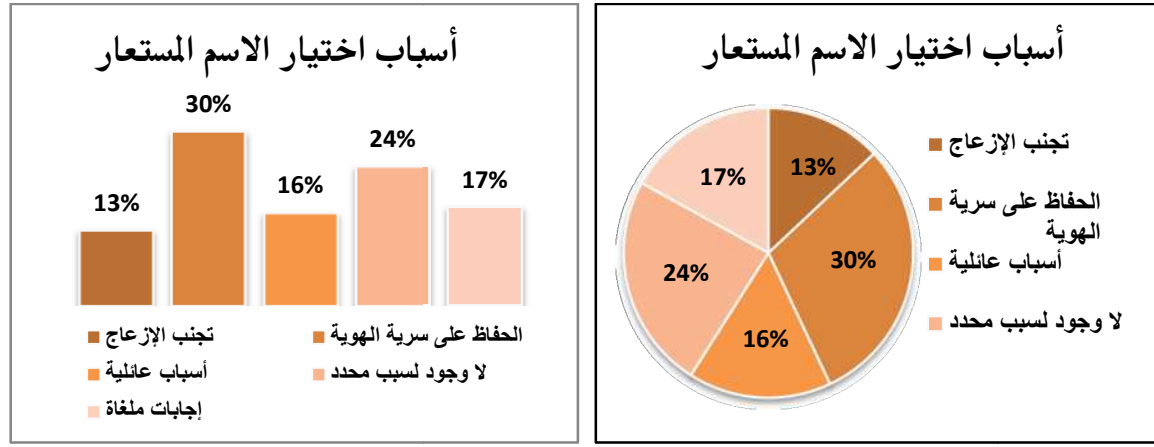
الجدول 11: يبين أسباب اختبار مفردات العينة التواصل باسم مستعار

أسباب اختيار الاسم المستعار	التكرار	النسبة %
تجنب الإزعاج	14	13 %
الحفاظ على سرية الهوية	32	30 %
أسباب عائلية	17	16 %
لا وجود لسبب محدد	26	24 %
إجابات ملغاة	19	17 %
المجموع	108	100 %

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه أهم أسباب تفضيل مفردات العينة التواصل باستخدام أسماء مستعارة عبر حساباتهم الفيسبوكية، حيث "ظهر الحفاظ على سرية هوية المستخدم" كأهم دافع لاختيارها، حيث عبرت عن ذلك 32 إجابة من مجموع 108 ردًا، ما مثل نسبة 30% من إجابات المستجوبين، في حين لم تحدد 26 مفردة سبب اختيارها لاسم غير حقيقي عبر الحساب الأزرق بنسبة قدرت بـ 24%، بينما أقر 17 مبحوثًا من إجمالي 108 ردًا أي ما يعادل 16% أن سبب الاختيار هو بالأساس عائلي، بينما بررت 13% من العينة تفضيلها لاسم مستعار فكان تفاديًا للإزعاج، جدير بالذكر أنه تم إلغاء قرابة 19 إجابة كاملة من إجمالي إجابات المستجوبين كونها لم تخدم السؤال المطروح عليهم.

الشكل 11: أسباب اختبار مفردات العينة التواصل باسم مستعار



المصدر: الطالب

يعود السبب الأساسي لتفضيل 30 % من المفردات المستجوبة التواصل باستخدام اسم مستعار عبر حساباتهم الفايبيوكية إلى البحث عن الخصوصية في سياقات التواصل الشخصي والعام، وكذا رغبة الفرد في إخفاء هويته الشخصية عبر المنصات الافتراضية، وذلك قصد الحفاظ على سرية هويته، حتى يتسنى له التفاعل مع الآخرين بكل حرية، وأن يخوض بأريحية في عديد المواضيع التي تهمه وتعنيه، فتواصل الفرد باستخدام اسمه الحقيقي من شأنه أن يحد من إبداء آرائه في مختلف النقاشات المطروحة كونه تحمل صبغة الرسمية مادام الحساب يحمل اسمته وكنيته الحقيقية، حيث يتضح سعي المتصفحين لحماية أنفسهم من خطر التعرض للاختراقات أو التطفل على بياناتهم، ما يعكس تحديات أمن المعلومة وثقافة الحذر في البيئة الافتراضية، في المقابل، تقرر نسبة 24% من المبحوثين أن الاسم المستعار خيار شخصي وليس له سبب محدد، قد يكون أحياناً ممارسة تلقائية، مما يدل على تطبيع هذه الظاهرة في الثقافة الرقمية دون وجود دوافع مسبقة لها، بينما أرجع 17 مبحوثاً سبب اعتمادهم لاسم مستعار عبر الموقع الأزرق إلى أسباب عائلية محضة، خاصة لدى العنصر الأنثوي في عينة الدراسة، فالمجتمع الجزائري معروف عليه أنه مجتمع محافظ وله عادات وأعراف اجتماعية تضبط سلوك المرأة بدرجة أكبر، لذا يتجنب بعض الأفراد إدراج اسمهم الحقيقي عبر منصات

التواصل، بينما أقرت 14 مفردة مستجوبة أن سبب التواصل باستخدام اسم مستعار فيعود لتفادي للإزعاج والمضايقات والتنمر.

وعليه، نستنتج مما سبق قوله، أن اختيار وتفضيل استخدام اسم مستعار للتواصل عبر الفضاء الرقمي تحكمه في كثير من الأحيان جملة من الأسباب الشخصية الذاتية وتارة أخرى تخضع لضوابط اجتماعية تلزم المتصفح أن يتوافق معها مادام أنه يعيش في بيئة يتقاسمها مع غيره. بصورة عامة، تعكس البيانات الموضحة في الجدول تنوعاً في دوافع اختيار المتصفح لاسم التواصل عبر منصة فايسبوك، فهناك عوامل نفسية واجتماعية وكذا ثقافية تتدخل في هذه المسألة، يُعبر هذا التنوع عن احتياجات الأفراد المختلفة في إدارة هوياتهم الرقمية في سياقات متعددة، ويفتح المجال لمزيد من الدراسات التي تبحث في تأثير البيئة الرقمية على سلوكيات المتصفحين وهوياتهم.

الجدول 12: يبين نوع الصورة المستخدمة لدى مفردات العينة

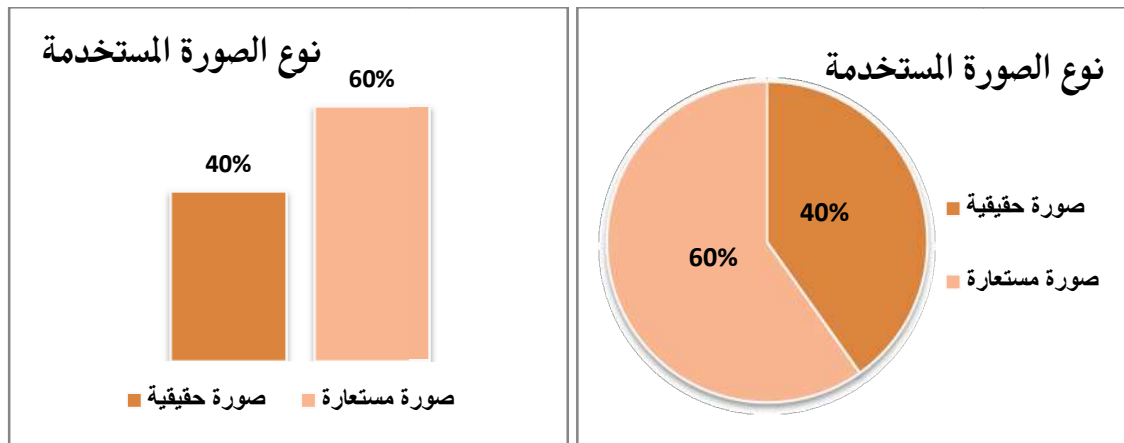
المجموع		مكان الإقامة						نوع الصورة المستخدمة
		مدينة		منطقة شبه حضري		منطقة ريفية		
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
43 %	189	17 %	33	26 %	25	87 %	131	صورة حقيقية
57 %	255	83 %	166	74 %	70	13 %	19	صورة مستعارة
100%	444	100 %	199	100 %	95	100 %	150	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف معطيات الجدول أعلاه تبايناً ملحوظاً في استخدام الصور الحقيقية والمستعارة بين مفردات العينة المستوجبة، وذلك بناءً على مقر إقامتهم، يعدُّ هذا التباين المعبر عنه مؤشراً هاماً يُعبر عن اختلاف الأنماط الثقافية والتفضيلات الاجتماعية بين المناطق الريفية، شبه

الحضرية وكذا الحضرية، أظهرت بيانات الدراسة عن تفضيل غالبية مفردات العينة وضع صورة مستعارة عبر حساباتهم الفيسبوكية، حيث تجسد ذلك بـ 255 مفردة من مجموع 444 مستجوباً، ما نسبته 57% من إجمالي عدد المبحوثين، خاصة لدى الأفراد الذين يقطنون في المدن والمناطق شبه حضرية، حيث ظهوروا بنسبة قدرت بـ 83% و 74% على التوالي عكس المنطقة الريفية التي لم تتجاوز نسبة 13%، في المقابل، أشار 189 فرداً أنهم يتواصلون عبر الموقع الأزرق باستخدام صورهم الحقيقية بنسبة تقدر بـ 43% من الإجمالي الكلي العينة، وتجسد ذلك لدى المستجوبين الذين يعيشون بالمناطق الريفية بنسبة قدرت بـ 87% من إجمالي 150 مفردة، بينما لم تتعد النسبة حدود 26% بالمناطق شبه حضرية وكذا 17% فقط بالمدن.

الشكل 12: يوضح نوع الصورة المستخدمة لدى مفردات العينة



المصدر: الطالب

يعود سبب تفضيل 57% من مفردات العينة المستجوبة استخدام صور مستعارة عبر حساباتهم الفيسبوكية إلى طبيعة التركيبة الشخصية لكل متصفح وكذا مقر إقامته، هذا ما يعكس دور المكان وقدرته على التأثير على استخدام الصور وكذا تصورات الأفراد، فهناك من لا يودّ الكشف عن هويته الحقيقية، ويضع صورة مستعارة بسبب إما قناعة شخصية أو تفادياً للضغوطات المهنية التي قد يسببها له منشور شخصي عبر حسابه، يحمل اسمه وصورته، حيث أظهرت البيانات أن هذا التوجه لاستخدام الصورة المستعارة لدى الأفراد، يكثر بالدرجة

الأولى في المدن والمناطق شبه حضرية، أين يكون هناك تأثير أكبر للوسائط الإعلامية الحديثة وكذا الإعلانات التصويرية وغيرها، التي غالباً ما تُستخدم فيها الصور المستعارة للتأثير أكثر على الجمهور، هذا ما يعكس نزعةً نحو التحديث والتأثير بالعملة البصرية، خاصة في المناطق الحضرية، التي تتوفر فيها تقنيات التصميم الحديثة التي من شأنها إثارة الاهتمام وتحقيق أغراض تسويقية أو جمالية عكس المناطق الريفية.

في المقابل، تضع 189 مفردة ما يعادل 43% من مستجوبي الدراسة صورة حقيقية، وذلك قصد إعطاء الحساب الفايسبوكي مصداقية أكبر، وتمكين الأصدقاء والمعارف من العثور عليهم بسهولة عبر الفضاء الأزرق، إضافة إلى السعي لإبراز مواقفهم وأرائهم الشخصية ومشاركتها مع الآخرين، وتجسد ذلك بالأساس في المناطق الريفية المعروفة بالنزاهة والصدق والعفوية، ففي الريف، يكون هناك ارتباط وثيق بالواقع والممارسات الحياتية اليومية، التي تتطلب تمثيلاً حقيقياً للعالم المحيط، بالتالي تعتبر الصور الحقيقية أكثر موثوقية وواقعية بالنسبة لهذه المناطق الجغرافية.

يشير التباين الموضح في تفضيلات الصور بين المتصفحين المستجوبين إلى الفجوة الرقمية بين قاطني الأرياف والمدن، حيث تفتقر المناطق الريفية إلى نفس المستوى من الوصول إلى الأدوات التكنولوجية المتطورة التي تتيح لهم إنتاج أو استخدام الصور المستعارة، بينما في المناطق الحضرية يتم استخدام هذه الأدوات بشكل متزايد في سياقات متنوعة، سواء كانت إعلانات تسويقية، منصات إعلامية، أو حتى منصات تواصل اجتماعي، حيث يميل المستخدمون إلى استخدام صور معدلة أو فنية.

يمكن تفسير هذه النتائج الموضحة أعلاه وفق منظور نظرية الاستخدامات والإشباع

على النحو التالي:

■ عرض الذات: يعبر اختيار الصورة الشخصية عن حاجة الى إشباع "إبراز الهوية" والظهور كفاعل حقيقي في الفضاء الافتراضي.

■ الحماية والرمزية: يعكس اللجوء الى الصور الرمزية (المستعارة) اشباع مرتبطة بالحفاظ على الخصوصية من جهة، والانتماء الى جماعة قيمية من جهة أخرى.

■ الانعكاس السياسي: ترتبط هذه الإستراتيجية في تمثيل الذات مباشرة بمستوى المشاركة السياسية، فالمستخدم الذي يقدم نفسه بهويته الحقيقية يكون أكثر جرأة في النقاش، بينما من بفضل الصورة الرمزية قد يكتفي بالمراقبة أو التفاعل المحدود.

بصفة عامة، يمكن القول أن استخدام الصور الحقيقية والمستعارة يمثل تفاعلاً مع البيئة المحيطة والموارد المتاحة، ويعكس بشكل غير مباشر التفاوت في الثقافة البصرية بين الريف والمدينة، يعكس هذا التفاوت السياقات الاقتصادية والاجتماعية التي تُحدد طرق التفكير البصري، وكيفية تفاعل الأفراد مع الوسائط البصرية على مستوى حياتهم اليومية، مما يجعل هذا الاختلاف في التفضيلات مصدراً مهماً لفهم تأثير البيئة على الثقافة البصرية في المجتمع.

وعليه، نستنتج أن إدراج الصورة عبر الحساب الافتراضي يخضع لعدة اعتبارات منها ما هي شخصية محضة، ومنها ما هي اجتماعية بحتة، كما لا يمكن إغفال تأثير المنطقة الجغرافية التي تلعب دوراً في تحديد نوع الصورة التي يمكن إدراجها.

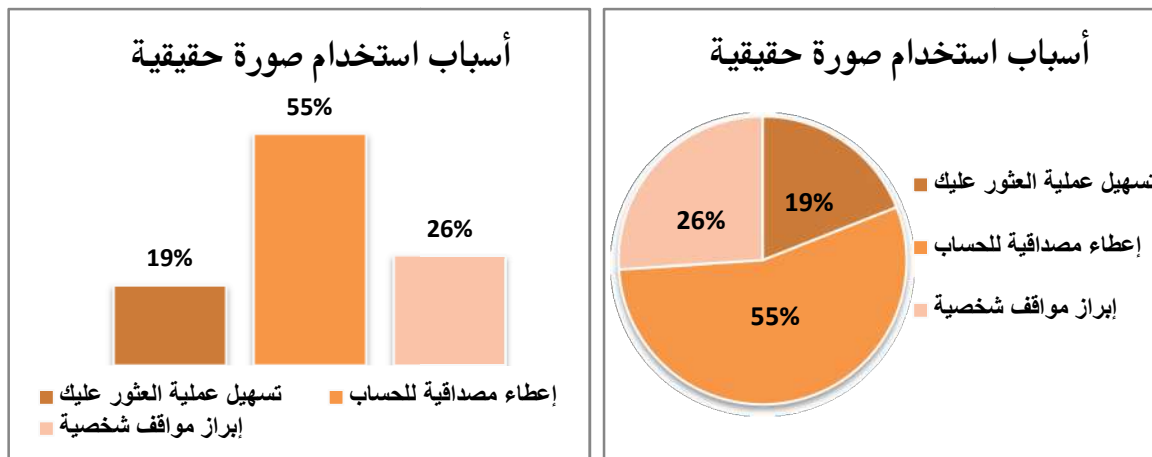
الجدول 13: يبين أسباب تفضيل مفردات العينة صورة حقيقية

أسباب استخدام صورة حقيقية	التكرار	النسبة %
تسهيل عملية العثور عليك	36	19 %
إعطاء مصداقية للحساب	104	55 %
إبراز الآراء والمواقف الشخصية	49	26 %
المجموع	189	100 %

المصدر: الطالب

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه، تفضيل غالبية مفردات العينة استخدام صورهم الحقيقية لإعطاء الحساب الافتراضي مصداقية أكبر ضمن البيئة الرقمية، حيث ظهر ذلك بـ 104 مفردة من مجموع 189 مستجوباً ما نسبته 55% من إجمالي المبحوثين، في حين أشارت 49 مفردة أنها تضع صورتها عبر الحساب الأزرق بغية إبراز آرائها ومواقفها الشخصية بنسبة قدرت بنحو 26%، بينما ترى 36 مفردة أن خيارها استخدام صورة حقيقية مرده تسهيل عملية العثور عليها في الفضاء الافتراضي بنسبة بلغت حدود 19% من إجمالي المبحوثين.

الشكل 13: يوضح أسباب تفضيل مفردات العينة صورة حقيقية



المصدر: الطالب

تجمع أغلب مفردات عينة الدراسة المستجوبة أن أهم سبب دفعهم لاختيار وضع صورة حقيقية عبر حساباتهم الفاييسبوكية يعود بالدرجة الأولى لإعطاء مصداقية أكبر للحساب الافتراضي عبر منصة فايسبوك، حيث يعتبر تمثيل الهوية الحقيقية للمستخدم أساساً لبناء الثقة بينه وبين مختلف المتصفحين عبر منصات التواصل الاجتماعي، خاصة في عصر تتزايد فيه الشكوك حول مصداقية المحتويات الرقمية، حيث دعمت هذا الاتجاه قرابة 104 مفردة ما نسبته 55% من المبحوثين، والتي ترى أن الصورة المستعارة من شأنها أن تُفقد الحساب مصداقيته وكذا تُزعزع الثقة فيه، بالرغم من قيمة المنشور في بعض الحالات، حيث تلعب طبيعية الصورة المنشورة دوراً هاماً في كسب ثقة أكبر لدى المتصفحين أو العكس تخلق شكاً وريبة لديهم، بينما تُرجع 49 مفردة من أصل 189 مستجوباً أن سبب اختيارهم للتواصل الافتراضي بصورة حقيقية كان القصد من خلاله إبراز المواقف الشخصية وتدعيمها، فهي أداة هامة لتمكين الأفراد من التعبير عن آرائهم وشخصياتهم بشكل أكثر وضوحاً، خاصة في ظل عالم تتداخل فيه الشخصيات الافتراضية والهويات الرقمية، وباتت فيه الصورة الحقيقية إحدى الوسائل الفعالة لتوثيق المواقف الشخصية وتعزيز الهوية الفردية في النقاشات في البيئة الرقمية، في المقابل، نجد أن نسبة 19% من مفردات العينة أقرت أن خيارها لنشر صورة حقيقية عبر حساب فايسبوك كان قصد تسهيل عملية العثور على الأفراد عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومنه نستنتج أن أهم سبب لإدراج صورة حقيقية هي تقديم مصداقية أكبر للحساب وكذا العمل على إبراز الموقف الشخصي بخصوص القضية المنشورة عبر الفضاء الرقمي.

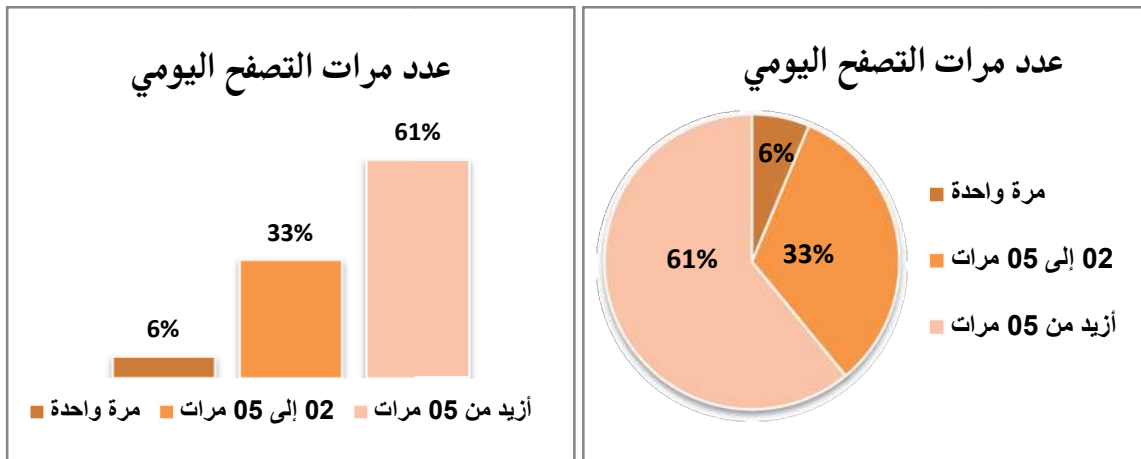
الجدول 14: يبين تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفاييسبوكية

عدد التصفحات اليومية	التكرار	النسبة %
مرة واحدة	28	06 %
مرتان إلى 05 مرات	145	33 %
أزيد من 05 مرات	271	61 %
المجموع	444	100 %

المصدر: الطالب

تُظهر المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه تصفح أغلب المبحوثين المستجوبين موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" أزيد من 05 مرات يومياً، حيث ظهر ذلك بـ 271 مفردة من مجموع 444 مستجوباً، ما نسبته 61% من إجمالي مفردات العينة، في حين أشارت 145 مفردة أنها تلج إلى الموقع الأزرق مرتين إلى 05 مرات يومياً بنسبة قدرت بـ 33%، من جانبها، أشارت 28 مفردة من أصل 444 مبحوثاً أي ما يعادل 06% أنها تتصفح حسابها الشخصي "فايسبوك" مرة واحدة فقط خلال اليوم الواحد.

الشكل 14: يوضح تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفايسبوكية



المصدر: الطالب

يعود سبب تفضيل أغلب المبحوثين تصفح حساباتهم عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" لأزيد من 05 مرات يومياً بنسبة قدرت بـ 61%، إلى كون هذا الفضاء الافتراضي أضحى متنفساً حقيقياً للمستخدمين، نظراً للاشباع العديدة التي تحققها لهم هذه المنصة التواصلية، حيث تلبي أغلب متطلباتهم في عديد المجالات، فهي لا تقتصر فقط على الجانب التواصلية والتقارب الاجتماعي بين الأفراد، بل أضحت تؤدي عديد الأدوار التي تهتم المستخدمين على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم، في حين، نجد 33% من أفراد العينة تلج الموقع الأزرق مرتين إلى 05 مرات بسبب انشغال المبحوثين سواء في العمل أو البحث والدراسة خاصة أن نسبة

33% من مفردات العينة من الفئة الجامعية حسبما ما أوضحته بيانات الجداول السابقة، فليس الكل متفرغ ليهتم فقط بما تنشره صفحات الفايسبوك، بل لديه انشغالات والتزامات عديدة، بينما أشارت 06% من أفراد العينة أنها تكتفي بتفقد حسابها مرة واحدة خلال اليوم الواحد، فهذه الفئة هو مجرد البقاء على الاطلاع على أهم الأحداث وجديدها، وليس فئة مدمنة على المواقع الافتراضية، ومنه نستنتج أن أفراد العينة يتفقدون مرارا حساباتهم الفايسبوكية خلال اليوم الواحد نظرا للاشباع العديدة التي تحققها لهم هذه المنصة التواصلية.

الجدول 15: يبين مدة تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفايسبوكية

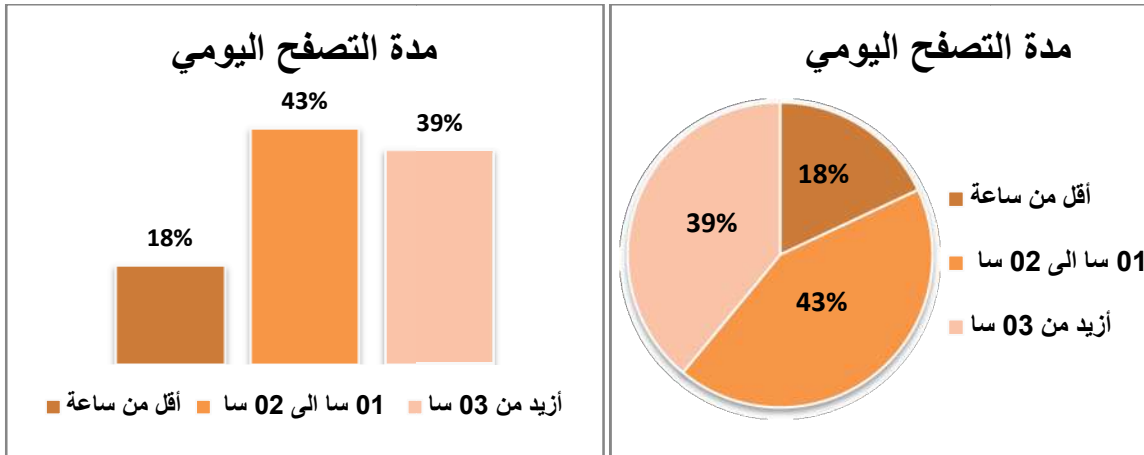
المجموع		الحالة الاجتماعية						مدة التصفح اليومي
		مطلق		متزوج		أعزب		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
% 18	81	% 50	01	% 30	36	% 14	44	أقل من ساعة
% 43	192	-	-	% 49	60	% 41	132	ساعة إلى ساعتين
% 39	171	% 50	01	% 21	26	% 45	144	أزيد من 03 ساعات
%100	444	% 100	02	% 100	122	% 100	320	المجموع

المصدر: الطالب

يبين الجدول أعلاه المدة الزمنية التي تقضيها مفردات العينة في تصفح حساباتهم عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، حيث كشفت 192 مفردة من مجموع 444 مستجوباً، أنها تقضي قرابة "ساعة إلى ساعتين يومياً" ما يمثل نسبة 43% من المبحوثين، وظهر ذلك خصوصاً لدى المتزوجين والفئة العازبة بنسب بلغت 49% و 41% على التوالي، في حين أشارت 171 مفردة أنها تتواصل عبر الموقع الأزرق لمدة تزيد عن 03 ساعات يومياً بنسبة قدرت بـ 39%. حيث تصدرت الفئة المطلقة مدة التصفح بـ 50%، تلتها الفئة العازبة بـ 45%، بينما حلت الفئة المتزوجة آخر

الترتيب بـ 21%، من جهتها، أقرت 81 مفردة أنها تقضي "أقل من ساعة" عبر منصة فايسبوك ما نسبته 18% من أفراد العينة، ما ترجمته الفئة المطلقة بـ 50%، ثم الفئتين المتزوجة والعازبة بـ 30% و 14% على التوالي.

الشكل 15: يوضح مدة تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفايسبوكية



المصدر: الطالب

يعود سبب تفضيل 43% من مفردات العينة قضاء ساعة إلى ساعتين من الزمن يومياً في تصفح حساباتهم عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" إلى الأهمية البالغة التي أضحي يكتسيها هذا الفضاء الأزرق في حياتهم اليومية، فلم يعد مجرد منصة للتواصل فحسب، بل أضحي يؤدي عدة أدوار ولا يمكن اختزاله في وظيفة بعينها، وظهر ذلك بشكل أكبر لدى الفئتين المتزوجة وكذا العازبة، حيث يسمح للمشارك بمتابعة مختلف المستجدات الوطنية والدولية، التعرف على فرص العمل أو الدراسة وكذا الطبخ وغيرها، خاصة أن منصة الفايسبوك تمثل لدى هاتين الفئتين مصدراً للترفيه والبحث عن علاقات جديدة أو تجارب اجتماعية، وهو ما يعزز لديهم رغبة التفاعل والمشاركة المكثفة سواء عبر التعليقات أو الرسائل الخاصة أو متابعة الأخبار والمحتويات المتنوعة، بحكم الوقت الذي يمكنهم التواصل مع الآخرين وعدم وجود التزامات عائلية، في حين، تقضي 39% من أفراد العينة أزيد من 03 ساعات يومياً عبر منصات الفايسبوك

خاصة لدى الفئة المطلقة والعازبة بسبب تفرغها وعدم وجود التزامات عائلية لدى غالبيتها، لذا نجدها متواجدة لمدة طويلة عبر المنصات الافتراضية، هذا ما يعكس مستوى عال من الاندماج

الرقمي، الذي يمكن قراءة هذه النتيجة وفق نظرية الاستخدامات والاشباع من خلال ما يلي:

■ إشباع الحاجة الى المتابعة المستمرة: يسمح طول مدة استخدام الفرد لهذه المنصة الرقمية بتتبع الأحداث السياسية في وقتها ولحظة وقوعها، وهو ما يعزز وعي الفرد بأهم التحولات الجارية سواء وطنيا أو دوليا.

■ التعرض المكثف للمحتوى: يخلق الاستخدام الطويل للأفراد لهذه المنصات الافتراضية انغماسا في المحتويات السياسية بشكل ملفت، هذا ما يجعل المتصفح عرضة لإشباع مزيف، نتيجة التدفق المكثف للأخبار بشكل غير منظم، سيؤثر على تكوين وعي سياسي موجه.

■ التباين في المشاركة: توظف الفئة التي تقضي وقتا أقل هذه المنصة التواصلية بشكل وظيفي كالاطلاع السريع على الأخبار وغيرها، بينما يعكس الاستخدام الطويل لدى المتصفحين تحقيق حاجات أعمق كالتفاعل والتعبير والمناقشة في مواضيع عديدة.

يمكن تبرير قضاء أقل من ساعة من الزمن في تصفح هذا الفضاء لدى 18% من مفردات العينة، فيعود بالدرجة الأولى الى كثرة الانشغالات لدى الأفراد، واعتبار منصة الفايسبوك مجرد وسيلة إخبارية للتعرف على أهم الأحداث والوقائع التي طرأت في ذلك اليوم، لذا تكتفي هذه الفئة بقضاء أقل من ساعة من الزمن، ومنه نستنتج أن مدة التصفح اليومي لأفراد العينة لحساباتهم الفايسبوكية معتبرة نظرا للمكانة التي أضحت يحتلها في حياتهم اليومية، خاصة أنه يؤدي عدة أدوار ولا يقتصر فقط على الوظيفة التواصلية.

وعليه، نستنتج أن عادات تصفح مفردات العينة لمنصة الفايسبوك تتأثر بشكل كبير بالحالة الاجتماعية للأفراد، فمنصة الفايسبوك ليست فقط وسيلة للتواصل الاجتماعي، بل تُشكل جزءاً هاماً من سلوكيات التكيف الاجتماعي والنفسي لدى الأفراد في حالات اجتماعية معينة.

بشكل عام، تعكس هذه البيانات تأثير الحياة الاجتماعية على استخدام منصات التواصل الاجتماعي، حيث يعكس الوقت الذي يقضيه الأفراد على الفايسبوك أولوياتهم الشخصية والاجتماعية التي تتفاوت وفقاً لوضعهم العائلي.

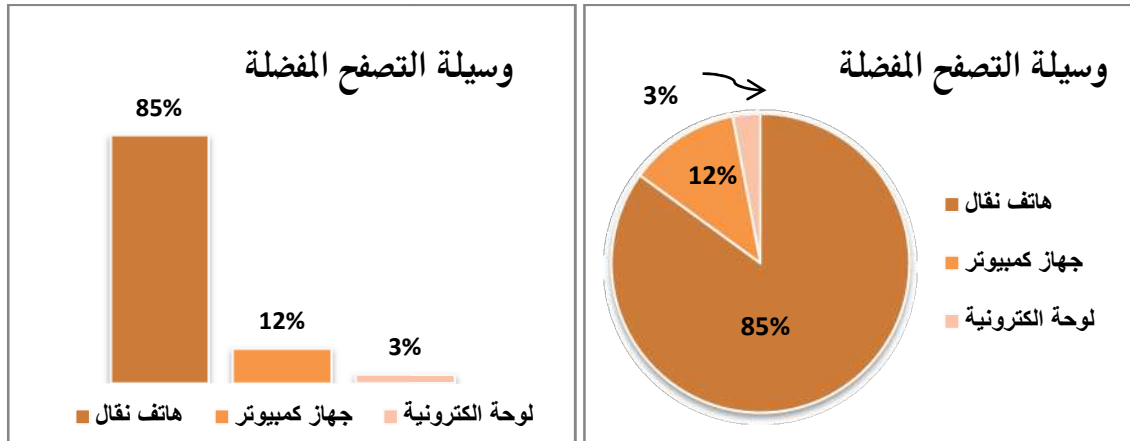
الجدول 16: يبين وسيلة التصفح المفضلة لدى مفردات العينة

وسيلة التصفح	الحالة الاقتصادية							
	ضعيفة		متوسطة		جيدة		المجموع	
التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
هاتف نقال	35	74 %	287	87 %	56	82 %	378	85 %
جهاز كمبيوتر	12	26 %	39	12 %	03	05 %	54	12 %
لوحة الكترونية	-	-	03	01 %	09	13 %	12	03 %
المجموع	47	100 %	329	100 %	68	100 %	444	100 %

المصدر: الطالب

تبين المعطيات والنسب الموضحة في الجدول أعلاه تفضيل معظم مفردات العينة استخدام وسيلة الهاتف النقال خلال تصفحها لموقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، هذا ما أكدته 378 مفردة من أصل 444 مستجوباً بنسبة بلغت حدود 85 %، والجدير بالملاحظة أن تفضيل الهاتف كان لدى جميع الفئات الاقتصادية سواء الضعيفة أو المتوسطة حتى الجيدة منها، والتي سجلت نسب 74 %، 87 % و 82 % على التوالي، في المقابل، عبّرت 54 مفردة أنها تميل لاستخدام جهاز الحاسوب بنسبة بلغت 12 %، وتصدر استخدام الكمبيوتر لدى الطبقة الاقتصادية الضعيفة بـ 26 %، بينما تفضل 12 مفردة من أصل 444 مستجوباً اللوح الالكتروني بنسبة 03 %، خاصة لدى الطبقة الاقتصادية الجيدة بما يعادل نسبة 13 % من مجموع مفردات العينة.

الشكل 16: يوضح وسيلة التصفح المفضلة لدى مفردات العينة



المصدر: الطالب

يمكن تفسير سبب تفضيل غالبية مستجوبي عينة الدراسة استخدام وسيلة الهاتف النقال لدى تصفح حساباتهم عبر موقع فايسبوك، يعود بالدرجة الأولى لامتلاك هذه الفئة لهذه الوسيلة الاتصالية، خاصة خلال السنوات الأخيرة مع التطورات الكبيرة التي عرفها قطاع الاتصالات في البلد، بالإضافة إلى سهولة وبساطة استخدامه وكذا مميزاته الكثيرة الذي يتمتع به كصغر حجمه وخفة وزنه مما يتيح نقله بأريحية، كما يمنح إمكانية التقاط الصور والفيديوهات ومشاركتها عبر حساب الموقع الأزرق بآنية وسهولة، حيث تتوافق هذه النتيجة مع التقرير الرقمي لسلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية لسنة 2022¹ والذي كشف أن نسبة تصفح الجزائريين لشبكة الإنترنت عبر وسيلة الهاتف النقال تجاوزت 90.87% خلال السداسي الأول من سنة 2022 بعدد يتعدى 42.6 مليون مشترك، تحمل هذه النتيجة (تفضل الهاتف للتصفح) أبعادا سوسيولوجية ومعرفية يمكن توضيحها كالتالي:

¹ - سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية: مرصد سوق الانترنت في الجزائر، رابط المقال: <https://urls.fr/Ko0fp3>، تاريخ التصفح: 2022/12/17، تاريخ

- يحول الهاتف الذكي الفضاء الرقمي الى امتداد للحياة اليومية للأفراد، مما يجعل المشاركة السياسية فعلا تواصليا وغير مرتبط بمكان محدد مثل ما كان عليها الحال سابقا (ندوات، حملات انتخابية، تجمعات سياسية).
 - يلبي الهاتف حاجات معرفية وتواصلية للمتصفحين بشكل لحظي، هذا ما يعزز شعورهم بالاندماج في قضايا المجتمع بشكل مستمر.
 - يشجع الاعتماد على الهاتف الذكي كوسيلة اتصالية فردية الأفراد على استهلاك السريع للخبر دون تحليل معمق ودقيق، هذا ما يمكن أن يؤدي الى تكوين وعي سياسي سطحي.
- ما تزال نسبة 12% من المبحوثي الدراسة تفضل استخدام جهاز الحاسوب خاصة لدى الطبقة الاقتصادية الضعيفة، ويمكن تبرير ذلك بالنظر للظروف المادية للعائلات، فهناك من لا يستطيع توفير هاتف نقال لكل فرد من أفراد أسرته، فينتجه لاقتناء جهاز كمبيوتر للعائلة كلها، وكذا عدم إتاحة إمكانية التصفح في أي وقت وأي مكان بل هو محدد بموضع ثابت، بينما تفضل 12 مفردة من أصل 444 مستجوباً التصفح عبر استخدام اللوح الالكتروني طبقا لما يقدمه من مميزات ككبر شاشة العرض، خفة الوزن وجودة الصوت والصورة وغيرها، وتجسد ذلك بالخصوص لدى الطبقة الميسورة الحال بحكم الظروف المادية المريحة لهذه الفئة مقارنة بنظيراتها، وعليه، نستنتج أن الوسيلة المفضلة لدى غالبية مبحوثي العينة هي الهاتف النقال بسبب الميزات العديدة التي يمنحها للمتصفح، كخفة وزنه وإمكانية نقله بأريحية، الا أنه لا يمكن أن ننفي أنه لا تزال فئة تحبذ التصفح عبر جهاز الكمبيوتر.

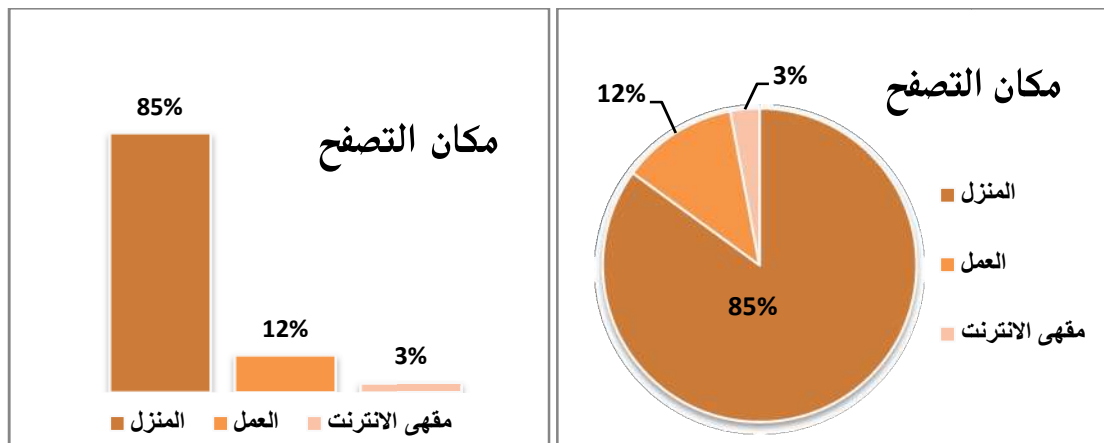
الجدول 17: يبين المكان المفضل لتصفح مفردات الدراسة لحساباتهم

النسبة %	التكرار	المكان المفضل للتصفح
85 %	378	المنزل
12 %	53	العمل
03 %	13	مقهى الانترنت
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف البيانات الإحصائية في الجدول أعلاه تفضيل غالبية المبحوثين تصفح موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" في منازلهم، حيث أكدت ذلك 378 مفردة من مجموع 444 مستجوباً ما نسبته 85 % من أفراد العينة، في المقابل، أشارت 53 مفردة أنها تلج الموقع الأزرق في أماكن العمل بنسبة تقدر بـ 12 %، من جانبها، أشارت 13 مفردة من أصل 444 مبحوثاً أي ما يعادل 03 % أنها تتصفح حسابها الشخصي "فايسبوك" في مقاهي الانترنت.

الشكل 17: يوضح المكان المفضل لتصفح مفردات الدراسة لحساباتهم



المصدر: الطالب

يعود سبب تفضيل غالبية مستجوبي عينة الدراسة تصفح حساباتهم الفايسبوكية في المنزل دون مكان آخر الى الحركية الكبيرة التي عرفتھا عملية تزويد المنازل بخدمة الانترنت في الجزائر، وكذا ارتفاع التدفق فيها خلال السنتين الماضيتين، حيث كشف آخر تقرير لسلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية في الجزائر عن تسجيل أزيد من 4.2 مليون مشترك¹ خلال السداسي الأول من سنة 2022 مع زيادة تقدر بنحو 123 ألف مقارنة بعام 2021، صاف الى ذلك التفرغ التام من كل الالتزامات المهنية وكذا الراحة التي يجدها الفرد في عملية التصفح بالبيت مقارنة بأي مكان آخر حفاظا على الخصوصية الفردية للمستخدم، يعكس هذا الاختيار (المنزل) رغبة الفرد في التحكم ببيئته الرقمية وإشباع حاجاته، بعيدا عن الضغوط الاجتماعية المباشرة، بينما تفضل نسبة 12% من المبحوثين تصفح منصة الموقع الأزرق في مكان العمل، فيعود السبب لتوفر خدمة الإنترنت في المكاتب أو عبر وسيلة الهاتف النقال، خاصة في حال عدم وجود ضغط على العامل، ما يسمح له من تفقد حسابه بأريحية، بينما لتزال نسبة 3% من المبحوثين تتصفح حساباتها الفايسبوكية في مقاهي الإنترنت، وهذا راجع لغياب خدمات الشبكة العنكبوتية عن المنازل، خاصة في المناطق الريفية والجبلية، لذا نجد الأفراد يتجهون لمقاهي الإنترنت في انتظار ربطهم بألياف بصرية تضمن توفير خدمات الانترنت للأفراد، وعليه، يشير ضعف استخدام الأفراد للأماكن العامة أو مقاهي الانترنت إلى أن الفضاء الرقمي في الجزائر لم يتحول بعد الى "منتدى عمومي مفتوح" يل ما يزال مرتبطا بفضاءات خاصة وآمنة، فالانخراط في النقاشات السياسية عبر منصة افتراضية في فضاء خاص (المنزل)، قد يزيد من جرأة التعبير (خلف شاشة الهاتف أو الحاسوب)، لكنه يقلل من فرص الانتقال من نقاشي افتراضي الى الفعل الواقعي في المجال العام.

¹ - سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية: موقع سبق ذكره، تاريخ التصفح: 2022/12/29، ساعة التصفح: 20:10

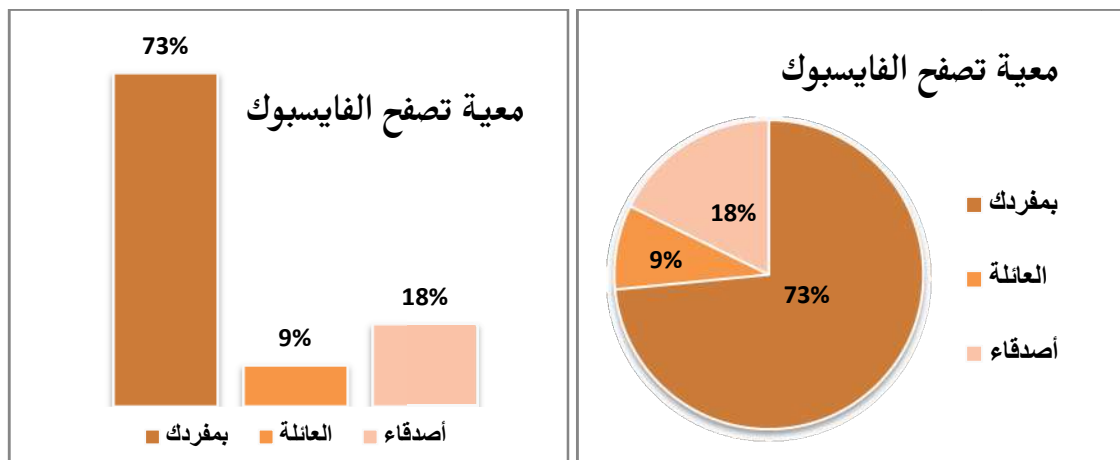
الجدول 18: يبين معية تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفايسبوكية

معية تصفح الحساب الفايسبوكي	التكرار	النسبة %
بمفردك	360	81 %
العائلة	49	11 %
الأصدقاء	35	08 %
المجموع	444	100 %

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه تفضيل غالبية مفردات العينة المستجوبة تصفح حساباتهم الشخصية عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" بمفردهم، حيث أقرت ذلك 360 مفردة من مجموع 444 مستجوباً ما نسبته 81 %، في المقابل، أشارت 49 مفردة أنها تحبذ ولوج حسابها عبر الموقع الأزرق رفقة العائلة بنسبة قدرت بنحو 11 %، بينما لم تتجاوز الفئة التي تميل لتصفح موقع "فايسبوك" رفقة الأصدقاء نسبة 08 % ما يعادل 35 مفردة فقط من أصل 444 مستجوباً ضمن عينة الدراسة.

الشكل 18: يوضح معية تصفح مفردات العينة لحساباتهم الفايسبوكية



المصدر: الطالب

يعود السبب الرئيسي لتفضيل غالبية مفردات الدراسة المستجوبة تصفح حساباتها الشخصية عبر موقع الفايسبوك لمفردها إلى الخصوصية الشخصية التي يُحبذ الفرد أن يتمتع بها ولا يشاركها مع الأفراد الآخرين، وكذا الراحة النفسية التي يجدها خلال عملية التصفح، وكذا تفادى تقاسم أموره الخاصة مع الغير، بينما يمكن تفسير سبب إقرار قرابة نسبة 18% من مفردات العينة تصفحها حساب موقع الفايسبوك رفقة الأصدقاء، فيمكن إرجاع دوافع ذلك إلى توافق المضامين المتصفح مع نفس الاهتمامات الشخصية للأصدقاء سواء كانت دراسة، رياضة أو تسوق أو غيرها، حيث لا تجد هذه الفئة حرجاً في مشاركتها مع الآخرين لتوافق طبيعة المضامين المتصفح مع اهتمامات الأصدقاء، في حين، ترى 35 مفردة ما مثل نسبة 09% من المبحوثين أنها تفضل تصفح حساباتها رفقة أفراد العائلة، ومنه نستنتج أن معية التصفح مرتبطة أولاً بخصوصية الأفراد وتقبلهم لمشاركة أمورهم مع الآخرين أم لا، وكذا نوع المضمون المتصفح عبر الفضاء الافتراضي، فهاذين العاملين هما من يحددان معية تصفح المستخدم لهذه المنصة الرقمية.

