

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة العربي التبسي - تبسة



Larbi Tebessi – Tebessa Université  
Université Larbi Tebessi –Tebessa

جامعة العربي التبسي - تبسة  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
قسم : علوم الإعلام والاتصال

الميدان : علوم إنسانية واجتماعية  
الشعبة : علوم الإعلام والاتصال  
التخصص : إتصال تنظيمي

**العنوان : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال الخارجي**

**للأحزاب السياسية مع الطلبة الجامعيين**

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل . م . د "

دفعة 2019

إعداد الطالب (ة) : 1- قنز ربيعة

إشراف الدكتورة :

لدمية عابدي

2- لسود آسيا

لجنة المناقشة :

الصفة	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيساً	أستاذ محاضر أ-	طبي منير
مشرفاً و مقرراً	أستاذ محاضر أ-	لدمية عابدي
ممتحنا	أستاذ مساعد أ-	ذويب أميرة

السنة الجامعية : 2018/2019



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# هداء

إلى والدي الغالي البناني

إلى نور قلبي وضيء حياتي والدتي العزيزة الطاوس

إليكم أهدي ثمرة عملي المتواضع إلى حبيبة قلبي أختي الغالية هدى وزوجها

إلى إخوتي الأعزاء نبيل وفواز وزوجاتهم

إلى كتاكيت بيتنا سعد، نجم، محي، تيم، إليف، غيث، جليبيب

إلى توأم روحي و رفيق دربي

إلى كل زملائي ورفيقاتي

إليكم أهدي هذا العمل

ربيعة

## إهداء

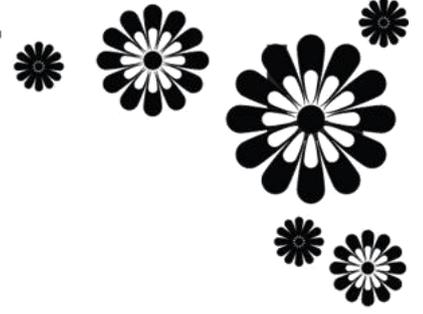
أحمد الله عزوجل على عونه لإتمام هذا البحث، أهدي هذا العمل المتواضعاإلى من علمني النجاح والصبر إلى من افتقدته في مواجهة الصعاب ولم تمهله الدنيا لأرتوي من حنانه أبي الغالي على قلبي رحمه الله في جنان النعيم، إلى أُمي حبيبة فؤادي وأغلى من روحي أطال الله في عمرها وأمدّها الصحة والعافية، كما أهدي ثمرة جهدي إلى أخواتي حبيباتي اللواتي تقاسموا معي عبء الحياة، كما أهدي هذا العمل المتواضع إلى أخي حمه رفيق دربي وسندي، صاحب القلب الطيب أخي رمزي كما أدي ثمرة جهدي إلى توأم روحي ابراهيم ، عبد الرحمان ، جلييب الرحمان ، سدن.

اسيا



# كلمة شكر

الحمد لله الذي به تتم خير الأعمال والذي بحمده يكون خير  
الإكمال الذي كان لنا خير المعين، وفي صبرنا كان نعم اليقين لله نجزي الشاء  
ونقدم عملا نرجومنه الرضا بحمده " فاللهم لك الحمد ولك الشكر".  
واعترافا بالفضل الجميل نتوجه بخالص الشكر والامتنان إلى الأستاذة  
الفاضلة عابدي لدمية التي اشرفت على هذا العمل بتوجيهاتها وإرشاداتها  
ومد يد العون لنا ولا يسعنا إلا أن نسأل الله أن يوفقها لكل خير وأن ينعم  
عليها بالصحة والعافية وأن يديم عملها ذخرا لكل طالب علم.  
كما نتقدم بالشكر الجزيل بالشكر الجزيل إلى الأساتذة البار الطيب، أميرة  
علي فاطمة الزهراء نشكرهم على مد يد المساعدة وإلى كل أساتذة قسم  
العلوم السياسية مع خالص التقدير، وإلى كل من مد لنا يد العون وساندنا في  
انجاز هذا العمل من قريب أو بعيد.  
وإلى كل من يشجعون اليد التي تحمل القلم ويحبون الكلمة ويعيشون تحت  
ظلال العلم.