المحور الثالث: دوافع استخدام موقع التواصل الاجتماعي-"فيسبوك"

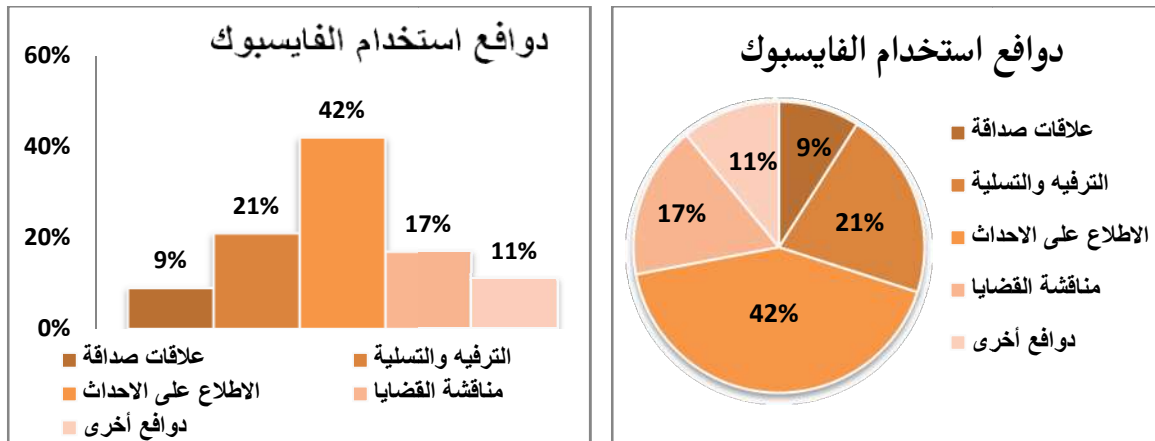
الجدول 19: يبين دوافع استخدام الفايسبوك لدى مفردات العينة

دوافع استخدام الفايسبوك	التكرار	النسبة %
إنشاء علاقات صداقة	77	09 %
الترفيه والتسلية	185	21 %
الاطلاع على أهم الأحداث	362	42 %
مناقشة القضايا والمسائل المختلفة	152	17 %
استخدامات أخرى	95	11 %
المجموع	871	100 %

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه، أن أهم دافع لاستخدام مفردات العينة المستجوبة لموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" كان بغية "الاطلاع على أهم الأحداث والمستجدات الراهنة، حيث أكدت ذلك 362 إجابة من مجموع 871 ردًا، ما يمثل نسبة بلغت 42 % من إجمالي إجابات المبحوثين، في حين، أشارت 185 إجابة أنها تلج منصة الموقع الأزرق قصد الترفيه والتسلية بنسبة قدرت بـ 21%، من جانبه، وضح 152 ردًا من أصل 871 إجابة أي ما يعادل نسبة 17% أنه يتصفح حساب "فيسبوك" من أجل مناقشة القضايا والمسائل المختلفة، بينما لم تحدد نسبة 11% ما يقارب 95 ردًا طبيعة الدافع لاستخدام منصة "الفيسبوك"، في حين، نوّه 77 مستجوبًا ما مثل نسبة 9% من مفردات الدراسة أن الدافع الأساسي لاستخدام فضاء "الفيسبوك" كان بهدف التعرف وإنشاء علاقات صداقة بين المستخدمين.

الشكل 19: يوضح دوافع استخدام الفيسبوك لدى مفردات العينة



المصدر: الطالب

يعود أهم دافع لتصفح أغلب مفردات العينة المستجوبة لحساباتها عبر موقع "فيسبوك" الى الرغبة في الاطلاع على مستجدات الأحداث والوقائع الراهنة، حيث تحولت هذه المنصة الافتراضية اليوم الى أهم مصدر للمعلومة لدى الأفراد، حيث تزودهم بكل المستجدات لحظة بلحظة ودون تحفظ أو تقييد بالسياسية التحريرية التي غالبا ما تحول دون خوض

المؤسسات الإعلامية التقليدية في بعض المواضيع والقضايا الحساسة، لذا نجد ميل المتصفح لمتابعة هذه الوسائط الحديثة كي يكون في صورة الأحداث سواء الوطنية أو الدولية ومناقشتها والتفاعل معها، بالإضافة تستهوي هذه المنصة الرقمية المستخدمين عبر جانب الترفيه والتسلية الذي توفره للمتصفح، كما نجد دافع لا يقل أهمية وهو بناء علاقات صداقة وتعارف بين المستخدمين فهي الوظيفة الأساسية التي أوجدت من أجلها هذه المنصات الاجتماعية.

يمكن توضيح انسجام النتائج الموضحة مع نظرية الاستخدامات والإشباع كمايلي :

- المعرفة السياسية: يبحث المستخدم عبر هذه المنصة الرقمية لإشباع معرفي، اذ تمثل بالنسبة ايه أهم مصدر سريع وواسع للأخبار السياسية سواء المحلية منها أو حتى الدولية.
- التواصل الاجتماعي: يعكس حاجة المتصفح الى الانتماء والتفاعل مع غيره، حيث لا يقتصر الأمر على مجرد الاطلاع السلبي، بل يمتد الى التبادل والمناقشة مع المتصفحين عبر المنصة الرقمية.
- التعبير عن الرأي: تجعل هذه الوظيفة من منصة الفايسبوك فضاء تفاعليا، يتيح للمستخدم إشباع حاجاته والمشاركة في نقاش عام حر.
- الترفيه والتسلية: يظل الترفيه والتسلية حاضرا عبر هذه المنصة، لكنها ليس العامل الأساسي لدى المتصفحين المستجوبين، هذا ما يعكس الطبيعة المتعددة لدى الأفراد في استخدامهم لهذه المنصة التفاعلية.

وعليه، يمكن القول أن دوافع تصفح المستخدم لمنصة الفايسبوك عديدة ومتنوعة، مرد تعددها للخدمات الكثيرة التي توفرها للمتصفحين، وكذا الأدوار التي تؤديها، ومن أبرزها وظيفة إخبارية، وظيفة ترفيه وتسلية وكذا بناء ونسج علاقات صداقة وتعارف بين المستخدمين في الفضاء الرقمي.

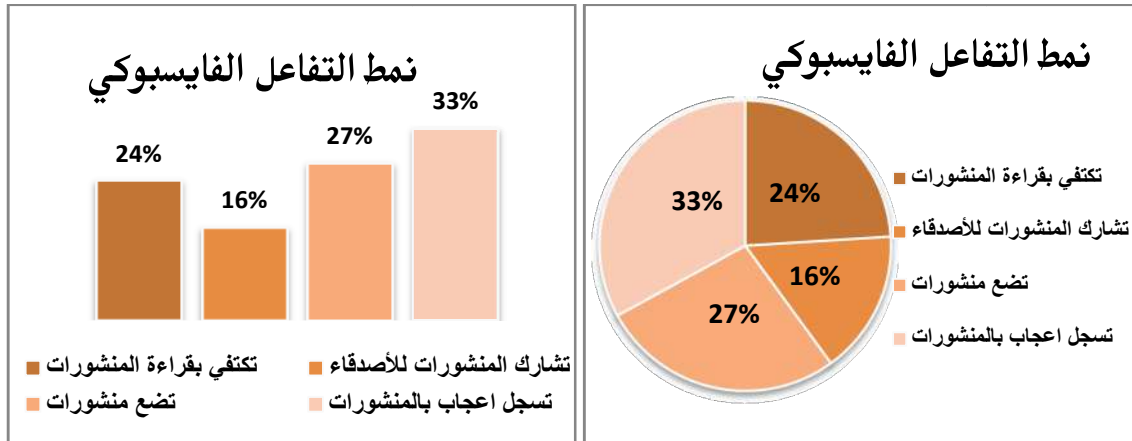
الجدول 20: يبين نمط تفاعل مفردات العينة عبر حساباتهم الفايسبوكية

النسبة %	التكرار	نمط التفاعل عبر الحساب الفايسبوكي
24 %	220	تكتفي بقراءة المنشورات
16 %	145	تشارك المنشورات للأصدقاء
27 %	245	تضع منشورات
33 %	297	تسجل إعجاب بالمنشورات
100 %	907	المجموع

المصدر: الطالب

تبين المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه، نمط تفاعل مفردات العينة المستجوبة عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، حيث جاءت أغلب النسب متقاربة لدى المستجوبين، إذ تؤكد 297 إجابة من أصل 907 ردًا، أنها تتفاعل بإبداء الإعجاب بالمنشورات عبر حسابها، وذلك ما يعادل نسبة قدرت ب 33% من إجمالي ردود المبحوثين، في حين أشارت 245 إجابة أنها تضع منشورات عبر حسابها الافتراضي فقط بنسبة بلغت ب 27%، من جانبه، وضع 220 ردًا من أصل 907 إجابة أي ما يعادل 24% أنه يكتفي بقراءة المنشورات عبر حساب موقع "الفايسبوك" فحسب، بينما نوهت نسبة 16% ما يقارب 145 من إجابات المستجوبين أنهم يشاركون المنشورات الفايسبوكية مع الأصدقاء.

الشكل 20: يوضح نمط تفاعل مفردات العينة عبر حساباتهم الفيسبوكية



المصدر: الطالب

يعود سبب تقارب نمط تفاعل مفردات عينة الدراسة عبر حساباتهم الفيسبوكية الى الوظيفة الأساسية التي وجدت من أجلها هذه المنصة الافتراضية، فهي مخصصة بالدرجة الأولى للتواصل والتعارف والمشاركة، حيث يسمح هذا الفضاء الافتراضي للمستخدم من تلقي عديد المنشورات عبر حسابه في ميادين ومجالات متعددة، ونمط تفاعله يتحدد بناء على ميولاته الفردية بالدرجة الأولى، لذا نجد أن غالبية مفردات الدراسة تميل الى تسجيل إعجابها بالمنشورات الفيسبوكية التي تتوافق مع اهتماماتها الشخصية بنسبة قدرت ب 33%، هذا ما يعكس اهتمام وتوافق هذه الفئة مع المحتويات المنشورة عبر هذا الفضاء الرقمي، في حين يفضل مبحوثون آخرون نشر مضامين فيسبوكية خاصة بهم ومشاركتها مع الأصدقاء الذين تضمهم قائمة حسابهم قصد مناقشتها في فضاء رقمي حر، وعدم الاكتفاء بتلقي وقراءة مساهمات الآخرين فحسب، حيث يفضل هؤلاء المستخدمون التفاعل في إطار ضيق ومحدد، مما يشير إلى اهتمامهم الأكبر بالعلاقات الشخصية والتواصل بين أفراد محددين (الأصدقاء)، هذا التفاعل الضيق قد يكون نتيجة لاعتبارات خاصة بالخصوصية أو تفضيل الأفراد للمحتوى الذي يتوافق مع اهتماماتهم الشخصية فحسب، بينما تكتفي فئة أخرى "بقراءة المنشورات فقط" وهي تعكس حالة من الاستهلاك السلبي للمحتوى الرقمي دون محاولة الانخراط فيه أو مشاركته عبر منصة الفيسبوك،

مما قد يعبر عن توجه نحو الحصول على المعلومات دون الرغبة في المشاركة الفعالة فيها، هذا النمط يمكن أن يكون مرتبطاً بشريحة من الأفراد الذين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي كوسيلة للمتابعة والإطلاع فقط، دون الحاجة للانخراط في حوار أو تأثير مباشر على النقاشات الجارية. وعليه، يمكن القول أن نمط تفاعل مفردات الدراسة عبر حساباتهم الفيسبوكية يعود بالأساس الى شخصية الفرد في حد ذاته وكذا طبيعته، فمنهم من يفضل نشر مضامين ومشاركاتها مع الأصدقاء عبر فضاء رقمي حر، ولا يجد اكراه في ذلك، ومنهم من يكتفي بتسجيل الإعجاب أو قراءة المضامين فحسب، فيتحدد اذن نمط التفاعل في البيئة الرقمية وفقاً لطبيعة الفرد المستخدم وميولاته الشخصية.

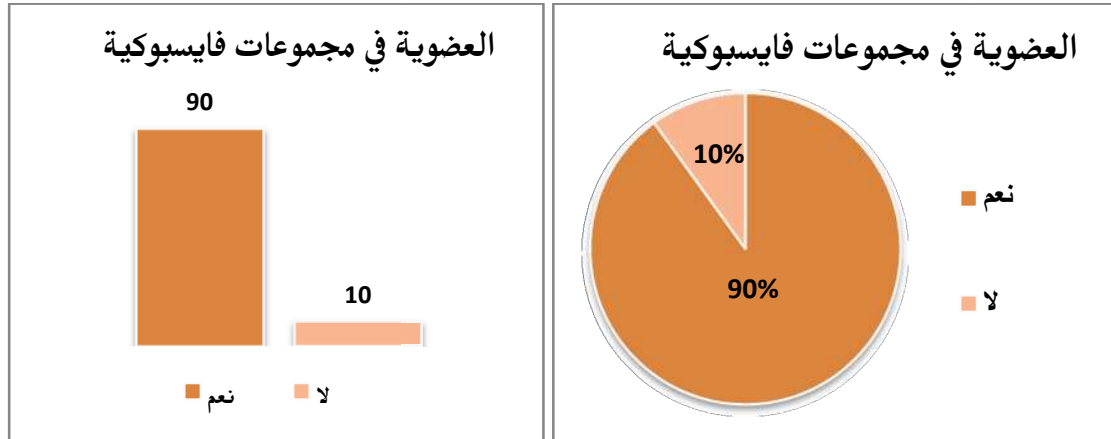
الجدول 21: يبين عضوية مفردات الدراسة في مجموعات فايسبوكية

المجموع		الجنس				العضوية في مجموعات فايسبوكية
		ذكر		أنثى		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
90 %	399	91 %	221	89 %	178	نعم
10 %	45	09 %	22	11 %	23	لا
100 %	444	100 %	243	100 %	201	المجموع

المصدر: الطالب

تظهر بيانات الجدول أعلاه إقرار غالبية مفردات العينة عضويتها ضمن مجموعات فايسبوكية خاصة، حيث كشفت 399 مفردة من مجموع 444 مستجوباً انخراطها ضمن مجموعات الفضاء الأزرق ما مثل نسبة 90% من إجمالي المبحوثين، مع تسجيل تقارب كبير بين نسبتي الجنسين التي ظهرت بـ 91% لدى الإناث مقابل نسبة 89% لدى الذكور، بينما نفت 45 مفردة من أصل 444 أي ما يعادل 10% عضويتها ضمن مجموعات الفيسبوك، مع تقارب كبير بين نسبتي الجنسين، حيث عبّر عن ذلك الذكور بنسبة 11% مقابل 09% فقط لدى جنس الإناث.

الشكل 21: يوضح عضوية مفردات الدراسة في مجموعات فايسبوكية



المصدر: الطالب

تكشف البيانات الواردة في الجدول أعلاه عن ميل كبير لدى مستجوبي عينة الدراسة للانضمام إلى مجموعات فايسبوكية، حيث يظهر أن 90% من أفراد العينة أبدوا عضويتهم في هذه المجموعات، هذا ما يشير إلى أن فضاء الفايسبوك أضحى يُعتبر منصة اجتماعية مهمة وذات تأثير كبير في عملية التواصل والمشاركة بالنسبة للأفراد، سواء كان ذلك على مستوى الذكور أو الإناث، حيث يسعى المتصفح دائماً للانضمام إلى مجموعات افتراضية توافقه الميول، وتشاطره الاهتمام والذوق، وتلبي له حاجات ورغبات لا توفرها له غيرها، وتمنح له فرصة للتعبير والتفاعل بأريحية مع فئات أخرى توافقه وتشاطره الميولات نفسها، هذا ما يحقق لديه أريحية نفسية ورغبة في عملية التصفح، مع ذلك، يمكن أن نلاحظ تبايناً طفيفاً في النسب بين الجنسين، حيث تمثل الإناث نسبة أعلى للانضمام إلى هذه المجموعات الرقمية بنسبة بلغت (91%) مقارنة بالذكور (89%). قد يكون هذا الفارق ناتجاً عن تفضيلات سلوكية مختلفة بين الجنسين، حيث قد تكون الإناث أكثر ميلاً لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي للمشاركة في المجموعات التي تركز على الاهتمامات الاجتماعية أو المهنية، وهو ما قد يفسر التفوق الطفيف لهن في هذه البيانات الموضحة، أما بالنسبة للنسبة 10% المتبقين الذين لم ينضموا إلى مجموعات

فايسبوكية، يشير هذا الرقم إلى قلة الفئة التي تفضل الابتعاد عن هذه المنصات أو التي لا تعتبرها ضرورية للتفاعل الاجتماعي أو المهني. هذا الأمر قد يكون مرتبطاً باختلافات في الاستخدام الرقمي بين الأفراد، مثل تفضيل بعض الأفراد لمنصات وشبكات أخرى أو عدم رغبتهم في الانخراط في بيئات افتراضية قد يرونها غير مفيدة لهم.

تفسر هذه البيانات أيضاً تزايد الاعتماد على الفضاءات الرقمية في التواصل، مما يشير إلى تحول ثقافي واجتماعي نحو الاستخدام المكثف للتقنيات الحديثة، وخاصة في أوساط فئات عمرية وشريحة من المجتمع تفضل الانخراط في هذه الأنماط الجديدة من التفاعل الاجتماعي.

الجدول 22: اهتمامات المجموعات الفاييسبوكية المنخرط فيها

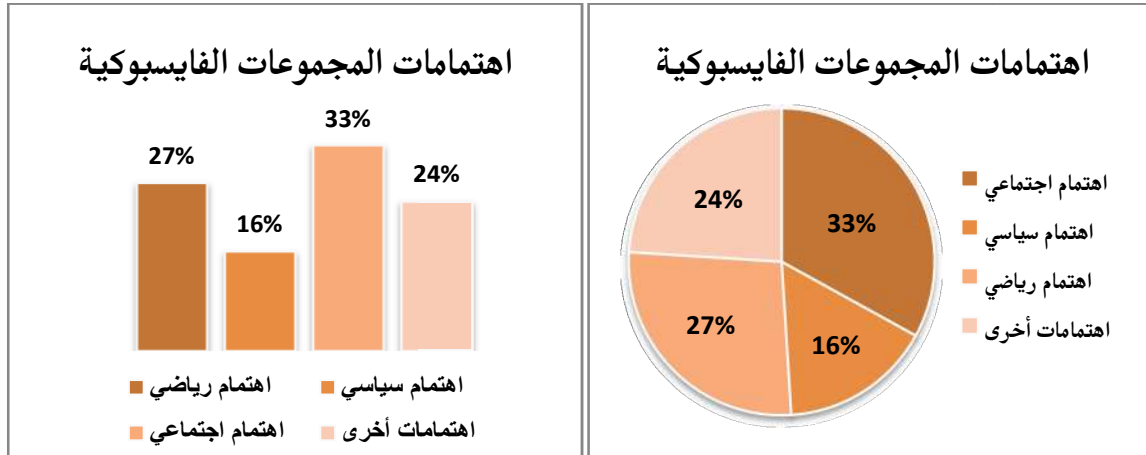
النسبة %	التكرار	اهتمام المجموعات الفاييسبوكية المنخرط فيها
33%	185	اهتمام اجتماعي
16 %	12	اهتمام سياسي
24%	42	اهتمام رياضي
27 %	115	اهتمامات أخرى
100 %	399	المجموع

المصدر: الطالب

تبين المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه، طبيعة المجموعات الفاييسبوكية التي تفضل مفردات العينة للانضمام إليها عبر منصة الموقع الأزرق، حيث جاءت أغلب النسب متقاربة تقريبا، مع تصدر الشأن الاجتماعي اهتمام المستجوبين محل الدراسة، حيث ظهر هذا الأخير بدرجة أكبر عن غيره من مجالات اهتمام 185 مفردة من أصل 399 ردًا، وذلك ما يعادل نسبة قاربت الـ 33% من إجمالي ردود 399 مبحوثًا، في حين أشارت 115 إجابة أنها تفضل اهتمامات أخرى ما مثل نسبة 27%، بينما حل الشأن الرياضي ثالثا لدى اهتمام مفردات العينة، إذ

لم يتعد 42 إجابة، ما عادل نسبة قدرت ب 24%، في حين، لم يحظ الشأن السياسي باهتمام كبير لدى مفردات العينة المستجوبة، حيث ظهر ب 12 مفردة من أصل 399 إجابة بنسبة لم تتعد الـ 16% من إجمالي ردود مفردات العينة المستجوبة.

الشكل 22: اهتمامات المجموعات الفايسبوكية المنخرط فيها



المصدر: الطالب

يعود سبب تفضيل مفردات العينة المستجوبة انخراطها ضمن المجموعات الفايسبوكية ذات الاهتمام الاجتماعي، الى أن هذا الشأن هو الذي يهتم المتصفح بالدرجة الأولى، فهو ابن بيئته ولا يمكن له أن يعيش بمعزل عن أفراد المجتمع، بالرغم من قلة الاحتكاك والعزلة التي يعيشها الفرد، خاصة في العقدين الأخيرين من الزمن، إما بسبب كثرة الانشغالات الشخصية والمهنية أو بسبب توغل التقنية واعتماده المفرط عليها، إلا أن الكل يجمع أن هذه الوسائط الرقمية مكنت المتصفح من معرفة كل مستجدات واقعه المعاش وما يطرأ في بيئته الاجتماعية من تحولات وأحداث بارزة، هذا ما دفع بالمتصفح للانخراط في العديد من الصفحات الاجتماعية التي تزوده بكل جديد لحظة بلحظة ويعيش من خلالها واقعه عبر النت، بينما يمكن إرجاع سبب تدني نسبة اهتمام مفردات العينة بالشأن السياسي، فهو يعود الى الميولات الشخصية للمفردات المستجوبة، خاصة أن أغلبها كما كشفت عنه معطيات الجدول 02 من فئة الشباب (88%) الأقل من 40 سنة،

هذا الأخير لديه ميولات أخرى يسعى لإشباعها عبر هذه الوسائط ولا يُعير اهتماماً مبالغاً للشأن السياسي، ضف الى ذلك، ضبابية المشهد السياسية في البلد وتناقضاته، ما دعا المتصفح لكي يغير الوجهة ويهتم بمجالات افتراضية أخرى توافقه الميول وتشاطره الاهتمام والذوق وتلبي له حاجات ورغبات لا توفرها له غيرها.

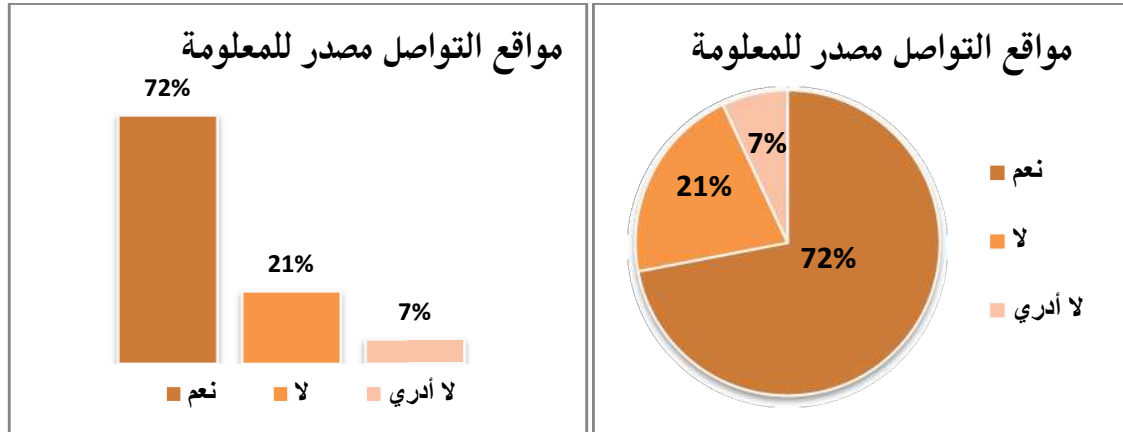
الجدول 23: مواقع التواصل مصدر المعلومة لدى مفردات العينة

المجموع	المستوى التعليمي								مواقع التواصل	
	ما بعد التدرج		جامعي		ثانوي		متوسط أو أقل		مصدر أساسي	للمعلومة
	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار		
نعم	72 %	317	31 %	97	46 %	204	04 %	14	01 %	02
لا	21 %	95	39 %	37	51 %	48	09 %	09	01 %	01
لا أدري	07 %	32	19 %	06	63 %	20	12 %	04	06 %	02
المجموع	100 %	444	32 %	140	61 %	272	06 %	27	01 %	05

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه إقرار غالبية مفردات العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي هي المصدر الأساسي للمعلومة لديهم، حيث تجسد ذلك بـ 317 مفردة من إجمالي 444 مستجوباً، ما عبّرت عنه نسبة 72%، وتصدر هذا الرأي لدى الطور الجامعي بنسبة قدرت بـ 46% متبوعاً بالمستوى ما بعد التدرج الذي بلغ نسبة 31%، بينما ظهر الطورين الثانوي والمتوسط بنسبة منخفضة تمثلت بـ 04% و 01% على التوالي، في حين، نفى 95 مبحوثاً أن تكون منصات التواصل الاجتماعي هي المصدر الأول للمعلومات لديهم وذلك بنسبة بلغت 21%، بينما امتنعت 32 مفردة من إجمالي 444 مبحوثاً عن ترجيح أن تكون مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا للمعلومة من عدمه، حيث اختارت خيار "لا أدري" وبذلك بنسبة بلغت حدود الـ 07% من إجمالي إجابات المبحوثين.

الشكل 23: مواقع التواصل مصدر للمعلومة لدى مفردات العينة



المصدر: الطالب

يمكن تفسير سبب التباين الواضح في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساس للمعلومة بناءً على المستوى التعليمي، بالرغم من الشعبية العامة التي تحظى بها مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة لدى المتصفحين، إلا أن فئات الأفراد ذات التعليم الجامعي وما بعد التدرج، أظهرت استجابة قوية جداً لهذا الاتجاه، حيث تصل النسبة في فئة التعليم الجامعي إلى 46%، وفئة ما بعد التدرج إلى 31%، يبين هذا التوجه أن الأفراد الذين يمتلكون مستوى تعليمياً عالياً لديهم قدرة أكبر على التمييز بين المعلومات ومصادرها عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما يجعلهم أكثر قدرة على استخدام هذه المواقع كمصادر موثوقة للمعلومة، ومن الممكن أيضاً أن يكون هذا التوجه مرتبطاً بالوصول الأكبر إلى الإنترنت واستخدام التقنيات الحديثة في حياتهم اليومية، مما يسهل لهم الوصول إلى المعلومات من مصادر متعددة عبر هذه المواقع، ينسجم هذا الاتجاه مع التحول العالمي نحو الاعتماد المتزايد على الوسائط الرقمية، كون هذه المنصات الافتراضية أضحت اليوم تؤدي عديد الأدوار في المجتمع، ولا تنحصر فقط في الوظيفة الاتصالية بين المستخدمين، فهي تنقل مختلف الوقائع في آنها من قلب الحدث، وتحظى بهامش حرية معتبرا أكثر من الوسائل الإعلامية التقليدية من صحف وإذاعات وتلفزيونات، أين تحتكم هذه الأخيرة دوماً للسياسة التحرير للمؤسسات الإعلامية وتتحفظ عن التطرق والخوض في بعض المواضيع الحساسة بالرغم من ثبوت صحتها، لذا يعتبر المتصفح

منصات التواصل الاجتماعي مصدرا مهما للمعلومة لديه، من جهة أخرى، أظهرت فئات الأفراد ذوي التعليم المتواضع (متوسط أو أقل وثانوي) ميلاً أقل بشكل واضح لاستخدام مواقع التواصل كمصدر للمعلومة، حيث لا تتجاوز النسبة في هذه الفئات 04% في أعلى تقدير، هذا يدعم ما تم الإشارة إليه أعلاه، بينما تحفظت فئة من مفردات العينة على مصداقية المعلومة وتفضل التوجه للوسائل الإعلامية التقليدية حرصاً على دقة المصدر، وتمثلت بنسبة قاربت 21%، يمكن تفسير هذا الاختلاف والتباين من خلال عدة عوامل، أبرزها ضعف الوصول إلى التقنيات الرقمية لدى هذه الفئات، وافتقارهم إلى المهارات اللازمة لتقييم مصداقية المعلومات التي يتم نشرها عبر هذه المنصات الرقمية، كما قد يرتبط هذا التوجه بتفضيل هؤلاء الأفراد لمصادر أخرى تقليدية للمعلومة، مثل وسائل الإعلام التقليدية أو النقاشات الاجتماعية المباشرة.

يمكن تفسير النتائج الموضحة وفق نظرية الاستخدامات والاشباع:

■ اشباع التفاعل: عكس الإعلام التقليدي، تمنح المنصات الرقمية اليوم، فرصة للمتصفح للتعليق والمناقشة في مواضيع متنوعة، وهو ما يحقق اشباعاً لا توفرها سواء الصحافة المكتوبة أو حتى السمعية بصرية (التلفزيون)، من ناحية أخرى، فإن الاعتماد المكثف على وسيط إعلامي واحد يحد من تنوع مصادر المعرفة، ويجعل الوعي السياسي لدى الفرد عرضة للتأثير بخطاب موجه أو محدود.

وعليه، يمكن القول أن هذا التباين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساس للمعلومة لدى الفرد، يعكس الفجوة الرقمية في المجتمعات ككل، حيث يؤثر المستوى التعليمي على استخدام الإنترنت بشكل عام، وعلى اعتماد الأفراد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر رئيسة للمعلومات، إلا أنه لا يمكن أن تفي تحول المنصات التواصلية الاجتماعية اليوم، لمصدر هام للمعلومة لدى الفرد المتصفح للوسائط الرقمية، بالرغم من التحفظات الكثيرة التي يمكن إبدائها حول مصداقيتها ودقتها، إلا أننا لا يمكن بتاتا نفي تمكنها من التربع على صدارة متابعة المستخدمين لها.

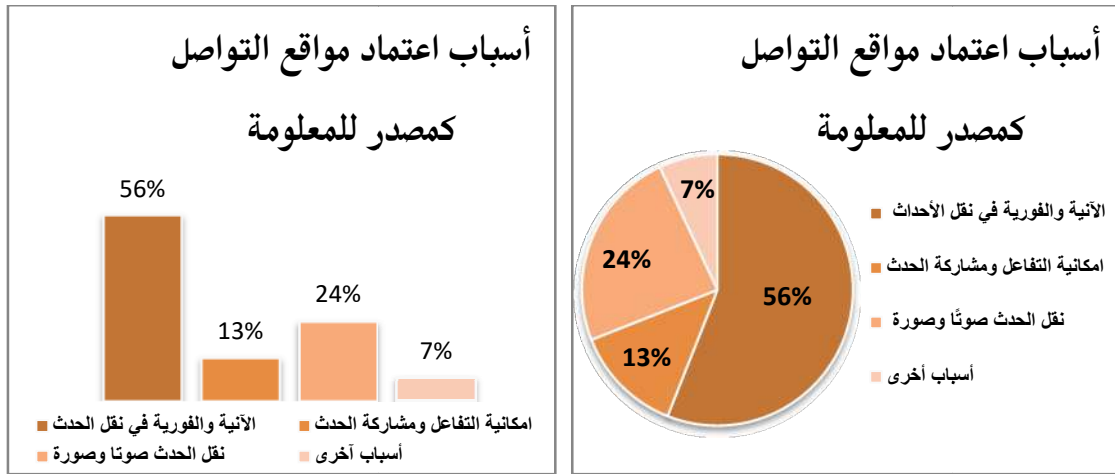
الجدول 24: أسباب اعتماد مواقع التواصل كمصدر للمعلومة لدى مفردات العينة

النسبة %	التكرار	أسباب اعتماد مواقع التواصل كمصدر للمعلومة
56%	178	الآنية والفورية في نقل الأحداث
13 %	41	امكانية التفاعل ومشاركة الحدث
24%	76	نقل الحدث صوتاً وصورة
07 %	22	أسباب أخرى
100 %	317	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه، الأسباب الرئيسية لتفضيل مفردات العينة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كأهم مصدر للمعلومة لديها، حيث أقرت 178 مفردة من أصل 317 مستجوباً أن خاصية "الآنية والفورية في نقل الأحداث" هي من دفعها لاختيار المنصات الاجتماعية كأهم مصدر لمعلوماتها، فهي تنقل المعلومة من قلب الحدث دون انتظار أو احتكام للسياسية التحريرية للمؤسسة الإعلامية، ومثلت هذه الفئة نسبة قدرت ب 56% من إجمالي المفردات المستجوبة، بينما تمثل السبب الثاني لتفضيل المتصفّحون للفضاءات الرقمية كمصدر للمعلومة في خاصية "نقل الحدث صوتاً وصورة" حيث جاءت ب 76 مفردة ما عبّر عن نسبة بلغت 24%، في حين حلت خاصية "التفاعل ومشاركة الأحداث عبر المنصات الرقمية" ثالثة لدى المستجوبين، اذا بلغت 41 مفردة بنسبة قدرت 13%، حيث تتيح للمتصفح امكانية التفاعل مع المنشورات ومناقشتها وكذا مشاركتها بأريحية مع باقي المستخدمين، بينما لم تتعد الأسباب الأخرى نسبة 07% بما يعادل 22 مفردة من أصل 317 مستجوباً.

الشكل 24: أسباب اعتماد مواقع التواصل كأهم مصدر للمعلومة لدى مفردات العينة



المصدر: الطالب

يمكن تفسير دوافع اعتماد غالبية مفردات العينة المستجوبة على مواقع التواصل الاجتماعي كأهم مصدر للمعلومة لديهم، فالسبب يعود بالدرجة الأولى إلى ما توفره هذه الأخيرة من تغطية آنية وفورية للمستجدات الراهنة سواء الوطنية منها أو الدولية، وكذا مواكبتها للأحداث لحظة بلحظة، حيث تمكن المتصفح لهذه الشبكة الاجتماعية من متابعة مباشرة للتطورات العاجلة أول بأول، فهي تنقل الواقعة من قلب الحدث كما هو، هذا ما لا توفره وسائل الإعلام التقليدية، هذه الأخيرة تنسم غالباً بالبطء في نقلها للأخبار وتداعياتها، خاصة أنها يتوجب عليها دائماً أن تمر المعلومة عبر رقابة تحريرية في المؤسسة وتماشياً مع الخط الافتتاحي قبل بثها للجمهور العام، فالفرد اليوم، يميل لتفضيل تصفح المنصات الاجتماعية بسبب تغطيتها الفورية والحصريّة خاصة أثناء الأحداث العاجلة، فالآنية عامل حاسم في توجه المستخدمين للمصادر الرقمية، وهذا يتوافق مع ما أشارت إليه الباحثة "Castells" حينما أكدت "أن الاتصال غير بنية تداول الأخبار، وجعل الزمن الفعلي معياراً رئيسياً للمصادقية"، ضف الى ذلك، يعد نقل الحدث صوتاً وصورة أكثر تأثيراً وأثراً لدى المستخدمين، فالوسائط المتعددة الحديثة تمنح المعلومة مصداقية أكبر وكذا شعوراً بالواقعية لدى المتلقي عكس الإعلام

التقليدي الذي يكتفي في بعض الأحيان بنقل الحدث دون دعامة سمعية بصرية، كما تشكل خاصية التفاعلية والمشاركة التي توفرها الشبكات الرقمية، والتي تسمح للمستخدم لمناقشة تطورات الحدث عبر فضاء رقمي حر غير مقيد، دافعا آخر لاعتماد الأفراد الفضاءات التواصلية كمصدر للمعلومة، حيث أشار الزرقاوي في هذا الصدد أن "الدافع الأساسي لاستخدام شبكات التواصل كمصدر إخباري هو الرغبة في التفاعل والمشاركة المعلومة لدى المستخدمين".

وعليه، يمكن القول أن المنصات الرقمية اليوم تعد من بين أهم المصادر الرئيسية للمعلومة لدى فئة واسعة من المتصفحين، ويعود سبب تفضيلها من قبل هؤلاء المستخدمين إلى جملة من الأسباب التقنية والاجتماعية والثقافية، خاصة ما توفره هذه الفضاءات من ميزات لا يقدمها الاعلام التقليدي كالسرعة في نقل الأخبار دون قيود زمنية أو مادية، وكذا الآنية والتفاعلية التي تنفرد بها عن غيرها، ضف الى ذلك طابعها المرئي (صوتا وصورة) في نقل الواقعة من قلب الحدث، وهو ما يجعلها أكثر مصداقية وواقعية لدى المتلقي، كل هذا ساهم في التحول في أنماط استهلاك المعلومة لدى الأفراد وتفضيلهم المحتويات الرقمية، هذه الأخيرة تلبي الاحتياجات الإخبارية للجمهور في ظل تراجع ثقته بالإعلام التقليدي وتقلص دوره في ظل التطورات الرقمية الني يعرفها الفرد خلال العقد الأخير من الزمن.

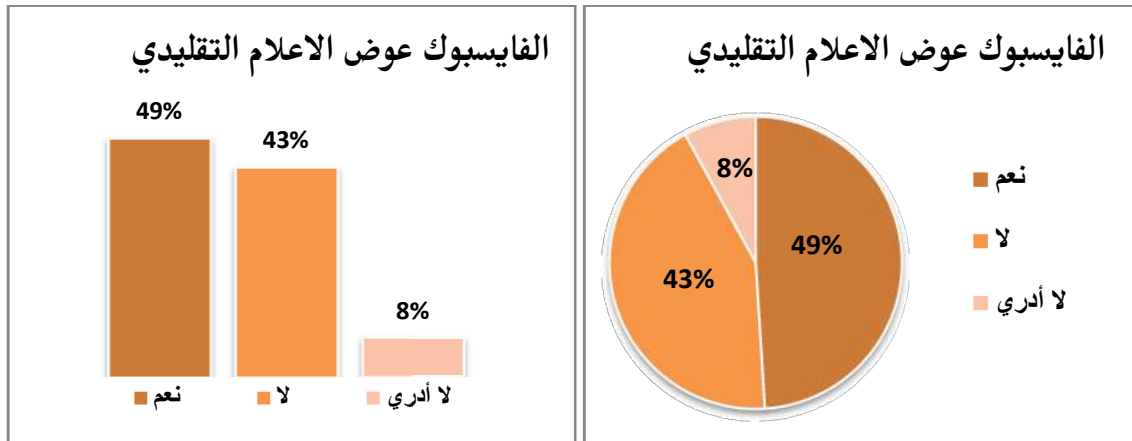
الجدول 25: يبين مدى تعويض الفايسبوك لوسائل الإعلام التقليدية

المجموع	السن						الفايسبوك عوض الإعلام التقليدي	
	أقل من 20 سنة		من 20 إلى 40 سنة		أزيد من 40 سنة			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
نعم	11	61 %	194	50 %	12	36 %	217	49 %
لا	04	22 %	170	43 %	19	58 %	193	43 %
لا أدري	03	17 %	29	07 %	02	06 %	34	08 %
المجموع	18	100 %	393	100 %	33	100 %	444	100 %

المصدر: الطالب

تبين المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه تضارب وجهات نظر مفردات عينة الدراسة حول قدرة موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" في تعويض الوسائل الإعلامية التقليدية، حيث أكدت 217 مفردة من مجموع 444 مستجوباً أن هذه المنصة الاجتماعية تمكنت فعلياً من تعويض الوسائل الإعلامية التقليدية، وهذا ما ترجمته نسبة قاربت 49%، ويتضح ذلك جلياً لدى الفئتين العمريتين الأقل من 20 سنة ومن 20 سنة الى 40 سنة، إذ تمثلتا على التوالي ب 61% و50%، في حين نفت 193 مفردة تعويض منصات الموقع الأزرق للوسائل التقليدي وذلك بنسبة بلغت ب 43%، وتجسد ذلك لدى الفئة العمرية أزيد من 40 سنة، حيث عبّرت بنسبة 58%، في حين لم تتجاوز الفئتين الأخيرتين 43% و22% لدى أقل من 20 سنة، بينما امتنعت 34 مفردة من أصل 444 مبحوثاً عن ترجيح كفة أي طرف عن آخر، وأجابت بخيار "لا أدري" بنسبة قدرت ب 08% من العينة المستجوبة.

الشكل 25: يوضح مدى تعويض فايسبوك لوسائل الإعلام التقليدية



المصدر: الطالب

تظهر نتائج الجدول أعلاه تحولاً واضحاً في أنماط استهلاك الأفراد للإعلام، حيث بات فضاء الفايسبوك بديلاً مهماً لوسائل الإعلام التقليدية، خاصةً بين الفئات الشابة، فمن خلال تحليل النتائج، نجد أن الفئة العمرية أقل من 20 سنة تمتلك أعلى نسبة موافقة على استبدال الإعلام التقليدي بمنصة الفايسبوك، حيث بلغت 61%، مقابل 22% ممن نفوا ذلك، بينما اختار 17% خيار "لا أدري"، تعكس هذه النسبة المرتفعة ارتباط هذا الجيل بالمنصات الرقمية واعتمادهم شبه الكلي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات، وهو ما يعكس ضعف تأثير وسائل الإعلام التقليدية على هذه الفئة، هذا ما يشير إلى تفضيل الأجيال الجديدة المحتوى الاعلامي السريع والتفاعلي الذي يوفره فضاء الفايسبوك مقارنة بالمحتوى الرسمي الذي تقدمه الصحف والقنوات التلفزيونية.

في حين، يعود سبب ترجيح قرابة 49% من مفردات العينة تعويض منصة "فايسبوك" للوسائل الإعلامية التقليدية من صحف وإذاعات وتلفزيون الى عدة مبررات من أبرزها: أن موقع "الفايسبوك" يقدم خدمات إعلامية عديدة للمتصفحين في شتى المجالات، حتى أضحى جزء من الحياة اليومية للأفراد، هذا ما تظهره الإحصائيات الأخيرة، حيث يكشف الموقع الالكتروني "ألكسا" * أن موقع "فايسبوك" يحتل المرتبة الرابعة كأكثر منصة الكترونية مستخدمة

لدى الجزائريين خلال سنة 2021، بالإضافة أنه ينقل الحدث في أنه ووقت حدوثه نصًا وصوتًا وصورة مع إمكانية التعليق عليه وتناقله لمستخدمين آخرين، هذا ما لا توفره دائما الوسائل الإعلامية التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون للأفراد، كما أنه فضاء افتراضي متحرر من الرقابة القبلية والبعدية، وكذا السياسة التحريرية للمؤسسات التي غالبا ما نجدها تحد من بث الواقعة لحظة وقوعها لاعتبارات موضوعية تارة وغير موضوعية تارة أخرى،

توضح هذه النسب أن هناك تحولاً تدريجياً في أنماط استهلاك الإعلام لدى هذه الفئة، حيث باتت مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً رئيسياً في تشكيل آرائهم وتوجهاتهم، لكنها لم تتمكن بعد من الإلغاء التام لاعتماد هؤلاء الأفراد على وسائل الإعلام التقليدية، قد يرجع ذلك إلى أن هذه الفئة ما زالت تجمع بين الوسيطتين في الاستخدام، حيث تعتمد على الفايسبوك للحصول على الأخبار العاجلة والتفاعل المباشر، بينما تستمر في متابعة الصحف أو القنوات التلفزيونية للحصول على تحليل أعمق وأكثر مصداقية.

على النقيض، نجد أن الفئة العمرية أكثر من 40 سنة لا تزال متمسكة بالإعلام التقليدي، ما يمثل 43% من إجمالي المستجوبين، تعكس هذه الأرقام استمرار ثقة هذه الفئة بوسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والقنوات التلفزيونية، حيث يُنظر إليها على أنها أكثر مصداقية وأقل عرضة للأخبار الزائفة مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي، كما يمكن تفسير هذا التوجه بأن هذه الفئة قد تكون أقل تأقلاً مع التطورات الرقمية مقارنة بالشباب، مما يجعلها أكثر تمسكاً بالمصادر الإعلامية التي اعتادت عليها، حيث تعتبر أن فضاء "الفايسبوك" بالرغم من خدماته العديدة، إلا أنه لا يمكن الحديث عن إمكانية تعويضه الإعلام التقليدي لعدة اعتبارات من أهمها: أن مضامينه تفتقر لدقة المصادر ورسميتها، حيث يسمح لجميع المشتركين في الموقع نشر أي مضمون عبر حساباتهم دون سابق تحر دقيق من صحة المعلومة

المنشورة، لذا فالإقرار بقدرة منصة "الفايسبوك" تعويض كلي للوسائل الإعلامية التقليدية حكم سابق لأوانه، حيث لا يزال اليوم من يعتمد على هذه الوسائل الإعلامية التقليدية .

وعليه، كشفت هذه النتائج عن انقسام واضح في مدى اعتماد الفايسبوك كبديل عن الإعلام التقليدي لدى الفئات العمرية المختلفة لعينة الدراسة، فكلما كان الفرد أصغر سنًا، زاد اعتماده على الفايسبوك للحصول على الأخبار والمعلومات، بينما كلما تقدم في السن، زادت احتمالية اعتماده على الإعلام التقليدي. هذا ما يعكس التغير العميق في بيئة الإعلام في العصر الرقمي، حيث يتجه الشباب نحو المحتوى التفاعلي السريع، بينما لا يزال الإعلام التقليدي يحتفظ بجاذبيته لدى الأجيال الأكبر سنًا.

بشكل عام ، يمكن القول أن موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" اليوم، أضحت منصات إعلامية بامتياز، تنفرد بسبق معلوماتي حصري خاصة لدى صحافة المواطن، إلا أن الإقرار بتعويضها للوسائل الإعلامية التقليدية هو بمثابة حكم مسبق يحتاج الى تأكيد عبر دراسات مدققة، إلا أن النقطة الأساسية التي لا اختلاف فيها أن هذه الوسائط الحديثة مكمل ومدة للوسائل التقليدية، خاصة أن لأغلب المؤسسات الإعلامية اليوم سواء جرائد، إذاعات وقنوات تلفزيونية حسابات فايسبوكية رسمية تنشر عبرها مضامين موجهة للمتصفحين الإلكترونيين وتلقى نسب متابعة عالية.

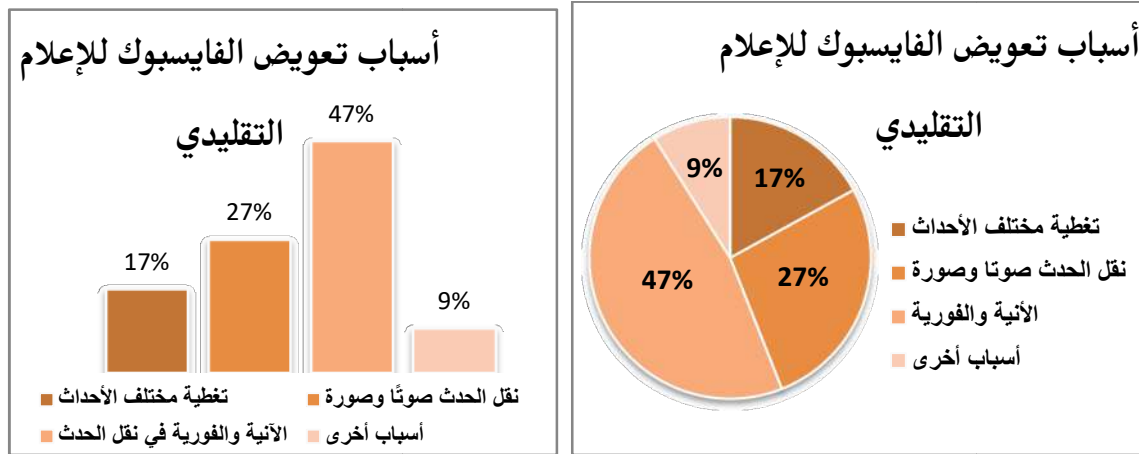
الجدول 26: أسباب تعويض فايسبوك لوسائل الإعلام التقليدية

النسبة %	التكرار	أسباب تعويض الفايسبوك للإعلام التقليدي
17 %	37	تغطية مختلف الأحداث
27 %	59	نقل الحدث صوتًا وصورة
47 %	101	الآنية والفورية في نقل الحدث
09 %	20	أسباب أخرى
100 %	217	المجموع

المصدر: الطالب

تبين المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه الأسباب الرئيسية التي تدفع مفردات عينة الدراسة لتفضيل موقع التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للمعلومة لديها بدل الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، حيث أقرت 101 مفردة من جمالي 217 ردًا، أن الآنية والفورية في نقل الحدث ما يدعها تفضل المنصات الرقمية عوض انتظار ما تبثه وسائل الإعلام التقليدية بنسبة قدرت بـ 47 %، بينما يرى 59 ردًا أنه يفضل تلقي الأخبار عبر موقع الفايسبوك بسبب أنه المعلومة مدعمة بصوتٍ وصورة، هذا ما يضيف عليها ثقة والمصادقية بنسبة بلغت حدود 27 %، في حين، ترى 37 مفردة من أصل 217 إجابة، أن هذه الشبكة التواصل تغطي مختلف الأحداث وليس مجالاً بعينه، بل يجد فيها المتصفح كل ما يهمه من أخبار في عديد المجالات، حيث قدرت النسبة بـ 17 %، بينما لم تتعد الأسباب الأخرى المعبر عنها عبر 20 مفردة نسبة 09 % من إجمالي العينة المستجوبة.

الشكل 26: أسباب تعويض فايسبوك لوسائل الإعلام التقليدية



تعود أهم أسباب تفضيل مفردات العينة المستجوبة منصة موقع الفايسبوك كمصدر تلقي المعلومة عوض الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية، الى التحول الذي طرأ في نمط استهلاك الفرد للمعلومة خاصة في العقدين الأخيرين من الزمن، فالمتصفح اليوم، لا ينتظر تلقي وتتبع المعلومة ومستجداتها بعد ساعات من وقوعها بسبب ضرورة احتكامها الى رقابة السياسية التحريرية وتعديلها في المؤسسة الإعلامية، بل يعيش الخبر من قلب الحدث بتفاصيله العاجلة، بفضل ما توفره له منصات الفايسبوك، حيث أصبح هذا الأخير بديلاً رئيسياً لوسائل الإعلام التقليدية في نقل المعلومة وتداولها، وذلك نتيجة تفاعل مجموعة من العوامل التقنية والاجتماعية التي سيتم توضيحها كما يلي:

الخصائص التقنية للمنصات الرقمية:

يفضل المتصفحون الاعتماد على منصة الفايسبوك في تلقي المعلومات والأخبار، بسبب الآنية والفورية في الحصول عليها من قلب الحدث، خاصة أنها تتمي بمرونة والقدرة على التفاعل معها ومشاركتها مع الآخرين وليس مجرد التلقي والاستهلاك فقط، فلم يعد اليوم المتصفح ينتظر المؤسسة الإعلامية لبث الخبر والشغف لتحاليلها، بل يمكن لكل مستخدم أن يتحول الى مرسل ومستقبل في الآن ذاته، هذا الطرح والاتجاه يتوافق مع ما أشارت إليه نظرية الاستخدامات

والاشباعات، حيث نجد أن الأفراد يلجأون الى فضاء موقع الفايسبوك لإشباع حاجاتهم المعرفية، وكذا التفاعل الاجتماعي، في حين لم يعد بالإمكان للوسائل التقليدية القدرة الكافية على تلبية هذه الاحتياجات بالقدر نفسه من السرعة والمرونة، صف إلى ذلك خاصة استخدام الصوت والصورة، هاتين الميزتين أفضت على الخبر ثقة ومصادقية أكبر لدى المتصفحين، خاصة أنه ينقل الحدث كما هو من قلب الواقعة.

الخصائص الاجتماعية للمنصات الرقمية:

ان التحول الذي عرفه نمط استهلاك الأفراد للمعلومة بالاعتماد على ما توفره المنصات الرقمية لهم، لم يكن مجرد تحول رقمي فحسب، بل غير حتى طبيعة العلاقات الاجتماعية والادراكات الجماعية للمستخدمين، فقد تمكنت منصة الفايسبوك كوسيط تكنولوجي جديد من اعادة تشكيل العلاقة بين المرسل والمتلقي، وجعلت من المتلقي يتحول في بعض المرات الى مرسل بدوه ولا يكتفي بالتلقي السلبي، بل يناقش الحدث عبر الفضاءات الرقمية بحرية ودون ضغوطات ولا املات، ويشاركه مع من يقاسمه الآراء والتوجهات نفسها، هذا ما جعل عملية التواصل تفاعلية وتشاركية أكثر من أي وقت مضى.

وعليه، يمكن القول أن منصة موقع الفايسبوك لم تعوض وسائل الإعلام التقليدية وفقط على مستوى الأداء الإعلامي، بل ساهمت أيضاً في إعادة تشكيل البيئة الاتصالية بأكملها، وذلك من خلال تحويل الجمهور من متلق سلبي إلى فاعل رئيسي مشارك في إنتاج وتداول المعلومة بين المستخدمين عبر فضاء رقمي حر.

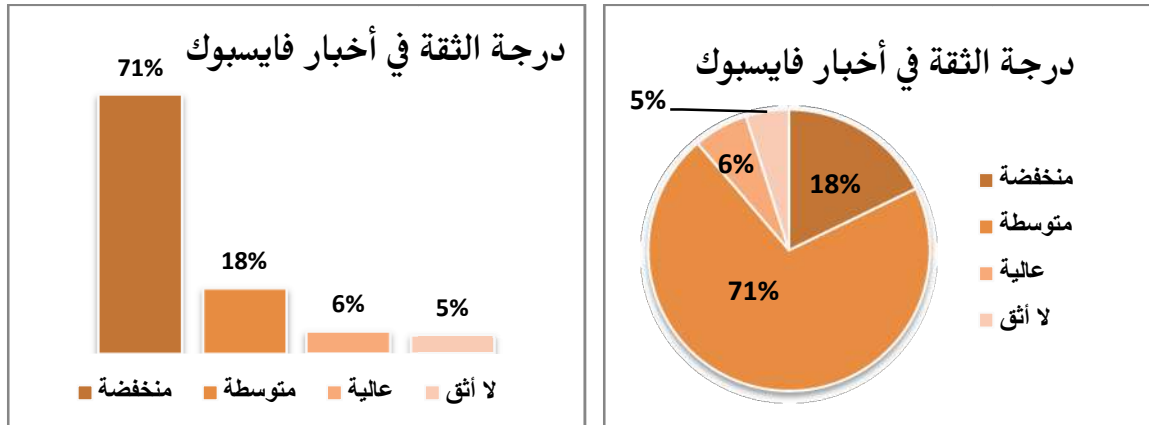
الجدول 27: يبين درجة ثقة مفردات العينة في أخبار موقع فايسبوك

النسبة %	التكرار	درجة الثقة في أخبار الفايسبوك
18 %	79	منخفضة
71 %	315	متوسطة
06 %	28	عالية
05 %	22	لا أثق
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تظهر النتائج المبينة في الجدول أعلاه تفاوت ملحوظاً في درجة ثقة مستجوبي عينة الدراسة في الأخبار المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، وهذا ما يعكس جدلية قائمة لدى مستخدمو المنصات الاجتماعية، فبين السعي للوصول الى المعلومة بشكل أسرع، يُطرح السؤال حول مصداقيتها، هذا التفاوت تبينه الإحصائيات الموضحة أعلاه، حيث أقرت 315 مفردة من مجموع 444 مستجوباً عن درجة ثقة متوسطة فيما يتم تداوله عبر هذه المنصة الرقمية ما نسبته 71% ، في حين أبدت 79 مفردة درجة ثقة منخفضة في أخبار الموقع الأزرق ما مثّل نسبة 18%، بينما ترى 28 مفردة أنها تثق بدرجة عالية في كل ما ينشر عبر الفضاء الافتراضي وتجسد ذلك بنسبة لم تتعد 06%، عكس ذلك ترى 22 مفردة من أصل 444 مبحوثاً أنها لا تثق فيما يتم تداوله عبر منصة فايسبوك بنسبة بلغت حدود 05% من العينة المدروسة.

الشكل 27: يوضح درجة ثقة مفردات العينة في أخبار موقع فايسبوك



المصدر: الطالب

يعود سبب إقرار غالبية مفردات عينة الدراسة أن درجة ثقتهم في الأخبار التي يتم تداولها عبر منصة فايسبوك متوسطة، بالرغم أنها تُدعم في أغلب الأوقات بالصوت والصورة، إلا أنها تبقى محل شك وريبة بسبب افتقادها لمصدر معلومة موثوق، تُنسب له هذه المعطيات المقدمة، ما يدعها دائماً تحمل صفة عدم الصحة والدقة لدى المستخدمين إلى غاية تأكيد الخبر أو نفيه من قبل وسيلة إعلامية تقليدية رسمية، خاصة أن هذا الفضاء الافتراضي يمنح لكل مستخدم إمكانية نشر ما يشاء دون تثبيت أو تدقيق فيه، بالإضافة إلى جملة الخروقات التي وقع فيها هذا الموقع (الفايسبوك)، حينما تعدى في كثير من الحالات على خصوصيات وبيانات المستخدمين، والذي أضر بشكل كبير بمصداقية هذه المنصة وهز ثقة المستخدمين في الأخبار المتداولة عبر هذا الفضاء الافتراضي، بالرغم من الجهود التي يبذلها هذا الموقع للحد من الأخبار الزائفة، حيث "قام الفايسبوك بإزالة أزيد من 12 مليون محتوى افتراضي يضم على معلومات مضللة خلال أزمة وباء كورونا"¹، تعكس هذه الثقة المتوسطة المعبر عنه لدى مفردات العينة، وعياً نقدياً متنامياً لدى المستخدمين للمنصات الاجتماعية، خاصة مع انتشار الأخبار الزائفة،

¹ -إسلام الشرنوبلي: مسؤول في فيسبوك: هذا هو حجم الأخبار الكاذبة التي حذفناها، رابط مقال سكاى نيوز عربية: <https://urls.fr/5XvMTE> ، تاريخ

فلم يعد اليوم، يتم تقبل المعلومة المنشورة افتراضياً مباشرة، بل باتت تخضع للمقارنة مع مصادر معلومات أخرى، غالباً ما تكون وسائل إعلامية رسمية، هذا ما يبرز أن المتصفحين لا يتعاملون مع هذه المنصة الرقمية كمصدر مطلق للمعلومة بل كفضاء للاطلاع السريع، ثم تتم عملية غربلة وتدقيق من صحة المعلومة المنشورة، في المقابل، يمكن تبرير الثقة العالية لدى بعض مفردات الدراسة حول منشورات منصة الفايستوك الى الهشاشة لدى المؤسسات الإعلامية (الرسمية)، خاصة في ظل التعقيم الإعلامي المبالغ فيه في بعض المواضيع، وكذا نمطية زاوية معالجتها للأخبار، حيث أضحى الفايستوك اليوم، فضاء رقمياً للنقاش العام وبيئة للتقوير المعرفي، بعيداً عن املاءات فوقية أو خط افتتاحي لا يسمح بالخروج عنه.

يمكن تفسير هذه النتائج الموضحة في الجدول أعلاه وفق نظرية الاستخدامات والإشباع

كما يلي:

- الثقة العالية: تمثل إشباعاً لحاجة البحث عن التوجيه السريع نحو المعلومة، لكنها في الوقت ذاته تجعل الفرد أكثر عرضة للتأثير بالدعاية والأخبار الزائفة.
- الثقة المتوسطة: تعكس إشباعاً مزدوجاً: الحاجة الى المعلومة وكذا الحاجة الى التحقق منها عبر مصادر أخرى، هذا دليل على تنامي وعي نقدي لدى الأفراد.
- الثقة الضعيفة: تعكس تفضيل إشباعات أخرى كالتواصل والترفيه، على حساب الاعتماد على منصة فايستوك كمصدر رئيسي للأخبار.

وعليه، يمكن القول أن السبب الرئيسي للثقة المتوسطة لدى المستخدمين تجاه الأخبار التي يتم تداولها عبر منصة فايستوك، هو افتقادها لمصدر معلومة موثوق رغم انفراد هذا الفضاء الافتراضي في بعض الحالات بأخبار حصرية، إلا أن المتصفح ينتظر دائماً جهة رسمية تبث الخبر عبر وسيلة إعلامية تقليدية كي يثق ويصدق الخبر، تؤكد هذه المعطيات وجود أزمة ثقة واضحة في تعامل المتصفح مع وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، وهو ما يدفعه إلى عدم تقبل المعلومة مباشرة من منصة الفايستوك الا بعد تدقيقها، ضف الى ذلك، لا يعتبر مستوى الثقة

المتوسطة لدى المستخدم بالضرورة وعياً سياسياً، فقد يكون نتيجة للمتابعة السطحية، فالوعي السياسي درجات، يبدأ بالاهتمام بالأحداث وينتهي بالانخراط في الفعل السياسي. ليبقى التساؤل حول مدى تأثير هذه المنصات على تشكيل الرأي العام، وأهمية تعزيز الوعي الإعلامي والقدرة على التحقق من الأخبار من مصادر موثوقة.

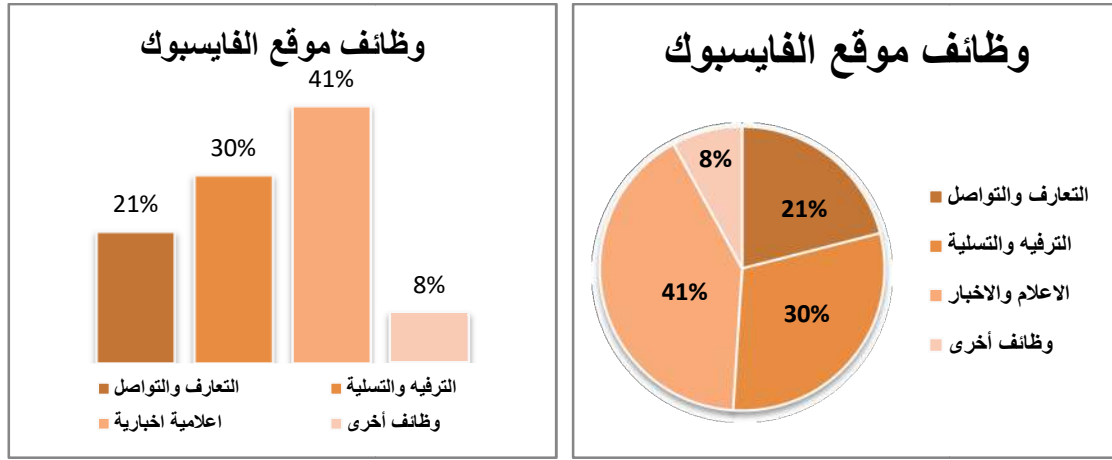
الجدول 28: وظائف موقع فايسبوك

وظائف موقع الفايسبوك	التكرار	النسبة %
التعارف والتواصل	93	21 %
الترفيه والتسلية	133	30 %
الإعلام والإخبار	182	41 %
وظائف أخرى	36	08 %
المجموع	444	100 %

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه، أهم الوظائف التي تقدمها منصة الفايسبوك للمتصفحين، حيث تجمع 182 مفردة من اجمالي 444 مستجوباً أن أهم وظيفة جذبتها الى فضاء موقع الفايسبوك هي الوظيفة الإعلامية الإخبارية بنسبة قدرت ب 41 %، بينما حلت وظيفة الترفيه والتسلية ثانية الترتيب حيث ظهرت ب 133 مفردة ما مثل 30 %، في حين، احتلت وظيفة التعارف والتواصل المركز الثالث في ترتيب مفردات العينة لوظائف الموقع الأزرق، حيث عبرت عن ذلك 93 مفردة من أصل 444 مبحوثاً بنسبة بلغت 21 %، أما الوظائف الأخرى فقد تعددت حسب المبحوثين الا أنها لم تتجاوز بنسبة 08 % ما مثلته 36 مفردة من اجمالي 444 مبحوثاً ضمن عينة الدراسة.

الشكل 28: وظائف موقع فايسبوك



المصدر: الطالب

يمكن تفسير هذا التوزيع الإحصائي المتنوع المعبر عنه في الشكلين أعلاه طبيعة استخدامات موقع الفاييسبوك لدى المفردات المستجوبة، إذ لم يعد يقتصر التصفح على مجرد التواصل الاجتماعي فحسب، بل أصبح وسيلة إعلامية إخبارية مهمة لدى المبحوثين، ومصدراً أساسياً للمعلومة لديهم، حيث يعكس تصدر الوظيفة الإعلامية الإخبارية رغبة المستخدمين في إشباع حاجاتهم المعرفية من خلال تتبع الأحداث الجارية عبر موقع الفاييسبوك، باعتباره منصة سريعة ومرنة في تداول المعلومات والأخبار، وهذا ما يعبر عن تحول في السلوك الاتصالي للجمهور نحو الاعتماد بدرجة أكبر على الوسائط الرقمية بدل انتظار ما تبثه القنوات التقليدية كالتلفزيون والإذاعة أو ما تنشره الصحافة الورقية، بينما جاءت الوظيفة الترفيهية ثاني الوظائف التي تحققها منصة الفاييسبوك باعتبارها أحد أهم أشكال الإشباع النفسي للمتصفحين، حيث يجد الأفراد في هذا الموقع (الفايسبوك) فضاءً يمكنه من الهروب من ضغوط الحياة اليومية عبر تصفحه للفيديوهات والمحتويات الساخرة، هذا الأخير يعكس دور الفضاء الرقمي في إحداث التوازن النفسي والاجتماعي لدى المستخدمين لمنصة الرقمية، في حين أن تعبر وظيفة التعارف والتواصل التي جاءت ثالثة الترتيب عن تحقيق الإشباع الاجتماعي والانتمائية للمتصفح، إذ يستعمل

الأفراد هذه المنصة لتقوية الروابط الأسرية والاجتماعية وتكوين صداقات جديدة، مما ينمي البعد الاجتماعي للاتصال عبر هذه الوسائط الحديثة، بينما يمكن تفسير الوظائف الأخرى التي لم تتعد نسبة 08% إلى الاستخدامات المهنية أو التعليمية، ما يدل على بداية تطور استخدامات وظيفية أكثر تخصصاً في البيئة الرقمية.

وعليه، يتضح جلياً من خلال تحليل النتائج الموضحة أعلاه أن موقع الفيسبوك تحوّل إلى فضاء اتصالي متعدد الوظائف، يجمع بين الإعلام والترفيه والتواصل الاجتماعي، ما يؤكد أنه أضحي منصة هجينة تجمع بين خصائص الوسيلة الإعلامية التقليدية والشبكة الاجتماعية التفاعلية، كما أن تباين نسب الاستخدام يدل على أن الفرد الجزائري يستخدم المنصة بشكل انتقائي وفق حاجاته الشخصية والاجتماعية والمعرفية، وهذا ما يتوافق مع نظرية الاستخدامات والاشباع التي تفترض أن الأفراد فاعلون في عملية الاتصال، وأنهم يختارون الوسيلة الإعلامية التي تحقق لهم إشباعات معينة، سواء معرفية أو اجتماعية أو نفسية.

المحور الرابع: موقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام

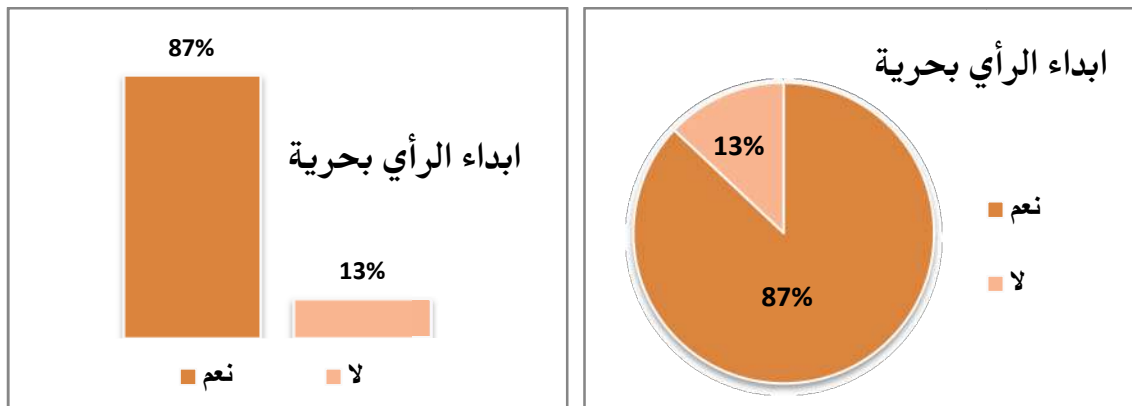
الجدول 29: يبين إبداء الرأي بحرية عبر الفيسبوك

المجموع	الجنس					إبداء الرأي بحرية	
	ذكر			أنثى			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
87 %		388	85 %	211	90 %	177	نعم
13 %		56	18 %	37	10 %	19	لا
100 %		444	100 %	248	100 %	196	المجموع

المصدر: الطالب

تبين المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه مدى إبداء مفردات عينة الدراسة لأرائها بحرية عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" من عدمه، حيث أقرت 388 مفردة من إجمالي 444 مستجوباً أنها تعبر بكل حرية عن آرائها وموقفها إزاء المواضيع المتداولة عبر منصة "فيسبوك" بنسبة قاربت حدود 87%، وتجسد ذلك لدى كلا الجنسين، مع تسجيل تغلب طفيف لدى الذكور الذين ظهروا بنسبة 90% مقارنة بالإناث اللاتي عبّرن بـ 85%، في حين نفى 56 مبحوثاً من أصل 444 مفردة مستجوبة إبداء الرأي الشخصي عبر حساب الموقع الأزرق بنسبة قدرت بنحو 13% من عينة الدراسة، مع تقارب نسب الجنسين، حيث عبرت الإناث بـ 18%، في حين اكتفى الذكور بـ 10%.

الشكل 29: إبداء الرأي بحرية عبر الفيسبوك



المصدر: الطالب

تعكس البيانات الموضحة في الجدول أعلاه تصورات مفردات عينة الدراسة حول إمكانية إبداء آرائهم بحرية عبر منصة الفيسبوك وفقاً للنوع الاجتماعي، حيث تشير النتائج إلى أن الأغلبية العظمى من المستجوبين، يرون أن الفيسبوك يمثل فضاءً يتيح لهم حرية التعبير وإبداء وجهات النظر في عديد القضايا الراهنة المتداولة إلكترونياً، حيث بلغت نسبة المستجيبين الذين أجابوا بـ "نعم" حدود 87% من إجمالي العينة، وعند تفكيك هذه النسبة بحسب متغير الجنس، نجد اقرار 90% من الذكور و85% من الإناث أنهم قادرون على التعبير وإبداء وجهات

نظروهم بكل حرية عبر هذه المنصة الافتراضية، مما يعكس شعوراً عاماً بوجود هامش واسع من الحرية عبر الفضاء الرقمي، خاصة عبر الفايسبوك الذي يعد من أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً في الجزائر، فيقول في هذا الصدد "مارك زوكربيرغ": "نؤيد منح لكل شخص في العالم القوة لمشاركة أي شيء يريده مع أي شخص يريد"¹، كما توفر منصة "الفايسبوك" منبراً حراً للتواصل بين المستخدمين في ظل غياب فضاءات تعبيرية بديلة وكفيلة للتعبير عن وجهات النظر في عديد القضايا الراهنة، فالمستخدم يجد حرية تامة في الخوض ومناقشة المواضيع ومشاركتها مع أصدقاء آخرين في عديد المجالات والميادين وحتى الحساسة منها، فقد تمكن هذا الموقع من كسر احتكار الحكومات للمعلومات وصارت متداولة على نطاق افتراضي واسع دون أي قيود ولا ضوابط تحد من تداول المستخدمين لآرائهم إزاء القضايا المتداولة سواء باستخدام هويات حقيقية أو حتى مستعارة، حيث بل يسمح للجميع بنشر مضامين دون رقابة قبلية، وهذا ما أشار إليه "العربي الصحراوي" حينما قال: "أصبحنا نعيش نهاية فوبيا المكان، بسبب الخوف من إبداء الرأي علانية، لكن بمجرد دخول المنظومة الافتراضية نشعر بالتححر"²، ورغم هذا التصور الإيجابي، فإن البيانات الموضحة تكشف عن فارق ملحوظ بين الجنسين في الإحساس بالحرية، حيث بلغت نسبة النساء اللاتي يشعرن بعدم القدرة على التعبير بحرية 18٪، مقارنة بـ 10٪ فقط لدى الذكور. يرجع هذا الفارق إلى عدة عوامل، أبرزها التأثيرات الاجتماعية والثقافية التي قد تحد من حرية المرأة في التعبير والرأي، سواء من خلال الرقابة العائلية أو المخاوف من التعرض للتنمر الإلكتروني أو المضايقات، كما يمكن أن يعكس هذا الفرق اختلاف طبيعة المواضيع التي يناقشها كل من الرجال والنساء على الفايسبوك، حيث قد تتعرض النساء لمزيد من الانتقادات أو الضغوط عند مناقشة قضايا اجتماعية أو سياسية حساسة.

¹ - مسلم عباس: حدود الحرية في مواقع التواصل الاجتماعي، رابط المقال: <https://bit.ly/3C8AC4T>، تاريخ التصفح: 2023/03/13، ساعة التصفح: 21:30

² - العربي صحراوي: شبكات التواصل بين حرية التعبير وقمع التفكير، رابط المقال: <https://bit.ly/3ph2PPr>، تاريخ التصفح: 2023/03/13، ساعة التصفح: 21:30

يلاحظ جلياً من خلال البيانات المعبر عنها في الجدول أعلاه أن عدد النساء المشاركات في الاستبيان المنشور إلكترونياً يفوق عدد الرجال (248 مقابل 196)، وهو ما يعكس إقبالاً أكبر من النساء على التعبير عن آرائهن حول هذه القضية، ورغم ذلك، فإن نسبة النساء اللائي يشعرن بوجود قيود على التعبير تبقى أعلى، مما قد يدل على أن تجربة النساء مع الفضاء الرقمي لا تزال متأثرة ببعض الاعتبارات الاجتماعية التقليدية، مثل التصورات النمطية حول دور المرأة في المجال العام، كما يمكن تفسير هذه النسبة من خلال طبيعة المحتوى الذي يتم تداوله عبر منصة الفيسبوك، حيث تواجه النساء ردود فعل أكثر حدة عند التعبير عن آراء تتعارض مع السائد المجتمعي.

من ناحية أخرى، فإن الشعور العام بالحرية في التعبير عبر منصة الفيسبوك والذي يعكسه المعدل الإجمالي المرتفع (87%) يشير إلى أن هذه المنصة تُعدّ أداة رئيسية للنقاش والتفاعل الاجتماعي، خاصة في ظل القيود التي قد تواجه وسائل الإعلام التقليدية. كما أن الفروقات النسبية بين الجنسين قد تشير إلى الحاجة لمزيد من الدراسات حول طبيعة المضايقات الرقمية التي قد تؤثر على حرية التعبير، خاصة لدى الفئات التي تواجه تحديات أكبر في الفضاء العام، مثل النساء أو الأقليات الفكرية والسياسية.

وعليه، وبناءً على هذه النتائج الموضحة أعلاه، يمكن القول إن الفيسبوك يمثل فضاءً للتعبير عن الرأي لدى معظم المستخدمين المستجوبين، إلا أن هناك عوامل تؤثر على درجة هذه الحرية، خاصة عند جنس الإناث.

تفتح هذه البيانات المقدمة المجال لمناقشة أوسع حول الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز حرية الرأي التعبير المتاحة للجميع عبر هذه المنصة التواصلية ضمن سقف محدد، فبعض المنشورات يتم حجبها وحذفها كمضامين العنف وكذا الأخبار المضللة، وكذا

البحث عن العوائق التي تحول دون تحقيق المساواة بين الجنسين في هذا المجال، تدفع هذه الأرقام إلى دراسة أعمق للعوامل المؤثرة على الشعور بالحرية الرقمية عبر هذه المنصة، سواء كانت اجتماعية، ثقافية، أو حتى متعلقة بسياسات المنصة نفسها.

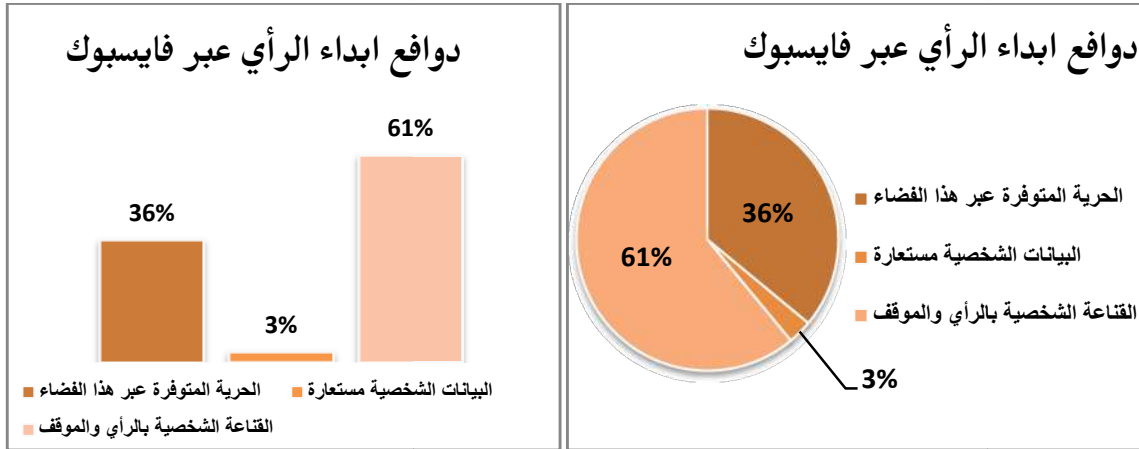
الجدول 30: دوافع إبداء مفردات العينة لآرائها عبر حساب فايسبوك

النسبة %	التكرار	إذا كانت الإجابة بـ : "نعم"
36 %	140	الحرية المتوفرة عبر هذا الفضاء
03 %	11	البيانات الشخصية مستعارة
61 %	237	القناعة الشخصية بالرأي والموقف
100 %	388	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف الإحصائيات الموضحة في الجدول أعلاه أهم دوافع إبداء مفردات عينة الدراسة لآرائها بحرية عبر موقع الاجتماعي "فايسبوك"، حيث أجمع 237 ردًا من مجموع 388 إجابة أن القناعة الشخصية بالرأي والموقف هو من خولها لإبدائه عبر حسابه الافتراضي فايسبوك، بنسبة بلغت حدود 61%، في حين أشار 140 مستجوبًا أن الحرية المتوفرة عبر هذا الفضاء هو من يشجع المتصفحين للتعبير عن آرائهم، بينما اعتبرت 11 مفردة من مجموع 388 ردًا ما نسبته 03% أن البيانات الشخصية المستعارة عبر الفضاء الرقمي من خولها من إبداء رأيها بحرية تامة.

الشكل 30: دوافع إبداء مفردات العينة لآرائها عبر حساب فايسبوك



المصدر: الطالب

يعود أهم دافع لتعبير مفردات الدراسة عن آرائها عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" الى القناعة الشخصية بالرأي المعبر عنه بخصوص القضية المتداولة افتراضياً، فيعد هذا الفضاء المنصة التي تسمح للمستخدم من طرح وجهات نظره الشخصية وإبداء مواقفه ومناقشة عديد المواضيع الراهنة، خاصة في ظل انعدام فضاءات تعبيرية بديلة، والنقطة الأساسية التي يستحسنها المتصفح هو قدرته على إبداء رأيه علانية دون توجس أو خوف من تابعات ذلك في ظل تزايد سياسية تكميم الأفواه الممارسة على أرض الواقع عبر التضييقات والاعتقالات الممارسة، خصوصاً حينما يتعلق الأمر بالخوض في المسائل الحساسة أو المصيرية، وهو الأمر الذي نددت به منظمة العفو الدولية عبر تقاريرها السنوية ضد ما أسمته بـ "القمع الحكومي المتزايد لحقوق الإنسان في الجزائر"¹، لذا يجد الفرد في منصة "فايسبوك" منبراً يخوله أن يعبر عن مواقفه الخاصة ويشاركها عبر حسابه، في حين، ترى فئة أخرى من مفردات الدراسة أن الدافع الأساسي للتعبير عن مواقفها عبر موقع "فايسبوك"، مرده بالدرجة الأولى إلى هامش الحرية المتوفرة والتي يضمنها هذا الفضاء مقارنة بأي فضاء آخر،

¹ منظمة العفو الدولية: حملة ضد القمع الحكومي المتزايد لحقوق الإنسان، رابط الرابط: <https://bit.ly/3Puo2Qo>. تاريخ التصفح: 2025/11/12، ساعة التصفح:

فلا وجود لرقابة قبلية للمضامين التي ينشرها المتصفح بل تضمن له أن يشارك مواقفه في أي مجال يريده، بينما هناك من يفضل التعبير عن وجهة نظره بسبب أن بيانات الولوج الى المنصة مستعارة، أي بإمكانه أن ينشر ما يشاء دون شرط إبراز هويته الحقيقية من اسم وصورة، وعليه، نستنتج أن سبب تفضيل إبداء الرأي والموقف افتراضياً هو القناعة بالرأي بالدرجة الأولى وكذا الحرية التي توفرها هذه المنصة للمستخدمين، بالرغم من وجود بعض المتابعات في حق الناشطين عبر الفضاء الالكتروني ومحاولة خنق كل الأصوات المعارضة حتى افتراضياً خصوصاً خلال فترة الحراك الشعبي بالجزائر.

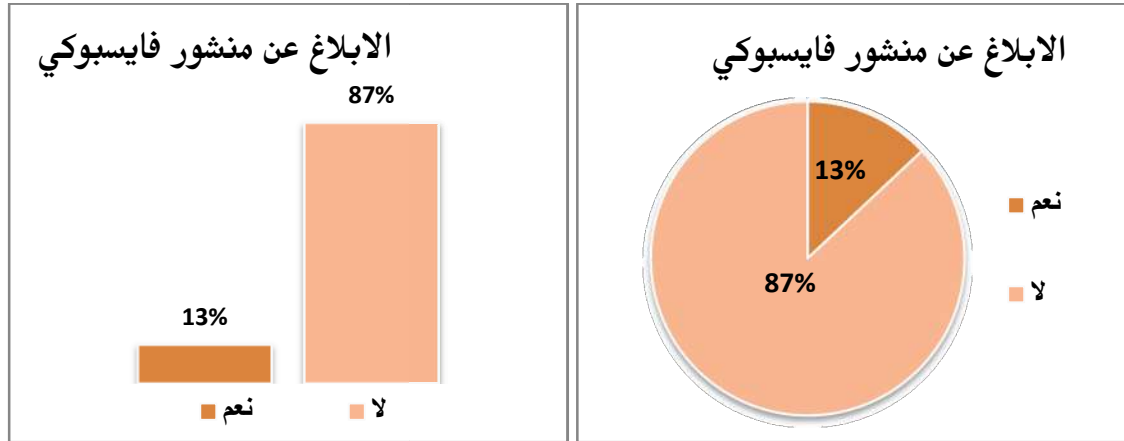
الجدول 31: الإبلاغ عن منشور فايسبوكي

النسبة %	التكرار	الإبلاغ عن منشور فايسبوكي
13 %	57	نعم
87 %	387	لا
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

يكشف الجدول الموضح أعلاه نفي غالبية مفردات عينة الدراسة المستجوبة أي عملية إبلاغ عن مضمون تم نشره عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، حيث أكدت 387 مفردة من أصل 444 مستجوباً أنه لم يسبق لأي جهة وأن بلغت عن منشور فايسبوكي لها، ما مثل نسبة 33%، في حين أقر 57 مبحوثاً أنه تم الإبلاغ عن منشور عبر منصة فايسبوك، ما ترجمته نسبة 13% من مفردات عينة الدراسة.

الشكل 31: الإبلاغ عن منشور فايسبوكي



المصدر: الطالب

يعود سبب نفي غالبية مفردات العينة البحثية تعرضها لعملية التبليغ عن مضامين فايسبوكية تم نشرها عبر حسابها الافتراضي إلى طبيعة الاستخدام وكذا مجالات الاهتمام، فأغلب المنشورات التي تقوم هذه الفئة البحثية بمشاركتها مع الأصدقاء بعيدة تماماً عن المواضيع التي تخلق حساسيات أو التي تحمل عنفاً أو تهديداً أو تشجع على العنصرية أو حتى تنتهك الملكية الفكرية، فهي بالنسبة لها مجرد منصة تواصلية بالدرجة الأولى وليست منبراً لتصفية حسابات أو فضاء لبث الكراهية أو الانحلال الخلقي، لذا نفت هذه المفردات تعرض منشوراتها لحذف بسبب عملية إبلاغ ضدها، بينما أقرت 13% من مفردات العينة المستجوبة أن مضامينها حُجبت وتم إزالتها من موقع "فايسبوك"، يعود السبب أنها حملت شكلاً من أشكال العنف أو أخباراً مزيفة، ما استدعى قيام جهة معينة بعملية الإبلاغ عن ذلك المنشور الذي حمل تعدي، وعليه، نستنتج أن عملية حذف المنشورات عبر منصة "فايسبوك" مرده تجاوز بعض القواعد المحدد لسياسية الاستخدام، والتي تتضمن أساساً: "كل مضمون يحوي على عنف أو إساءة استخدام صورة الآخرين، الصور العارية أو انتهاك الملكية الفكرية وكذا نشر أخبار مزيفة"¹.

¹ - حسام مصطفى: فيسبوك يحدد 06 أسباب لحذف منشورات المستخدمين: رابط المقال: <https://bit.ly/3PyUEIQ> ، تاريخ التصفح: 2023/03/08 ،

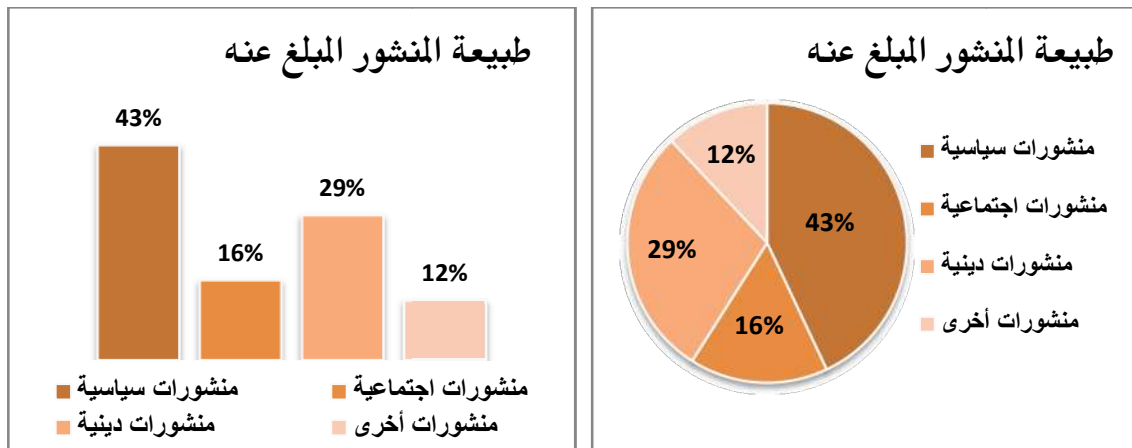
الجدول 32: طبيعة المنشور الفايسبوكي المبلغ عنه

النسبة %	التكرار	طبيعة المنشور الفايسبوكي المبلغ عنه
43 %	24	منشورات سياسية
16 %	09	منشورات اجتماعية
29 %	17	منشورات دينية
12 %	7	منشورات أخرى
100 %	57	المجموع

المصدر: الطالب

تبين بيانات الجدول أعلاه طبيعة منشورات مفردات الدراسة المبلغ عنها عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، حيث أقرت 24 مفردة من إجمالي 57 مستجوباً أن المضمون المبلغ عنه ذو طبيعة سياسية بنسبة قدرت بـ 43%، في حين جاءت المنشورات الدينية ثاني المضامين التي يتم التبليغ عنها بـ 17 مبحوثاً من أصل 57 مفردة بنسبة بلغت حدود 29%، بينما جاءت المنشورات الاجتماعية بـ 09 مفردات فقط وبنسبة 16%، في حين لم تحدد 07 مفردات طبيعة المنشورات المبلغ عنها بنسبة حددت بـ 12% من إجمالي ردود مفردات العينة.

الشكل 32: طبيعة المنشور الفايسبوكي المبلغ عنه



المصدر: الطالب

يعود سبب إقرار غالبية مفردات العينة المستجوبة أن المنشورات السياسية هي أكثر المضامين التي يتم الإبلاغ عنها عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى حساسية المسائل والقضايا التي تمس شؤون تسيير الحكم، كونه عصب حياة واستمرار أي بلد، وكذا قدرتها على التأثير في المتصفحين المستخدمين لهذه المنصات الرقمية، وخير دليل على ذلك، ما ظهر خلال الحراك الشعبي الذي عرفته الجزائر خلال عام 2019، حينما تمكنت بعض المضامين السياسية المنشورة عبر منصة الفيسبوك من إخراج الجزائريين إلى الشارع عبر مسيرات مليونية جابت ربوع الوطن، وهي منددة ورافضة رفضاً قاطعاً للعهد الخامسة للرئيس المنتهية ولايته، التي كان الأمر فيها محسوماً مسبقاً، لولا تداول هذه المنشورات الفيسبوكية، التي كسر من خلالها المواطن جدار الصمت والخوف، وحشدت حولها جميع أطراف المجتمع، لذا غالباً ما يتم التضيق على هذا النوع من المضامين (السياسية) من قبل جهات خاصة، ومراقبتها والتبليغ عنها، قصد إجبار منصات شبكات التواصل على حذفها، كي لا تمتد إلى أكبر عدد من المتصفحين المستخدمين للفضاء الافتراضي، بينما يعود سبب التبليغ عن المنشورات الدينية، إلى حساسية هذا القطاع بالتحديد، هذا التضيق والتبليغ مؤشر يؤكد على أن القضايا الدينية تعد أيضاً من أكثر المواضيع إثارة للجدل في الفضاء الرقمي، حيث يُنظر إلى الدين في العديد من المجتمعات كعنصر حساس، خاصة أنه مرتبط بالهوية الثقافية والمعتقدات العميقة للمتصفحين، ضف إلى ذلك، تؤدي الاختلافات في الآراء والتفسيرات إلى حدوث صدامات بين المستخدمين لهذا الفضاء الرقمي، فمن المحتمل أن تكون بعض المنشورات الدينية قد أبلغ عنها بسبب اعتبارها مسيئة لفئة دينية معينة أو لتضمّنها خطاباً وصف أنه متطرف، أو حتى لمخالفتها سياسات منصة فايسبوك المتعلقة بالمحتوى الديني والتحريض على الكراهية، لذا يتم التبليغ عن كل منشور ديني يتجاوز المذهب الملكي المعتمد في الجزائر، وعدم فسح المجال لتعدد الفتاوى الدينية الالكترونية المتشددة التي تزرع الخلافات والصراعات داخل الأمة الواحدة، أما التضيق التي تعرفها المنشورات

الاجتماعية والتبليغ عنها، رغم أنها أقل جدلاً مقارنة بالسياسية والدينية، إلا أنها لا تزال ذات أهمية، غالباً ما تتناول هذه المنشورات قضايا مثل العادات والتقاليد، السلوكيات الاجتماعية، والمواضيع المجتمعية التي قد تثير استياء أو انتقاد بعض الفئات، وكثيراً ما يرتبط ارتفاع البلاغات في هذا المجال بمواضيع تتعلق بحقوق المرأة، حرية التعبير، أو النقاشات حول القيم المجتمعية المتغيرة، حيث قد يرى بعض المستخدمين أن هذه المنشورات تتضمن محتوى غير لائق أو مخالف لأعرافهم الثقافية السائدة في المجتمع، وعدم القبول عن الخروج عن الأخلاق والاحترام، بينما سجلت المنشورات الأخرى أدنى نسبة من البلاغات لدى عينة الدراسة، حيث لم تتجاوز نسبة بـ 12٪، تشمل هذه الفئة منشورات ذات طابع ساخر، ثقافي، إعلاني، أو حتى شخصي، حيث يقل احتمال الإبلاغ عنها مقارنة بالمجالات الأكثر حساسية مثل السياسة والدين.