## ملخص الدراسة:

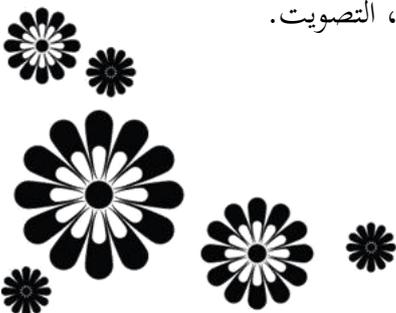
أدى الاستخدام المكثف والواسع لمواقع التواصل الاجتماعي إلى السماح للأحزاب السياسية بشرح أفكارهم ومبادئهم وأهدافهم عن طريق الترويج للحملات الانتخابية عبر هذه المواقع مما أثر بدرجات متفاوتة في الجمهور المستهدف وبالتالي على مستوى المشاركة الانتخابية.

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية مع الطلبة الجامعيين، وذلك باعتماد الباحثان على المنهج الوصفي، من خلال إنتقاء عينة طبقية ممثلة، واستخدام أداة الاستبيان لاستخلاص أهم النتائج كجانب من الدراسة التطبيقية التي تم توزيعها على عينة مكونة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم بشكل كبير خاصة موقع الفيسبوك وفقا لوجهة نظر وآراء فئة الباحثين، إلا أن هذه العينة ترى أن مساهمة صفحات الأحزاب السياسية في تغيير السلوك الانتخابي للشباب الجزائري في المرحلة القادمة كانت متوسطة، وبالتالي فإن هذه المواقع لا تحفزهم بشكل كبير على المشاركة الانتخابية.

## الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي، الاتصال الخارجي، الأحزاب السياسية، المشاركة الانتخابية، التصويت.



## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	إهداء
	كلمة شكر
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول والأشكال
أ ، ب	مقدمة
23 - 1	الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة
17 - 1	أولاً: إشكالية الدراسة:
3 - 1	1_ تحديد المشكلة
4 - 3	2_ أسباب اختيار الدراسة
5 - 4	3_ أهداف الدراسة وأهميته
12 - 5	4_ الدراسات المشابهة
17 - 12	5_ تحديد المفاهيم
23 - 17	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة:
20 - 17	1_ مجالات الدراسة
22 - 21	2- نوع الدراسة ومنهجها
23 - 22	3_ أدوات جمع البيانات
71 - 24	الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة
26	تمهيد
27	أولاً_الاتصال الخارجي (تعريفه):
29 - 27	2_أنواع الاتصال الخارجي
30	3_وظائف الاتصال الخارجي

31	4_ أهداف الاتصال الخارجي
32	5_ عوائق الاتصال الخارجي
37 – 33	6_ وسائل الاتصال الخارجي
38	خلاصة
39	ثانيا - مواقع التواصل الاجتماعي
40	تمهيد
44 – 41	1_ خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
45	2_ أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
51 – 46	3_ أشكال مواقع التواصل الاجتماعي
52	4_ أهداف مواقع التواصل الاجتماعي
53 – 52	5_ خدمات مواقع التواصل الاجتماعي
54 – 53	6_ التأثيرات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي
55 – 54	7_ سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
56	خلاصة
57	ثالثا : الأحزاب السياسية
58	تمهيد
60 – 59	1- تعريف الأحزاب السياسية
61 – 60	2- أهداف الأحزاب السياسية
63 – 61	3- تصنيف الأحزاب السياسية
64 – 63	4- الانتقادات الموجهة للأحزاب السياسية
70 – 64	5- الأحزاب السياسية في الجزائر
71	خلاصة
110 – 73	الفصل الثالث : الإطار الميداني للدراسة
107 – 70	أولا_ تفريرغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية
110 – 107	ثانيا _ النتائج الجزئية والعامه ومناقشتها