تعكس هذه البيانات أن التبليغ عن المنشورات عبر منصة الفايسبوك لا تتم بشكل عشوائي، بل تخضع لمنطق اجتماعي وثقافي يعكس القضايا الأكثر إثارة للجدل في المجتمعات التي تشهد انقسامات سياسية أو أزمات، من المتوقع أن تظل المنشورات السياسية في صدارة المحتوى المبلغ عنه، نظراً لاستخدام الفضاء الرقمي كمنصة للنقاش السياسي، وأحياناً للصراع الإلكتروني بين مختلف التيارات، كما يشير ارتفاع نسبة الإبلاغ عن المنشورات الدينية إلى أن الدين لا يزال عنصراً محورياً في تحديد معايير القبول الاجتماعي عبر منصات التواصل، سواء من ناحية الدفاع عن القيم التقليدية أو من ناحية محاربة الخطاب المتطرف، من جهة أخرى، يمكن تفسير سبب انخفاض نسبة التبليغ عن المنشورات الاجتماعية والمنشورات الأخرى إلى أن هذه الفئات تمثل غالباً محتوى أقل استقطاباً، أو أن النقاشات حولها لا تصل إلى مستوى الصدام الحاد بين المستخدمين كما هو الحال في السياسة والدين، ومع ذلك، فإن أي تغيرات مستقبلية في طبيعة النقاشات الاجتماعية قد تؤدي إلى ارتفاع نسبة البلاغات في هذا المجال، خاصة مع تصاعد الحركات التي تدعو إلى التغيير الاجتماعي أو الإصلاح الثقافي.

تؤكد هذه البيانات الموضحة أعلاه أهمية فهم طبيعة التبليغ عن منشورة منصات التواصل الاجتماعي، فهي ليس فقط كآلية لضبط المحتوى فحسب، وإنما يعد أيضاً مؤشراً على التوترات المجتمعية واتجاهات الرأي العام، مما يفتح المجال لدراسات أعمق حول التفاعل الرقمي وأثره في تشكيل الحوار الاجتماعي والسياسي والديني لدى المتصفحين.

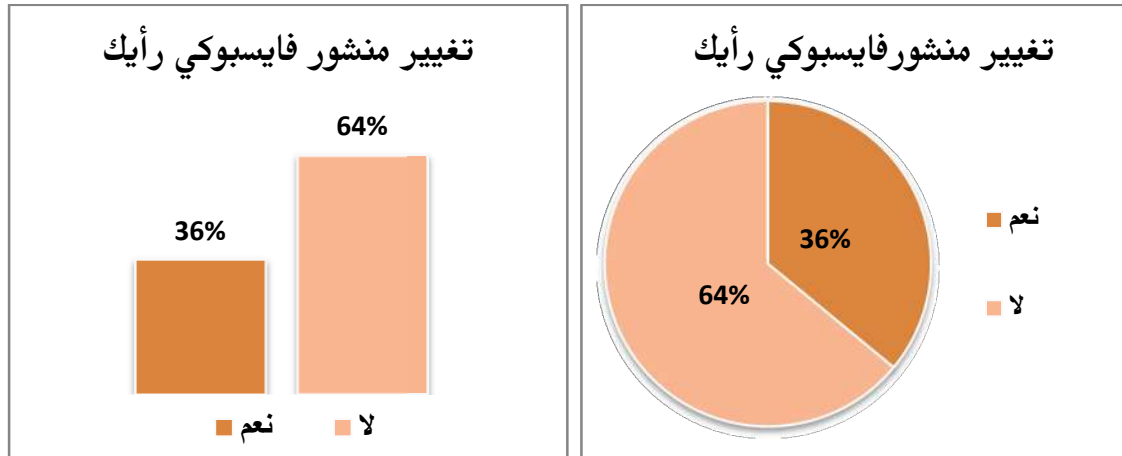
الجدول 33: تغيير المنشورات الفايسبوكية رأي أفراد العينة بخصوص قضية معينة

النسبة %	التكرار	تغيير منشور رأيك
36 %	162	نعم
64 %	282	لا
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه تباين ردود مفردات عينة الدراسة بخصوص قدرة المنشورات "الفايسبوكية" على التأثير في تغيير الآراء والمواقف بخصوص قضية من القضايا المطروحة للنقاش والتفاعل عبر الفضاء الافتراضي، حيث نفت 282 مفردة من أصل 444 مستجوباً، أي ما يعادل نسبة 64%، تتأثر ولا تغيير آراءها بسبب موضوع منشور عبر منصة الفايسبوك، بينما ترى نسبة 36% من مجمل المبحوثين، ما عبّرت عنه 162 مفردة أن للمنشورات الفايسبوكية دور وإسهام في التأثير على الأفراد في تغيير آراءهم إزاء قضية من القضايا المطروحة عبر منصة هذا الفضاء الأزرق.

الشكل 33: تغيير المنشورات الفايسبوكية رأي أفراد العينة بخصوص قضية معينة



المصدر: الطالب

يمكن تفسير البيانات الموضحة في الشكل أعلاه، والتي نفت فيه غالبية مفردات العينة المستجوبة قدرة المنشورات الفايسبوكية على تغيير رأيها وموقفها بخصوص موضع أو قضية من القضايا المطروحة عبر هذه المنصة الالكترونية، فيعود السبب إلى طبيعة استخدام المتلقي لهذا الفضاء الرقمي، والذي غالباً ما يكون من أجل التواصل بالدرجة الأولى وكذا التعرف على أهم المستجدات الراهنة سواء المحلية أو الدولية، إلا أن المنشورات الفايسبوكية (رغم سبقها الصحفي في بعض الأحيان) لا تحظى بثقة كبيرة لدى المستخدم، بالنظر إلى غياب مصدر معلوماتي موثوق يتبنى الخبر المتداول الكترونياً ويكسبه الدقة المطلوبة، حيث يمكن لجميع المستخدمين نشر مضامين دون أي قيد أو تحري مسبق من قبل هذا الفضاء الافتراضي، هذا ما يفقد المنشورات الفايسبوكية الثقة لدى المتلقين الالكترونيين وعدم قدرتها على تغيير الآراء والتوجهات لديهم، بل ينتظر المتصفح في غالب الأحيان، تدخل إحدى الوسائل الإعلامية التقليدية (جرائد، إذاعة، تلفزيون) بغية تأكيد أو نفي الخبر المتداول عبر الصفحات الفايسبوكية، لكي يصبح النبأ موثقاً لدى المستخدمين.

يعكس هذا التفاوت في النتائج الموضحة درجة التأثير التي قد تمتلكها وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة منصة الفيسبوك على الرأي العام، بالرغم من أن النسبة الأكبر لم تتأثر بها،

إلا أن نسبة 36% ليست ضئيلة، مما يعني أن المحتوى الرقمي المنشور على هذه المنصة يمتلك قدرة ملموسة على التأثير في قنوات بعض الأفراد، هذا يتماشى مع النظريات الإعلامية التي تشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً متزايداً في توجيه النقاشات العامة، لا سيما في ظل انتشار الأخبار الزائفة والرسائل الموجهة التي تستهدف التأثير على تصورات الجمهور.

يمكن تفسير هذه النتائج الموضحة أعلاه من خلال مجموعة من العوامل، أهمها :

1. طبيعة المحتوى المنشور: فالمحتويات المدعومة بأدلة موثوقة، أو تلك التي تثير العواطف (كالخوف أو الغضب أو التعاطف)، تكون أكثر قدرة على تغيير آراء الأفراد.
2. مصادقية المصدر: إذا كان المنشور صادراً عن جهة إعلامية موثوقة أو شخصية معروفة، فقد يكون له تأثير أكبر مقارنة بالمصادر غير الموثوقة.
3. مستوى وعي الجمهور وقدرته النقدية: النسبة التي لم تتأثر بالمنشورات (64%) قد تعكس مستوى عالٍ من التفكير النقدي بين مفردات العينة المستجوبة، حيث يعتمدون على مصادر متعددة للتحقق قبل تبني آراء جديدة.
4. التحيزات الشخصية والمعرفية: يميل الأفراد غالباً إلى رفض المعلومات التي تتعارض مع قناعاتهم السابقة، وهو ما يُعرف في علم النفس المعرفي بـ "الانحياز التأكيدي".
5. التفاعل الاجتماعي والتأثير الجماعي: بعض الأفراد يتأثرون بآراء وتعليقات أصدقائهم أكثر من تأثير المنشور ذاته، مما يجعل السياق الاجتماعي عاملاً حاسماً في تغيير الآراء. تظهر هذه الإحصائيات أن الفيسبوك لا يمتلك تأثيراً مطلقاً على الرأي العام، لكنه يظل منصة مؤثرة في توجيه النقاشات. فالقدرة على تغيير رأي 36% من الأفراد تُعد مؤشراً مهماً على أن منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن تلعب دوراً في تشكيل التوجهات العامة، خاصة خلال الأحداث الكبرى، مثل الأزمات السياسية أو الاجتماعية. كما أن هذه النتائج تفتح المجال لدراسة أعمق حول دور الخوارزميات في تعزيز نوع معين من المحتوى وزيادة فرص تأثيره، مما قد يؤدي إلى تشكيل "فقاعات فكرية" تؤثر على تصورات المستخدمين للعالم من حولهم .

وعليه، فبالرغم من أن غالبية مفردات العينة المستجوبة لم تغير آراءها بناءً على منشورات الفيسبوك، إلا أن نسبة التأثير تظل جديرة بالاهتمام، خاصة في ظل التحولات الرقمية التي جعلت وسائل التواصل الاجتماعي أحد أهم مصادر المعلومات والتأثير على الرأي العام، لذا، فإن تعزيز الوعي الإعلامي، وتعليم مهارات التفكير النقدي، والتحقق من المعلومات، يمكن أن يكون وسائل فعالة للحد من التأثير غير الواعي للمحتوى المنشور على هذه المنصات.

الجدول 34: أسباب تغيير المنشورات الفيسبوكية رأي مفردات العينة

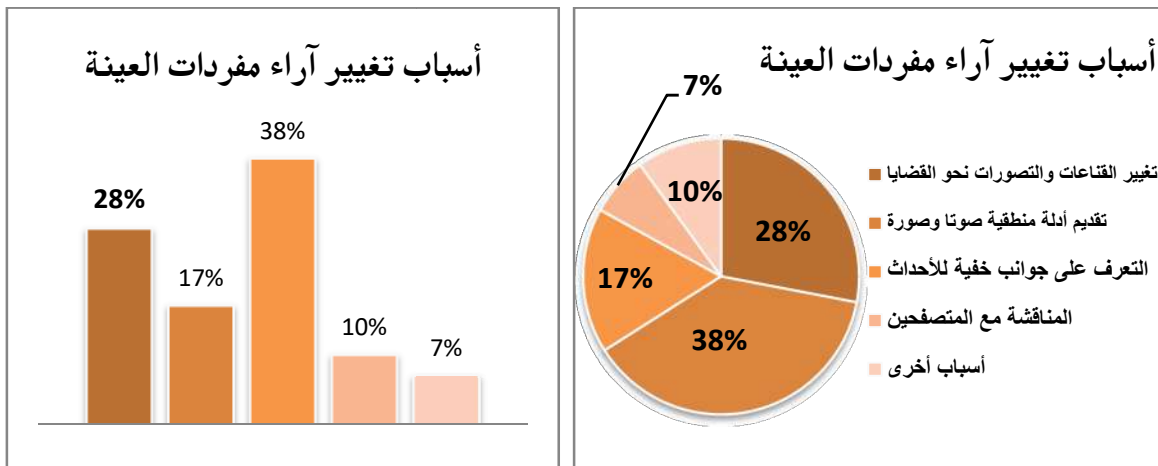
النسبة %	التكرار	أسباب تغيير المنشورات الفيسبوكية رأي أفراد العينة
28%	45	تغيير القنوات والتصورات نحو القضايا
17%	28	التعرف على جوانب خفية للأحداث
38%	62	تقديم أدلة منطقية صوتاً وصورة
7%	11	المناقشة مع المتصفحين
10%	16	أسباب أخرى
100 %	162	المجموع

المصدر: الطالب

تبين البيانات الموضحة في الجدول أعلاه الدوافع والأسباب الرئيسية وراء تغيير وتعديل المنشورات الفيسبوكية لآراء المفردات المستجوبة بخصوص القضايا والمواضيع المنشورة عبر هذا الفضاء الرقمي، حيث أقرت 62 إجابة من إجمالي 162 رداً أنها غيرت رأيها بسبب ما تضمنته المنشورات من أدلة منطقية مدعمة أساساً بصوت وصورة، حيث بلغت نسبتها حدود 38%، بينما أكدت 45 إجابة ما مثل نسبة قدرت بـ 28% أنها غيرت قناعاتها وتصوراتها نحو القضية المتداولة افتراضياً بسبب ما حملته المنشور الفيسبوكي من توضيحات أكثر وأدق، في حين ترى 28 إجابة من أصل 162 رداً أن سبب تغيير الرأي نحو القضايا المنشورة رقمياً جاء بعد تعرفها

على جوانب خفية للحدث المتداول، بينما لم يجاوز مناقشة الحدث مع المتصفحين عبر فضاء الفايسبوك نسبة 07% ما يعادل 11 ردًا، في حين تعددت وتنوعت الأسباب الأخرى وراء قدرة المنشورات الفايسبوكية على تغيير آراء مفردات العينة والتي قدرت اجمالاً بـ 16 ردًا ما عبر عنه بنسبة 10%.

الشكل 34: أسباب تغيير المنشورات الفايسبوكية رأي مفردات العينة



المصدر: الطالب

يمكن تفسير الدوافع والأسباب الموضحة في الشكلين أعلاه حول تغيير وتعديل المفردات المستجوبة لآرائها بخصوص القضايا والأحداث المنشورة عبر موقع الفايسبوك، باعتبار هذا الأخير يعد أحد أبرز المنصات الاتصالية الراهنة المتوفرة لدى المتصفح، فقد أصبح هذا الفضاء الرقمي مجالا للتعبير عن الرأي ومناقشة القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها بحرية، وهو ما يجعل سلوك المستخدمين فيه انعكاساً للتحويلات الفكرية والقيمية التي يعرفها المجتمع الجزائري، خاصة في ظل تزايد الاعتماد على المعلومات الرقمية ومصادر الأخبار الإلكترونية خلال السنوات الأخيرة.

تشير نتائج الشكلين الموضحين أن السبب الأكثر شيوعاً والذي يدفع مفردات العينة المستجوبة إلى تغيير آرائهم وتصوراتهم بعد تصفحهم لمنشورات منصة الفايسبوك هو تضمن هذه

الأخيرة لأدلة منطقية مدعومة بالصوت والصورة، حيث أن المستخدم لهذه المنصة يتفاعل مع البيئة الرقمية بتفكير نقدي نسبياً ولا يتقبل المعلومة المنشورة مباشرة، حيث نجده يتأثر بالمحتوى المدعم بالأدلة الموثوقة صوتاً وصورةً أكثر من تأثره بالنقاشات الافتراضية العادية، وهو ما يعكس ميلاً واضحاً نحو التثبت من المعلومات قبل إعادة نشرها، وهو ما يعبر عن سلوك إعلامي جديد يقوم على التمهيد والمراجعة، هذا التوجه يتفق مع ما أشارت إليه فرضيات نظرية الاستخدامات والإشباع التي أكدت على فكرة مفادها أن الجمهور فاعلٌ أساسي في اختياراته الإعلامية، ويعيد صياغة مواقفه بالدرجة الأولى بما يتناسب مع ما يشبع حاجاته المعرفية والاجتماعية.

بناءً على ما سبق توضيحه، يمكن القول أن تغيير المنشورات الفايسبوكية لرأي مفردات عينة الدراسة ليس مجرد سلوك اتصالي عابر، بل يمثل مؤشراً على تطور في الوعي الإعلامي لدى الأفراد المستخدم لهذه المنصة الرقمية، إذ يترجم ذلك حساً نقدياً متزايداً لدى المتصفحين تجاه المضامين الرقمية، ويتجهون نحو تعديل مواقفهم وفقاً لما يتلقونه من أدلة جديدة للقضية المتداولة، هذا ما يؤكد دور وقدرة الفضاء الرقمي في إعادة تشكيل المعتقدات والاتجاهات لدى المستخدمين، حيث ينظر إلى هذه المنصات الإعلامية الحديثة باعتبارها فاعلاً في بناء المعنى وتوجيه الوعي الجمعي، لا مجرد وسيلة لنقل المعلومات، خاصة أن المستخدم انتقل من دور المتلقي السلبي إلى فاعلٍ يشارك بوعي في إنتاج وإعادة صياغة الخطاب الإعلامي، استناداً إلى ما يتلقاه من أدلة ومضامين رقمية مدعومة بالحجة والمنطق.

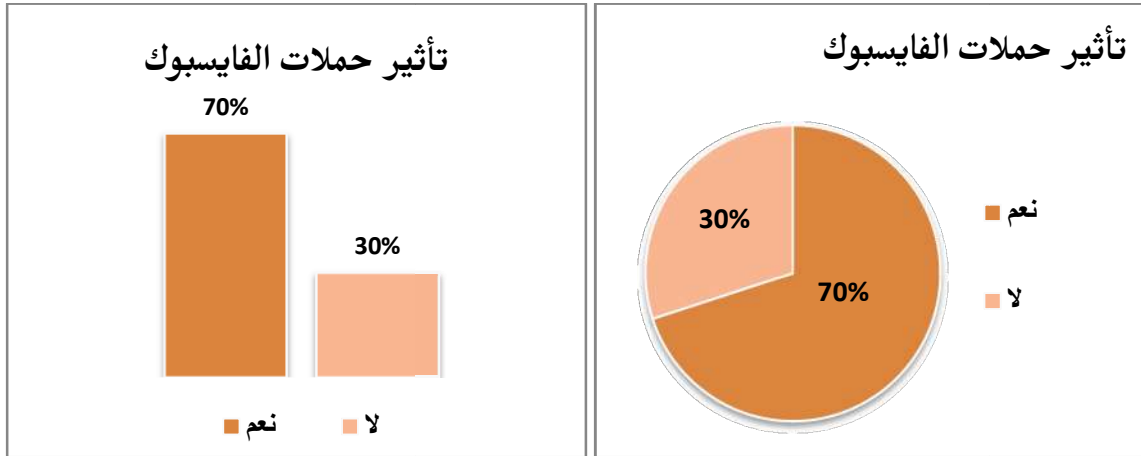
الجدول 35: تأثير حملات موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على مفردات الدراسة

المجموع		الجنس				تأثير حملات موقع التواصل الاجتماعي
		ذكر		أنثى		
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
72 %	319	71 %	173	73 %	146	نعم
28 %	125	29 %	70	27 %	55	لا
100 %	444	100 %	243	100 %	201	المجموع

المصدر: الطالب

تبين معطيات الجدول أعلاه مدى تأثير حملات موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" على المبحوثين، حيث أكدت 319 مفردة من إجمالي 444 مستجوباً ما يعادل نسبة قدرت بـ 72% أنها تتأثر بمختلف الحملات المنشورة عبر هذه المنصة الافتراضية "فيسبوك"، ولم ينحصر التأثير على جنس بحد ذاته، بل تقاربت النسبتين المسجلتين لدى كل من الذكور والإناث على النحو التالي: 73% و 71%، بينما نفت 125 مفردة بحثية تأثرها بالحملات المنشورة عبر الموقع الأزرق بنسبة قدرت بـ 28% من إجمالي العينة المدروسة، حيث ظهر ذلك بـ 29% لدى الإناث و 27% لدى جنس الذكور.

الشكل 35: تأثير حملات موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك على مفردات الدراسة



المصدر: الطالب

يعود سبب إجماع أغلب مفردات عينة الدراسة تأثرها بالحملات المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" الى تحول هذه المنصة الافتراضية في ظرف وجيز الى جزء أساسي من حياة المستخدمين في الجزائر، خاصة خلال العقد الأخير من الزمن، حيث لم يستثن هذا التأثير مجالا بعينه، بل امتد تأثيره عبر عديد الميادين الحيوية سواء الاجتماعية أو الاقتصادية منها، الثقافية وحتى السياسية وغيرها، وخير ما يمكن الاستدلال به هو قدرة بعض المنشورات السياسية التي تم تناقلها عبر منصة الفايسبوك من إخراج الجزائريين عبر 58 ولاية الى الشارع، والمطالبة برفض العهدة الخامسة للرئيس المنتهية ولايته، فلم يكن أحد يتوقع أن يحدث منشورٌ سياسيٌ ضمن صفحة فاييسبوكية مغمورة، كل هذا الأثر، وينتهي عشريتين كاملتين من حكم فئة كانت تسير البلاد والعباد حسب الأهواء، في ظل تحكمها في كل شرايين السلطة، وممارستها لرقابة وتعتيم على كل ما تبثه وسائل الإعلام التقليدية، صف الى ذلك، أظهرت الحملات الوقائية التي نشرت خلال جائحة كورونا، قدرة هذه المنصات الافتراضية على التأثير على المستخدمين. فنستنتج من خلال كل ما سبق، أن الحملات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي يمكن لها أن تؤثر وتوجه الرأي العام المستخدم لهذه الفضاءات.

يمكن القول إن التقارب بين الجنسين في درجة التأثر يشير إلى أن الحملات الرقمية أصبحت أكثر شمولية واستهدافاً لمختلف الفئات، حيث تعتمد على أساليب وتقنيات إقناعية تستند إلى البيانات الضخمة وتحليل السلوك الرقمي، ومع ذلك، فإن وجود نسبة غير متأثرة قد يكون مرتبطاً بعدة عوامل، مثل التشبع الإعلامي الذي يؤدي إلى انخفاض الاستجابة للحملات، أو ربما عدم ثقة بعض الأفراد في المحتوى المنشور، خاصة في ظل انتشار المعلومات المضللة. كما يمكن أن تلعب الفروق الفردية في الاستهلاك الرقمي دوراً مهماً، حيث قد يكون لدى بعض الأفراد مهارات نقدية تمكنهم من التعامل مع المحتوى بوعي أكبر، مما يقلل من تأثير الحملات عليهم. بالتالي، تكشف هذه البيانات عن مدى انتشار التأثير الرقمي، لكنها تفتح أيضاً المجال لدراسة العوامل التي تجعل بعض الفئات أقل استجابة لهذه الحملات، مما قد يكون له انعكاسات على استراتيجيات التواصل الرقمي المستقبلية.

الجدول 36: طبيعة الحملات الفايسبوكية المؤثرة في مفردات العينة

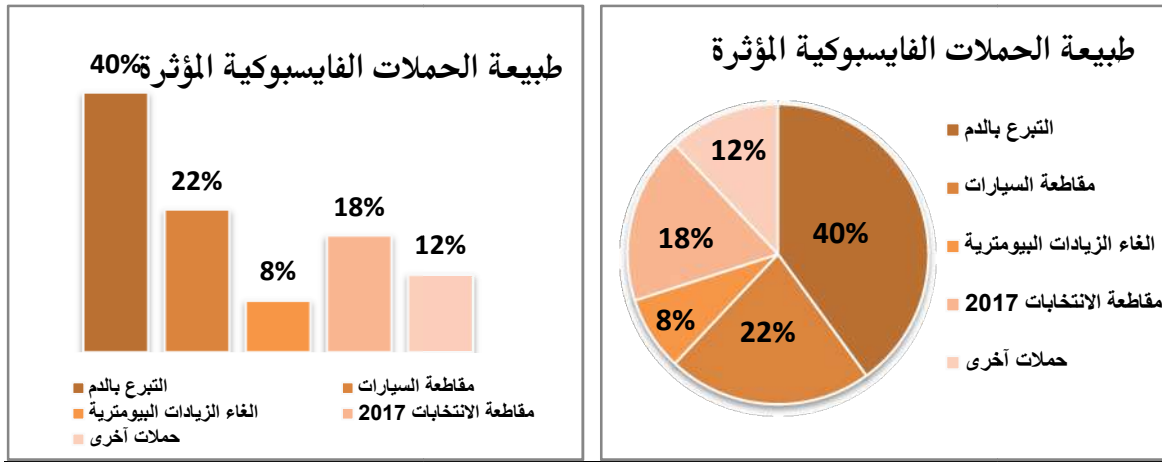
النسبة %	التكرار	طبيعة الحملات الفايسبوكية المؤثرة في مفردات العينة
40%	128	التبرع بالدم
22%	70	مقاطعة السيارات
8%	26	الغاء الزيادات البيومترية
18%	57	مقاطعة الانتخابات 2017
12%	38	حملات أخرى
100 %	319	المجموع

المصدر: الطالب

يتبين من خلال البيانات الموضحة في الجدول أعلاه طبيعة الحملات الفايسبوكية المؤثرة في مفردات العينة المستجوبة والتي لقت استجابة لدعواتها المنشورة عبر الفضاء الرقمي،

حيث تصدرتها "حملات التبرع بالدم" التي احتلت المرتبة الأولى بـ 128 اجابة من أصل 319 مبحوثاً بنسبة قدرت بنحو 40%، وهي نسبة مرتفعة تعكس الطبيعة التضامنية والإنسانية لدى أفراد المجتمع الجزائري، الذي يتميز بثقافة التكافل الاجتماعي والاستجابة السريعة للأعمال الخيرية، خاصة في حالات الطوارئ والحوادث والكوارث الطبيعية، تاليها "حملات مقاطعة السيارات" التي جاءت في المرتبة الثانية بـ 70 مفردة من إجمالي 319 مستجوباً بنسبة بلغت 22%، فهي تعبّر عن وعي استهلاكي واقتصادي داخل المجتمع الجزائري، خصوصاً بعد الحملات الواسعة التي شهدتها مواقع التواصل الاجتماعي سنة 2018 تحت شعار "خليها تصدي"، والتي كانت احتجاجاً على ارتفاع الأسعار وغياب الشفافية في سوق السيارات، هذه النسبة تعكس قدرة الجزائريين على استخدام المقاطعة كأداة ضغط اقتصادية سلمية، بينما نجد في المرتبة الثالثة حملة "مقاطعة الانتخابات لسنة 2017" التي عبرت عنها 57 مفردة بنسبة 18%، ما يدل على تنامي الحس السياسي النقدي لدى فئة من المواطنين، إذ أصبحت المقاطعة أداة للتعبير عن عدم الرضا عن الأداء السياسي والمؤسسي، وهو ما يعكس تحوّلًا تدريجيًا في الوعي السياسي في البلد، أما "حملة إلغاء الزيادات البيومترية" فلم تتجاوز نسبة 08%، فتمثل هذه الأخيرة شكلاً من أشكال الرفض الإداري أو البيروقراطي، وهي أقل شيوعاً لأنها تخص مجالا محدود التأثير في الحياة اليومية للمواطن مقارنة بالقضايا الاجتماعية أو الاقتصادية، فيما بلغت نسبة "الحملات الأخرى" نسبة 12%، وهي مؤشر على تنوع أشكال المقاطعة وتوسعها لتشمل قضايا مختلفة، ما يعكس ديناميكية المجتمع المدني الجزائري في التفاعل مع قضايا متعددة وفق الظروف والمستجدات.

الشكل 36: طبيعة الحملات الفايسبوكية المؤثرة في مفردات العينة



المصدر: الطالب

يمكن تفسير بيانات الشكليات أعلاه، اللذان يوضحان طبيعة الحملات الفايسبوكية التي لاقت استجابة وقبولاً من قبل المبحوثين عبر الفضاء الرقمي، فهذا جاء نتيجة التحول الذي عرفه المجتمع الجزائري، خاصة خلال العقدين الأخيرين من الزمن، حيث بدأ يشهد تنامياً ملحوظاً في طبيعة استخدام موقع الفايسبوك ليس بكونه فضاء للتعارف والتواصل فحسب، وانما كمنصة للتعبئة الاجتماعية في عديد القضايا العامة، وذلك من خلال إطلاق عديد الحملات الالكترونية التي تستهدف بالدرجة الأولى المستخدمين لهذه الشبكة والتأثير فيهم، بغية توجيه الرأي العام في البيئة الرقمية، ويتصدرها "حملات التبرع بالدم"، التي تترجم قيم التضامن والإنسانية لدى أفراد، حيث تعكس التكافل الاجتماعي والمساعدة للأعمال الخيرية للجزائري، ثم تليها "حملات مقاطعة السيارات"، فهي تعبير صريح عن وعي استهلاكي واقتصادي للفرد الجزائري، خصوصاً بعد الحملات الواسعة التي شهدتها مواقع التواصل الاجتماعي سنة 2018 تحت شعار "خليها تصدي"، والتي كانت احتجاجاً على الارتفاع الجنوني للأسعار وغياب الشفافية في سوق السيارات، تعكس هذه النسبة (22%) قدرة الجزائريين على استخدام المقاطعة كأداة ضغط اقتصادية سلمية، ثم تأتي حملة "مقاطعة الانتخابات لسنة 2017"، التي تدل على تنامي الحس السياسي النقدي لدى المتصفحين للمنصات الرقمية، إذ أصبحت المقاطعة أداة للتعبير عن عدم

الرضا عن الأداء السياسي والمؤسساتي في البلد، وهو ما يعكس تحوّلًا تدريجيًا في الوعي السياسي لدى الأفراد في الجزائر، أما "حملة إلغاء الزيادات البيومترية" فجاءت لتوعية الفرد كشكل من أشكال الرضا الإداري أو البيروقراطي في المؤسسات.

يمكن القول أن انخراط الأفراد ضمن هذه الحملات الفاييسبوكية والاستجابة لدعواتها هو سعي منهم لإنشاء مجموعة من الحاجات، أهمها:

■ الحاجة إلى الانتماء والمشاركة الاجتماعية:

وذلك من خلال الانخراط في نشاط جماعي يعكس روح التضامن والتعاون بين الأفراد.

■ الحاجة للتعبير عن الرأي في فضاء رقمي مفتوح:

أتاح هذا الفضاء الرقمي للأفراد إمكانية التعبير الجماعي الآمن، هذا ما شجّعهم على الإفصاح عن المواقف النقدية والاحتجاجية دون خوف من الإقصاء أو العزلة الاجتماعية، فالمستخدمون ضمن حملات الفاييسبوكية يشعرون بأنهم جزء من رأي عام قوي ومتماسك، مما يعزز ثقتهم في التعبير عن مواقفهم علنًا.

■ الحاجة إلى التأثير في القرارات أو السياسات العامة:

أصبحت المنصات الاجتماعية في الجزائر اليوم، مجالًا عامًا رقميًا جديدًا، يتيح للمواطنين مناقشة قضاياهم اليومية والسياسية والاجتماعية بعيدًا عن القيود المؤسسية، ومن خلال الحملات الإلكترونية، حيث استطاع الجزائريون تفعيل التواصل الأفقي وبناء وعي جماعي نقدي، مما ساهم في إعادة تشكيل العلاقة بين المواطن والسلطة والمجتمع المدني.

وعليه، تمثل الحملات الفاييسبوكية تحوّلًا نوعيًا في طرق التواصل والاحتجاج في المجتمع الجزائري، إذ جمعت بين الوظيفة الإعلامية (نشر الوعي والمعلومة) والوظيفة الاجتماعية والسياسية (الضغط والتأثير)، حيث أصبح الفضاء الرقمي منبرًا جماهيريًا حرًا يساهم في تشكيل الرأي العام وصياغة المواقف الجماعية، هذا ما يدعنا نستنتج أن هذه الحملات عبر الفاييسبوك تعكس نضجًا اتصاليًا ومواطنة رقمية ناشئة لدى الأفراد، تجعل من وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة فاعلة في التغيير السلمي والتأثير في السياسات العامة.

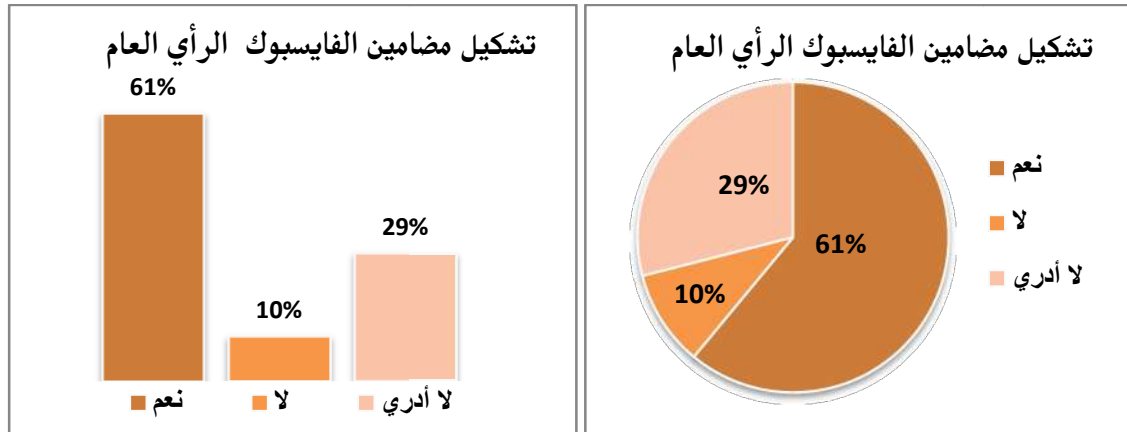
الجدول 37: تشكيل المضامين الفاييسبوكية الرأي العام

النسبة %	التكرار	تشكيل مضامين الفاييسبوك رأي عام
61 %	270	نعم
10 %	46	لا
29 %	128	لا أدري
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف البيانات الموضحة في الجدول أعلاه تباين ردود مفردات العينة بخصوص قدرة مضامين موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في تشكيل رأي عام لدى المستخدمين، حيث أكدت 270 مفردة من أصل 444 مستجوباً، أي ما يعادل نسبة 61%، أن موقع الفاييسبوك يساهم في تكوين رأي عام بخصوص موضوع من المواضيع المطروحة للنقاش والتفاعل، بينما لم ترجح 128 مفردة من إجمالي 444 مبحوثاً، موقفها من قدرة المنشورات الفاييسبوكية على تأليف رأي عام من عدمه، واختارت الإجابة بخيار "لا أدري" بنسبة بلغت حدود 29%، في حين، نفت نسبة 10% من مجمل المبحوثين، ما يقدر بـ 46 مفردة قدرة مضامين الفضاء الأزرق على تشكيل رأي عام إزاء قضية من القضايا المطروحة للنقاش.

الشكل 37: تشكيل المضامين الفايسبوكية الرأي العام



المصدر: الطالب

يمكن تفسير سبب إجماع غالبية مفردات عينة الدراسة عن المساهمة الفعالة لمضامين موقع الفايسبوك في تشكيل رأي عام لدى المستخدمين، نظراً للأهمية البالغة التي أضحت يحتلها هذا الفضاء لدى المتصفحين وكذا الدور الكبير الذي يلعبه في شتى مجالات الحياة اليومية للأفراد، تؤكد هذه النسبة المرتفعة (61%) أن هذه المنصة (الفايسبوك) لم تعد مجرد فضاء افتراضي للتواصل الاجتماعي، بل أصبح لاعباً رئيسياً في المشهد الإعلامي، يؤثر على اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم السياسية والاجتماعية وحتى الاقتصادية، يتجلى هذا التأثير جلياً من خلال آليات متعددة، أبرزها الانتشار السريع للمعلومات، وإمكانية التفاعل المباشر بين المستخدمين، إضافة إلى الدور الذي تلعبه خاصية الخوارزميات في توجيه المحتوى بناءً على الاهتمامات المختلفة للمستخدمين، كما يوفر الفايسبوك بيئة خصبة لنشر الأخبار العاجلة، والدعاية السياسية، والتعبئة الجماهيرية، مما يجعله أداة فعالة في تشكيل الوعي الجمعي، سواء بشكل إيجابي أو سلبي، ضف الى ذلك، تمكنت العديد من القضايا المنشورة عبر الفايسبوك من أن تصبح قضية رأي عام بمجرد نشرها عبر هذه المنصة الالكترونية وتسليط الضوء عليها، فتسهم هذه الأخيرة في تنمية الوعي لدى المتصفحين، خصوصاً مع هامش الحرية المعتبر الذي يتمتع به المستخدم في التطرق لأي موضوع دون ضغوط أو اكراهات، بالإضافة الى "تنامي دور الفرد في التأثير على الرأي العام من خلال وسائل ومنصات التواصل الاجتماعي المختلفة، التي أصبح من خلالها الفرد

يعلب دوراً مهماً في نقل الأخبار وصناعتها وتحريرها¹، في حين، هناك من يرى أن مضامين "فايسبوك" لا تشكل بالضرورة رأياً عاماً لدى المستخدمين، وهي نسبة ضئيلة تعكس قناعة لدى هؤلاء بأن التأثير الحقيقي لا يزال بيد المؤسسات الإعلامية التقليدية مثل الصحافة والتلفزيون، أو أن لديهم وعياً نقدياً يجنبهم التأثير بالمضامين الرقمية بسهولة، خاصة أن بعض المنشورات الفاييسبوكية تفتقد إلى إبراز مصادر دقيقة للمعلومات، هذا ما يدعها تحمل دائماً شكوكاً في دقة محتوياتها، وأيضاً أنها توظف كمنصات دعائية خاصة في الحملات الانتخابية وتحمل مضامين مضللة للفرد، لذا تبقى قدرة منصة "فايسبوك" في تشكيل رأي عام لدى المتصفحين محل رغبة وشكوك تحوم حولها، بينما مثلت الفئة التي أجابت بـ "لا أدري" والتي تمثل 29%، في تعبر عن حالة من التردد أو عدم الوعي الكامل بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي، قد يرتبط ذلك بعدة عوامل، منها نقص الثقافة الرقمية، أو الاعتماد على مصادر متعددة للحصول على المعلومات، مما يجعل من الصعب تحديد التأثير المباشر للفايسبوك، كما يمكن أن يعكس هذا التردد في عدم الثقة في مصداقية المحتوى المنشور، خاصة في ظل انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة عبر المنصة الرقمية، بسبب الوعي الذي يتمتع به المتصفح،

وعليه، عند تحليل هذه النتائج بشكل أعمق، يمكننا القول إن التأثير الذي يمارسه فضاء الفيسبوك على الرأي العام ليس تأثيراً موحداً أو مباشراً للجميع، بل يختلف بناءً على عدة متغيرات، مثل مستوى الوعي الإعلامي، والخلفية الثقافية، وطبيعة الاستخدام الفردي للمنصة، فالأشخاص الأكثر تعرضاً للمحتوى السياسي والاجتماعي، والذين يتفاعلون بانتظام مع القضايا المطروحة، يكونون أكثر عرضة للتأثر بمضامين الفيسبوك، مقارنة بأولئك الذين يستهلكون المحتوى بشكل سطحي أو محدود، كما أن تأثير موقع الفاييسبوك يتعزز خلال الأزمات السياسية والانتخابات، حيث يصبح منصة رئيسية للنقاشات والتعبئة الجماهيرية.

¹ - أشرف العيسوي: وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرات متنامية وأدوار شائكة في العالم العربي، رابط المقال: <https://urls.fr/ff-Vtz> ، تاريخ التصفح:

22:10، 2023/06/12، ساعة التصفح:

إجمالاً، تعكس هذه البيانات تحوّل الفيسبوك إلى فضاء عام بديل، يساهم في تكوين الاتجاهات والآراء، وهو ما يستدعي التركيز على تعزيز الثقافة الإعلامية الرقمية، وتمكين المستخدمين من مهارات التفكير النقدي لمواجهة التلاعب الإعلامي، وضمان استفادتهم من هذا الفضاء الرقمي بطريقة واعية وفعالة.

المحور الخامس: تأثير المنشورات الفيسبوك على المشاركة السياسية للمبحوثين

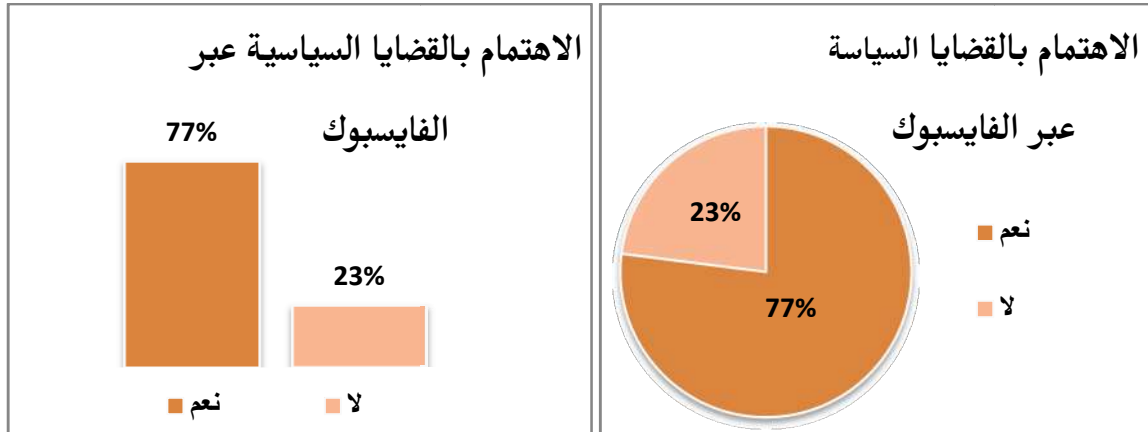
الجدول 38: الاهتمام بالقضايا السياسية المنشورة عبر الفيسبوك

المجموع	الجنس		الاهتمام بالقضايا السياسية عبر الفيسبوك	
	أنثى	ذكر	النسبة %	التكرار
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
77 %	340	78 %	217	74 %
23 %	104	22 %	60	26 %
100 %	444	100 %	277	100 %

المصدر: الطالب

تظهر البيانات الموضحة في الجدول أعلاه اهتمام غالبية مفردات العينة بمتابعة القضايا السياسية المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، حيث كشفت 340 مفردة من مجموع 444 مستجوباً أنها تهتم بهذا النوع من المواضيع، ما مثل نسبة قدرت بـ 77%، مع تسجيل تقارب كبير بين نسبتي الجنسين التي ظهرت بـ 78% لدى الإناث مقابل 74% لدى الذكور، بينما نفت 104 مفردة من أصل 444 مبحوثاً أي ما يعادل 23% ميلها لمتابعة المسائل السياسية عبر منصة الموقع الأزرق، مع تقارب نسبتي الجنسين، حيث عبّر الذكور عن ذلك بـ 26% مقابل 22% من قبل جنس الإناث.

الشكل 38: الاهتمام بالقضايا السياسية المنشورة عبر الفايسبوك



المصدر: الطالب

يعود سبب إقرار أغلب مفردات الدراسة اهتمامها بالقضايا السياسية المتداولة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" الى اعتبار هذا الأخير أهم مصدر للمعلومة السياسية لدى المستخدم، خصوصا مع التحفظ المبالغ فيه من قبل المؤسسات الإعلامية التقليدية في مناقشة المواضيع ذات الصلة بالشأن السياسي في البلد، بسبب حساسيتها من جهة، وضرورة عدم الخروج عن السياسية التحريرية المدددة للمؤسسات الإعلامية من جهة أخرى، هذا ما دفع المتصفحين للتوجه الى المنصات الافتراضية للتفاعل مع هذا النوع من القضايا، علاوة عن ذلك، تمنح هذه المواقع إمكانية إبداء وجهات النظر فيها بحرية ومشاركتها مع الآخرين دون رقابة سلطوية أو توجس لتابعاتها، ولعل ما خلفته هذه الفضاءات الالكترونية من أثر بالغ لدى المستخدمين سواء في ما يطلق عليه بالربيع العربي أو حتى الدور الذي لعبته المنشورات المتداولة عبر شبكات التواصل في الحراك الشعبي بالجزائر، بينما يمكن تبرير سبب نفي 23% من مفردات الدراسة اهتمامها بالمواضيع السياسية فيعود بالدرجة الأولى الى القناعات الشخصية للمتصفحين، فيمكن ارجاع سبب عدم انخراط هذه الشريحة في النقاش السياسي عبر هذه المنصة لعدة عوامل منها: التشبع بالمحتوى السياسي وتكرار الخطابات الجدلية، التي قد تؤدي إلى الإحباط أو النفور من المشاركة، أو فقدان الثقة بالمصادر السياسية على الفايسبوك، بسبب انتشار الأخبار المضللة والدعاية، كما قد يرتبط هذا العزوف بعدم الاهتمام بالسياسة بشكل عام، أو بانشغال الأفراد

بمواضيع أخرى أكثر ارتباطاً بحياتهم اليومية، فالعزوف مقترن بالظروف الصعبة التي مرت بها العملية السياسية وما أفرزته الصراعات والاحتقانات الحزبية، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على حرية التعبير، علاوة على ذلك، قد يكون للعوامل العمرية والتعليمية والميول الأيديولوجية دور في تحديد مدى اهتمام الأفراد بالقضايا السياسية عبر الفايسبوك، ومنه نستنتج أن دافع الاهتمام بالقضايا السياسية المنشورة عبر فايسبوك مرده الى الحرية التي يكفلها هذا الفضاء للمستخدم وكذا أنه المنصة التي تتيح له التعبير عن مواقفه ووجهات نظره دون تخوف من أي جهة، وهو ما يستدعي دراسات أعمق حول طبيعة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام وتشكيل الوعي السياسي.