113 - 112	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

## فهرس الجدول والأشكال

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
70	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	01
71	توزيع أفراد العينة حسب السن.	02
72	توزيع أفراد العينة حسب التخصص.	03
73	توزيع أفراد العينة حسب أهم المصادر التي يعتمد عليها في التعرف على المستجندات السياسية.	04
75	توزيع أفراد العينة حسب أسباب ابعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.	05
76	توزيع أفراد العينة حسب موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما.	06
78	توزيع أفراد العينة حسب الساعات التي يقضيها في استخدام الفيسبوك يوميا.	07
79	توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الفيسبوك.	08
81	توزيع أفراد العينة حسب أهم الموضوعات التي يتفاعلوا معها عبر الفيسبوك.	09
83	توزيع أفراد العينة حسب مدى اعتبارهم الفيسبوك كمصدر رئيسي لمتابعة الأحداث السياسية في البلاد.	10
84	توزيع أفراد العينة حسب إنضمامهم إلى مجموعات ذات توجه سياسي في الفيسبوك.	11
86	توزيع أفراد العينة حسب إعجابهم بإحدى صفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك.	12
87	توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لصفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك.	13
89	توزيع أفراد العينة حسب ثقتهم بالمعلومات التي تنشرها الأحزاب السياسية على الفيسبوك.	14
90	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية.	15
92	توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفيسبوك في رفع نسبة المشاركة الانتخابية في الانتخابات الرئاسية المقبلة.	16
93	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في الوسائل المساهمة في نجاح الاتصال الخارجي للأحزاب	17

	السياسية.	
95	توزيع أفراد العينة حسب مدى اطلاعهم على المنشورات التي تعرضها الأحزاب السياسية على الفيسبوك.	18
69	توزيع أفراد العينة حسب أكثر المنشورات التي تثير انتباههم في هذه الصفحات.	19
98	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول دور الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية عبر موقع الفيسبوك.	20
100	توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لصفحات الأحزاب السياسية في الحملة الانتخابية للرئاسيات القادمة.	21
102	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة صفحات الأحزاب السياسية في تغيير السلوك الانتخابي للشباب الجزائري في المرحلة القادمة.	22

الصفحة	فهرس الأشكال	الرقم
71	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	01
72	توزيع أفراد العينة حسب السن.	02
73	توزيع أفراد العينة حسب التخصص.	03
74	توزيع أفراد العينة حسب أهم المصادر التي يعتمد عليها في التعرف على المستحداث السياسية.	04
76	توزيع أفراد العينة حسب أسباب إيعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.	05
77	توزيع أفراد العينة حسب موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما.	06
79	توزيع أفراد العينة حسب الساعات التي يقضيها في استخدام الفيسبوك يوميا.	07
80	توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الفيسبوك.	08
82	توزيع أفراد العينة حسب أهم الموضوعات التي يتفاعلوا معها عبر الفيسبوك.	09
84	توزيع أفراد العينة حسب مدى اعتبارهم الفيسبوك كمصدر رئيسي لمتابعة الأحداث السياسية في البلاد.	10
85	توزيع أفراد العينة حسب إنضمامهم إلى مجموعات ذات توجه سياسي في الفيسبوك.	11
87	توزيع أفراد العينة حسب إعجابهم بإحدى صفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك.	12
88	توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لصفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك.	13
90	توزيع أفراد العينة حسب ثقتهم بالمعلومات التي تنشرها الأحزاب السياسية على الفيسبوك.	14
91	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية.	15
93	توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفيسبوك في رفع نسبة المشاركة الانتخابية في الانتخابات الرئاسية المقبلة.	16
94	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في الوسائل المساهمة في نجاح الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية.	17

96	توزيع أفراد العينة حسب مدى اطلاعهم على المنشورات التي تعرضها الأحزاب السياسية على الفيسبوك.	18
97	توزيع أفراد العينة حسب أكثر المنشورات التي تثير انتباههم في هذه الصفحات.	19
100	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول دور الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية عبر موقع الفيسبوك.	20
101	توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لصفحات الأحزاب السياسية في الحملة الانتخابية للرئاسيات القادمة.	21
103	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة صفحات الأحزاب السياسية في تغيير السلوك الانتخابي للشباب الجزائري في المرحلة القادمة.	22

# مقدمة

## مقدمة:

أدى التطور المتسارع لوسائل الإعلام والاتصال إلى إحداث ثورة حقيقية وتغيرات جوهرية مست جميع مجالات الحياة على مستوى الجماعات والأفراد، ليس على المستوى المحلي فقط، بل تعدى ذلك إلى المستوى العالمي محدثة ظواهر جديدة وتأثيرات مباشرة على مختلف التنظيمات والبنى الاجتماعية.

وقد ساهم في كل ذلك ما بات يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي وهي وسيلة الاتصال المؤثرة في الأحداث اليومية، بحيث أتاحت الفرصة لجميع الشباب، السياسيين والباحثين لنقل أفكارهم وقضاياهم السياسية والاجتماعية وما يرغبون في نقله، من الفضاءات الحقيقية إلى فضاءات افتراضية.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأصل للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث السياسية.

وانطلاقاً من هذه الحقائق، يبرز دور مواقع التواصل الاجتماعي في صنع وإحداث التغيير في جميع مجالات الحياة فالأفراد يشاركون في العملية السياسية من خلال وسائل الإعلام من أجل التعبير عن آرائهم اتجاه قضاياهم، وأضحت الأحزاب السياسية اليوم تملك مواقع إلكترونية وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي على غرار الفيسبوك والتويتر واليوتيوب، حيث تسجل مواقع التواصل الاجتماعي حضور معتبر للتمثيلات الحزبية المختلفة.

ورغم أن تواجد الأحزاب السياسية في الجزائر كان محتشماً ومتأخراً مقارنة بعدة دول أخرى إلا أنه أضحى ملفتاً للانتباه خلال السنوات الأخيرة، وقد أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في الاهتمامات والأنشطة نفسها.

وباعتبار المشاركة السياسية جانبا مهما ومكسبا حقيقيا في الحياة السياسية، إذ تعتبر المشاركة الانتخابية أبسط مظاهرها وهي أحد وسائل تقلد السلطة كونها أداة الرأي العام في التأثير على النخبة الحاكمة عن طريق المساهمة في اختيار الحكام وصنع السياسة العامة، حيث أصبح الحق في المشاركة السياسية وإجراء انتخابات حرة نزيهة حلقة مهمة من الحلقات المؤدية إلى التحول الديمقراطي، ووسيلة أساسية تمكن الطلبة الجامعيين من التعبير عن إرادتهم في اختيار الحكام واستبدالهم، وهو ما يحدد مدى وعي واستيعاب الشباب الجامعي للأوضاع السياسية الراهنة، وذلك يعود لعدة وسائل منها مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك لأنه الأكثر استخداما وانتشارا، وهذا راجع لسرعة وسهولة استعماله.

لذلك سوف نتطرق في دراستنا هذه إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية مع الطلبة الجامعيين، محاولين معرفة طبيعة هذا الدور والكشف عن واقع مشاركة الطلبة الجامعيين فيما يخص القضايا السياسية.

وعلى هذا الأساس فقد قسمنا دراستنا هذه إلى أربعة فصول:

**\*الفصل الأول:** تمثل في الإطار المنهجي للدراسة، حيث تضمن مختلف الخطوات المنهجية في دراستنا بدءا بتحديد الإشكالية إلى أدوات جمع البيانات.