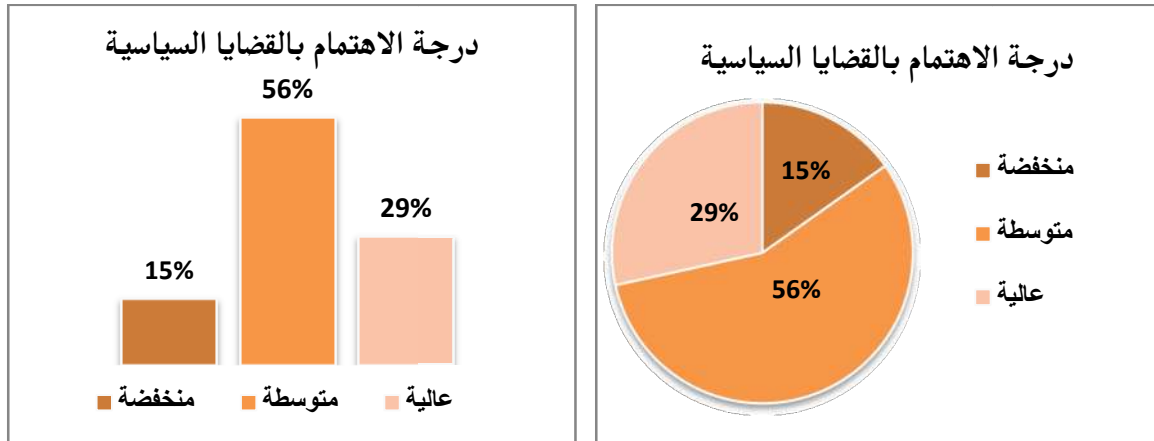
الجدول 39: درجة الاهتمام مفردات العينة بالقضايا السياسية

النسبة %	الترار	درجة الاهتمام بالقضايا السياسية
15 %	51	منخفضة
56 %	190	متوسطة
29 %	99	عالية
100 %	340	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه تباين درجة اهتمام المستجوبين بالقضايا السياسية المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، حيث أكد 190 ردًا من إجمالي 340 إجابة أن درجة اهتمامهم بكل ما يمت بالصلة الى الشأن السياسي المتداول عبر هذا الفضاء الالكتروني متوسطة، ما مثل نسبته 56%، في حين أشارت 99 إجابة أن درجة اهتمامها بالمضامين السياسية عبر الموقع الأزرق عالية، ما ترجمته نسبة ب 29% من إجمالي ردود المبحوثين، بينما ترى 51 مفردة أن درجة اهتمامها بالوسائل السياسية منخفضة، وتجسد ذلك ب 15% من العينة المدروسة.

الشكل 39: درجة الاهتمام مفردات العينة بالقضايا السياسية



المصدر: الطالب

يعود سبب إقرار غالبية مفردات الدراسة والتي تجاوزت نسبة 56% أن درجة اهتمامها بالقضايا السياسية متوسطة، إلا أنهم لا يتابعون الشأن السياسي بعمق مستمر، فيرجع إلى نضج ووعي المتصفح والفرد الجزائري بشكل عام بالشأن السياسي المحلي الذي يعيش فيه أو حتى الدولي الذي يحيط به مقارنة ببعض الشعوب العربية أو غير عربية منها، هذا الوعي غير حديث ولا جديد عنه، بل له جذور تعود إلى طبيعة تشكيل الفرد الجزائري وما مر عبره من حقبة زمنية وتحررية منذ القدم، لذا يظهر أن المتصفح لديه اهتماماً بالمسائل السياسية وما يدور حوله من أحداث ونقاشات، وغير حبيس بما تقدمه له الوسائل الإعلامية خاصة الحكومية منها من أخبار سياسية، هذه التراكبات شكلت لديه وعياً ومسؤولية وثقافة سياسية، في حين، نجد ضمن مفردات العينة من درجة اهتمامه بالمسائل السياسية منخفضة، حيث لا يولون أهمية كبرى للسياسية، فيمكن إرجاع السبب إلى السن بالدرجة الأولى، حيث أن أغلب مفردات العينة (85%) ما دون سن الـ 40، وكذا التغير الذي طرأ على هذا الجيل الحالي، الذي تبدلت ميولاته وتنوعت مجالات اهتماماته، فلم يعد للشأن السياسي تأثيراً في حياتهم اليومية.

هناك العديد من العوامل التي يمكن أن تفسر تباين مستويات الاهتمام بالقضايا السياسية، أهمها:

■ تتأثر درجة الاهتمام بالقضايا السياسية بنوعية المعلومات التي يتلقاها الأفراد من وسائل الإعلام المختلفة، خاصة في ظل الانتشار الواسع للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت ثمة إمكانية متابعة الأحداث السياسية بأكثر سهولة، لكن كثرتها وتعدد وجهات النظر، قد يؤديان إلى تشبع الجمهور، ما يجعل البعض منهم يكتفي بمتابعة سطحية دون التعمق في القضايا المطروحة إلكترونياً.

■ يرتبط الاهتمام بالقضايا السياسية بمستوى التعليم، فالأفراد ذوو التعليم العالي يميلون إلى الانخراط بشكل أكبر في القضايا السياسية نتيجة فهمهم المتقدم للمواضيع وتأثيرها على المجتمع.

■ يمكن أن يؤثر الوضع الاقتصادي للأفراد على اهتمامهم بالسياسة، حيث أن الأفراد الذين يعانون من مشكلات اقتصادية قد يكون تركيزهم الأساسي منصباً على قضايا معيشية مباشرة، مما قد يحد من اهتمامهم بالشأن السياسي، على النقيض من ذلك، فإن الفئات المستقرة اقتصادياً قد يكون لديها مجالاً أوسعاً لمتابعة الشأن العام والمشاركة في النقاشات السياسية.

■ يمكن أن يكون مستوى اهتمام الأفراد بالقضايا السياسية مرتبطاً بمدى ثقتهم بالمؤسسات السياسية، ففي المجتمعات التي تسود فيها حالة من عدم الثقة بالحكومة أو الأحزاب السياسية، قد يؤدي ذلك إلى عزوف بعض الأفراد عن متابعة السياسة، إما بسبب الإحباط أو بسبب شعورهم بعدم قدرتهم على التأثير في صنع القرار.

توضح هذه النتائج المشار إليها أن هناك غالبية ذات اهتمام متوسط بالقضايا السياسية، ما قد يشير إلى استعداد فئة كبيرة للمشاركة السياسية إذا توافرت الظروف المناسبة، مثل بيئة سياسية شفافة، وإعلام مستقل، وقوانين تتيح حرية التعبير.

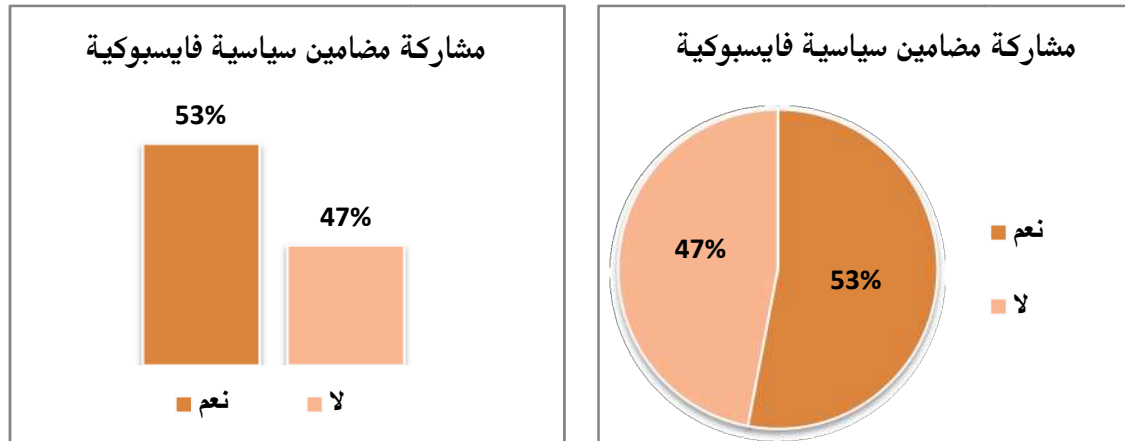
الجدول 40: مشاركة مضامين سياسية فإيسبوكية

المجموع	المستوى التعليمي								مشاركة مضامين	
	متوسط أو أقل		ثانوي		جامعي		ما بعد التدرج		سياسية	فإيسبوكية
	ت	ن-%	ت	ن-%	ت	ن-%	ت	ن-%		
نعم	02	40%	12	44%	121	44%	102	73%	237	53%
لا	03	60%	15	56%	151	56%	38	27%	207	47%
المجموع	05	100%	27	100%	272	100%	140	100%	444	100%

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه، مدى مشاركة مفردات العينة لمضامين سياسية عبر حساباتهم الفإيسبوكية من عدمه، حيث أكدت 237 مفردة من إجمالي 444 مستجوباً، أنها تشارك منشورات ذات طابع سياسي بنسبة قاربت 53%، وظهر ذلك بدرجة عالية لدى الطور ما بعد التدرج بنسبة قدرت بـ 73%، متبوعاً بالمستويين الجامعي والثانوي الذين بلغا حدود 44%، بينما جاء الطور المتوسط أو قبل بنسبة منخفضة لم تتجاوز نسبة 40%، في حين، نفى 207 مبحوثاً مشاركتهم لمضامين سياسية عبر منصات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة بلغت 47%، وتصدر الطور المتوسط أو أقل ذلك بنسبة قدرت بـ 60%، تلاه الطورين الجامعي والثانوي بـ 56%، بينما جاء مستوى ما بعد التدرج بنسبة منخفضة لم تتعد نسبة 27%.

الشكل 40: مشاركة مضامين سياسية فإيسبوكية



المصدر: الطالب

يمكن تبرير سبب تقارب النسب المسجلة في مشاركة مفردات العينة مضامين سياسية عبر حساباتهم الفاييسبوكية من عدمه، والتي ظهرت بـ 53% و 47% على التوالي، فيعود بالدرجة الأولى إلى ارتباط وثيق بين المستوى التعليمي للأفراد ومشاركتهم المضامين السياسية عبر منصة فيسبوك، حيث أقرت المفردات ذات المستوى "ما بعد التدرج" أن هذا الفضاء يتيح للمتصفح التعبير عن آرائه ومواقفه ازاء المسائل والقضايا السياسية بحرية تامة، دون توجس أو تخوف من تابعات وانعكاسات تفاعلهم مع هذا النوع من المواضيع، بالإضافة يسمح هذا الموقع التواصل للمتصفح باستخدام بيانات مستعارة، هذا ما يمنح له أريحية أكثر في مناقشة القضية السياسية المتداولة، فهامش الحرية التي تضمنها منصة "فإيسبوك" للمستخدمين لا يوفرها فضاء بديل، لذا أجمعت 53% من مفردات العينة مشاركتها مضامين سياسية عبر حساباتها الفاييسبوكية، من خلال هذا الطرح، يمكن أن نفهم الدور الذي يلعبه التعليم في تعزيز الوعي السياسي والفكري لدى الأفراد، فكلما ارتفع مستوى التعليم، زادت قدرة الأفراد على استيعاب وتحليل الأحداث السياسية، وفهم السياقات الاجتماعية والاقتصادية المحيطة بها، هذا يجعلهم أكثر ميلاً للانخراط في النقاشات السياسية عبر منصات التواصل الاجتماعي سواء من خلال مشاركة الأخبار أو التعبير عن آرائهم حول قضايا سياسية معينة، أو التفاعل مع المحتويات السياسية

المنشورة من قبل الآخرين، حيث يرتبط ارتفاع المستوى التعليمي غالباً بزيادة المهارات الرقمية والقدرة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكثر احترافية، فالأفراد الذين حصلوا على تعليم جامعي أو دراسات عليا يكونون أكثر دراية بآليات استخدام المنصات الرقمية، مما يجعلهم أكثر قدرة على استغلالها في التعبير عن آرائهم السياسية، سواء من خلال الكتابة أو مشاركة المحتوى السياسي أو التفاعل مع الأخبار السياسية.

في المقابل، نفت 47% من المستجوبين مشاركة أي منشور سياسي، حيث تميل غالباً الفئات الأقل تعليمياً إلى الاهتمام أكثر بالقضايا اليومية والمعيشية المباشرة، ما قد يقلل من درجة تفاعلهم مع المضامين السياسية عبر الإنترنت، خاصة إذا لم تكن لديهم ثقة في أن التعبير الرقمي يمكن أن يؤثر على الواقع السياسي في البلد.

من جهة أخرى، تلعب العوامل الثقافية والاجتماعية أيضاً دوراً مهماً في هذه العلاقة، حيث أن الأفراد ذوي المستويات التعليمية المرتفعة غالباً ما ينتمون إلى بيئات اجتماعية تقدر حرية التعبير والانخراط في الشأن العام، مما يعزز لديهم الرغبة في المشاركة السياسية عبر موقع الفيسبوك، بالمقابل، قد يكون لدى الفئات الأقل تعليمياً درجة أكبر من التحفظ أو عدم الاهتمام بالمشاركة السياسية عبر المنصات الرقمية، إما بسبب نقص الثقة في المؤسسات السياسية أو بسبب عدم اعتبارهم فيسبوك وسيلة فعالة للتغيير.

نستنتج مما سبق أن التعليم يلعب دوراً حاسماً في تشكيل السلوك السياسي الرقمي للأفراد، حيث تؤدي المستويات التعليمية المرتفعة إلى زيادة معدلات المشاركة السياسية عبر فيسبوك، بينما تنخفض هذه المشاركة لدى الفئات الأقل تعليمياً، ويمكن تفسير ذلك من خلال مجموعة من العوامل، مثل الوعي السياسي، المهارات التكنولوجية، اختلاف أنماط الاهتمام السياسي، والتأثيرات الثقافية والاجتماعية، تعكس هذه النتائج أهمية تعزيز الوعي السياسي لدى مختلف الفئات التعليمية، وضرورة تطوير استراتيجيات تشجع مشاركة جميع الفئات في القضايا السياسية عبر المنصات الرقمية، لضمان تمثيل أوسع للأصوات المختلفة في الفضاء الرقمي.

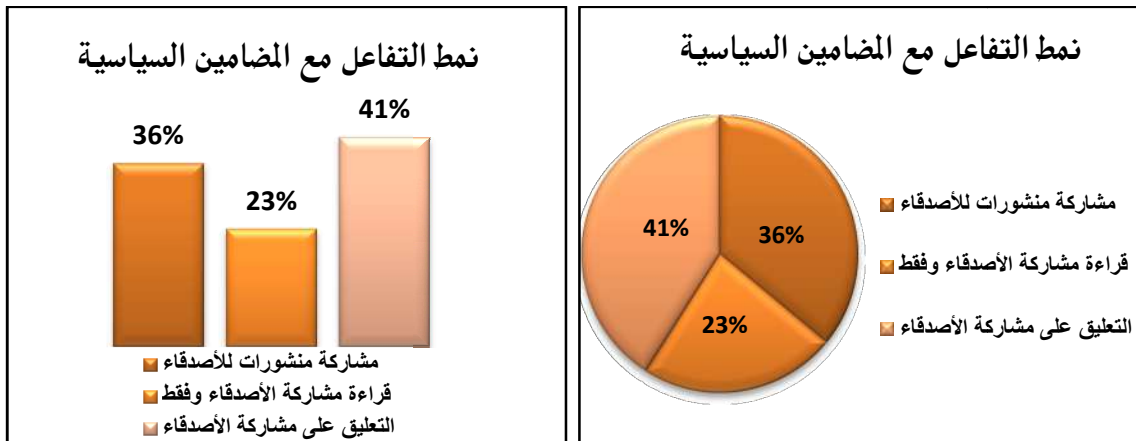
الجدول 41: نمط تفاعل مفردات الدراسة مع المضامين السياسية الفيسبوكية

النسبة %	التكرار	مشاركة مضامين سياسية
36 %	85	مشاركة منشورات للأصدقاء
23 %	55	قراءة مشاركة الأصدقاء فقط
41 %	97	التعليق على مشاركة الأصدقاء
100 %	237	المجموع

المصدر: الطالب

تبين بيانات الجدول أعلاه نمط تفاعل مفردات العينة مع المضامين السياسية المتداولة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، حيث أكد 97 ردًا من إجمالي 237 إجابة أنهم يعلقون على المنشورات الفيسبوكية ذات الطابع السياسي التي يضعها الأصدقاء عبر حساباتهم، وظهر ذلك بنسبة قدرت بـ 41%، في حين أقرت 85 إجابة أنها تشارك المنشورات السياسية مع الأصدقاء، هذا ما ترجمته نسبة 36%، بينما تكتفي 55 مفردة من أصل 237 مستجوبًا بقراءة المنشور السياسي فقط، ما مثل نسبة قاربت 23%.

الشكل 41: نمط تفاعل مفردات الدراسة مع المضامين السياسية الفيسبوكية



المصدر: الطالب

يعود سبب تفضيل 41% من مفردات الدراسة التعليق على مشاركة الأصدقاء لمضامين سياسية عبر حساب موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" الى اهتمام هذه الفئة وديناميكية تفاعلها مع المحتويات السياسية عبر هذه المنصة، مما يعكس مدى انخراطها في النقاشات الرقمية والتفاعل مع هذا النوع من المنشورات خصوصا مع غياب فضاءات سياسية تتيح للفرد مناقشة المسائل السياسية بحرية، فالتعليق، باعتباره فعلاً تفاعلياً، يشير إلى وجود حوار سياسي رقمي يتخذ أشكالاً متعددة، مثل إبداء الرأي، تأييد أو رفض الأفكار، أو حتى الجدل السياسي، فتمكن هذه المنصة الافتراضية المستخدم من إبداء وطرح وجهات نظر شخصية في المضمون المتداول مع ضمان هامش حرية للتعبير دون سلطة رقابية لا قبلية ولا بعدية، شريطة الالتزام بعدم التعدي على الخصوصية أو تسجيل تجاوزات من شأنها يتم التبليغ عن المنشور، هذا ما أكدته الباحثة "محمد رزين" في دراسته حينما أشار: "تتيح مواقع التواصل إمكانية الانفلات من الرقابة الاجتماعية والسياسية، وتعزز هذه الوسائط الحديثة على وجه الخصوص في الإنسان جانبه الذاتي التحرري"، الاتصال السياسي على شبكات التواصل في الجزائر، في حين تفضل 36% مشاركة المضامين السياسية التي ينشرها الأصدقاء، بينما تكتفي 23% قراءة المنشورات السياسية للأصدقاء فقط دون التعليق عليها أو مشاركتها مع الآخرين، وهذا ما تتوافق مع ما أشارت إليه دراسة "الشايب 2014"، حينما أكد "أن عملية التفاعل الافتراضي بين المستخدمين نسبية، وتقتصر على قراءة المنشورات دون الإعجاب أو التعليق أو المشاركة، والتفاعلية ليست بالضرورة ظاهرة للعيان وملموسة، بل هي في الكثير من الأحيان تأتي مستترة"، بينما تمثل الفئة التي تكتفي بقراءة منشورات الأصدقاء شريحة من المستخدمين الذين يستهلكون المحتوى السياسي دون المشاركة فيه، ما قد يشير إلى تحفظهم إزاء التفاعل العلني أو عدم رغبتهم في الانخراط المباشر في النقاشات، ربما لأسباب تتعلق بالمخاوف الاجتماعية أو السياسية أو ضعف الاهتمام العام بالمحتوى السياسي.

عند تحليل هذه الأنماط السلوكية المعبر عنها لدى مفردات العينة المستجوبة في سياق أوسع، يمكن القول إن طبيعة التفاعل مع المحتوى السياسي عبر منصة فايسبوك تعكس مزيجاً من العوامل النفسية والاجتماعية والسياسية التي تؤثر على ممارسات الأفراد الرقمية، فالاختلاف في أنماط التفاعل قد يرتبط بالمستوى التعليمي، الوعي السياسي، الثقافة السياسية السائدة، ومدى إدراك الأفراد لتأثير مشاركتهم على صورتهم الرقمية، كما تلعب البيئة السياسية والإعلامية دوراً محورياً في تشكيل هذه الأنماط، حيث قد تؤدي الرقابة الاجتماعية أو المخاوف من التبعات السياسية إلى عزوف البعض عن التعبير المباشر عن آرائهم، مما يفسر ميل نسبة كبيرة نحو الاكتفاء بالتفاعل عبر التعليق أو إعادة النشر بدلا من إنشاء محتوى سياسي أصلي، علاوة على ذلك، فإن هذه النتائج تسلط الضوء على دور المنصات الرقمية في إعادة تشكيل المشهد السياسي، حيث لم يعد استهلاك المحتوى السياسي يقتصر على وسائل الإعلام التقليدية، بل أصبح فايسبوك فضاء عاماً للنقاش السياسي، تتداخل فيه الدوافع الشخصية، التأثير الجماعي، والقيود الاجتماعية والسياسية، مما يخلق بيئة معقدة للتفاعل الرقمي مع الشأن العام.

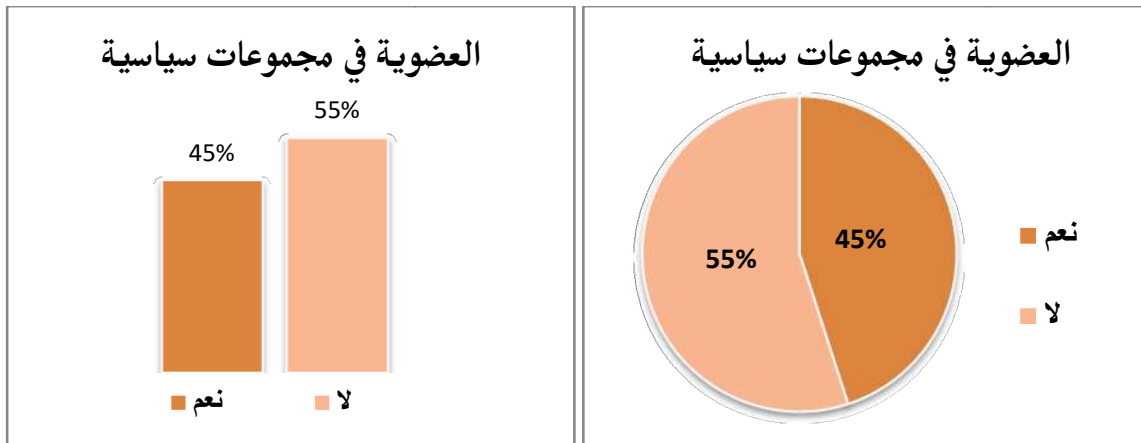
الجدول 42: العضوية في مجموعات سياسية

المجموع	الجنس				العضوية في مجموعات سياسية
	ذكر		أنثى		
التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
102	51 %	96	40 %	198	45 %
99	49 %	147	60 %	246	55 %
201	100 %	243	100 %	444	100 %

المصدر: الطالب

تظهر بيانات الجدول أعلاه نفي أغلب مفردات الدراسة انخراطها ضمن مجموعات فايسبوكية ذات اهتمام طابع سياسي، حيث كشفت 246 مفردة من مجموع 444 مستجوباً، عدم عضويتها في المجموعات السياسية الافتراضية، ما مثل نسبة 55%، مع تسجيل تفوق ملحوظ للإناث اللاتي ظهرن بنسبة قدرت بـ 60% مقابل 49% لدى الذكور، بينما أكدت 198 مفردة أي ما يعادل نسبة 45% عضويتها ضمن مجموعات سياسية عبر منصة فايسبوك، حيث عبّر عن ذلك الذكور بنسبة 51% مقابل 40% لدى جنس الإناث.

الشكل 42: العضوية في مجموعات سياسية



المصدر: الطالب

يمكن تفسير سبب إقرار أغلب مفردات العينة المستجوبة عدم عضويتها ضمن مجموعات سياسية الكترونية بعينها، الى أن الحافز الأساسي والدافع الذي يجذب المتصفح الى انخراط الأفراد بالدرجة الأولى في المجموعات الافتراضية هو تبادل وجهات النظر حول عديد المسائل الراهنة، هذا ما أشار إليه الباحث "بيوسف"، حينما أكد أن الحوار وتبادل الآراء هو الدافع الرئيس لانضمام الأفراد في فضاءات الكترونية سياسية، صف إلى درجة الإحباط التي يعاني منها المتصفح جراء عدم الوفاء بوعود السياسيين، هذا ما يخلق لديه انعداماً للثقة وكذا أن صوته ورأيه لا يهم تقديمه ولن يؤثر في العملية السياسية مادام أن كل الأمور محسومة مسبقاً خاصة في دول

العالم الثالث، أين يكون هناك مرشح للسلطة فاز بالمقعد قبل انطلاق العملية الانتخابية برمتها، كما لا يمكن إهمال عنصر أساسي هو التوجس من المتابعات الالكترونية والتخوف من العواقب التي يمكن أن نتجم عن تقديم رأي ووجهة نظر سياسية مخالفة لجهة بعينها كمتابعات قضائية أو تأثيرات على الحياة المهنية للمتصفح، هذه العوامل وأخرى تدفع بالمتصفح لتجنب الدخول في فضاءات الكترونية سياسية.

تطرح ظاهرة العزوف عن النشاط السياسي الملاحظ في الواقع تساؤلات عديدة، قد يعود سبب هذا العزوف إلى فقدان الثقة في فعالية العمل السياسي ضمن المجموعات، أو إلى شعور الأفراد بعدم جدوى الانضمام بسبب ضعف تأثير هذه المجموعات في صنع القرار، كما يمكن تفسير ذلك بتأثير البيئة السياسية العامة، حيث قد تؤدي عوامل مثل البيروقراطية، وغياب الشفافية، وهيمنة النخب السياسية إلى تقليل الدافعية للمشاركة، ومن جهة أخرى، فإن هذا العزوف يطرح استفسارات حول دور المؤسسات التعليمية والمجتمع المدني في تعزيز الثقافة السياسية وتحفيز الأفراد، وخاصة النساء، على الانخراط في العمل السياسي، مما يستدعي جهوداً أكبر لنشر الوعي السياسي وتوفير بيئة أكثر شمولية لدعم المشاركة المتساوية بين الجنسين، بالرغم أن الذكور أكثر انخراطاً في هذه المجموعات السياسية، حيث بلغت نسبة مشاركتهم 51٪ مقارنة بـ 40٪ للإناث، هذا التفاوت قد يكون ناتجاً عن عدة عوامل، أبرزها الأدوار التقليدية التي تُخصص للرجال مساحة أوسع للمشاركة في الشأن العام، بينما تواجه النساء تحديات اجتماعية تحول دون مشاركتهن الفعالة، مثل القيود العائلية، وضعف التمكين السياسي، وغياب الحوافز الكافية لتشجيع النساء على الانضمام إلى هذه المجموعات، كما لا يمكن إغفال عامل الوعي السياسي ودور في هذه الفجوة، حيث قد يشعر الذكور بقدر أكبر على التأثير في المجال السياسي، في حين قد تعتقد بعض النساء أن دورهن في هذا المجال محدود بسبب المعايير المجتمعية السائدة.

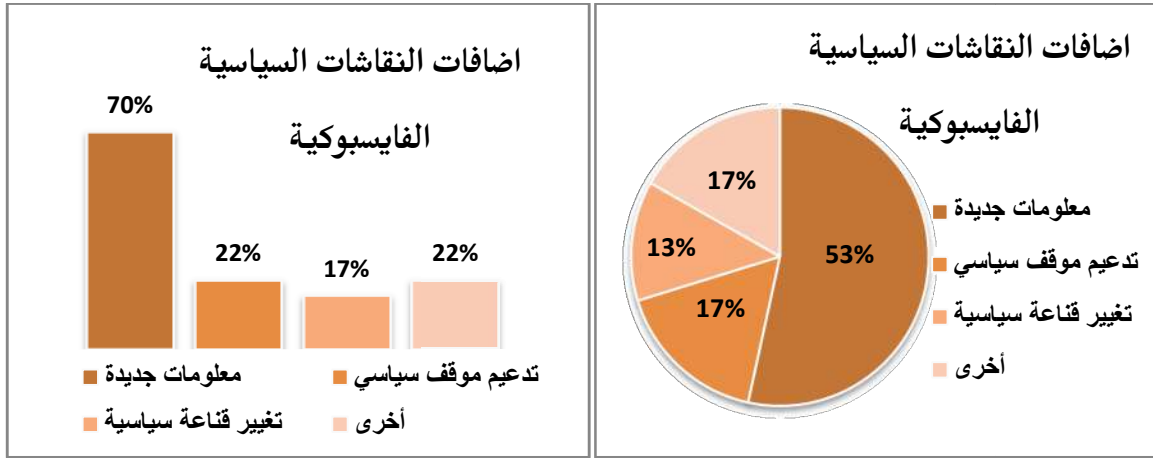
الجدول 43: الإضافات التي قدمتها النقاشات السياسية الفيسبوكية

النسبة %	التكرار	الإضافات النقاشات السياسية الفيسبوكية
55 %	311	معلومات جديدة
17 %	97	تدعيم موقف سياسي
14 %	76	تغيير قناعة سياسية
14 %	76	إضافات أخرى
100 %	560	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه، عن الأثر البالغ للنقاشات السياسية عبر منصة الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي وتوجيه السلوكيات الفكرية لدى المستخدمين، حيث أقرت أغلب مفردات العينة المستجوبة أن هذه النقاشات السياسية عبر الفضاء الرقمي لـ "فيسبوك" من شأنها تقديم معلومات جديدة كان يجهلها المستخدمون، وذلك عبر 311 إجابة من إجمالي 560 ردًا أي بنسبة قدرت بـ 55%، في حين، يرى 97 مبحوثًا أن التفاعلات السياسية عبر منصات "فيسبوك" تدعم الموقف السياسي للمشاركين، وذلك بنسبة بلغت 17%، بينما أشارت 14% ما يعادل 76 إجابة أن النقاشات عبر الفضاء الأزرق من شأنها تغيير قناعات سياسية لدى المستجوبين، بينما أدرجت 76 مفردة إجابتها ضمن خيارات أخرى.

الشكل 43: الإضافات التي قدمتها النقاشات السياسية الفيسبوكية



المصدر: الطالب

يمكن تفسير سبب إقرار أغلب مفردات العينة المستجوبة أن هذه النقاشات أضافت لهم معلومات جديدة، الى أن المنصة ليست فقط وسيلة للتواصل فحسب، بل أصبحت مصدراً ديناميكياً لاكتساب المعرفة السياسية، هذا من شأنه أن يوضح دور فيسبوك في كسر احتكار المؤسسات الإعلامية التقليدية لنقل الأخبار والمعلومات السياسية، حيث أصبح الأفراد قادرين للوصول إلى تحليلات وآراء متنوعة، قد لا تكون متاحة عبر القنوات الرسمية، ومع ذلك، فإن نوعية هذه المعلومات ومدى دقتها تظل موضع تساؤل، حيث يمكن أن تسهم في تعزيز الوعي السياسي أو أنها على النقيض من ذلك يمكن لها المساهمة في نشر التضليل والتوجيه الدعائي، يعكس هذا التوجه تحولاً جذرياً في البيئة الإعلامية، حيث لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي للمعلومات، بل بات جزءاً فاعلاً في إنتاجها وتداولها، مما يزيد من تعقيد المشهد الإعلامي والسياسي، بينما يعود سبب اقرار 17% أن النقاشات السياسية دعمت مواقفهم السياسية، هو قدرة وسائل التواصل الاجتماعي من تعزيز الانحياز التأكيدي، وهو مؤشر أن الأفراد يستهلكون المحتوى الذي يتوافق مع آرائهم المسبقة، مما يرسخ الاستقطاب بدلاً من تعزيز الحوار البناء، فحين أظهرت النتائج أن 14% من العينة غيروا قناعاتهم السياسية، مما يشير إلى أن هذه النقاشات قد تؤدي أحياناً إلى تحول في المواقف، سواء بسبب قوة الحجج المعروضة أو التفاعل مع مصادر جديدة

للمعلومات. ومع ذلك، فإن النسبة ذاتها (14%) أشارت إلى وجود "إضافات أخرى"، مما قد يعكس تأثيرات غير مباشرة مثل زيادة الاهتمام بالشأن السياسي، توسيع الأفق الفكري، أو حتى تعزيز الوعي النقدي تجاه الأخبار السياسية المتداولة.

يشير هذا التنوع في التأثيرات إلى أن منصات التواصل الاجتماعي ليست مجرد ساحة للنقاشات العشوائية، بل هي بيئة ديناميكية تتشكل فيها الاتجاهات السياسية، وتتفاعل فيها العوامل المعرفية والانفعالية، مما يجعلها أداة مزدوجة التأثير بين تعزيز الوعي وترسيخ الانقسامات السياسية.

الجدول 44: مساهمة المضامين الفايسبوكية في تشكيل وعي سياسي لدى الجزائريين

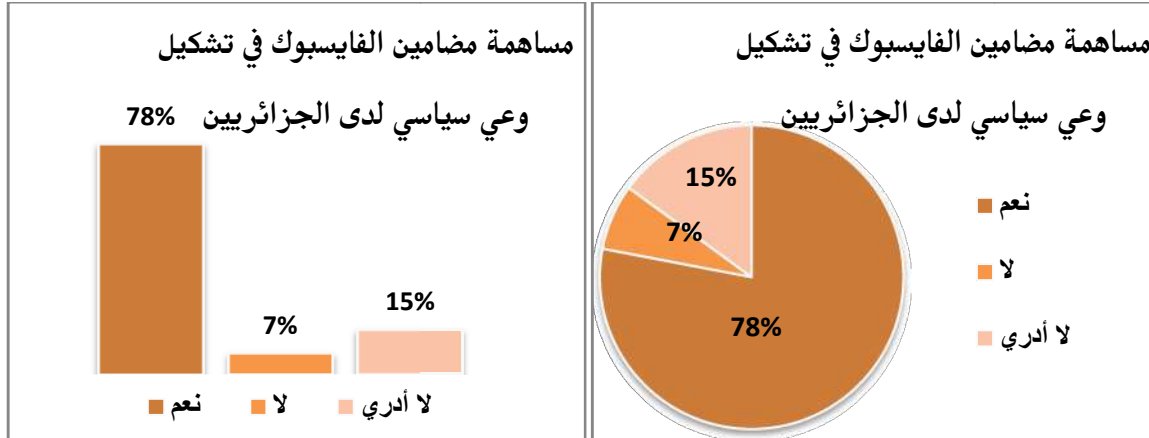
النسبة %	التكرار	مساهمة المضامين الفايسبوكية في تشكيل وعي سياسي لدى الجزائريين
78 %	349	نعم
07 %	30	لا
15 %	65	لا أدري
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه، إقرار غالبية المبحوثين أن مضامين موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" تساهم في تشكيل وعي سياسي لدى الجزائريين، حيث ظهر ذلك بـ 349 مفردة من مجموع 444 مستجوباً، ما نسبته 78 % من إجمالي أفراد العينة، في حين، نفتت 30 مفردة أي دور لمنشورات الموقع الأزرق في التوعية السياسية للجزائريين، وذلك بنسبة قدرت بـ 07%، من جانبها، امتنعت 65 مفردة من أصل 444 مبحوثاً

ترجيح قدرة المضامين الفايسبوكية تشكيل وعي سياسي لدى الجزائريين من عدمه، واكتفت بخيار "لا أدري" بنسبة تعادل 15% من إجمالي مفردات العينة المستجوبة.

الجدول 44: مساهمة المضامين الفايسبوكية في تشكيل وعي سياسي لدى الجزائريين



المصدر: الطالب

تعكس البيانات الموضحة في الجدول تأثير المضامين الفايسبوكية في تشكيل الوعي السياسي لدى الجزائريين، حيث أقر 78% من المستجوبين بهذا التأثير، مما يشير إلى الدور المحوري الذي أصبحت تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في المشهد السياسي، يشير هذا الرقم المرتفع إلى أن منصة فايسبوك لم تعد مجرد منصة ترفيهية أو اجتماعية، بل أصبحت فضاءً ديناميكياً لصياغة المواقف السياسية، ونشر المعلومات، وتعزيز النقاشات حول القضايا العامة. ويعكس ذلك التحول العميق في طرق الحصول على المعلومات السياسية، حيث أصبح الأفراد يعتمدون على المحتوى الرقمي بدلاً من وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والتلفزيون. كما يمكن تفسير هذه النسبة المرتفعة بزيادة مشاركة الشباب في النقاشات السياسية عبر المنصات الرقمية، إذ توفر لهم بيئة تفاعلية تسمح بتبادل وجهات النظر وتحدي الخطابات الرسمية، مما يؤدي إلى تشكل وعي سياسي متنامٍ يعتمد على مصادر متعددة للمعلومات وليس فقط على الروايات الرسمية أو الإعلام الحكومي.

في المقابل، يعد وجود 07% من المستجوبين الذين ينكرون تأثير المضامين الفايسبوكية على الوعي السياسي قد يُعزى إلى عدة عوامل، منها تشككهم في مصداقية المحتوى الرقمي، أو عدم تعرضهم لنوعية المحتوى السياسي بشكل كافٍ، أو حتى عدم اهتمامهم بالمجال السياسي ككل. بينما تعكس الفئة التي اختارت خيار "لا أدري" بنسبة 15% وجود التباس معرفي لدى بعض الأفراد بشأن مدى تأثير هذه المضامين على قراراتهم السياسية أو رؤيتهم للقضايا العامة، وهو ما قد يكون نتيجة لتضارب المعلومات أو ضعف قدرتهم على تقييم تأثير وسائل الإعلام الرقمي على سلوكهم السياسي. كما يمكن أن تعبر هذه النسبة عن تأثير الثقافة السياسية السائدة، حيث يفضل البعض عدم الانخراط في النقاشات السياسية أو يواجهون صعوبة في تكوين رأي واضح بشأن دور الإعلام الرقمي في توجيه الرأي العام. هذه النتائج تطرح تساؤلات جوهرية حول نوعية المحتوى السياسي المتداول على فايسبوك، ومدى قدرته على تقديم رؤى موضوعية وعميقة تعزز وعياً سياسياً ناضجاً، بدلاً من مجرد نقل الأخبار أو توجيه النقاشات نحو أجندات معينة.

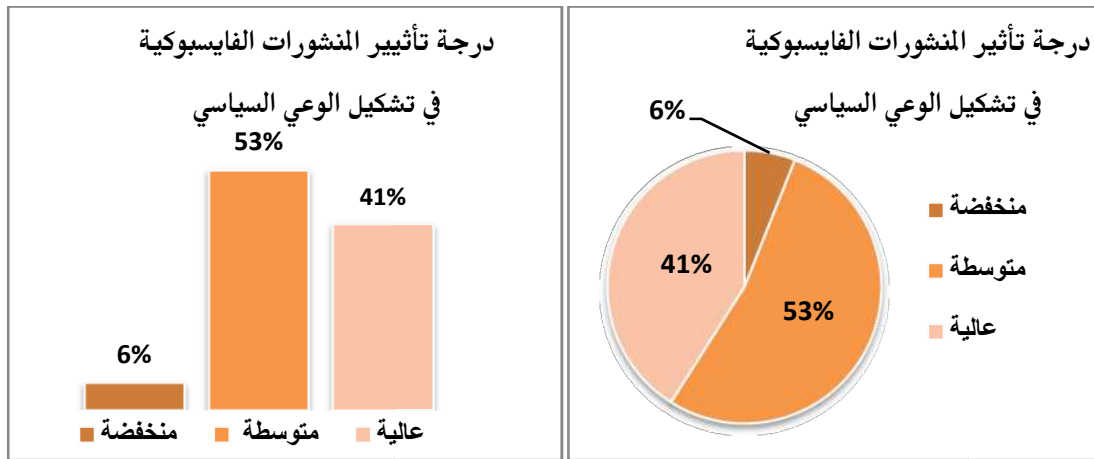
الجدول 45: درجة تأثير المنشورات الفايسبوكية في تشكيل الوعي السياسي

النسبة	التكرار	درجة تأثير المنشورات الفايسبوكية في تشكيل وعي سياسي لدى الجزائريين
06 %	21	منخفضة
53 %	184	متوسطة
41 %	144	عالية
100 %	349	المجموع

المصدر: الطالب

يكشف الجدول أعلاه، درجة تأثير المنشورات الفايسبوكية في تشكيل وعي سياسي لدى أفراد العينة، حيث أقرت 184 مفردة من إجمالي 349 مبحوثاً، أن المضامين الفايسبوكية تساهم بدرجة متوسطة في تكوين وعي سياسي للأفراد، هذا ما مثل نسبة 53%، في حين أكد 144 مبحوث أي ما يعادل 41% أنه درجة تأثير منصة فايسبوك على الوعي السياسي للجزائريين عالي، بينما ترى 21 مفردة من إجمالي 349 إجابة أن منشورات الموقع الأزرق تؤثر على الفرد لكنه تأثير منخفض، حيث بلغت النسبة حدود 16% من عينة الدراسة.

الشكل 45: درجة تأثير المنشورات الفايسبوكية في تشكيل الوعي السياسي



المصدر: الطالب

تشير النتائج الموضحة في الجدول أعلاه إلى أن منصة الفايسبوك أصبحت فاعلاً أساسياً في تشكيل الوعي السياسي لدى الجزائريين، حيث يرى 94% من المستجوبين أن له تأثيراً يتراوح بين المتوسط والعالي، تعكس هذه النتيجة تحول فضاء الفايسبوك من مجرد منصة تواصل اجتماعي إلى فضاء ديناميكي لصياغة الأفكار السياسية وصناعة الرأي العام، ويمكن تفسير ذلك من خلال عدة عوامل، أبرزها: الانفتاح الكبير على المعلومات، وغياب الرقابة الصارمة مقارنة بالإعلام التقليدي، مما يتيح تداول الأخبار والتحليلات السياسية بسرعة وانتشار واسع، إضافة إلى ذلك، فإن طبيعة الفايسبوك التفاعلية تمكّن الأفراد من المشاركة في النقاشات السياسية، مما يعزز من قدرتهم على تطوير مواقف وآراء سياسية مبنية على النقاش

الجماعي والتجربة التشاركية، كما يرتبط التأثير الكبير للمنشورات بانتشار صحافة المواطن، حيث أصبح المستخدمون أنفسهم منتجون للمحتوى السياسي، سواء عبر نشر آرائهم أو مشاركة الأخبار والتقارير، ما يعزز تنوع المصادر المعلوماتية ويسهم في إعادة تشكيل المفاهيم السياسية.

من جهة أخرى، يمكن النظر إلى هذه النتائج في سياق التحولات الاجتماعية والسياسية التي تشهدها الجزائر، حيث أصبح الفيسبوك ملاذًا لمختلف الفئات المجتمعية، التي تسعى لفهم القضايا الوطنية والتعبير عن تطلعاتها، ارتفاع نسبة الذين يعتبرون تأثير الفيسبوك "عاليًا" (41%) قد يشير إلى أن المحتوى الرقمي السياسي لا يؤثر فقط على المعرفة السياسية للأفراد، بل يمتد ليشكل سلوكهم الانتخابي، واتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية، وحتى تصوراتهم حول الحركات الاجتماعية والاحتجاجات، بينما تعكس الفئة التي ترى أن تأثير الفيسبوك "متوسط" (53%) وعيًا بوجود تأثير، لكنه قد يكون مقيدًا بعوامل أخرى مثل التوجهات الأيديولوجية المسبقة أو القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمضللة، في المقابل، يمكن تفسير ظهور فئة تقدر بـ 6% التي ترى أن التأثير "منخفض" قد تعود إلى عدة أسباب، منها: ضعف الاعتماد على الفيسبوك كمصدر رئيسي للأخبار السياسية أو الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية الأكثر احترافية في تقديم المحتوى السياسي.

تعكس هذه النتائج في مجملها التحولات العميقة في بنية الوعي السياسي في الجزائر، حيث لم يعد تشكيل الرأي العام حكرًا على وسائل الإعلام التقليدية، بل أصبح فضاء الفيسبوك ساحة أساسية لإعادة إنتاج الخطاب السياسي، مما يستدعي دراسات أعمق لفهم مدى تأثيره على الاستقرار السياسي والمشاركة الديمقراطية في البلاد.

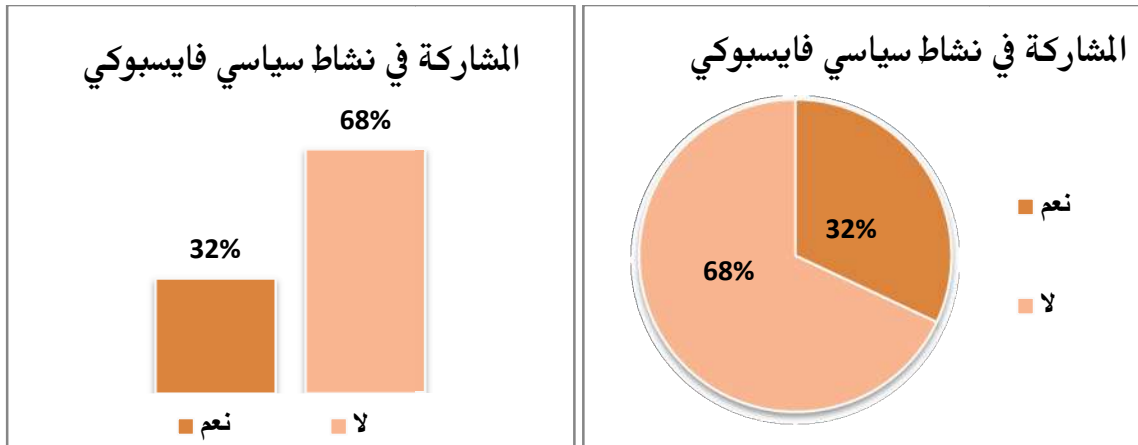
الجدول 46: مشاركة مفردات العينة في نشاط سياسي فايسبوكي

المجموع		الجنس				المشاركة في نشاط سياسي فايسبوكي
		ذكر		أنثى		
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
32 %	142	23 %	57	42 %	85	نعم
68 %	302	77 %	186	58 %	116	لا
100 %	444	100 %	243	100 %	201	المجموع

المصدر: الطالب

تظهر البيانات الموضحة في الجدول أعلاه، عدم مشاركة غالبية مفردات عينة الدراسة في أي نشاط سياسي دعت إليه أطراف عبر صفحات فايسبوكية، حيث نفت ذلك 302 مفردة من مجموع 444 مستجوباً ما مثل نسبة 68%، مع تسجيل تفوق ملحوظ لعدد مشاركة جنس الإناث اللاتي ظهرن بـ 77% مقابل 58% لدى الذكور، بينما أكدت 142 مفردة أي ما يعادل 32% استجابتها للمشاركة في نشاطات سياسية مقترح عبر منصة موقع الفاييبوك، حيث عبر عن ذلك الذكور بـ 42% مقابل 23% من قبل جنس الإناث.

الجدول 46: مشاركة مفردات العينة في نشاط سياسي فايسبوكي



المصدر: الطالب

تعكس البيانات الموضحة في الجدول أعلاه تبايناً جوهرياً في مستويات المشاركة السياسية عبر منصة الفايسبوك بين الجنسين، حيث يُظهر الذكور في عينة الدراسة نسبة مشاركة أعلى قدرت بـ (42%) مقارنةً بجنس الإناث اللاتي لم يتجاوزن نسبة (23%)، يشير هذا التفاوت إلى أن الرجال أكثر ميلاً لاستخدام المنصات الرقمية كأدوات للتفاعل السياسي، سواء من خلال التعبير عن الآراء، مشاركة الأخبار، أو الانخراط في النقاشات العامة بخصوص مختلف القضايا المطروحة عبر الفضاء الرقمي، في المقابل، تكشف نسبة الامتناع عن المشاركة لدى النساء والتي بلغت (77%) عن درجة تحفظ واضحة لدى هذه الفئة، قد تكون ناتجة عن عوامل ثقافية واجتماعية محضة، مثل المخاوف من التبعات السلبية لإبداء الرأي السياسي، أو ضعف التشجيع على التفاعل في الفضاء العام، كما تلعب البيئة الرقمية نفسها دوراً في تعزيز هذا العزوف، حيث تواجه النساء تحديات مثل التعرض للتنمر الإلكتروني، أو التخوف من التسييس السلبي لهويتهن الاجتماعية. ومن زاوية أخرى، يمكن أن تكون هذه النسب انعكاساً لمستويات الوعي السياسي التقليدي في المجتمع، حيث يظل الرجال أكثر انخراطاً في المجال العام مقارنةً بالنساء، نظراً للأدوار النمطية التي تعززها البنية المجتمعية.

على مستوى أعمق، يمكن تحليل هذه الفجوة في إطار تحولات أوسع في المشهد الإعلامي والسياسي، فالفضاء الرقمي، رغم كونه بيئة تتيح حرية التعبير، إلا أنه لا يزال يحمل امتدادات للواقع الاجتماعي التقليدي، حيث تتحكم فيه أنماط النفوذ والجنسانية التي تؤثر على سلوك الأفراد داخله، ارتفاع نسبة العزوف عن المشاركة (68% من العينة ككل) يشير إلى أن هناك درجة من الحذر أو اللامبالاة السياسية بين مستخدمي منصة الفايسبوك، وهو ما قد يرتبط بعوامل مثل فقدان الثقة في الفاعلين السياسيين، أو القلق من الرقابة والمتابعة الإلكترونية، أو حتى الاعتقاد بعدم جدوى المشاركة في النقاشات السياسية عبر المنصات الرقمية. كما يمكن النظر إلى هذه النتائج في سياق طبيعة المحتوى السياسي على وسائل التواصل الاجتماعي، والذي قد يكون متطرفاً أو مشحوناً عاطفياً، مما يؤدي إلى نفور فئة كبيرة من المستخدمين، خاصة النساء، من الخوض في هذا المجال.

بناءً على ذلك، فإن هذه الأرقام لا تعكس فقط سلوك الاستخدام الرقمي لدى المتصفحين، بل تشير أيضاً إلى تفاعلات أعمق بين الثقافة السياسية السائدة، والتحول التكنولوجية، وأدوار الأفراد داخل المجتمع.

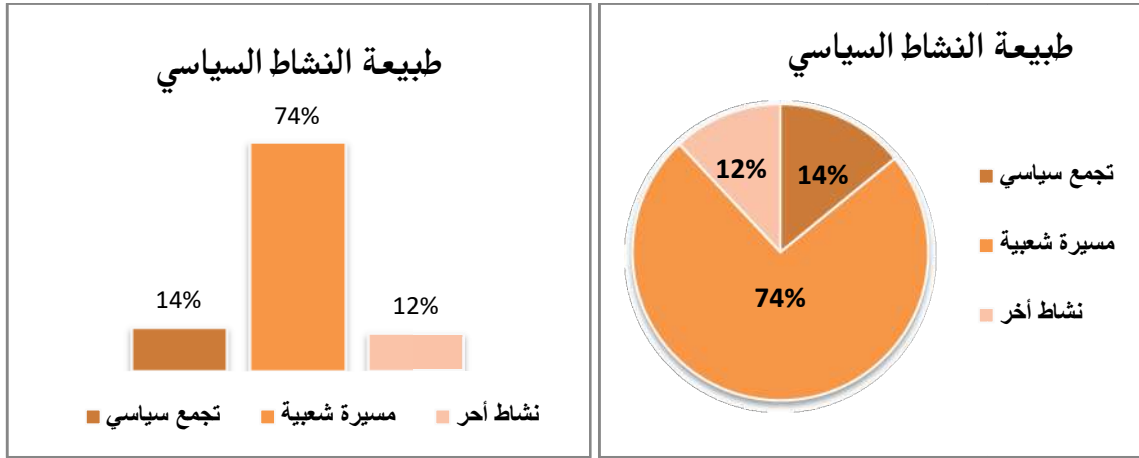
الجدول 47: طبيعة النشاط السياسي المشارك فيه:

طبيعة النشاط السياسي	التكرار	النسبة %
تجمع سياسي	20	14 %
مسيرة شعبية	105	74 %
نشاط آخر	17	12 %
المجموع	142	100 %

المصدر: الطالب

يكشف الجدول الموضح أعلاه، طبيعة النشاط السياسي الذي شارك فيه أفراد العينة، حيث أكدت 105 إجابة من إجمالي 142 رد مشاركتها في مسيرة شعبية دعت إليه صفحات فايسبوكية، ما مثل نسبة قدرت بـ 74%، في حين أشار 20 مبحوثاً أي ما يعادل نسبة 14% أنه حضر تجمعاً سياسياً عثر عليه عبر منصة الفايسبوك، بينما اختارت 17 مفردة نشاطاً آخر بنسبة قدرت بـ 12%.

الشكل 47: طبيعة النشاط السياسي المشارك فيه



المصدر: الطالب

يبين الجدول الموضح أعلاه طبيعة النشاط السياسي الذي تشارك فيه مفردات الدراسة، حيث يتصدر "المشاركة في المسيرات الشعبية" بنسبة 74%، مما يعكس ميلاً واضحاً نحو هذا الشكل من التعبير السياسي، يمكن تفسير هذا الاتجاه بعدة عوامل، أبرزها أن المسيرات غالباً ما تُنظر إليها كأداة تعبيرية قوية للضغط السياسي والتأثير على صانعي القرار في البلد، خاصة في المجتمعات التي تشهد حراكاً سياسياً أو اجتماعياً مكثفاً. كما أن طبيعة المسيرات الشعبية، التي تعتمد على الحشد الجماهيري والانخراط الجماعي، تجعلها أكثر جاذبية للأفراد، حيث توفر لهم إحساساً بالانتماء والقوة الجماعية في مواجهة التحديات السياسية. علاوة على ذلك، فإن ضعف القنوات الرسمية للمشاركة السياسية، مثل الأحزاب والجمعيات السياسية، قد يدفع الأفراد إلى اللجوء إلى أساليب أكثر ديناميكية، مثل المسيرات، التي تتيح لهم التعبير الفوري عن آرائهم والمطالبة بالتغيير دون الحاجة إلى التزامات تنظيمية طويلة الأمد. في المقابل، نجد أن "التجمعات السياسية"، التي تمثل اللقاءات المنظمة داخل إطار الأحزاب أو الفاعلين السياسيين، قد سجلت نسبة منخفضة نسبياً، لم تتجاوز نسبة 14%، قد يكون هذا العزوف مرتبطاً بعدة عوامل، مثل فقدان الثقة في الأحزاب السياسية التقليدية،

أو ضعف التأطير السياسي، أو حتى الإحساس بعدم جدوى هذه التجمعات في تحقيق نتائج ملموسة. بينما لم تتعد "الأنشطة الأخرى" نسبة 12% لدى مفردات العينة، والتي تشمل غالباً أشكالاً أكثر حداثة من المشاركة السياسية، مثل الحملات التوعوية، والمشاركة عبر المنصات الرقمية، والنشاط الحقوقي المستقل، تعكس هذه الفئة، رغم صغر حجمها، تطوراً في مفهوم المشاركة السياسية، حيث بدأ الأفراد في تبني استراتيجيات جديدة خارج الإطار التقليدي. بناءً على هذه المعطيات، يمكن القول أن المشهد السياسي في الجزائر بدأ يشهد تحولاً نحو أساليب أكثر مرونة وتفاعلاً، مما يستدعي دراسة أعمق لكيفية تعزيز القنوات المؤسسية للمشاركة السياسية في البلد، وضمان توازن بين الأشكال المختلفة من العمل السياسي لضمان تأثير أكثر استدامة.

الجدول 48: دور الفايسبوك في إخراج المواطنين للشارع رفضاً للعهد الخامسة

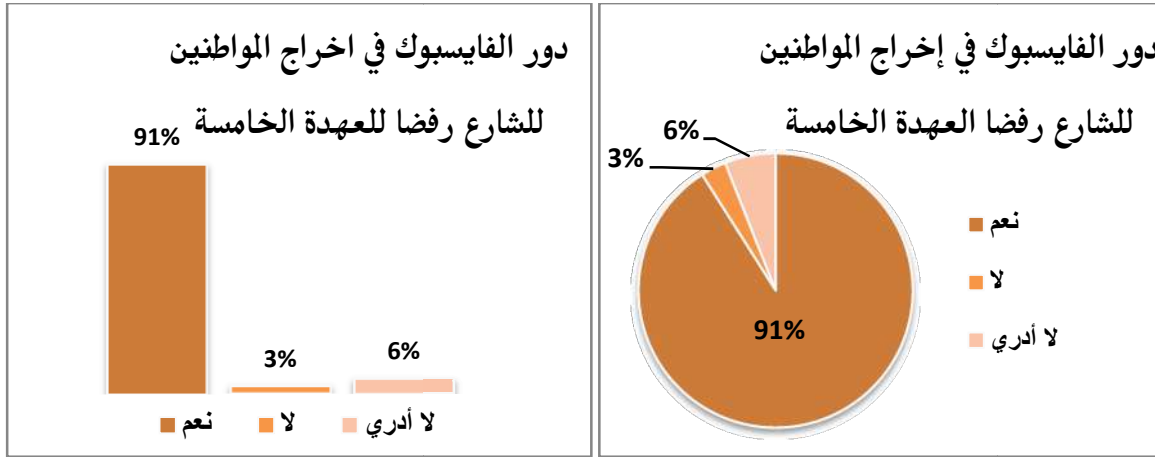
النسبة %	التكرار	دور الفايسبوك في إخراج المواطنين للشارع رفضاً للعهد الخامسة
91 %	405	نعم
03 %	14	لا
06 %	25	لا أدري
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه، إقرار أغلب أفراد العينة أن موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" دوراً أساسياً في إخراج المواطنين للشارع رفضاً للعهد الخامسة للرئيس المخلوع عبد العزيز بوتفليقة"، حيث ظهرت بـ 405 مفردة من إجمالي 444 مستجوباً، أي بنسبة قدرت بـ 91%، في حين، نفت 14 مفردة أن تكون منصات التواصل الاجتماعي هي

من أخرج الشعب لإسقاط مشروع العهدة الخامسة، وذلك بنسبة بلغت 03%، بينما امتنعت 25 مفردة من إجمالي 444 مبحوث عن ترجيع فرضية أن موقع الفايسبوك هو من أخرج الجزائريين للشارع من عدمه، حيث اختارت خيار "لا أدري" وبذلك بنسبة 06%.

الشكل 48: دور الفايسبوك في إخراج المواطنين للشارع رفضا للعهدة الخامسة



المصدر: الطالب

تعكس النتائج الموضحة في الجدول أعلاه الدور المحوري الذي لعبه فضاء الفايسبوك في تعبئة المواطنين ضد تمرير العهدة الخامسة للرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة، حيث أكد 91% من مفردات العينة المستجوبة أن هذه المنصة كانت دافعاً رئيسياً لنزولهم إلى الشارع ورفض العهدة الخامسة للرئيس الجزائري السابق، تدل هذه النسبة المرتفعة على أن منصة الفايسبوك لم تكن مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات، بل تحولت إلى فضاء ديناميكي للحشد الجماهيري، حيث ساهمت خاصياته التفاعلية – مثل: البث المباشر، والمجموعات المغلقة، والهاشتاغات الموحدة – في خلق حالة من الوعي السياسي المشترك بين المتصفحين، وقد أدى ذلك إلى تعزيز الشعور بالقدرة على التأثير الجماعي، مما زاد من ثقة الأفراد في جدوى التظاهر كأداة للتغيير السلمي في البلد.

يعكس هذا الأمر ضعف تأثير الوسائل الإعلامية التقليدية، مثل الإعلام الرسمي والأحزاب السياسية، في أداء دورها التعبوي، ما دفع المتصفحين الإلكترونيين للاعتماد على منصة الفايسبوك كبديل أكثر انفتاحاً وسرعة في نقل الأحداث وبناء السرديات الاحتجاجية.

في المقابل، فإن نفث نسبة 03% من مفردات العينة المستجوبة أي دور الفايسبوك في نزول الجزائريين الى الشارع ورفضهم للعهد، في حين اختارت نسبة 06% خيار "لا أدري"، تعكس هذه النسب تبايناً في مستويات الوعي الرقمي والسياسي بين الأفراد. قد يكون البعض ضمن هذه الفئة قد تأثروا بالمناخ العام للاحتجاجات دون متابعة مباشرة لمنصة الفايسبوك، أو أنهم يميلون إلى التقليل من تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في قراراتهم السياسية لأسباب ثقافية أو شخصية. من ناحية أخرى، يمكن تفسير هذه النسب المنخفضة بوجود شريحة من المواطنين الذين يعتمدون على قنوات أخرى مثل اللقاءات المباشرة، أو الإعلام التقليدي، أو التجارب المعيشية المباشرة في تحديد مواقفهم السياسية، ورغم ضآلة هذه الفئة مقارنة بالأغلبية، إلا أن وجودها يطرح تساؤلات حول مدى شمولية تأثير الفايسبوك، وما إذا كان هذا التأثير يختلف بناءً على الفئات العمرية، أو الخلفيات الاجتماعية والاقتصادية، وهو ما يستدعي مزيداً من الدراسات لفهم ديناميكيات التفاعل بين المواطن الجزائري والمنصات الرقمية في السياقات السياسية.

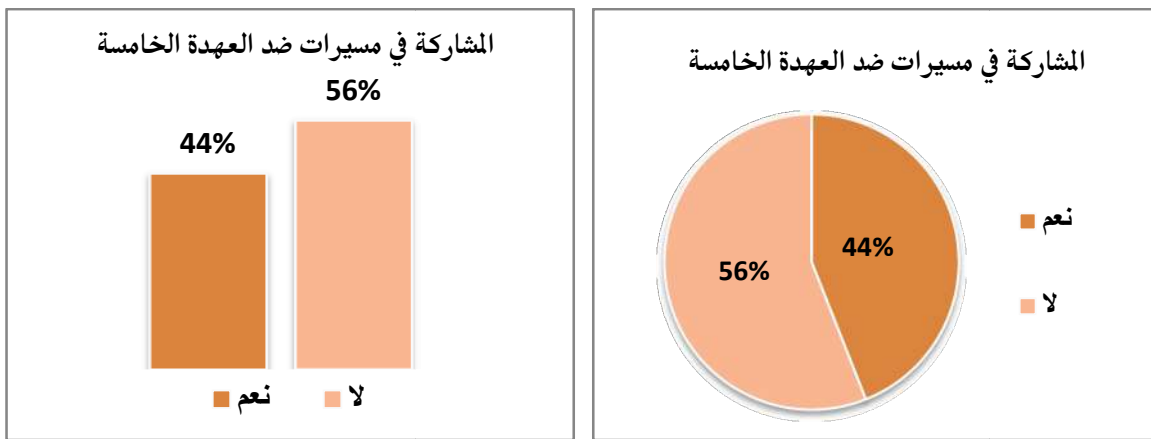
الجدول 49: المشاركة في مسيرات ضد العهد الخامسة

المجموع	الجنس		المشاركة في مسيرات ضد العهد الخامسة	
	أنثى	ذكر	نعم	لا
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
44 %	196	33 %	81	57 %
56 %	248	67 %	162	43 %
100 %	444	100 %	243	100 %

المصدر: الطالب

تظهر بيانات الجدول أعلاه، مدى مشاركة مفردات عينة الدراسة في المسيرات الشعبية التي دعت إليها منصة الفايسبوك، رفضا لترشح الرئيس المخلوع عبد العزيز بوتفليقة لعهدة خامسة، حيث نفت 248 مفردة من مجموع 444 مستجوباً مشاركتها في تلك المسيرات الشعبية، ما مثل نسبة قدرت بـ 56%، مع تسجيل تفوق ملحوظ لعدم خروج العنصر الأنثوي للشارع الذي ظهر بـ 67% مقابل 43% لدى جنس الذكور، بينما أكدت 196 مفردة أي ما يعادل 44% مشاركتها في المسيرات الحاشدة التي جابت جميع أقطار الوطن، حيث نزل العنصر الذكوري إلى الشارع بنسبة 57% مقابل 33% فقط لدى جنس الإناث.

الشكل 49: المشاركة في مسيرات ضد العهدة الخامسة



المصدر: الطالب

يمكن تفسير البيانات الموضحة في الشكل أعلاه، والتي بينت وجود فروق جوهرية في مستويات مشاركة مفردات العينة في المسيرات ضد العهدة الخامسة بين الجنسين، حيث تصدر الذكور في المشاركة بنسبة قدرت بـ 57% مقابل 33% فقط بالنسبة لجنس إناث، يعكس هذا التفاوت ليس فقط الاختلاف في الأدوار الاجتماعية بين الرجال والنساء، وإنما أيضاً تأثير العوامل الثقافية والسياسية التي قد تحد من حرية المرأة في الفضاء العام، فبالرغم من التطور الذي بلغه المجتمع الجزائري في عديد المجالات، إلا أنه لا يزال يتأثر بعوامل ثقافية واجتماعية تجعل مشاركة المرأة في التظاهرات والاحتجاجات أقل شيوعاً مقارنة بالرجال.

من ناحية أخرى، يمكن تفسير سبب ارتفاع نسبة مشاركة الذكور بعوامل عدة أهمها: شعورهم الأكبر بالمسؤولية السياسية، أو قناعتهم بقدرتهم على التأثير المباشر في صنع القرار في البلد، في حين، قد تواجه النساء قيوداً متعلقة بالأمان، الضغوط الأسرية أو حتى مخاوف من نظرة المجتمع لمشاركتهن في الحراك السياسي الذي عرفه البلد خلال سنة 2019. على المستوى الكلي، تعكس نسبة الامتناع عن المشاركة (56% من إجمالي العينة) تبايناً في المواقف الشعبية تجاه الحراك ضد العهدة الخامسة، فمن جهة، قد يكون هذا الامتناع ناتجاً عن مخاوف من التداعيات الأمنية أو عدم الثقة في جدوى الاحتجاجات، خصوصاً في ظل تجارب سابقة (سبق للبلد وأن عاشها خلال العشرية السوداء)، لم تؤدِ إلى تغييرات جذرية. ومن جهة أخرى، قد تعبّر هذه النتيجة عن وجود فئات اجتماعية غير مهيأة، أو تفضّل أشكالاً أخرى من التعبير السياسي بعيداً عن النزول إلى الشارع. كما أن السياق الزمني والسياسي للحراك، إلى جانب مستوى القناعة الفردية بضرورة التغيير، يلعبان دوراً في تحديد درجة الانخراط الشعبي. تفتح هذه الأرقام الموضحة أعلاه المجال لدراسات علمية أعمق لفهم العوامل النفسية، الاقتصادية، والسياسية التي تؤثر على المشاركة السياسية في الجزائر، مما يساعد على استيعاب أفضل لديناميكيات الحراك الشعبي بشكل أكثر شمولاً.

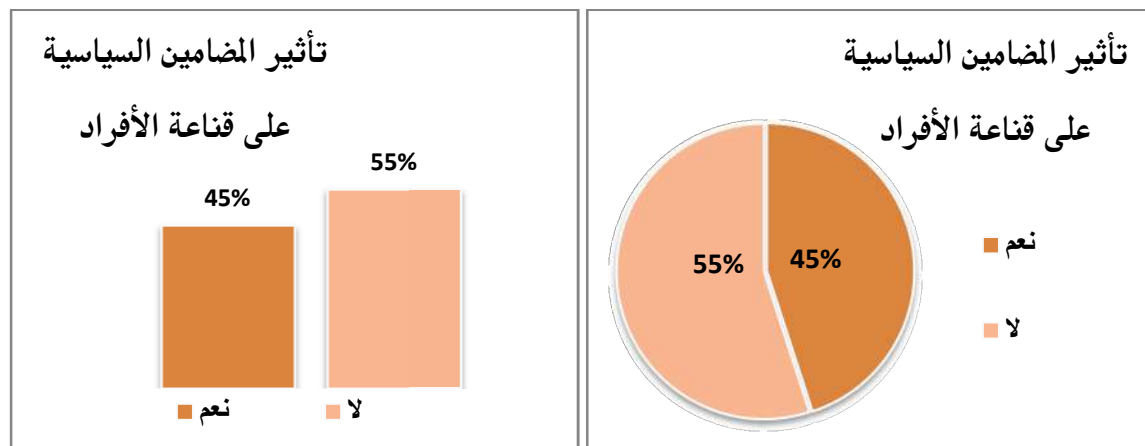
الجدول 50: تأثير المضامين السياسية على قناعة مفردات العينة

تأثير المضامين		المستوى التعليمي								المجموع	
السياسية على		متوسط أو أقل		ثانوي		جامعي		ما بعد التدرج			
قناعة الأفراد		ت	%_ن	ت	%_ن	ت	%_ن	ت	%_ن		
نعم		03	% 40	08	% 44	133	% 44	67	% 73	211	% 48
لا		02	% 60	19	% 56	139	% 56	73	% 27	233	% 52
المجموع		05	%100	27	%100	272	%100	140	%100	444	%100

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه، مدى تأثير المضامين السياسية على قناعة مفردات العينة، حيث نفت 233 مفردة من إجمالي 444 مستجوبًا، تأثير المنشورات السياسية على القناعة الشخصية للأفراد وذلك بنسبة قدرت بـ 52%، حيث تصدر هذا الرأي "الطور المتوسط أو أقل" بنسبة بلغت 60%، متبوعاً بـ "المستوى الثانوي والجامعي" بـ 56%، بينما جاء الطور "ما بعد التدرج" أقل نسبة، حيث لم يتجاوز 27%، في حين، أكد 211 مبحوثاً أن المضامين السياسية لمنصات التواصل الاجتماعي تؤثر على قناعة المتصفحين، وذلك بنسبة بلغت حدود 48%، حيث تصدر هذا الرأي "الطور ما بعد التدرج" بنسبة 73%، بينما تساوت النسبتين المسجلتين لدى "الطورين الجامعي والثانوي" بـ 44% لكل منهما، بينما لم يتعد المستوى التعليمي "المتوسط أو أقل" نسبة 40% من إجمالي مفردات العينة المستجوبة.

الشكل 50: تأثير المضامين السياسية على قناعة مفردات العينة



المصدر: الطالب

تعكس نتائج الجدول الموضحة أعلاه تأثير المضامين السياسية على قناعة الأفراد المستجوبين باختلاف مستوياتهم التعليمية، حيث تظهر علاقة طردية بين المستوى التعليمي ومدى التأثير بالمحتوى السياسي، فالأفراد الحاصلون على تعليم عالٍ، لا سيما في مرحلة ما بعد التدرج، يظهرون نسبة تأثر مرتفعة بلغت حدود الـ 73%، مقارنة بـ 44% فقط لدى ذوي التعليم الثانوي والجامعي، في حين لم تتعد نسبة الـ 40% لدى أصحاب التعليم المتوسط أو الأقل.

يمكن تفسير ذلك بأن الأفراد الأكثر تعليمًا لديهم قدرة أعلى على استيعاب وتحليل المضامين السياسية، نظرًا لتعرضهم لمصادر معلومات متنوعة ولتنمية مهارات التفكير النقدي والتحليلي خلال مسيرتهم الأكاديمية. كما أن التخصصات الجامعية، خاصة في مجالات العلوم السياسية والإعلام والاجتماع، تعزز لديهم الإدراك العميق للقضايا السياسية، مما يزيد من احتمال تفاعلهم مع المضامين السياسية وتأثرهم بها سواء إيجابًا أو سلبيًا.

على النقيض، يميل الأفراد الأقل تعليمًا إلى مقاومة التأثير السياسي أو ربما يكونون أقل تفاعلًا مع هذه المضامين، حيث بلغت نسبة غير المتأثرين 60% بين أصحاب التعليم المتوسط أو الأقل و56% في المستوى الثانوي، يعود هذا إلى عدة عوامل منها: قلة الاطلاع على المصادر السياسية العميقة، وضعف التكوين الأكاديمي في تحليل الخطاب السياسي، إضافةً إلى إمكانية اعتمادهم على مصادر معلومات غير رسمية، مثل الأحاديث الشفوية ووسائل الإعلام غير المتخصصة، مما يجعلهم أقل اندماجًا في القضايا السياسية، كما قد يكون للعوامل الاجتماعية والثقافية تأثير في تقليل اهتمامهم بالمحتوى السياسي مقارنة بالفئات الأعلى تعليمًا، حيث ترتبط المستويات التعليمية الأدنى غالبًا بأولويات حياتية واقتصادية تتجاوز الاهتمام بالشأن السياسي.

تعكس هذه النتائج أهمية التعليم في تشكيل الوعي السياسي للأفراد، وتعزز دور المؤسسات الأكاديمية ووسائل الإعلام في تقديم مضامين سياسية متوازنة تسهم في رفع مستوى الإدراك السياسي لدى جميع الفئات المجتمعية.

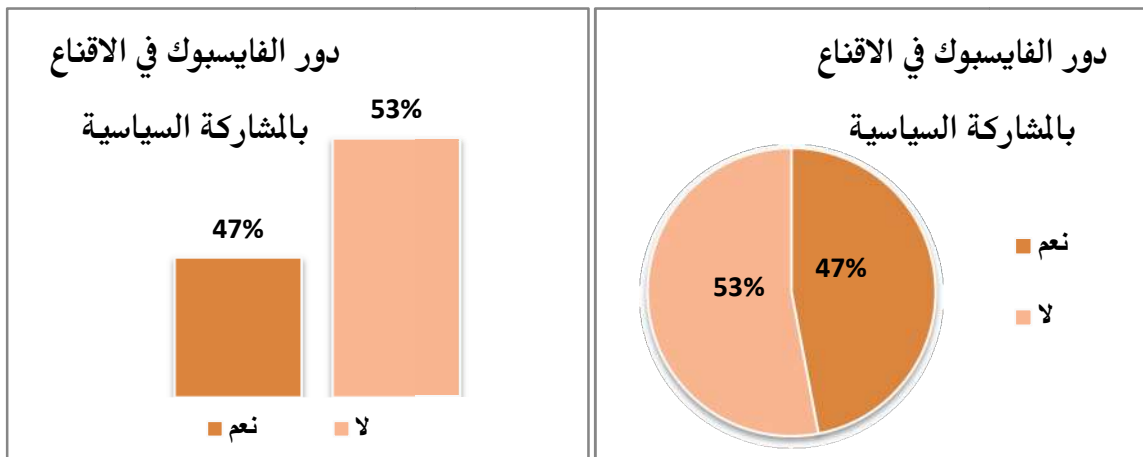
الجدول 51: دور الفايسبوك في الاقناع بالمشاركة السياسية

النسبة %	تكرار	دور الفايسبوك في الاقناع بالمشاركة السياسية
47 %	210	نعم
53 %	234	لا
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه، دور منصة الفايسبوك في إقناع المتصفحين بالمشاركة السياسية، حيث أظهرت النتائج عن نفي 234 مفردة من أصل 444 مستجوباً قدرة هذه المنصة الافتراضية في اقناع المستخدمين بضرورة المشاركة السياسية بنسبة عادت الـ 53 %، في المقابل، أكد 210 مستجوباً من إجمالي 444 مبحوثاً دور الفايسبوك في التأثير على المتصفحين لهذا الفضاء الالكتروني للمشاركة السياسية، ما مثل قرابة 47 % من عينة الدراسة.

الشكل 51: دور الفايسبوك في الاقناع بالمشاركة السياسية



المصدر: الطالب

تظهر النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نفي غالبية مفردات عينة الدراسة دور منصة الفيسبوك في التأثير واقناعهم بجدوى المشاركة السياسية، هذا ما يعكس حالة من ضعف الثقة في المحتوى السياسي الرقمي، فيعتبر المتصفحون أن ما ينشر عبر هذا الفضاء الافتراضي كثير ما يتسم بالمبالغة أو الطابع الدعائي الحزبي، فضلا عن الانتشار الملفت للأخبار الكاذبة والمغالطات عبر هذه المنصة، مما يقلل من قدرتها على إقناع المتصفحين لمحتوياتها، ضف الى ذلك، تعزز طبيعة النقاشات الفيسبوكية التي غالبا ما تتسم بالانفعال والجدل غير البناء والعدوانية، قناعة المستخدمين من عدم جدوى الفيسبوك كأداة للإقناع السياسي.

في المقابل، يرى 47% من مفردات العينة المستجوبة أن لمنصة الفيسبوك دوراً ملموساً في عملية الإقناع، خصوصا عند حدوث أزمات وأحداث وطنية مثل الحراك الشعبي أو غيرها، يتحول الفضاء الرقمي في مثل هذه السياقات الى مجال حيوي لتبادل الآراء والنقاشات وتوحيد المواقف، حيث تتراكم الرسائل وتشكل ضغوطاً جماعية تساعد الأفراد على الاقتناع بضرورة المشاركة السياسية، هذا يدل على أن تأثير الفيسبوك ليس ثابتا، بل يرتبط بالظروف والأحداث التي تمنح النقاشات الافتراضية وزنا أكبر.

وعليه، يمكن القول أن تقارب إجابات مستجوبي عينة الدراسة (53% مقابل 47%)، يكشف أن منصة الفيسبوك تؤدي أدوار جزئية مشروطة في عملية الإقناع السياسي لدى الجزائريين، فبينما يساهم في تحفيز الوعي والتعبئة خلال الأزمات، فإنه يبقى عاجزا عن إقناعهم بشكل مستمر في القضايا العادية الروتينية، هذا ما يعكس أن للبيئة الجزائرية خصوصية فريدة، تبقى فيها الأسرة والجماعات المرجعية والتجربة الواقية المعاشة، عوامل أكثر رسوخاً من الفضاء الرقمي في تحديد المواقف والتوجهات السياسية لدى الأفراد.

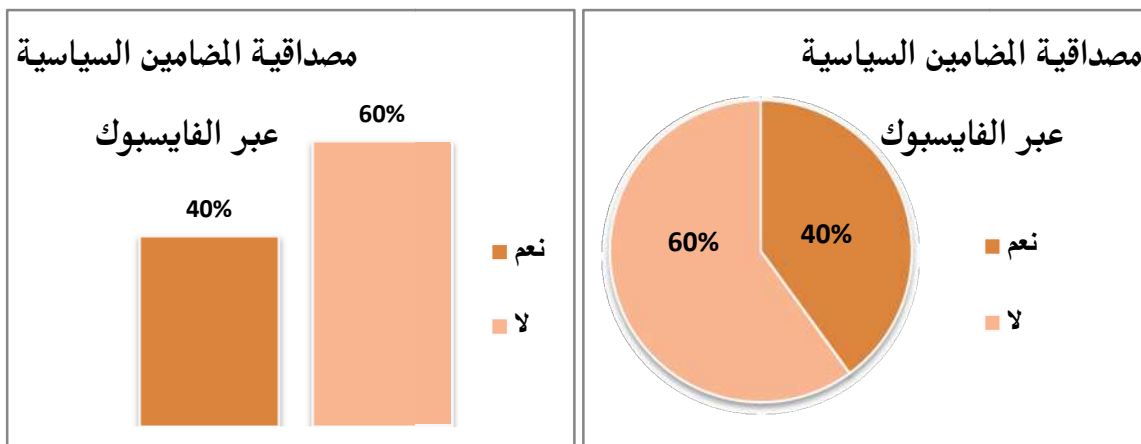
الجدول 52: مصداقية المضامين السياسية عبر الفايسبوك لدى مفردات العينة

النسبة %	التكرار	مصداقية المضامين السياسية عبر الفايسبوك
40 %	178	نعم أثق
60 %	266	لا أثق
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تبين المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه، إقرار أغلب مفردات العينة أنهم لا يثقون في مصداقية المضامين السياسية المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، حيث ظهر ذلك بـ 266 مفردة من إجمالي 444 مستجوباً، أي بنسبة قدرت بـ 60%، في حين، أكدت 178 مفردة مستجوبة أنها تثق في مصداقية المنشورات السياسية للموقع الأزرق بنسبة بلغت 40% من إجمالي المستجوبين.

الشكل 52: مصداقية المضامين السياسية عبر الفايسبوك لدى مفردات العينة



المصدر: الطالب

توضح بيانات الشكل أعلاه مدى مصداقية المضامين السياسية المنشورة عبر منصة "فايسبوك" لدى مفردات العينة المستجوبة، حيث نفت غالبية المبحوثين ثقتهم فيما يتم تداوله الكترونياً من منشورات سياسية، ويشككون في مصداقيتها، على خلفية أنها مضامين تفتقد لمصدر وثيق للمعلومة من قبل الجهة الناشرة لها، فيمكن كل الأفراد المسجلين ضمن هذا الفضاء النشر دون اشتراط تحديد هوية واضحة أو التحقق من رسمية الحساب من عدمه، ضف الى ذلك تنامي الأخبار الزائفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، لذا يتجه المتصفحون للتشكيك في مصداقية المنشورات السياسية المتداولة رقمياً، وعدم تقبلها دون التحقق منها عبر وسيطة إعلامية تقليدية، مدعمة بصورة وصوت وتعليق، هذا ما دعمه "أ.د نصر الدين بوزيان" في مقاله المنشور عبر مجلة أكاديميا للدراسات السياسية، الموسوم بـ: "الأخبار الكاذبة، الذباب الالكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية ومساعي المواجهة"¹، أنه بينت إحصائيات الانتخابات الأمريكية لسنة 2016 أن هناك أزيد من 115 كذبة مساندة للمترشح "دولند ترامب" تم مشاطرتها 30 مليون مرة، أي أن الذباب الالكتروني بإمكانه أن يصور واقعاً مغايراً للحقيقة، ويقنع به شريحة كبيرة من المتصفحين لمواقع التواصل الاجتماعي، كل هذه الأسباب والأخرى دفعت للتشكك غالبية مفردات الدراسة في مصداقية المنشورات السياسية المتداولة عبر المنصات الاجتماعية وعدم تقبلها من الوهلة الأولى الى غاية تأكيدها عبر وسيطة إعلامية تقليدية.

يعكس إقرار انعدام الثقة في المصداقية للمضامين السياسية المنشورة عبر منصة الفاييسبوك وعياً قوياً لدى المستخدم، ومع ذلك، نجده يستمر في المتابعة، كون المنصة تشبع حاجة التنوع والاطلاع السريع على آراء متعددة، حتى ان كان لا يثق فيها.

هذا التفاوت حول مدى مصداقية المضامين السياسية عبر الفاييسبوك ليس مجرد رقم إحصائي، بل يعكس واقعاً معقداً يرتبط بعدة عوامل رئيسية، أبرزها طبيعة البيئة الرقمية

¹ - نصر الدين بوزيان: "الأخبار الكاذبة، الذباب الالكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية ومساعي المواجهة"، مجلة أكاديميا للدراسات السياسية، م 6، ع 05، 2021، ص35

المعاصرة التي باتت تعج بالمعلومات المتدفقة دون ضوابط تحريرية صارمة، فمع تزايد انتشار الأخبار الكاذبة والتضليل الإعلامي، أصبح المستخدم أكثر وعياً وانتقائية في تصديق المحتوى السياسي المنشور على منصة الفيسبوك، وهذا يعني أن نسبة كبيرة من الأفراد أدركوا أن المنصة ليست مجرد مساحة لنقل المعلومات وفقط، بل أصبحت ساحة للصراع السياسي والتلاعب بالرأي العام من قبل الأحزاب والتيارات المختلفة التي تستخدمه كأداة دعائية أكثر من كونه منبرا للحقيقة والمعلومة، سواء من خلال الحسابات الوهمية أو الموجهة أو عبر الاستخدام غير الأخلاقي للخوارزميات التي تعزز محتويات معينة وفقاً لأجندات محددة، يضاف الى ذلك، التجارب السابقة مع الحملات السياسية التي لم تترجم الى واقع ملموس معاش، وهو ما يجعل المتصفح أكثر حذراً وفطنة، ولا يصدق كل الخطابات السياسية الفيسبوكية، كونها غالباً ما بقيت مجرد وعود افتراضية بلا أثر حقيقي في الحياة الواقعية للأفراد، بالتالي، فإن هذه النتائج تفتح المجال لتحليل أعمق حول كيفية استهلاك المعلومات السياسية عبر الفيسبوك لدى المتصفحين، ومدى تأثير العوامل الشخصية والاجتماعية والسياسية في بناء تصورات المستخدمين حول المصادقية الإعلامية في العصر الرقمي.

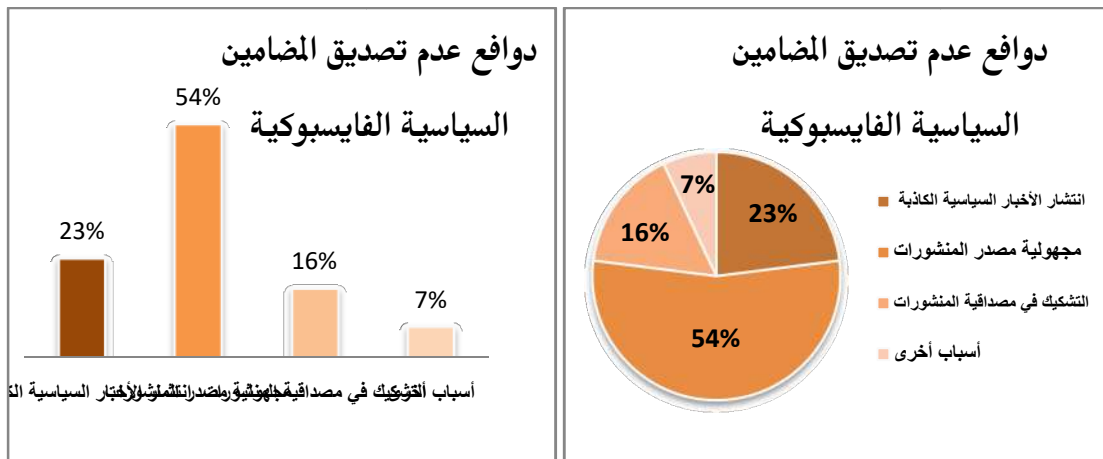
الجدول 53: دوافع عدم تصديق المضامين السياسية الفيسبوكية

دوافع عدم تصديق المضامين السياسية الفيسبوكية	التكرار	النسبة %
انتشار الأخبار السياسية الكاذبة	61	23 %
مجهولية مصدر المنشورات	144	54 %
التشكيك في مصداقية المنشورات	42	16 %
أسباب أخرى	19	7 %
المجموع	266	100 %

المصدر: الطالب

تكشف البيانات الموضحة في الجدول أعلاه، أسباب عدم تصديق مفردات العينة المستجوبة للمضامين السياسية الفيسبوكية، حيث تعدد هذه الدوافع وتنوعت، إلا أنها أجمعت 144 مفردة من أصل 266 ردا ما يمثل نسبة 54% أن أهم ما يدفعها لعدم تقبل المنشورات ذات الطابع السياسي عبر منصة فايسبوك هو مجهولية مصدر هذه المضامين، يليها انتشار الأخبار السياسية الكاذبة بنسبة بلغت حدود 23%، بينما تشكيك الأفراد في مصداقية المنشورات السياسية جاءت كثالث خيار بـ 42 رد ما يعبر عن نسبة 16%، في حين لم تتعد الأسباب الأخرى لعدم تصديق المفردات المستجوبة للمنشورات السياسية عبر الفيسبوك نسبة 7%.

الشكل 53: دوافع عدم تصديق المضامين السياسية الفيسبوكية



المصدر: الطالب

يعد عدم تصديق مفردات العينة المستجوبة للمضامين السياسية المنشورات عبر منصة الفيسبوك بالجزائر انعكاسا لما يُعرف في الدراسات الإعلامية بـ "أزمة المصداقية الإعلامية"، فهي تتجلى خاصة حينما يفقد المتصفح للشبكات الاجتماعية، الثقة في طبيعة الرسائل المتداولة عبر هذا الفضاء الرقمي، خاصة في المجال السياسي منه، وذلك لعدة أسباب أهمها مجهولية مصدر المعلومة، فهي من أهم العوامل التي تدفع بالأفراد لعدم تقبل مباشر للمعلومة إلا بعد التأكد منها، خاصة أن هذه المحتويات السياسية تنشر غالباً عبر حسابات وصفحات غير

رسمية، مما يفقدها عنصر الموثوقية الذي تعتبر أساساً في عملية التواصل السياسي، هذا ما أكدته نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حينما أقرت أن ثقة الجمهور بالمعلومة تتحدد أساساً بمدى وضوح مصدرها وشرعيتها، وغياب هذه الأخيرة في منصة الفايسبوك من شأنه أن يؤدي إلى تراجع الاعتماد عليها كعنصر للمعلومة السياسية، فوفق منظور نظرية الاستخدامات والإشباع، يتصفح المستخدم الجزائري موقع الفايسبوك بحثاً عن إشباع معرفية مرتبطة بالمجال السياسي، بفعل أن هذا الفضاء يشكل مصدراً مركزياً للمعلومة السياسية لانتشاره الواسع لدى مختلف شرائح المجتمع، غير أنه يصطدم بمضامين غير موثوقة يجعله يتحول من متلقي سلبي للمعلومة إلى ناقد لها، ولا يتقبلها كما هي منشورة، حيث لا يتم تصديق أي محتوى سياسي إلا بعد مقارنته بمصادر بديلة أو من خلال النقاشات الجماعية عبر مختلف المنصات الاجتماعية الرقمية.

يعد تنامي انتشار الأخبار السياسية الكاذبة عبر منصة الفايسبوك من أبرز العوامل التي دفعت المتصفحين المستجوبين إلى التعامل بحذر وحيطة مع هذا الفضاء الرقمي، وكذا التشكيك في مضامينه وعدم تقبلها للوهلة الأولى، فقد تحول الفاسبيوك إلى منصة خصبة لتداول الإشاعات السياسية والمعلومات المضللة، سواء بدافع التأثير الدعائي أو بغرض الإثارة الإعلامية، هذا ما هز ثقة المتصفح في المنشورات السياسية عبر الفايسبوك، والوصول تارة إلى رفضها بشكل كالم، خاصة خلال فترات حساسة

وعليه، يعكس عدم تصديق المضامين السياسية المنشورة عبر منصة الفايسبوك في الجزائر مظهراً من مظاهر إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور والإعلام، حيث يتحول المتصفح من مجرد خاضع للتأثير إلى فاعل أساسي، يُعيد إنتاج المعنى وفق معايير، تتسم بالمصادقية وكذا الموثوقية والموضوعية.

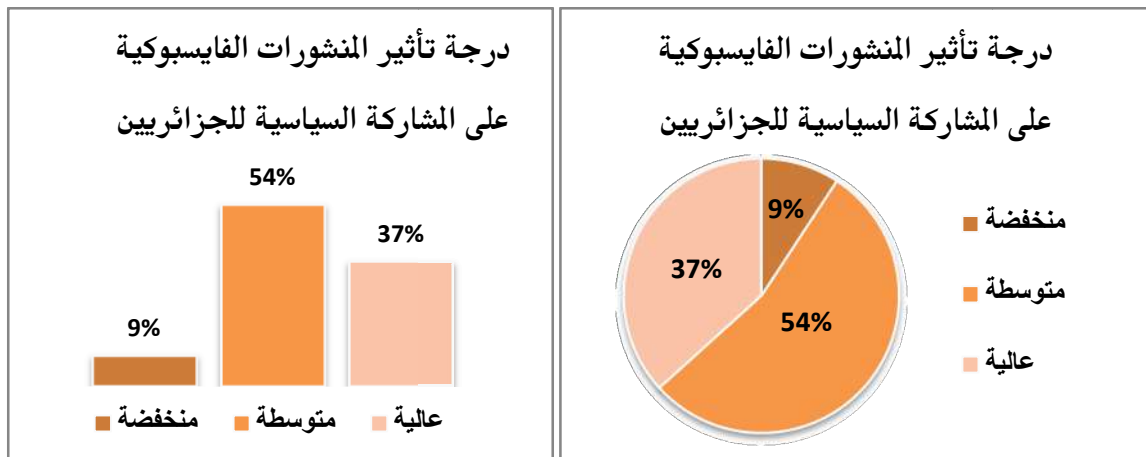
الجدول 54: درجة تأثير المنشورات الفايسبوكية على المشاركة السياسية للجزائريين

النسبة %	التكرار	درجة تأثير المنشورات على مشاركة الجزائريين
09 %	41	درجة منخفضة
54 %	240	درجة متوسطة
37 %	163	درجة عالية
100 %	444	المجموع

المصدر: الطالب

تكشف المعطيات الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه إقرار غالبية المبحوثين أن درجة تأثير منشورات موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" على المشاركة السياسية للجزائريين متوسطة، حيث ظهر ذلك بـ 240 مفردة من مجموع 444 مستجوباً، ما نسبته 54 % من إجمالي مفردات العينة، في حين أشارت 163 مفردة أن مضامين الموقع الأزرق لها درجة تأثير عالية في المشاركة السياسية للأفراد، حيث قدرت بنسبة بـ 33 %، من جانبها، أشارت 41 مفردة من أصل 444 مبحوثاً أي ما يعادل 06 % أن درجة تأثير منشورات الفايسبوك منخفض وليس عاملاً محدداً في المشاركة السياسية للجزائريين.

الشكل 54: درجة تأثير المنشورات الفايسبوكية على مشاركة السياسية الجزائريين



المصدر: الطالب

يعود السبب الرئيسي لإقرار أغلب مفردات الدراسة أن درجة تأثير المنشورات الفاييسبوكية على المشاركة السياسية للجزائريين متوسطة وليست عالية الى مسألة عدم ثقة الفرد بمصدر المعلومة التي نشرت الخبر السياسي ثقة مطلقة، سواء كان هذا المصدر تابعاً للموالة أو مصنف من جهة المعارضة، حيث أضحى المواطن الجزائري اليوم، لا يقتنع كثيراً بالعملية السياسية في البلد رغم أهميتها، الا أننا نجده يتجنب الخوض في هذا المجال الحساس، ما أكدته النسب التي عبّر عنها في مختلف الاستحقاقات السياسية التي نظمها الجزائر، خاصة خلال الثلاث عقود الأخيرة، حيث في كل مرة يتم تسجيل نسب عزوف عالية للمواطنين والمواطنات، بالرغم من الحملات والإمكانيات الضخمة التي تجنّدها الدولة في كل مرة من أجل إنجاح هذه الاستحقاقات السياسية، إلا أن الواقع يثبت في كل مناسبة أن كل هذه المساعي والجهود مآلها الفشل، إضافة الى ذلك، نجد أن بعض التجاوزات التي تسجل خلال الاستحقاقات السياسية (المتستر عليها عبر المؤسسات الإعلامية الحكومية)، رغم الإقرار بها حتى من قبل أحزاب الموالة وليست ادعاءات جبهة المعارضة فقط، حيث يعبر رئيس التحالف الوطني "بلقاسم سالحي" بخصوص الخروقات السياسية بقوله: "التجاوزات المسجلة لا يمكن لها أن تشكك في مصداقية المسار الانتخابي"، كما لا يمكن إغفال الدور الذي تلعبه المنصات الرقمية في نقل كل صغيرة وكبيرة لمختلف الاستحقاقات السياسية عبر فضاءها الإلكتروني الذي يتسم بالحرية دون قيود أو املاءات من جهة معينة، هذه المواقع الافتراضية وسعت دائرة المقاطعة لدى الأفراد بفعل تسريبات بعض التجاوزات من قلب الحدث، حيث حدت هذه العوامل وأخرى من التأثير القوي للمنشورات الفاييسبوكية على المشاركة السياسية للجزائريين.

يتضح من خلال تحليل نتائج الجدول الموضحة أعلاه وفق نظرية الاستخدامات والإشباع مايلي:

تشبع منصة الفايسبوك مجموعة معقدة من الحاجات النفسية والاجتماعية والمعرفية لدى المتصفح الجزائري وهي مصنف على النحو التالي:

- الحاجة للمعرفة والاطلاع على المعلومة السريعة والمنوعة.
- الحاجة للتعبير عن الرأي والهوية.
- الحاجة للانتماء إلى جماعة أو حركة جماعية.
- الحاجة للمشاركة الآمنة منخفضة المخاطر.
- الحاجة للترفيه ومتابعة النقاشات المشوقة.

تبقى الفجوة كبيرة بين الإشباع الافتراضي والممارسة الواقعية، فتخلق منصة فايسبوك وعياً ويمنح صوتاً، لكن تحويل هذا الوعي الى فعل سياسي منظم ومستدام، يعتمد على عوامل أخرى أعمق: الثقة في المؤسسات، الوضع الاقتصادي وكذا البيئة السياسية العامة.

بناءً على هذه المعطيات وأخرى، يمكن القول أن منصة الفيسبوك تلعب دوراً محورياً في تحفيز المشاركة السياسية في الجزائر، لكنه ليس العامل الوحيد المحدد لهذا السلوك، حيث تتداخل معه مجموعة من العوامل الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية وحتى التكنولوجية التي تؤثر على تفاعل الأفراد مع المحتوى الرقمي ومدى استجابتهم له.

النتائج العامة للدراسة

عرض ومناقشة النتائج العامة للدراسة:

أولاً: نتائج محور البيانات الشخصية:

1. جنس مفردات عينة الدراسة:

• تعكس نسبة جنس الإناث التي بلغت 56% من مستجوبي عينة الدراسة، الحضور القوي للعنصر الأنثوي عبر منصة التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، هذا ما يتيح لها فرصاً أوسع لتكون فاعلاً رقمياً نشطاً، يشارك في إنتاج الخطاب والنقاشات العامة بحرية عبر هذا الفضاء الرقمي.

• تدل نسبة جنس الذكور المستخدمة لمنصة "فيسبوك" والتي بلغت 44% من إجمالي مفردات العينة، تقارباً في طبيعة استخدام كلا الجنسين لهذه الوسائط التواصلية الجديدة، خاصة خلال هذا العقد الأخير من الزمن، الذي عرف تنامي ملحوظ لاعتماد المستخدمين لهذه الأدوات الرقمية في الجزائر.

2. سن مفردات عينة الدراسة:

• يندرج 88% من مستجوبي الدراسة ضمن الفئة العمرية "20 سنة الى 40 سنة"، يعكس هذا الحضور الملفت لهذه الشريحة، نشاطاً أكثر وقدرة على التفاعل واثارة النقاش العام عبر وسائط التواصل الاجتماعي، بحكم تكيفها بسهولة مع آخر الوسائط الرقمية الحديثة وكذا مواكبتها بأريحية لمختلف التطبيقات التكنولوجية الراهنة.

• يندر 07% من مستجوبي الدراسة أزيد من 40 سنة، تدل النسبة المعبر عنها منخفضة، هذا راجع بالدرجة الأولى إلى الفجوة الرقمية لدى المفردات، وصعوبة تحكمها وتكيفها مع الوسائط التفاعلية الحديثة، بسبب التقدم في السن والانشغالات الأخرى.

- 05% من مستجوبي الدراسة أقل من 20 سنة، تعبر هذه النسبة المتدنية عدم وجود ميلولات ورغبات شخصية للانخراط عبر المنصات الالكترونية لدى هذه الشريحة السنية، بسبب صغر السن أو عدم النضج للخوض في المسائل السياسية ومناقشتها عبر منصة الفايسبوك.

3. المستوى التعليمي لفردات عينة الدراسة:

- 63% من مستجوبي الدراسة من الطور الجامعي، تعكس هذه النسبة المعبر عنها، الاستخدام المكثف للمنصات التواصلية لدى الطلبة الجامعيين بالدرجة الأولى، فهي الفئة التي يؤهلها مستواها المعرفي لإثارة ومناقشة القضايا السياسية عبر الفضاء الرقمي بوعي نقدي متزن.
- 30% من مستجوبي الدراسة ضمن طور ما بعد التدرج، توضح هذه النسبة أن ارتفاع المستوى التعليمي عادة ما يقترن ارتفاع الوعي السياسي لدى الأفراد، وهو ما يجعل هي الفئة الأكثر قابلية لاستخدام هذه المنصة، كفضاء للتعبير والمساهمة في إثراء النقاش العام الالكتروني، بحكم نضجها وبعدها النقدي في التعاطي مع مختلف مضامين السياسية عبر المنصات الرقمية.

- 06% من مستجوبي الدراسة من الطور الثانوي، في حين 01% من مستوى متوسط أو أقل، تعكس هاتين النسبتين المتدنيتين، عدم اعتماد هاتين الفئتين على منصات التواصل الاجتماعي ولا تهتم بالقضايا السياسية عبر الفضاء الرقمي.

4. مكان إقامة مفردات عينة الدراسة:

- تفضيل 67% من مستجوبي الدراسة الإقامة بمنطقة حضرية، ويعود سبب ذلك الى طبيعة المحفزات التي تجذب الأفراد وتشجعهم للاستقرار في المدن، فكل فرد يبحث عن متطلبات العيش الكريم، فالظروف التنموية للمناطق الحضرية بشكل عام ملائمة على غرار وجود فرص للعمل أكثر من نظراتها الشبه حضرية أو الريفية.

- 23% من مستجوبي الدراسة تسكن بمنطقة شبه حضرية، دوافع اختيار المفردات الاستقرار بهذه المناطق، هو تتوفر هذه الأخيرة كافة متطلبات الحياة للفرد، بالرغم من تفاوت التنمية، إلا أن المقومات تقارب المتواجدة في المدن، خاصة في السنوات الأخيرة.
- 10% من مستجوبي الدراسة تقطن بمنطقة ريفية، السبب راجع إلى مبدأ التشبث والتمسك بالأرض وخدمتها والهروب من ضجيج المدينة وزحمتها.

5. الحالة العائلية لمفردات عينة الدراسة:

- تمثل نسبة 73% الفئة العازية المستخدمة لمنصة الفايسبوك ضمن مفردات عينة الدراسة، ويعود سبب ارتفاعها إلى تأخر معدل الزواج في الجزائر، حيث لا تسمح الظروف الاجتماعية ولا الاقتصادية من الارتباط وتكوين أسرة، باعتبار أن غالبية المستجوبين من الفئة الجامعية.
- توضح نسبة 26% أنها من "الفئة المتزوجة"، ارتبطت وكونت أسرة، فلا يقتصر استخدام منصة الفايسبوك على الفئة العازية فقط، بل تجاوزه إلى فئات اجتماعية أكثر استقراراً على المستوى الأسري.

- تمثل نسبة 01% الفئة المطلقة ضمن عينة الدراسة، وضعها الاجتماعي يحد من مشاركتها المكثفة في النقاشات العامة عبر الفضاء الافتراضي.

6. الحالة الوظيفية لمفردات عينة الدراسة:

- تمثل نسبة 55% الفئة البطالة المعبر عنها لدى مفردات العينة البحثية، ويعود سبب ارتفاعها إلى تفشي نسب البطالة في المجتمع الجزائري، بالإضافة إلى صغر سن مفردات العينة المستجوبة (مرحلة مزاولة الدراسة التعليم).

- تمثل نسبة 45% الفئة العاملة المعبر عنها لدى مفردات العينة الدراسة، وهي الفئة التي تسعى للعيش الكريم وبناء مستقبل مهني لها.

7. الحالة الاقتصادية لمفردات عينة الدراسة:

• تعكس نسبة 78% التركيبة الاقتصادية لدى غالبية مفردات الدراسة، والتي تصنف ضمن الطبقة المتوسطة، هذه الأخيرة ليست غنية إلى درجة تسمح لها بالعيش دون خوف من الظروف الاقتصادية للبلد، ولا هي فقيرة تسمح لها بالاستفادة من المنح المخصصة للفقراء، بل طبقة متوسطة الحال، وهو ما يتوافق مع 52% من الأسر الجزائرية، تسمح هذه الطبقة للأفراد امتلاك إمكانيات مادية وتقنية، تخولهم من استخدام شبكة الإنترنت بشكل منتظم، وبالتالي إشباع حاجات متنوعة لديهم.

• تمثل نسبة 13% الفئة الميسرة اقتصاديا ضمن مفردات الدراسة، يعود ذلك الى الظروف الاجتماعية والمهنية التي تتمتع بها هذه الشريحة من دخل ثابت ومريح، وعمل دائم مضمون.

• تعبر نسبة 09% عن الحالة الاقتصادية الضعيفة المسجلة لدى مفردات عينة الدراسة، ويعود سبب ذلك لارتفاع معدلات الفقر لدى الأسر الجزائرية، فالظروف الاجتماعية والمهنية لهذه الشريحة ليست مريحة، ففرص عمل غير متاحة للجميع، دخل شهري غير ثابت.

ثانياً: نتائج محاور عادات وأنماط استخدام الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي

8. مدة امتلاك المفردات المستحوبة لحساب افتراضي عبر موقع الفايبيوك:

• يمتلك أزيد من 69% من مستجوبي الدراسة حساباً افتراضياً عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايبيوك" منذ أزيد من 05 سنوات، تعكس هذه النتيجة أقدمية استخدام الأفراد لهذه المنصة لاشباع حاجاتهم في عديد المجالات، فيه ليست وليدة استخدام اليوم، بل ظهرت منذ 21 سنة، فلم تعد مجرد فضاء للتعارف والدرشة فحسب، وإنما تحولت إلى جزء أساسي في مختلف القطاعات الحيوية للمستخدمين.

● يمتلك 29% من مستجوبي عينة الدراسة حساباً افتراضياً عبر منصة "الفايسبوك" منذ سنة الى 05 سنوات، هذا ما يدل على النقلة النوعية التي عرفتھا الجزائر خلال هذه السنوات الأخيرة في مجال الاتصالات بشكل عام، والتزود بخدمة الأنترنت وكذا الجيل الرابع والخامس بشكل خاص، هذا ما دفع الأفراد للانضمام إلى حسابات الفضاء الرقمي والانخراط فيه.

9. عدد الحسابات الفاييسوكية لدى مفردات الدراسة:

● الاكتفاء بحساب فاييسوكي واحد:
يفضل 70% من مستجوبي عينة الدراسة امتلاك حساب واحد عبر منصة "الفايسبوك"، هذا ما يدل على ميل المستخدمين لتوحيد الهوية الرقمية لهم عبر النت، قصد تسهيل عملية الوصول اليهم وإبراز شخصيتهم عبر الفضاء الرقمي.

● تفضيل نسبة 25% من المفردات المستجوبة استخدام حسابين فاييسوكيين مختلفين، ما يُفسر بالرغبة في الفصل بين الاستخدامات الشخصية والمهنية لهذه المنصة الافتراضية، فالحساب الأول يخصص غالباً للتواصل مع الأصدقاء والأقارب، بينما يستخدم الآخر للدراسة أو للعمل وغيرها.

● تعدد الحسابات التي ظهرت بـ 05%، تمثل هذه النسبة شريحة خاصة من المستخدمين الذين يعتمدون على منصة فيسبوك لأغراض تتجاوز الاستخدام التقليدي، مثل إدارة محتوى تسويقي أو الإشراف على صفحات متعددة.

10. نوع الاسم المستخدم في التواصل عبر موقع الفاييسوك:

● يفضل 76% من مستجوبي الدراسة خاصة لدى جنس الذكور (91%) التواصل باستخدام أسماء حقيقية عبر حسابهم "فايسبوك" إلى رغبة الأفراد في إبراز هويتهم الشخصية عبر المنصات الافتراضية، ما يدل على القدرة على التعبير عم آرائهم بحرية عبر هذه المنصات الافتراضية.

• يفضل 24% من مستجوبي الدراسة خصوصاً لدى جنس الإناث (37%) التواصل باستخدام أسماء غير حقيقية عبر حسابهم "فايسبوك"، قصد عدم الكشف عن هويتها الحقيقية، حيث لا تزال المرأة في مجتمعنا تواجه نوعاً من الضغوطات وكذا التحفظ والتواجد عبر الفضاءات الرقمية.

11. نوع الصورة المستخدمة عبر موقع الفاييسبوك:

• يفضل سكان المناطق الريفية استخدام الصور الحقيقية بنسبة قدرت بـ 87%، تعكس هذه النتيجة ارتباطهم الوثيق بالبيئة التقليدية والمحافظة الثقافية، هذا ما يدل أن المتصفح الجزائري ما يزال يحتكم للمحيط الذي يعيش فيه، بالرغم من مواكبته للوسائط التكنولوجية الجديدة،

• يعتمد سكان المدن على الصور المستعارة بنسبة بلغت حدود 83%، مما يشير إلى تأثير الحياة الحضرية والابتكار البصري على طبيعة تصفح هؤلاء الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، خاصة في ظل تنامي هذه الوسائط الحديثة وانتشارها لدى مستخدمي غير متجانسين، يقطنون بالمناطق الحضرية، يمتازون بالفردانية وعدم الاحتكام إلى الروابط الاجتماعية السائدة بالمناطق الريفية.

• يظهر سكان المناطق شبه الحضرية توازناً في استخدام الصور الحقيقية والمستعارة لدى تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، مما يعكس مرحلة انتقالية ثقافية لدى هذه الفئة، التي لا تزال تجتكم للروابط الاجتماعية للمحيط وتواكب التطورات التي تعيش فيها.

12. أسباب استخدام الاسم المستعار عبر موقع الفاييسبوك:

تعددت أسباب اختيار المتصفح لاسم المستعار للتواصل عبر منصة فاييسبوك، فهناك من رطبها بعوامل شخصية، وهناك من أرجعها إلى البيئة الاجتماعية والثقافية، ونوضح أهمها كما يلي:

- الحفاظ على سرية الهوية (30٪): هو محاولة البحث عن الخصوصية في سياقات التواصل الشخصي والعام، وكذا رغبة الفرد في إخفاء هويته الشخصية عبر هذه المنصات الافتراضية.
 - دون سبب محدد (24٪): أسباب لم يحددها المتصفح وراء تفضيله لاسم مستعار غير منصات الفضاء الرقمي.
 - أسباب عائلية (16٪): تفضيل المتصفح لاسم مستعار عبر منصة الفايسبوك يعود الى أسباب عائلية محضة، خاصة لدى العنصر الأنثوي، فالمجتمع الجزائري معروف عليه أنه مجتمع محافظ وله عادات وأعراف اجتماعية تضبط سلوك المرأة بدرجة أكبر في المجتمع.
 - تجنب الإزعاج والمضايقات (13٪): سبب التواصل باستخدام اسم مستعار فيعود لتفادي للإزعاج والمضايقات والتنمر عبر الفضاء الرقمي.
13. أسباب استخدام الصورة الحقيقية:
- تعزيز مصداقية الحساب الافتراضي (55٪) هو الدافع الرئيسي، نظراً لانتشار الحسابات الوهمية في البيئة الرقمية، فالتصفح باستخدام صورة حقيقية يكسب نوعاً من الثقة والمصداقية.
 - إبراز الآراء والمواقف الشخصية (26٪)، مما يعكس ثقافة الشفافية الرقمية، وذلك من خلال اعتماد صورة حقيقة للمتصفح عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - تسهيل العثور على الشخص الذي جاء بنسبة (19٪)، ما يشير إلى أهمية حدوده لهذا العامل مقارنة بالمصداقية الرقمية في عملية استخدام صورة حقيقة عبر الحساب الرقمي.

14. معدل تصفح الفايسبوك:

• يتصفح 61٪ من الأفراد حساباتهم الفايسبوكية أزيد من خمس مرات يومياً، مما يدل على الاستخدام المكثف للمنصة الرقمية، ما يعكس الأهمية البالغة التي أضحت يحتلها هذا الفضاء الرقمي في حياة الأفراد المستخدمين له.

• 33٪ يتصفحون من مرتين إلى خمس مرات يومياً، ما يعكس توازناً في الاستخدام المتصفحين لهذه المنصة، حيث تعتبر على أنها داعمة للوسائل الإعلامية التقليدية.

• 06٪ فقط يزورون حساباتهم مرة واحدة يومياً، مما يشير إلى تفاعل محدود عبر البيئة الرقمية، ويفضلون التفاعل الاجتماعي بدل التواصل الرقمي عبر حسابات افتراضية.

15. مدة تصفح المفردات لمنصة فاسبوك حسب الحالة الاجتماعية:

• يقضي قرابة 45٪ من عُرَّاب عينة الدراسة أزيد من 03 ساعات يومياً، ما يعكس الفراغ الزمني لدى هذه الفئة، وسعيها للبحث عن التفاعل الاجتماعي مع الآخرين عبر المنصات الرقمية، مادام ليس لها مسؤوليات عائلية والتزاماتها.

• يستخدم 49٪ من المتزوجين منصة الفايسبوك بين ساعة وساعتين من الزمن يومياً، تعكس هذه المدة الزمنية (أقل من ساعتين) استخداماً محتشماً، نظراً للانشغالات العائلية والمهنية لدى هذه الفئة الاجتماعية، هذا ما يدل أن عملية تصفحها لفضاء الفايسبوك راجع بالأساس لمواكبة الأحداث والبقاء على اطلاع واسع بمجريات التطورات التي تحدث حولهم، بسبب الانشغالات العائلية وعدم القدرة على التفرغ التام لمتابعة جديد المنصات الرقمية.

• يقضي 50٪ من فئة المطلقين أزيد من 03 ساعات يومياً، مما يشير إلى استخدام المنصة كوسيلة للتكيف الاجتماعي، بسبب التفرغ من التزامات الزوجية والبحث عن تنفيس الذات.

16. وسيلة التصفح المفضلة حسب الحالة الاقتصادية:

- يعد الهاتف المحمول هو الوسيلة الأكثر استخداماً لدى جميع الفئات الاقتصادية بسبة بلغت الـ (85٪)، ويعود سبب تفضيله عن بقية الوسائل الأخرى هو مرونته وسهولة توفره لدى الجميع الفئات.
- يُستخدم جهاز الكمبيوتر بدرجة أكبر لدى الفئة ذات الحالة الاقتصادية الضعيفة بنسبة (26٪)، بينما يتراجع استخدامه لدى الفئات الأخرى.
- اللوحات الإلكترونية الأقل استخداماً حيث لم يتجاوز نسبة (03٪)، مما يعكس محدودية انتشارها مقارنة بالهواتف الذكية لدى مفردات العينة.

17. المكان المفضل لتصفح الفايبيوك:

- تفضل نسبة 85٪ من الأفراد تصفح حسابهم الفايبيوكي في المنزل، نظراً للراحة والخصوصية التي يوفرها لهم البيت مقارنة بالمقر العمل أو مقاهي الانترنت.
- يتصفح 12٪ من مفردات العينة حساباتهم الفايبيوكية في أماكن العمل، ما يعكس استخداماً محدوداً أثناء الدوام بسبب التزاماتهم المهنية، إلا أن المستخدم يمكن أن يتصفح حسابه من خلال هاتفه الخليوي خلال استراحة العمل.
- تستخدم نسبة 03٪ فقط من مفردات عينة الدراسة مقاهي الإنترنت، مما يشير إلى تراجع دور هذه الأماكن في الوقت الراهن، بسبب التطور الملحوظ بربط المنازل بخدمة بالألياف البصرية (الانترنت) وكذا إمكانية المستخدم من تصفح حسابه عبر وسيلة الهاتف النقال.

18. نمط التصفح (معية التصفح):

- يتصفح 81٪ منصة الفايبيوك بمفردهم، ما يدل على تفضيل الخصوصية والاستقلالية الرقمية، مقارنة مع تشاركتهم عملية التصفح مع أفراد آخرين.

• يتصفح 11٪ حساباتهم الفايسبوكية مع العائلة مجتمعة، مما يعكس دوراً محدوداً للتفاعل الأسري عبر هذه المنصة الرقمية، وهذا راجع أن الأفراد لا يميلون إلى مشاركة حسابهم مع غيرهم خاصة في زمن الراهن التي يمتاز بالفردانية والخصوصية الشخصية على التفاعل الجمعي للحساب الواحد.

• تفضل نسبة 08٪ فقط تصفح حسابها الفايسبوكي رفقة الأصدقاء، مما يشير إلى قلة الاعتماد على التصفح الجماعي مقارنة بالنسبة الأخرى الموضحة.

ثالثاً: نتائج محور دوافع استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك":

19. دوافع استخدام مفردات الدراسة لمنصة الفايسبوك

• تفضل نسبة 42٪ من مفردات عينة الدراسة المستجوبة تصفح حسابها الفايسبوكي بهدف "الاطلاع على أهم الأحداث" سواء الوطنية أو الدولية، أي أن المستخدم يبحث عبر هذا الفضاء الرقمي لإشباع حاجات معرفية، كونه مصدر هام وسريع لمختلف الأخبار والوقائع الراهنة.

• تتصفح نسبة 21٪ من المستجوبين حسابها الفايسبوكي من أجل "الترفيه والتسلية" لكونها كباقي المنصات الإعلامية الأخرى، تقدم جانباً ترفيهياً لمستخدميها، فتعدد استخدامات المتصفح لها، يعكس مدى قدرتها على احتواء واشباع عديد الرغبات وليس فقط حاجات محددة كالمرقة والأخبار بل هي عديدة ومتعددة.

• يعود سبب تصفح نسبة 17٪ فيكون قصد مناقشة القضايا والمسائل المطروحة عبر هذا الفضاء الأزرق، كون الفايسبوك هو فضاء تفاعلي بامتياز، يتيح للمستخدم المشاركة في نقاش عام حر دون ضغوط أو قيود.

- تصفح نسبة 09٪ من عينة الدراسة لحسابها الفيسبوكي جاء بحثاً عن إنشاء علاقات تعارف وصدقة مع المستخدمين، كون يعد هذا الفضاء منصة للتواصل الاجتماعي، ما يعكس انتماء المتصفح الى المجتمع ولا يعيش في عزلة عنه.

20. اهتمامات مفردات العينة عبر منصة الفيسبوك

- تفضل نسبة 33٪ من مستجوبي الدراسة تصفح المواضيع الاجتماعية، كونه ابن بيئته ولا يمكن له أن يعيش بمعزل عن أفراد المجتمع، بالرغم من قلة الاحتكاك والعزلة بسبب توغل التقنية واعتماده المفرط عليها، إلا أن هذه الوسائط الرقمية مكنت المتصفح من معرفة كل مستجدات واقعه المعاش وما يطرأ في بيئته الاجتماعية من تحولات وأحداث بارزة.
- توضح نسبة 24٪ المعبر عنها لدى مفردات العينة اهتماما مقبولا بالمجال رياضي، خاصة أنه يعد مجالاً حيويًا، يمنح فيه للمتصفح متنفساً عبر هذا الفضاء الرقمي، خاصة ان علمنا أن غالبية مفردات العينة من فئة الشباب دون سن الـ 40.
- تعكس نسبة 16٪ المعبر عنها اهتمام محدود لدى المتصفحين بالمجال السياسي مقارنة بالمجالات الأخرى، ويعود سبب ذلك الى الميولات الشخصية للفرد، وكذا ضبابية المشهد السياسية في البلد وتناقضاته.

21. دوافع اعتماد مواقع التواصل كمدر أساسي للمعلومة

- تعكس نسبة 56٪ تفضيل مفردات العينة مواقع التواصل الاجتماعي كأهم مصدر للمعلومة، يعود السبب الى الآنية والفورية في نقل الأحداث، حيث تمكن المتصفح لهذه الشبكة الاجتماعية من متابعة مباشرة للتطورات العاجلة أول بأول، فهي تنقل الواقعة من قلب الحدث كما هو، هذا ما لا توفره وسائل الإعلام التقليدية، هذه الأخيرة تتسم غالباً بالبطء في نقلها للأخبار وتداعياتها.

• تفضل نسبة 24٪ من المبحوثين أخبار المنصات الرقمية كونها تنقل الحدث صوتاً وصورة، هذا ما يكسبه تأثيراً وأثراً أكبر لدى المستخدمين، ما يولد شعوراً بواقعية ومصادقية المعلومة لدى المتصفحين.

• تفضل نسبة 13٪ اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً أساسياً للمعلومة بسبب خاصية التفاعل ومشاركة الحدث، هذه الأخيرة تسمح للمستخدم بمناقشة تطورات الحدث عبر فضاء رقمي حر غير مقيد.

22. دوافع تعويض منصة الفيسبوك الوسائل الاعلام التقليدية

• يفضل المتصفحون المستوجبون بنسبة 47٪ الاعتماد على منصة الفيسبوك في تلقي المعلومات والأخبار عوض الوسائل الإعلام التقليدية، بسبب الآنية والفورية في الحصول عليها، خاصة أنها تتميز بالمرونة والقدرة على التفاعل معها ومشاركتها مع الآخرين، وليس مجرد التلقي والاستهلاك فقط.

• تفضل نسبة 27٪ من مفردات العينة منصة الفيسبوك كونها تنقل الحدث صوتاً وصورةً، أكسبت هاتين الميزتين الخبر ثقة ومصادقية أكبر لدى المتصفحين، خاصة أنه ينقل الواقعة كما هي من قلب الحدث.

• تفضل نسبة 17٪ من المستجوبين منصة الفيسبوك بسبب تغطيتها لمختلف الأحداث، فلم يعد اليوم المتصفح ينتظر المؤسسة الإعلامية لبث الخبر والشغف لتتبع تحاليلها، بل يمكن لكل مستخدم أن يتحول إلى مرسل ومستقبل في الآن ذاته، يناقش وشارك الحدث قبل أن تحلله المؤسسة الإعلامية التقليدية.

23. درجة الثقة في أخبار الفاييسوك

- تثق نسبة 71٪ من مفردات عينة الدراسة بأخبار ومضامين منصة الفاييسوك بدرجة متوسطة، ما يعكس تحقيق إشباع مزدوج: الحاجة للمعلومة والخبر وكذا الحاجة للتدقيق منها، هذا ما يدل على تنامي وعي نقدي لدى الأفراد، وليس تقبل كل ما ينشره الفضاء الرقمي.
- تعكس نسبة 18٪ عن ثقة ضعيفة لدى المفردات لخصوص ما ينشر عبر منصة الفاييسوك، ما يرزنها ليس مصدرا رئيسيا للمعلومة لديهم.
- تمثل نسبة 06 ٪ فئة المبحوثين الذي لديهم درجة ثقة عالية تجاه كل ما ينشر عبر المنصات الرقمية، فيقبلونه مباشرة كونه مصدر يقدم لهم المعلومة السريعة، لكنه يجعلهم عرضة للدعاية والأخبار الكاذبة.

24. وظائف موقع الفاييسوك

- تتصفح نسبة 41٪ من مبحوثي الدراسة منصة الفاييسوك بسبب الوظيفة الإعلامية والإخبارية التي تقدمها للمستخدم، حيث يعكس تصدر هذه الوظيفة رغبة المستخدمين في إشباع حاجاتهم المعرفية من خلال تتبع الأحداث الجارية عبر موقع الفاييسوك، باعتباره منصة سريعة ومرنة في تداول المعلومات والأخبار.
- تفضل نسبة 30٪ الوظيفة الترفيهية والتسلية لمنصة الفاييسوك، باعتبارها شكلا من أشكال التنفيس، يجد الأفراد عبر تصفحهم للفيديوهات والمحتويات الساخرة عبر هذا الموقع (الفايسوك) فضاءً يمكنهم من الهروب من ضغوط الحياة اليومية وتعقيدها.
- تفضل نسبة 21٪ تصفح موقع الفاييسوك بسبب وظيفة التعارف والتواصل الذي يمنحها للمستخدم، حيث تحقق هذه الأخيرة الإشباع الاجتماعي والانتمائية للمتصفح، مما ينمي لديه البعد الاجتماعي عبر هذه الوسائط الحديثة.

رابعاً: نتائج محور موقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام:

25. دوافع ابداء مفردات عينة الدراسة لآرائها عبر منصة الفايسبوك

• تكشف نسبة 61% من مفردات عينة الدراسة المستجوبة أن "القناعة الشخصية بالرأي" هو أهم دافع وراء تفضيلها إبداء آرائها عبر هذا الفضاء الرقمي، حيث يجد الفرد فيه منبراً يخوله أن يعبر عن مواقفه الخاصة ويشاركها عبر حسابه علانية، دون توجس أو خوف من تابعات، خاصة في ظل تزايد سياسية تكميم الأفواه الممارسة على أرض الواقع عبر التضيق والاعتقالات الممارسة.

• هامش الحرية التي يوفرها موقع الفايسبوك، هو أهم سبب يدفع المستخدمين (36%) للتعبير عن مواقفهم عبر هذا الفضاء، فلا وجود لرقابة قبلية للمضامين التي ينشرها المتصفح، بل تضمن له أن يشارك مواقفه بحرية.

• تفضل نسبة 03% المستجوبين التعبير من عن وجهة نظرهم، بسبب أن بيانات الولوج إلى منصة "فايسبوك" مستعارة، أي بإمكانه أن ينشر ما يشاء، دون شرط إبراز هويته الحقيقية من اسم وصورة.

26. طبيعة المنشور الفايسبوكي المبلغ عنه

• المنشورات السياسية (43%) هي أكثر المضامين الرقمية التي يتم التبليغ عنها عبر منصة الفايسبوك، ما يعكس حساسية القضايا التي تهتم بشأن الساسة والسياسية، وهذا ما ظهر جلياً خلال الحراك الشعبي لسنة 2019..

• تبقى المنشورات الدينية (29%) من أكثر المضامين إثارة للجدل عبر الفضاء الرقمي، حيث ينظر للدين على أنه عنصر حساس، قد يخلق مختلف التفسيرات والتأويلات حول مواضيعه صدامات بين أفراد المجتمع، لذا يتم التضيق على هذه المنشورات، وعدم فسح المجال

لتعدد الفتاوى الدينية الالكترونية المتشددة، التي من شأنها أن تزرع الخلافات والصراعات داخل المجتمع الواحد.

- يـم التضييق على المنشورات الاجتماعية (16%)، رغم أنها أقل جدلاً مقارنة بالسياسية والدينية، بسبب تجاوزها الأعراف الاجتماعية السائدة في المجتمع، وعدم القبول عن الخروج عن الأخلاق والاحترام.

27. دوافع تغيير المفردات البحثية لرأيها عبر منصة الفايـسبوك

- تقديم أدلة منطقية صوتاً وصورة (38%) هو أكثر سبب يدفع الأفراد إلى تغيير آرائهم وتصوراتهم بعد تصفحهم لمنشورات منصة الفايـسبوك، وهو ما يعكس ميلاً نحو التثبت من المعلومات قبل إعادة نشرها، ما يعبر عن سلوكٍ جديدٍ يقوم على التمهـيـص والمراجعة.
- تغيير القنوات والتصورات (28%)، هذا ما يؤكد دور وقدرة المنشورات الفايـسبوكية في إعادة تشكيل المعتقدات والاتجاهات لدى المستخدمين.
- التعرف على جوانب خفية للأحداث (17%)، يتجه الأفراد نحو تعديل مواقفهم وفقاً لما يتلقونه من أدلة جديدة للقضية المتداولة، ذلك ما يترجم حساً نقدياً متزايداً لدى المتصفحين تجاه المضامين الرقمية.

28. طبيعة الحملات الفايـسبوكية المؤثرة في مفردات عينة الدراسة

- تصدرت حملات التبرع بالدم، التي جاءت بنسبة (40%) كأكثر الحملات التي لاقت قبولاً من قبل الباحثين عبر الفضاء الرقمي، ما يعكس قيم التضامن والإنسانية لدى الأفراد
- حملات مقاطعة السيارات (22%)، تحت شعار "خليها تصدي"، والتي كانت احتجاجاً على الارتفاع الجنوني للأسعار وغياب الشفافية في سوق السيارات، هذا ما يعكس وعياً استهلاكياً واقتصادياً لدى الفرد الجزائري.

- حملات مقاطعة الانتخابات 2017، والتي مثلت نسبة (18%)، تدل على تنامي الحس السياسي النقدي لدى المتصفحين للمنصات الرقمية، إذ أصبحت المقاطعة أداة للتعبير عن عدم الرضا عن الأداء السياسي والمؤسساتي في البلد، وهو ما يعكس تحوُّلاً تدريجياً في الوعي السياسي لدى الأفراد في الجزائر.

29. تشكيل المضامين الفاييسوكية لرأي عام لدى المفردات البحثية

- إقرار نسبة (61%) من مفردات عينة الدراسة، أن مضامين موقع الفاييسوك، تساهم بشكل فعال في تشكيل رأي عام لدى المستخدمين، فلم يعد مجرد فضاء افتراضي للتواصل الاجتماعي، بل أصبح لاعباً رئيسياً في المشهد الإعلامي، يؤثر على اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم السياسية والاجتماعية وحتى الاقتصادية.
- نفت نسبة (10%) من مفردات عينة الدراسة، مساهمة منصة "فايسوك" في تشكيل رأي عام لدى المستخدمين، ما يعكس قناعة لدى هؤلاء الأفراد، بأن التأثير الحقيقي لا يزال بيد المؤسسات الإعلامية التقليدية مثل الصحافة والتلفزيون، أو أن لديهم وعياً نقدياً يجنبهم التأثر بالمضامين الرقمية بسهولة.
- تحفظ نسبة (29%) من مستجوبي الدراسة في الفصل حول مسألة تشكيل الفاييسوك لرأي عام لدى المستجوبين، يعكس هذا التردد عدم الثقة في مصداقية المحتوى الفاييسوكي المنشور، خاصة في ظل انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة عبر هذه المنصة الرقمية، بسبب الوعي الذي أضحى يتمتع به المتصفح.

خامساً: نتائج محور تأثير المنشورات الفايسبوكية على المشاركة السياسية للمبحوثين:

30. الاهتمام بالقضايا السياسية المنشورة عبر الفايسبوك

• اهتمام 77% من مفردات الدراسة بالقضايا السياسية المتداولة عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، هذا ما يعكس تحول هذه المنصة إلى مصدر مهم للمعلومة السياسية لدى المستخدم، خصوصاً مع التحفظ المبالغ فيه من قبل المؤسسات الإعلامية التقليدية في مناقشة المواضيع ذات الصلة بالشأن السياسي في البلد.

• نفتت 23 % من المفردات اهتمامها بالمواضيع السياسية عبر الفايسبوك، بسبب عدم انخراط هذه الشريحة في النقاش السياسي الرقمي وفقدان الثقة بالمصادر السياسية عبر منصة الفايسبوك.

31. درجة الاهتمام بالقضايا السياسية

• إقرار 56% من المستجوبين أن درجة اهتمامهم بالقضايا السياسية متوسطة، هذا ما يُظهر أن لدى المتصفح الجزائري اهتماماً خاصاً بالمسائل السياسية، وما يدور حوله من أحداث ونقاشات في البلد.

• عبّرت نسبة 29% من مفردات الدراسة عن درجة اهتمام عالية، تجاه القضايا والمواضيع ذات الشأن السياسي، وذلك بسبب نضج ووعي المتصفح الجزائري بشكل عام بالشأن السياسي

• أقرت نسبة 15% عن درجة اهتمام منخفضة بالشأن السياسي ومواضيعه، ويمكن إرجاع ذلك إلى صغر السن، حيث أن أغلب مفردات العينة (85%) ما دون سن الـ 40، فلا يجذبهم المجال السياسي للاهتمام به.

32. مشاركة مضامين سياسية فائسبوكية

● أجمعت نسبة 53% من مفردات العينة مشاركتها مضامين سياسية عبر منصة الفائسبوك، ما يعكس الدور الذي أضحي يلعبه هذا الفضاء الرقمي في تعزيز الوعي السياسي والفكري لدى الأفراد.

● نفت 47% من المستجوبين مشاركة أي منشور سياسي عبر منصة الفائسبوك، ما من شأنه تقليل من درجة تفاعلهم مع هذا النوع من المضامين عبر مواقع شبكة الإنترنت، وتركيز الاهتمام أكثر على القضايا اليومية والمعيشية المباشرة للفرد.

33. نمط تفاعل المفردات مع المضامين السياسية الفائسبوكية

● تفضيل 41% من المفردات التعليق على مشاركة الأصدقاء لمضامين سياسية عبر حساب "فائسبوك"، ما يعكس اهتمام هذه الفئة وديناميكية تفاعلها مع المحتويات السياسية، خصوصاً مع غياب فضاءات سياسية تتيح للفرد مناقشة المسائل السياسية بحرية.

● إقرار نسبة 36% مشاركة مضامين سياسية ينشرها الأصدقاء، ما يدل على ميل هذه الفئة الى التفاعل عبر إعادة النشر بدلاً من إنشاء محتوى سياسي شخصي.

● اكتفاء 23% من المبحوثين بقراءة المنشورات السياسية للأصدقاء وفقط دون التعليق عليها أو مشاركتها مع الآخرين، ما يعكس نسبية عملية التفاعل لدى المستخدمين.

34. العضوية في مجموعات سياسية

● إقرار 55% من مفردات العينة المستجوبة عدم عضويتها ضمن مجموعات سياسية الكترونية، كون الدافع الذي يجذب المتصفح إلى انخراط الأفراد في المجموعات الافتراضية هو تبادل وجهات النظر حول عديد المسائل الراهنة وليست بالضرورة مناقشة مسائل سياسية.

- تأكيد 45% من المستجوبين انخراطهم ضمن مجموعات فايسبوكية ذات الاهتمام بالشأن السياسي، ما يعكس ميول لدى هؤلاء الأفراد إلى هذا المجال وإيمانهم بالمعتقدات السياسية.

35. مساهمة المضامين الفاييسبوكية في تشكيل وعي سياسي

- إقرار نسبة 78% تأثير المضامين الفاييسبوكية في تشكيل الوعي السياسي لدى الجزائريين، ما يعكس الدور المحوري الذي أصبحت تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في المشهد السياسي، فلم تعد فايسبوك مجرد منصة ترفيهية أو اجتماعية، بل أصبحت فضاءً ديناميكيًا لصياغة المواقف السياسية، ونشر المعلومات، وتعزيز النقاشات حول القضايا العامة.
- إنكار 07% من المستجوبين مساهمة المضامين الفاييسبوكية في تشكيل الوعي السياسي لدى المستجوبين، ما يدل على عدم الثقة في مصداقية المحتويات الرقمية المنشورة عبر هذا الموقع الافتراضي.

36. مشاركة مفردات العينة في نشاط سياسي عبر الفاييسبوك

- امتناع نسبة 68% من المستجوبين عن مشاركة مضامين سياسية عبر منصة الفاييسبوك، ما يعكس ضعف التفاعل السياسي الرقمي في هذا الفضاء، وكذا جملة المخاوف من التبعات السلبية لإبداء الرأي السياسي والإعلان عن التوجهات في هذا النوع من المجالات.
- إقرار نسبة 32% من المبحوثين عن مشاركة منشورات سياسية عبر موقع الفاييسبوك، ما يدل على ميلهم لاستخدام هذه المنصات فعلية للتفاعل السياسي، وذلك من خلال التعبير عن الآراء و مشاركة الأخبار، أو حتى الانخراط في النقاشات العامة ضمن هذه الفضاءات منصة فايسبوك.

37. دور منصة الفايسبوك في إخراج الجزائريين ضد العهدة الخامسة

• إقرار نسبة 91% من مفردات العينة المستجوبة أن الفايسبوك كان الدافع الرئيسي لنزولهم إلى الشارع ورفض العهدة الخامسة للرئيس الجزائري السابق، ما يعكس تحول هذه المنصة من مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات إلى فضاء ديناميكي للحشد الجماهيري وخلق حالة من الوعي السياسي المشترك بين المتصفحين.

• نفت نسبة 03% من المفردات أي دور لمنصة الفايسبوك في نزول الجزائريين إلى الشارع ورفضهم للعهدة الخامسة، ما يبرز تبايناً في مستويات الوعي الرقمي والسياسي بين الأفراد.

38. المشاركة في مسيرات ضد العهدة الخامسة

• أكدت نسبة 44% من مفردات عينة الدراسة مشاركتها في المسيرات الراضة للعهدة الخامسة للرئيس الجزائري، ما يعكس القناعة بقدرتهم على التأثير المباشر في صنع القرار في البلد وتغيير المشهد السياسي.

• امتناع نسبة 56% من المستجوبين عن المشاركة في مسيرات ضد العهدة الخامسة في الجزائر، يدل هذا الامتناع عن مخاوف من التداعيات الأمنية أو عدم الثقة في جدوى الاحتجاجات، خصوصاً في ظل تجارب سابقة سواء في الجزائر أو بعض البلدان العربية.

39. تأثير المضامين السياسية على قناعة الأفراد

• نفت نسبة 52% من مفردات عينة الدراسة قدرة المضامين السياسية التأثير على قناعة الأفراد، ما يدل على مقاومة هذا التأثير السياسي خاصة لدى الفئة المثقفة التي لا تنساق وراء ما ينشر عبر منصات التواصل الاجتماعي بل تحتكم الى تحليل واستعاب ما يتم استهلاكه رقمياً.

• أقرت نسبة 48% من المبحوثين تأثير المنشورات السياسية عبر منصة الفايسبوك في قناعات الأفراد، ما يعكس مدى تفاعل هذه الفئة مع المضامين الرقمية وتأثرهم بها سواء إيجاباً أو سلباً.

40. دور منصة الفايسبوك في الإقناع بالمشاركة السياسية

● نفت نسبة 53% من مفردات عينة الدراسة دور منصة الفايسبوك في التأثير واقناعهم بجدوى المشاركة السياسية، هذا ما يعكس حالة من ضعف الثقة في المحتوى السياسي الرقمي، بسبب انتشار الأخبار الكاذبة والمغالطات عبر هذه المنصة، مما يقلل من قدرتها على إقناع المتصفحين بمحتوياتها.

● إقرار 47% من مفردات العينة المستجوبة أن لمنصة الفايسبوك دوراً مهماً في عملية الإقناع بجدوى المشاركة السياسية لدى الأفراد، حيث يتحول هذا الفضاء الرقمي (فايسبوك) الى منصة حيوية لتبادل الآراء والنقاشات وتوحيد المواقف، ما يشكل ضغوطاً جماعية، تسهل الأفراد على الاقتناع بضرورة المشاركة السياسية.

41. مصادقية المضامين السياسية الفايسبوكية

● نفي نسبة 60% من المفردات العينة المستجوبة، ثقتها في المضامين السياسية المنشورة عبر منصة الفايسبوك، هذا ما يعكس محدوديتها في عملية التأثير على الأفراد، خاصة اذا تعلق الأمر بالشأن السياسي وحساسياته.

● إقرار نسبة 40% من المفردات المستجوبة ثقتها في المنشورات السياسية عبر موقع الفايسبوك، يعود إلى عدم التشكيك فيها والتأثر بها.

42. أسباب عدم تصديق مفردات العينة البحثية للمضامين السياسية الفايسبوكية

● لا تصدق نسبة 54% من المفردات المستجوبة للمضامين السياسية المنشورة عبر منصة الفايسبوك بسبب مجهولية مصدر هذه المنشورات الالكترونية، هذا ما يعكس الأهمية البالغة التي يوليها المتصفّحون للجهة التي تقوم بنشر المعلومة السياسية عبر هذا الفضاء الافتراضي، ويخلق ما يعرف بـ "أزمة المصادقية الاعلامية الرقمية".

- يعد انتشار الأخبار السياسية الكاذبة عبر موقع الفيسبوك، من بين أهم الأسباب التي دفعت نسبة 23% من المفردات المستجوبة لعدم تقبل مباشر للمنشورات السياسية، خاصة في ظل تحول هذه المنصة الى ساحة خصبة للاشاعات والمعلومات المضللة.
- تشكيك نسبة 16% من المستجوبين في مصداقية المنشورات السياسية الفيسبوكية، وعدم تصديقها مباشرة الا بعد التأكد منها عبر وسائل الإعلام التقليدية.

43. درجة تأثير المنشورات الفيسبوكية على المشاركة السياسية للجزائريين

- إقرار نسبة 54% من مفردات العينة المستجوبة أن درجة تأثير المنشورات الفيسبوكية على المشاركة السياسية للجزائريين "متوسطة"، بالرغم من اهتمام الأفراد بمنشورات المنصات الرقمية في المجال السياسي، إلا أنها اهتمام افتراضي فايسبوكي فحسب، لم يصل بعد، الى درجة تدفعه إلى المشاركة السياسية الفعلية على أرض الواقع.
- توضح نسبة 09% من المفردات المستجوبة أن درجة تأثير المضامين المنشورة عبر منصة الفيسبوك على المشاركة السياسية للجزائريين منخفضة، بسبب أزمة الثقة وكذا عديد التجاوزات (أخبار كاذبة، مجهولة المصدر وغيرها) التي أثرت على درجة تأثير هذه المنصات على الأفراد.
- تقرر نسبة 37% من المفردات المستجوبة بدرجة تأثير عالية للمنشورات الفيسبوكية على مشاركة السياسية لدى الجزائريين، وهو ما يعكس قدرة هذه المنصة الرقمية (فيسبوك) على خلق وعي سياسي لدى الأفراد ويتجسد في مشاركته في عديد الأنشطة السياسية.

خلاصة الفصل:

يعد الفصل الخامس المحور التطبيقي المركزي في هذه الأطروحة، إذ انتقل فيه البحث من مستوى التأطير النظري والمفاهيمي إلى مستوى الفحص الميداني للظاهرة المدروسة، بغرض تحليل أنماط استخدام منصة فايسبوك واستجلاء طبيعة علاقتها بأشكال المشاركة السياسية لدى المستخدم الجزائري في السياق الرقمي الراهن. وقد سعى هذا الفصل إلى الإجابة عن تساؤلات الدراسة في ضوء المعطيات الإمبريقية، والكشف عن الأبعاد السلوكية والتفاعلية التي تحكم هذا الاستخدام.

خصص الجزء الأول من الفصل لتحليل الأنماط السلوكية للمبحوثين، حيث تم الوقوف عند كثافة استخدام فايسبوك، وعادات التصفح، وطبيعة المحتوى المتابع، إلى جانب مستويات التفاعل مع المضامين السياسية. وأظهرت النتائج أن المنصة لم تعد تؤدي وظيفة تواصلية اجتماعية محضة، بل تحولت تدريجياً إلى فضاء عام افتراضي، يتيح للمستخدم الجزائري الوصول إلى المعلومات السياسية خارج الأطر التقليدية، ويفتح أمامه مجالاً أوسع للتعبير عن الرأي ومناقشة القضايا العامة.

في ذات السياق، كشفت المعطيات الميدانية عن تحقيق المستخدمين لجملته من الإشباعات السياسية والنفسية، من أبرزها: إشباع الحاجة إلى المعرفة السياسية، والتنفيس عن المواقف والاتجاهات، وبناء الإحساس بالانتماء إلى جماعات افتراضية ذات اهتمامات سياسية مشتركة، إضافة إلى الإحساس بالمشاركة الرمزية في الشأن العام. وهو ما يؤكد المكانة المتنامية لفايسبوك كوسيط اتصالي مؤثر في تشكيل الوعي السياسي لدى الجزائريين، خاصة لدى الفئات الشابة.

عند تحليل النتائج في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع، تبين أن المشاركة السياسية الرقمية في السياق الجزائري تتخذ في الغالب طابع "المشاركة منخفضة المخاطر"، حيث يفضل المبحوثون أشكال التفاعل الافتراضي (الإعجاب، التعليق، المشاركة) باعتبارها بدائل أقل كلفة وأكثر أماناً مقارنة بالمشاركة السياسية الميدانية المباشرة. كما أبرزت النتائج وجود فجوة دلالية بين ارتفاع مستوى الوعي السياسي الرقمي وبين محدودية ترجمته إلى ممارسات سياسية واقعية ومنظمة، مثل الانخراط الحزبي أو المشاركة الانتخابية.

تعود هذه الفجوة، وفق ما أظهره التحليل، إلى مجموعة من المعوقات البنيوية والسياسية، من بينها ضعف الثقة في المؤسسات، وضبابية الفعل السياسي التقليدي، إضافة إلى تأثير التدفق السريع للمعلومات والتسريبات عبر المنصات الرقمية، والتي تسهم أحياناً في تعزيز ثقافة الحذر السياسي أو العزوف بدل التحفيز على المشاركة الفعلية.

ختاماً، خلص هذا الفصل إلى تقديم قراءة سوسيولوجية رقمية متكاملة، تؤكد مساهمة منصة فايسبوك بشكل ملموس في تسهيل وصول المعلومة السياسية، وتوسيع مجال النقاش العمومي خارج القيود المؤسسية التقليدية، غير أن هذا التحول الرقمي، أعاد في الوقت ذاته، صياغة مفهوم المشاركة السياسية، ليغدو أكثر مرونة وأقل ارتباطاً بالفعل الميداني المباشر، وبذلك تظل فاعلية هذه المشاركة مرهونة بالتوازن القائم بين متطلبات الفضاء الافتراضي ومتطلبات الفضاء الواقعي، في ظل خصوصيات السياق السياسي والإعلامي الجزائري.

الخاتمة

الخاتمة:

سعيناً من خلال هذه الدراسة إلى تناول وتحليل موضوع تأثير منصات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية في الجزائر، خاصة أن هذه الأخيرة، تشهد خلال العقد الأخيرين من الزمن طفرةً تكنولوجيةً هائلةً، وتحولاتٍ جذريةٍ في ميدان الاتصالات بشكل عام، خاصة مع دخول تقنية الجيل الرابع والخامس إلى البلد، وتوسع نطاق التزويد بخدمة شبكة الإنترنت، وبروز عدة أدوات رقمية كمنصات التواصل الاجتماعي، التي أثرت في نمط استهلاك الأفراد للمعلومات، واعتمادهم بدرجة أكبر على فضاءات رقمية بديلة عن الوسائل الإعلامية التقليدية، فلم يعد يقتصر استخدامها من أجل التعارف والتواصل بين المتصفحين فقط، بل أضحت تؤدي عديد الوظائف في شتى المجالات، ومن بينها الشأن السياسي، هذا الأخير، كان قطاعاً يتفادى الأفراد الخوض فيه لسنوات طويلة، بسبب الحساسيات التي تلف به، والتي يمكن أن يؤدي مجرد الاهتمام به إلى مضايقات ومتابعات قد تهدد أمنهم وسلامتهم.

تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي من إعادة تشكيل العلاقة بين الوسائط التواصلية والممارسة السياسية لدى الأفراد، ما أسهم في اندماجهم بشكل غير مسبوق في العملية السياسية، خاصة أن هذه المنصات الرقمية، أتاحت للفرد الجزائري إمكانية التعبير بحرية عن آرائه ومعتقداته دون خوفٍ أو توجسٍ أو متابعاتٍ، وهذا ما تجسد فعلياً خلال فترة الحراك الشعبي الذي عرفته الجزائر خلال سنة 2019، حينما تمكنت منشورات منصة الفايسبوك من التأثير وتعبئة الأفراد ودفعهم للنزول إلى الشارع في مسيرات مليونية رافضة للوضع السياسي القائم آنذاك، ما تمخض عنه إجهاض تمرير العهدة الخامسة للرئيس الجزائري السابق "عبد العزيز بوتفليقة".

الخاتمة

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في العلاقة بين دوافع استخدام الأفراد الجزائريين لمنصة الفايسبوك وتأثيره على مستويات المشاركة السياسية لديهم، في محاولة لفهم كيفية تحول هذه الاستخدامات الاتصالية إلى ممارسات سياسية رقمية، وذلك من خلال الكشف عن قدرة المنشورات الافتراضية لمنصة الفايسبوك في تحفيز المواطنين للاهتمام والمشاركة في الاستحقاقات السياسية في البلد.

أظهرت هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي، وبشكل أخص منصة الفايسبوك، فرضت نفسها كأهم الأدوات الرقمية المستخدمة لدى الأفراد في المجتمع الجزائري، فبلغت الأرقام، تجاوز عدد مستخدمي هذا الفضاء الافتراضي 26 مليون خلال سنة 2025، حسبما كشفه آخر تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات، هذا ما يعكس جلياً مدى الاستخدام المكثف للجزائريين لهذا الوسيط التواصلي، فهي تشكل أهم مصدر من مصادر المعلومات لديهم، خاصة ما تعلق منها بالشأن السياسي ومواضيعه، بسبب هامش الحرية المعتبر الذي تمنحه هذه المنصات للمتصفح، كي يعبر عن آرائه وتوجهاته، ضف إلى ذلك التحفظ المبالغ فيه لدى المؤسسات الإعلامية التقليدية في نقل أخبار السياسية، هذا ما يدفع المتصفح للتوجه نحو المنصات الرقمية بحثاً عن المعلومة السياسية.

كشفت هذه الدراسة تحول منصة الفايسبوك في الجزائر إلى فضاء افتراضي عام للنقاش، يسمح للمتصفح أن يصل إلى المعلومة السياسية بسهولة، يناقشها ويبدى برأيه وتوجه الشخصي، ويعلق عليها ويشاركها مع المتصفحين الآخرين بكل حرية.

أثبتت هذه الدراسة قدرة مضامين منصة الفايسبوك في تشكيل وعي سياسي لدى الأفراد، وذلك من خلال ما تنشره من محتويات تعنى بالشأن السياسي، مع الإقرار بوجود فجوة بين ارتفاع مستوى الوعي السياسي الرقمي لدى الأفراد، ومحدودية ترجمته إلى ممارسة سياسية واقعية.

الخاتمة

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات الرقمية المؤثرة في المشاركة السياسية لدى الجزائريين، إلا أن درجة تأثيرها متوسطة، لاعتبارات عديدة، حيث لا يمكن إغفال انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات السياسية المضللة عبر هذه الفضاءات، وكذا مجهولية مصادرها، لذا تبرز الحاجة إلى الاستخدام الواعي والمسؤول لهذه المنصات لدى الأفراد.

وعليه، وبناء على ما سبق، وفي ضوء التحليل النظري والمعطيات الميدانية التي كشفت عنها الدراسة حول تأثير موقع الفايسبوك في أنماط المشاركة السياسية لدى المستخدم الجزائري، يمكننا تقديم جملة من الاقتراحات، التي قد تساهم في ترشيد استخدام الفضاء الرقمي وتعزيز أدواره في المجال السياسي، وذلك على النحو التالي:

1. استغلال مواقع التواصل الافتراضي كوسيلة لتعزيز المواطنة الرقمية لدى الأفراد: وذلك من خلال العمل على توظيف هذه المنصات لتشجيع السلوك التشاركي الواعي، وتنمية الإحساس بالمسؤولية السياسية لدى الأفراد في التعبير والتفاعل والمناقشة داخل الفضاء العام الافتراضي.

2. تشجيع الفاعلين في الإعلام الرقمي على الاضطلاع بدور أكثر فاعلية في تناول الشأن السياسي، عبر تقديم مضامين تحليلية ومتوازنة، وفتح نقاشات عمومية رشيدة، بعيداً عن الحسابات الضيقة أو منطق الإقصاء، بما يساهم في توسيع دائرة الوعي السياسي لدى المستخدمين.

3. ترسيخ ثقافة التعبير الحر والمسؤول: وذلك عبر دعم ثقافة التعبير الحر عن الآراء والتوجهات السياسية داخل الفضاء الرقمي، في إطار من المسؤولية والاحترام المتبادل، بما يحدّ من مظاهر التعصب السياسي والخطابات التحريضية، ويعزز مناخ الحوار الديمقراطي داخل المجتمع الافتراضي.

الخاتمة

4. تفعيل الحوار السياسي التفاعلي عبر المنصات الرقمية: من خلال تشجيع المؤسسات السياسية والفاعلين العموميين على اعتماد منصات التواصل الاجتماعي كقنوات للتواصل المباشر مع المواطنين عبر فتح فضاءات للحوار السياسي التفاعلي، بما يساهم في تقليص المسافة بين السلطة والمجتمع، وتعزيز الثقة السياسية والمشاركة المدنية.

5. تعزيز الشفافية الرقمية وتحفيز المشاركة السياسية: من خلال العمل على ترسيخ مبدأ الشفافية الرقمية من خلال إتاحة المعلومات والأخبار السياسية للمواطنين بشكل واضح ومنظم، بما يساهم في تقليص فجوة الثقة بين الفاعلين السياسيين والجمهور، ويحفز أشكال المشاركة السياسية الواعية داخل البيئة الرقمية وخارجها.

6. مواجهة التضليل الرقمي وتعزيز المصادقية السياسية: دعم إنتاج وتداول المحتويات السياسية الجادة والموثوقة داخل الفضاء الرقمي، مع تكثيف الجهود لمكافحة الأخبار الزائفة وخطابات التضليل، عبر تفعيل آليات قانونية وتنظيمية وتوعوية، تضمن حماية النقاش العام من التلاعب والتشويه.

في الختام، يمكن القول أن تشجيع المشاركة السياسية الرقمية، لا يتم إلا من خلال خلق بيئة رقمية ديمقراطية، تضمن حرية التعبير لدى الأفراد في إطار احترام القانون، وتشجيع التفاعل المسؤول لتصفحين، ما يساهم في بناء فرد واعٍ، قادر على مواكبة مختلف التحولات الرقمية ومتشبع في الآن ذاته بقيم المواطنة.

وبناء على ما سبق، تفتح هذه الدراسة أفقاً بحثية جديدة لفهم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية في الجزائر، وتقدم رؤية تحليلية عن قدرة مضامين منصة "الفيسبوك" في التأثير على مشاركة الأفراد في مختلف الاستحقاقات السياسية، ما يساهم في تقديم أساس علمي، يمكن البناء عليه في دراسات وأبحاث مستقبلية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المراجع باللغة العربية

المعاجم والقواميس:

1. ابن منظور: لسان العرب- مادة "أثر"، دار صادر، بيروت. د.س.ن.
2. جميل حمداوي: مصطلحات الإعلام والاتصال، دار الفكر، ط 1، د.س.ن.
3. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي: القاموس المحيط، تحقيق محمد نعيم العرقسوسي، حرف الخاء، مادة (خدم)، 2005.
4. محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1997.

الكتب:

1. إبراهيم أبراش: علم الاجتماع السياسي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 1998.
2. إبراهيم عبد العزيز الدعليج: مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2014.
3. أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، ط 2، وكالة المطبوعات، الكويت، 1981.
4. أحمد بن مرسل: "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
5. أحمد عارف العساف ومحمود الوادي: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية الإدارية (المفاهيم والأدوات)، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011.
6. أحمد قران الزهراني: السلطة السياسية والإعلام في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2015.
7. إيناس السعيد إبراهيم: السوشيال ميديا وآثارها على المجتمع، ط 1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2019.
8. بارعة النقشبندي: المشاركة السياسية للمرأة في بعض الدول العربية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2001.

قائمة المصادر والمراجع

9. برهان غليون: المحنة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1994.
10. بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011.
11. بوداود عبد اليمين: مناهج البحث العلمي في علوم وتقنيات النشاط البدني والرياضي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2010.
12. جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
13. جودت عوت عطوي: أساليب البحث العلمي مفاهيمه وأدواته طرقه الإحصائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009.
14. حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي - ثورة تكنولوجيا جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2008.
15. حسين شفيق: نظريات الإعلام، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
16. حسين علوان البيح: المشاركة السياسية - الأهمية، الأنماط، الأبعاد، ط1، المركز العربي الديمقراطي، إصدارات إستراتيجية، ألمانيا، 2020.
17. حسين محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي، مدخل لبناء المهارات البحثية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013.
18. حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط4، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
19. حنفي عوض السيد: علم الاجتماع السياسي - تحليل اجتماعي جديد للنظريات وسياسة الحكم المعاصر، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2010.
20. خالد غسان المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية - ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية الاقتصادية الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
21. دارن بارني: المجتمع الشبكي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2015.
22. دوقان عبيدات وكمايد عبد الحق وآخرون: البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر، ط14، عمان، 2012.

قائمة المصادر والمراجع

23. ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي أسسه مناهجه وأساليبه إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن، د س ن.
24. الرحباني عبيد شفيق: الاستعمار الإلكتروني والإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، د س ن.
25. سعد الدين السيد صالح: البحث العلمي ومناهجه النظرية، مؤسسة الأهرام للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 1993
26. سويم العزي: علم النفس السياسي – قراءة تحليلية نقدية، دار إثراء للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2010.
27. السيد عليوة ومنى محمود: مفهوم المشاركة السياسية، مركز دمشق للدراسات النظرية والحقوق المدنية، 2008.
28. عامر قنديلجي وإيمان السامرائي: البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009.
29. عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، القاهرة، 2007.
30. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2010.
31. عبد الرؤوف الضيع: علم الاجتماع السياسي – قضايا وإشكاليات، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2015.
32. عبد العزيز إبراهيم عيسى: السياسة بين النمذجة والمحاكاة، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2004.
33. عبد العزيز الشريف: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
34. عبد الفتاح محمد العيساوي وعبد الرحمن العيساوي: مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، جاز المراتب الجامعية، د ط، الإسكندرية، 1996.
35. عبد الكريم بوحفص: أسس ومناهج البحث في علم النفس، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2016.
36. عبد النور ناجي: المدخل إلى علم السياسة، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر.

قائمة المصادر والمراجع

37. عبد الهادي الجوهري: دراسات في العلوم السياسية وعلم الاجتماع السياسي، المكتبة الجامعية، مصر، د س ن.
38. عثمان محمد الدليمي: مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2020.
39. علاء الدين محمد عفيفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعية العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية-مصر، 2015.
40. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
41. محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2015.
42. محمد زيان عمر: البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، دار الشروق، الطبعة الرابعة، السعودية، 1983.
43. محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتاب، القاهرة، 1993.
44. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب نشر توزيع وطباعة، القاهرة، د س ن.
45. محمد عبد العال النعيمي وعبد الجبار توفيق البياتي وآخرون: طرق ومناهج البحث، مؤسسة البراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009.
46. محمود خالد وليد: شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، دار مدارك إبداع للنشر والترجمة والتعريب، لبنان، 2011.
47. محمود عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، القاهرة، 2000.
48. مروان عبد المجيد إبراهيم: "أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2000.
49. منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012.
50. منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

قائمة المصادر والمراجع

51. مورييس أنجريس، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية "تدريبات علمية"، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2010.
52. مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت-لبنان، 2006.
53. مي العيد الله: متاهة التواصل الاجتماعي في الفضاء العام، دار النهضة العربية، بيروت، 2020.
54. نبيل دريس: الديمقراطية التشاركية - مقاربات في المشاركة السياسية، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2017.
55. نسرين حسونة: الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الألوكة، 2014.
56. نهى بلعيد: تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد 17، 2016.
57. الهادي الجوهري وآخرون: المشاركة الشعبية - دراسة في علم الاجتماع السياسي، مكتبة نهضة الشرق، مصر، 1984.
58. هالة مصطفى: الأحزاب السياسية - موسوعة الشباب السياسية، مصر، 2001.
59. هشام رشدي خير الله: محاضرات في نظرية الإعلام، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، التربية النوعية، جامعة المنوفية.
60. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، شمس النهضة، مصر، 2010.

الأطروحات والرسائل العلمية:

1. أبو زيد طاهر حسن: دور المواقع الاجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، دراسة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2012.
2. أحمد أمين فورار: دور الاتصال التفاعلي عبر الشبكات الاجتماعية في إقناع الشباب بالمشاركة في النشاط السياسي - دراسة مسحية على اتجاهات عينة من أساتذة الإعلام والاتصال، والعلوم السياسية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2017-2018.
3. أمحمد برقوق: دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الراشد في الجزائر (1999-2004)، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2007-2008.

قائمة المصادر والمراجع

4. إيمان قرقوري: استخدامات الطلبة الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة صالح بويندير، الجزائر، 2020-2021.
5. بدر الدين بن بلعباس: شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين: الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013-2014.
6. بوطالب حمزة: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري- دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سعيدة، أطروحة دكتوراه، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، الجزائر، 2022-2023.
7. خليل سعيدي: أساليب الاتصال السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي -دراسة تحليلية على عينة من الفاعلين السياسيين في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، الجزائر، 2023-2024.
8. رمزي جاب الله: القيم المتضمنة في صفحات الفيسبوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي- دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال، جامعة باتنة1، 2017-2018.
9. زينب لموشي: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية- دراسة ميدانية لعينة من البرلمانيات الجزائريات (جانفي 2014- جانفي 2017)، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2016-2017.
10. سعاد بن ققة: المشاركة السياسية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2011-2012.
11. سليمان بورحلة: أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، رسالة ماجستير، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، كلية السياسة والإعلام، 2007-2008.
12. صالحة سهيل العامري: دور المرأة الإماراتية في المشاركة السياسية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2013.
13. صونية العيدي: المشاركة السياسية والتحول الديمقراطي في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، 2004-2005.

قائمة المصادر والمراجع

14. ضبع عامر: المشاركة السياسية كأداة لترشيد الحكم من منظور أداء النظام السياسي – دراسة حالة الجزائر – تركيا، أطروحة دكتوراه جامعة الجزائر3، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، الجزائر، 2016-2017.
15. طارق طراد: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي " الفاييس بوك " في التواصل السياسي للشباب الجزائري، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2015-2016.
16. علا العقاد: دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الفلسطيني – دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، مصر، 2013/2014.
17. غضبان غالية: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الوطنية لدى الطلبة الجامعيين في ظل العولمة الإعلامية، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2017-2018.
18. فتيحة حيدرة: نظرية الفعل التواصلي عند يورغن هابرماس، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفلسفة، المدرسة العليا للأساتذة في الآداب والعلوم الإنسانية، تخصص فلسفة، الجزائر، 2007-2008.
19. فتيحة ريم قدوري: دور الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري – دراسة وصفية تحليلية لموقع الجزيرة نت نموذجا، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، 2017/2018.
20. مبارك زودة: دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام – الثورة التونسية أنموذجا، رسالة ماجستير، علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011/2012.
21. محمد بوخبزة: مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية – دراسة ميدانية لمستخدميها بمدينة مستعانم، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستعانم، 2015-2016.

قائمة المصادر والمراجع

22. مصطفى سعو: المشاركة السياسية للشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي-دراسة ميدانية لمستخدمي الفايسبوك بمدينة أم البواقي، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى- جيجل، 2023/2022.
 23. نعيمة بوزبنة: شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري- دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي- جامعة الجلفة نموذجا، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2018/2017.
 24. نهلة حفيظي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة والحملات الانتخابية- دراسة تحليلية مسحية وتأثيرات الانترنت في الحملات الانتخابية الأمريكية 2008، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012-2011.
 25. نور الدين دحمان: توظيف الأحزاب السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي وأثره على المشاركة السياسية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2020/2019.
 26. وردة بن عمر: تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية-مصر نموذجا، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2014/2013.
 27. ياسين ربوح: الأحزاب ودورها في التنمية السياسية بالجزائر (1996- 2008)، رسالة ماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009-2008.
- المقالات العلمية:

1. ابتسام بدري: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وإحداث التغيير في دول الحراك العربي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 47، 2017.
2. أحمد الدين والكواري علي خليفة: الانتخابات الديمقراطية وواقع الانتخابات في الأقطار العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، ط 1، بيروت، 2009.
3. أساور عبد الحسين عبد السادة: الشباب والمشاركة المجتمعية - دراسة ميدانية بجامعة بغداد، مجلة البحوث التربوية والنفسية، العدد 32، 2012.

قائمة المصادر والمراجع

4. أعمار يوسفى : التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الأمن القومي الدولي، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 2، العدد 7، 2017.
5. باديس بوشامة: المشاركة السياسية وإشكالية المفهوم، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، العدد 9، جوان 2018.
6. باية بن جدي، السعيد ملاح: المشاركة السياسية كآلية تحقيق التنمية السياسية والممارسة الديمقراطية في الوطن العربي: المعوقات والحلول، مجلة الحوار الفكري، المجلد 12، العدد 14، 2017.
7. بقدي مصطفى وبن تامي رضا: الإعلام الرقمي والمشاركة السياسية، مجلة المعيار، المجلد 29، العدد 3، 2025.
8. بلمولاي بدر الدين: دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017.
9. بن عبو وليد: شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية... نظرة في الاستخدامات — دراسة تحليلية لموقع الفيس بوك، مجلة الخطاب والتواصل، ع 1، المجلد 1، 2018.
10. بوطالب حمزة: المشاركة السياسية للشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة السياسة العالمية، المجلد 9، العدد 1، 2025.
11. حسام سلمان: أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الوعي السياسي للمواطنين ثورات الربيع العربي أنموذجا، مجلة دراسات استراتيجية، العدد 21، 2022.
12. خالد بومخيلة: واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي — دراسة حالة الجزائر، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد 04، المجلد 04، أكتوبر 2021.
13. خضير محمد العربي: تفاعلية لغة الفيسبوك المكتوبة وأثرها في رسم التعدد اللغوي وتعزيز الثقافة، مجلة القارئ للدراسات الأدبية والنقدية واللغوية، المجلد 04، العدد 04، 2021.
14. رقية مقدم وعبد القادر مالفى: دور الإعلام الجديد في تفعيل المشاركة السياسية، مجلة الحوار الثقافي، العدد 2، الجزائر، 2018.
15. رمضان مسيكة: التصويت الإلكتروني نحو مسار جديد لتكريس المشاركة السياسية في ظل التكنولوجيا الرقمي، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، 2023.

قائمة المصادر والمراجع

16. ساسي سفيان: سوسيولوجيا التواصل الاجتماعي الافتراضي، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد 03، المجلد 10، الجزائر، 2017.
17. سمية حوادسي: جدلية دور دور مواقع التواصل الاجتماعي – بين نشر الوعي السياسي والاجتماعي وثقافة العنف والتطرف الإرهابي في المجتمع العربي، مجلة جيل للدراسات السياسية والعلاقات الدولية، العدد 16، الجزائر.
18. سمير كيم: دور الفايستوك في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري- دراسة ميدانية لعينة من المشاركين في الحراك الشعبي، مجلة الدراسات الإعلامية- المركز الديمقراطي العربي برلين، العدد 12، 2020.
19. سهايلية سماح، محي الدين فرحات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر- دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايستوك في الوسط الطلابي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 02، المجلد 04، جوان 2020، الجزائر.
20. سهى يونس إسماعيل، طاهر حسو زيباري: نظرية المجال العام عند هابرماس دراسة تحليلية، مجلة لارك، العدد 4، 2022.
21. السيد بخيث درويش: تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي- مؤشرات ونموذج ومقترح، دورية إعلام الشرق الأوسط، ع 9، 2013.
22. عمراني كربوسة: المجتمع المدني في ظل الحراك العربي الراهن.. أي دور؟ مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 16، الجزائر، سبتمبر 2014.
23. العيد بوعافية والحاج بلقاسم: معوقات المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية وآليات الحد منها – دراسة تحليلية، مجلة المعيار، ع 62، 2021.
24. غنية شليغم: دور تنظيمات المجتمع المدني في تكريس المشاركة السياسية، دفاثر السياسة والقانون، العدد 02، الجزائر، 2009.
25. فادي محمد جديد: دور الأحزاب السياسية في عملية التنمية السياسية في الجمهورية العربية السورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 02، المجلد 37، 2021.
26. محمد الطيب حمدان: دور المجتمع المدني في المساهمة في التنمية وصنع السياسات العامة في الدول النامية، مجلة الفكر، العدد 02، المجلد 6، الجزائر، 2011.

قائمة المصادر والمراجع

27. محمد بن هلال: المشاركة السياسية للمرأة في المغرب بين المعوقات وسبل التجاوز، المجلة العربية للعلوم السياسية، مركز الدراسات الوحدة العربية، العدد 29، 2011.
28. محمد نور السيد البصراي: دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة السياسية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد 12، 2014.
29. مصعب جعفرورة: العوامل السياسية والقانونية وأثرها على المشاركة السياسية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد 05، العدد 02، الجزائر، 2019.
30. نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 11، 2013.
31. نبيل دريس: مظاهر ودوافع ومعوقات المشاركة السياسية في الجزائر، المجلة الجزائرية للسياسات العامة، المجلد 1، العدد 3، 2013.
32. نصر الدين بوزيان: "الأخبار الكاذبة، الذباب الإلكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية ومساعي المواجهة"، مجلة أكاديميا للدراسات السياسية، م 6، ع 05، 2021.
33. نعيم بوعموشة، هشام بوبكر: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام لدى المواطن الجزائري، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، العدد 18، الجزائر، 2012.
34. نوال مغزيلي: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إرساء ممارسة جديدة للمشاركة السياسية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد 13، الجزائر، 2018.
35. نوال مغزيلي: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إرساء ممارسة جديدة للمشاركة السياسية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، ع 13، 2018.
36. نوال مغزيلي: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الحملات الانتخابية، م المعيار، ع 2، 2019.
37. هاني خميس: الشباب وحرية التعبير في عصر العولمة، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد 13، ع 2، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، مصر.
38. هشام رائق: الفجوة الرقمية والعزوف عن المشاركة السياسية - تحليل انحدار لوجستي ثنائي الاستجابة لعينة من بيانات المؤشر العربي، سياسات عربية، العدد 56، المجلد 10، 2022.
39. يوسف أزروال: دور الأحزاب السياسية في إدارة التنمية السياسية، مجلة الحقيقة، العدد 41، 2017، الجزائر.

قائمة المصادر والمراجع

مواقع الانترنت:

1. الإذاعة الجزائرية: انخفاض نسبة البطالة بالجزائر، رابط المقال الإلكتروني: urlr.me/HgRXKM
2. إسلام الشرنوبى: مسؤول في فيسبوك: هذا هو حجم الأخبار الكاذبة التي حذفناها، رابط مقال سكاى نيوز عربية: <https://urls.fr/5XvMTE>
3. أشرف العيسوي: وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرات متنامية وأدوار شائكة في العالم العربي، رابط المقال: <https://urls.fr/ff-Vtz>
4. حسام مصطفى: فيسبوك يحدد 06 أسباب لحذف منشورات المستخدمين: رابط المقال: <https://bit.ly/3PyUEIQ>
5. حمزة كحال: الطبقة الوسطى في الجزائر: جيوب منهكة تتقرب الانتخابات الرئاسية، رابط المقال الإلكتروني: <https://bit.ly/35sUqzs>
6. سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية: مرصد سوق الانترنت في الجزائر، رابط المقال: <https://urls.fr/Ko0fp3>
7. شريف درويش اللبان، سامح الشريف: استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاته السياسية، متاح على الرابط <https://www.acrseg.org/40214>,
8. العربي صحراوي: شبكات التواصل بين حرية التعبير وقمع التفكير، رابط المقال: <https://bit.ly/3ph2PPr>
9. مسلم عباس: حدود الحرية في مواقع التواصل الاجتماعي، رابط المقال: <https://bit.ly/3C8AC4T>
10. منظمة العفو الدولية: حملة ضد القمع الحكومي المتزايد لحقوق الإنسان، رابط الرابط: <https://bit.ly/3Puo2Qo>
11. نصر الدين لعياضي: وسائط التواصل وتحولات الفعل الاجتماعي والسياسي في بلدان المغرب العربي – تحليل في الاستخدامات والتحديات، رابط المقال: urlr.me/6gxXQa

المراجع باللغة الأجنبية

الكتب:

1. Barian Loader & Dan Mercea: **Social Media and Democracy: Innovations in Participatory Politics**, 1 st edition, London, 2012.
2. Castells Manuel :**Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age**, 2nd ed, Polity Press, 2015.
3. Denis McQuail: **Mass communication theory**, 6th ed, SAGE Publications Ltd, 2010
4. Eli Pariser: **The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You**, the penguin press, new York, 2011.
5. Fuchs Christian , **Social Media: A Critical Introduction**, Sage publication, 3 rd, 2021.
6. Seyla Benhabib: **Situating the self: Gender, community and postmodernism in contemporary ethics**, Psychology Press, 1992.
7. Wilhelm Hofmeister, Karsten Grabow : **Political Parties Functions and Organisation in Democratic Societies**, Konrad Adenauer Stiftung, Singapore, 2011.

المقالات العلمية:

1. Achitouv, Ixandra and David Chavalarias: "Unveiling Political Influence Through Social Media: Network and Causal Dynamics in the 2022 French Presidential Election." *Frontiers in Political Science* 7: 1653101. doi:10.3389/fpos.2025.1653101. 2025.
2. Ahmad Mousa ,Turkle Sherry. **Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other**, *Question de communication*, 38, 2020.
3. Danah m. boyd & Nicole B. Ellison : **Social network sites: Definition, history, and scholarship**. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1) , 2007.
4. Godefroy dang nguyen, Virginie Lethias: **impact des réseaux sociaux sur la sociabilité- Le cas de facebook-**, Dans *Réseaux*, N 195.
5. Kaplan Andreas & Haenlein Michael, **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media**, *Business Horizons*, vol 53 , Issue 1, 2010 .
6. Lance Bennett & Alexandra Segerberg : **The Logic of Connective Action, Information, Communication & Society**, 15, 7, 2012.
7. Niels Bruger : **A brief history of Facebook as a media text – The development of an empty structure**, *First Monday journal*, vol 20, N°5.2015
8. Ouchiha, Tahar: **Les réseaux sociaux et la participation politique en Algérie : Analyse de la campagne de boycottage des législatives de mai 2017 à travers Facebook**. *Communication* 35, no. 2. 2018.
9. Paul Hitlin, Lee Rainie : **Facebook Algoriyhms and personal Data**, *pew Research Center*, January 2019.
10. Peter Dahlgren : **The internet –Public Spheres and Political communication – Dispersion and deliberation**, *political communication*, vol 22, 2005.
11. Sohia hadibi, samir berkani, hamid fecht : **La stratégie de communication digitale sur les réseaux sociaux,The digital communication strategy on social networks**, *Revue internationale de la performance économique*, vol 4, 2021.

قائمة المصادر والمراجع

الأطروحات والمذكرات الجامعية :

1. Ahmed el-kadib : **La communication politique à l'ère des réseaux socio-numériques : Le cas des partis politiques marocains pendant les législatives de 2016 et 2021**, thèse de doctorat, science de l'information et de la communication et de la documentation, université Montpellier, 2022-2023.
2. Meshcheryakov, Nicholas: **The Impact of Social Media Usage on Political Participation**. Master's thesis, Department of Political Science, University of California, Irvine. 2025.

مواقع الإنترنت:

1. 1800 office solutions : **An Essential Guide to the History and Evolution of Social Media, February 18- 2025** Available at <https://share.google/xnsC98eBiLMjwiteC>
2. Atlantic OER, Atlantique REL : **Introduction to Social Media**, February 18- 2025 Available at <https://share.google/FzJCihYB7tnDpaKY8>
3. Backlinko Team : Facebook User et Growth Statistics, 2024 Available at link <https://backlinko.com/facebook-users>
4. DEMOGRAPHIE ALGERIENNE 2018: : <https://urlr.me/jgzKWM>
5. Digital 2025 : Algeria, lien : <https://urlr.me/CZQtKH>
6. marketing des réseaux sociaux <https://urls.fr/wbJ3C4>
7. Organimi: Facebook's Organizational Structure, Available at link :urlr.me/TgVa4n

الملاحق

مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المشاركة السياسية

نضع بين أيديكم هذه الاستمارة الالكترونية المقدمة في اطار استكمال رسالة بحثية للحصول على درجة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال.

ملاحظة:

نرجو من سيادتكم المحترمة التفضل بالاجابة عن أسئلة هذه الاستمارة بوضع علامة (*) في خانة الإجابة المناسبة. نحيطكم علما أن كل المعلومات التي سترد ستبقى سرية وستستغل فقط لأغراض علمية بحثية. تقبلوا مني فائق عبارات الشكر والتقدير

*** Indique une question obligatoire**

البيانات الشخصية

1. *** الجنس**

Une seule réponse possible.

☐ ذكر

☐ أنثى

2. *** السن**

Une seule réponse possible.

☐ أقل من 20 سنة

☐ الى 40 سنة 20

☐ أزيد من 40 سنة

3. * المستوى التعليمي

Une seule réponse possible.

- ☐ متوسط أو أقل
- ☐ ثانوي
- ☐ جامعي
- ☐ ما بعد التدرج

4. * مكان الإقامة

Une seule réponse possible.

- ☐ منطقة ريفية
- ☐ منطقة شبه حضرية
- ☐ مدينة

5. * الحالة الاجتماعية

Une seule réponse possible.

- ☐ أعزب
- ☐ متزوج
- ☐ مطلق

6. * الحالة الوظيفية

Une seule réponse possible.

- ☐ بطال
- ☐ عامل

7. * الحالة المادية

Une seule réponse possible.

☐ ضعيفة

☐ متوسطة

☐ جيدة

Passer à la question 8

عادات وأنماط استخدام الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي - "فيسبوك"

8. * منذ متى وأنت تمتلك حسابا فيسبوكيا؟

Une seule réponse possible.

☐ أقل من سنة

☐ سنة إلى 05 سنوات

☐ أزيد من 05 سنوات

9. * كم هو عدد الحسابات الفيسبوكية التي تمتلكها؟

Une seule réponse possible.

☐ حساب واحد

☐ حسابان

☐ أزيد من حسابين

10. * هل تتواصل عبر الفيسبوك باسمك الحقيقي؟

Une seule réponse possible.

☐ "نعم" اسم حقيقي

☐ "لا" اسم مستعار

11. إذا كانت الإجابة "لا": ما سبب استخدام اسم مستعار؟

12. * ما نوع الصورة التي تضعها عبر حسابك الفايسبوكي؟

Une seule réponse possible.

- ☐ صورة حقيقية
- ☐ صورة مستعارة

13. إذا كانت الإجابة "صورة حقيقية": هل يعود سبب ذلك إلى

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ تسهيل عملية العثور عليك
- ☐ إعطاء مصداقية لحسابك
- ☐ إبراز مواقفك وأرائك الشخصية

14. * تتصفح حسابك الفايسبوكي في اليوم الواحد

Une seule réponse possible.

- ☐ مرة واحدة
- ☐ مرتان إلى 05 مرات
- ☐ أكثر من 05 مرات

15. * ما هو متوسط المدة التي تقضيها عبر حسابك الفايسبوكي يوميا؟

Une seule réponse possible.

- ☐ أقل من ساعة
- ☐ ساعة إلى 03 ساعات
- ☐ أزيد من 03 ساعات

16. * ما هي الوسيلة التي تفضل استخدامها لتصفح الفايسبوك؟

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ هاتف نقال
- ☐ لوحة الكترونية
- ☐ جهاز كمبيوتر

17. * ما هو المكان التي تفضله لتصفح الفايسبوك؟

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ المنزل
- ☐ العمل
- ☐ مقهى الانترنت

18. * هل تفضل استخدام الفايسبوك

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ بمفردك
- ☐ مع الأصدقاء
- ☐ مع العائلة

دوافع استخدام الجزائريين لموقع التواصل الاجتماعي - "فايسبوك"

19. * تستخدم موقع فايسبوك لـ

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ إنشاء علاقات صداقة جديدة
- ☐ الترفيه والتسلية
- ☐ الاطلاع على أهم الأحداث
- ☐ مناقشة القضايا والمسائل المختلفة
- ☐ استخدامات أخرى

20. * حينما تتصفح حسابك الفايسبوكي فأنت غالبا

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ تكتفي بقراءة مشاركات الأصدقاء
- ☐ تضع منشورات على حائط حسابك
- ☐ تسجل اعجابك بالمنشورات
- ☐ تشارك المنشورات لأصدقاء اخرين

21. * هل أنت عضو ضمن مجموعات أو صفحات فايسبوكية؟

Une seule réponse possible.

- ☐ نعم
- ☐ لا

22. إذا كانت الإجابة "نعم": هل هذه المجموعات ذات

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ اهتمام اجتماعي
- ☐ اهتمام رياضي
- ☐ اهتمام سياسي
- ☐ اهتمامات أخرى

23. * حسب رأيك، هل أضحت مواقع التواصل الاجتماعي المصدر الأساسي للمعلومة لديك؟

Une seule réponse possible.

- ☐ نعم
☐ لا
☐ لا أدري

24. إذا كانت الإجابة نعم: هل يعود سبب ذلك

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ للأنية والفورية في نقل الأحداث
☐ التحرر من القيود المفروضة في كيفية تناول المواضيع
☐ مشاركة الأحداث نصاً، صوتاً وصورة
☐ أسباب أخرى

25. * هل أغنتك مواقع التواصل الاجتماعي عن مشاهدة وسائل الإعلام التقليدية؟

Une seule réponse possible.

- ☐ نعم
☐ لا
☐ لا أدري

26. إذا كانت الإجابة "نعم": إلى ماذا يعود سبب اعتمادك على أخبار مواقع التواصل الاجتماعي؟

27. * ما درجة ثقتك في الأخبار المنشورة عبر الفايسبوك؟

Une seule réponse possible.

- ☐ درجة ثقة منخفضة
☐ درجة ثقة متوسطة
☐ درجة ثقة عالية
☐ لا أثق

28. * حسب رأيك، فيما تتمثل وظائف موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"؟

موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وتشكيل الرأي العام

29. * هل تبدي رأيك ومواقفك بحرية عبر حسابك الفيسبوكي؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

30. إذا كنت الإجابة نعم: هل يعود سبب ذلك الى

Plusieurs réponses possibles.

☐ الحرية المتوفرة عبر هذا الفضاء

☐ البيانات الشخصية مستعارة

☐ الفناعة الشخصية بالرأي والموقف

31. * هل سبق وأن تم الإبلاغ عن منشور نشرته عبر الفيسبوك؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

32. إذا كانت الإجابة "نعم": ما طبيعة المنشور؟

33. * هل سبق وأن غير منشور فابيسوكي رأيك بخصوص قضية معينة؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

34. إذا كانت الإجابة بـ "نعم": كيف ذلك

35. * هل سبق وأن أثرت فيك الحملات التي أطلقت عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

36. إذا كانت الإجابة بـ "نعم": هل استجبت لهذه الحملات

Plusieurs réponses possibles.

- ☐ "خليها تصدي" مقاطعة السيارات
- ☐ حملة إلغاء الزيادات عن الوثائق البيومترية
- ☐ حملة مقاطعة الانتخابات التشريعية 2017
- ☐ حملات انسانية كحملة التبرع بالدم وغيرها
- ☐ حملات أخرى

37. * في رأيك، هل يمكن للمضامين الفابيسوكية أن تشكل رأيا عاما لدى الجزائريين بخصوص قضية معينة؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

☐ لا أدري

38. إذا كانت الإجابة "نعم". كيف يتم ذلك

تأثير المنشورات الفيسبوكية على المشاركة السياسية للجزائريين

39. * هل تهتم بالقضايا السياسية المنشورة عبر الفيسبوك؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

40. إذا كانت الإجابة "نعم". ما درجة اهتمامك ؟

Une seule réponse possible.

☐ منخفضة

☐ متوسطة

☐ عالية

41. * هل تشارك مضامين سياسية عبر حسابك الفيسبوكي؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

42. إذا كانت الإجابة بنعم. هل تكتفي بـ

Plusieurs réponses possibles.

☐ مشاركة منشورات لأصدقاء آخرين

☐ قراءة مشاركة الأصدقاء فقط

☐ التعليق على مشاركة الأصدقاء

43. * هل أنت عضو في مجموعات أو صفحات سياسية عبر الفايسبوك؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

44. * هل أضفت لك النقاشات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

Plusieurs réponses possibles.

☐ معلومات جديدة

☐ دعمت موقف سياسي لديك

☐ غيرت قناعات سياسية لديك

☐ أخرى

45. * حسب رأيك، هل تساهم المضامين الفايسبوكية في تشكيل وعي سياسي لدى الجزائريين؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

☐ لا أدري

46. إذا كانت الإجابة نعم: ما درجة تأثيرها؟

Une seule réponse possible.

☐ منخفضة

☐ متوسطة

☐ عالية

47. * هل سبق وأن شاركت في نشاط سياسي دعت إليه أطراف معينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

48. إذا كانت الإجابة نعم: فيما تمثل هذا النشاط؟

Plusieurs réponses possibles.

☐ تجمع أو لقاء سياسي

☐ مسيرة شعبية

☐ نشاط آخر

49. * حسب رأيك، هل لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا في إخراج المواطنين للشارع رافضا للعهد الخامسة؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

☐ لا أدري

50. * هل شاركت في المسيرات التي تم الدعوة إليها عبر صفحات الفايسبوك ضد العهد الخامسة؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

51. * هل تؤثر المضامين السياسية عبر الفايسبوك على قناعاتك السياسية؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

52. * هل تثق في صداقية المضامين السياسية عبر الفايسبوك؟

Une seule réponse possible.

☐ نعم

☐ لا

53. * كيف تقيم درجة تأثير المنشورات الفايسبوكية على المشاركة السياسية للجزائريين؟

Une seule réponse possible.

☐ درجة منخفضة

☐ درجة متوسطة

☐ درجة عالية

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

Google Forms