**\*الفصل الثاني:** تمثل في الإطار النظري للدراسة، حيث بحث في موضوع مواقع التواصل الاجتماعي، والاتصال الخارجي، والأحزاب السياسية.

**\*الفصل الثالث:** الذي خصص للدراسة الميدانية، فقد تضمن تحليل بيانات ومعطيات الدراسة، وكذا عرض

نتائجها الجزئية و العامة

الفصل الأول :  
الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة.

1\_ تحديد المشكلة وتساؤلاتها.

2\_ أسباب إختيار الموضوع.

3\_ أهمية وأهداف الموضوع.

4\_ الدراسات المشابهة.

5\_ تحديد المفاهيم.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة.

1\_ مجالات الدراسة.

2\_ نوع الدراسة ومنهجها.

3\_ أدوات جمع البيانات.



أولاً: إشكالية الدراسة:

## 1\_ تحديد المشكلة وتساؤلاتها:

إن ما جاءت به التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال فتحت أفقا جديدة، وأحدث تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، الثقافية، الفكرية والاجتماعية وخاصة السياسية، الأمر الذي أثر على كافة أنماط الاتصال الإنساني مما فتح بابا واسع في تجسيد مفهوم القرية الكونية التي أشار إليها مارشال ماكلوهان.

تعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا والتي نجحت في إحداث ثورة في الاتصال بين البشر من خلال ما أتاحتها من تطبيقات مختلفة من مدونات، صحافة إلكترونية.... إلى جانب فضاءات ديمقراطية تفاعلية للنقاش وتبادل الآراء وإتاحة فرصة لإقامة العلاقات المباشرة بين الأفراد بصورة آنية تفاعلية، هذا الأمر الذي يظهر بشكل واضح وحلي في مواقع التواصل الاجتماعي والتي عززت من قيمة التفاعل التي جاءت به الانترنت، حيث أضحت مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر ويوتيوب... وغيرها وسائل ضرورية لتجسيد الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية باعتبارها وسيلة ربط بين محترفي السياسة وناخبيهم (الجمهور)، إذ أن الأحزاب السياسية شأنها شأن جميع المؤسسات السياسية في الدولة، تحتاج إلى الدعم الشعبي والمؤازرة الشعبية، حيث يمكن القول أن الاتصال الخارجي من الضروريات التي يجب أن يتبناها الحزب في عمله، فالمعروف أن هدف أي حزب هو الوصول إلى رئاسة الحكومة أو المشاركة فيها وهذا لا يمكن أن يتوفر له ما لم يتمتع بالتأييد الجماهيري الواسع، والذي لا بد من توفيره عن طريق التأثير في هذه الجماهير التي تشكل الرأي العام داخل الدولة، وهنا تظهر أهمية الاتصال الخارجي الذي يمارسه الحزب في الدولة لبناء أكبر حجم ممكن من التأييد الشعبي له ولبرامجه السياسية، لذلك فعالم السياسة يصعب أن يوجد من دون اتصال لأنه حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرارات، وينطبق ذلك على النظام السياسي أي إن كانت طبيعته، فالمواطنون لا بد وأن يكونوا

قادرين على توصيل رغباتهم ومطالبهم إلى الحكومة، والحكام أن يكونوا قادرين على توصيل قراراتهم إلى المواطنين وتبريرها لنيل رضاهم.

ويعتبر الاتصال الخارجي كذلك أحد الأدوات الرئيسية والأساسية في اللعبة السياسية والعمل السياسي والحزبي ككل، وأداة تمكن الفاعل السياسي من الوصول إلى الرأي العام وإيصال المحتوى السياسي والإيديولوجية السياسية والبرنامج الحزبي للمواطن عبر قنوات تواصلية و إعلامية تساهم في نشره،[كما قال العالم Paul coran "السياسة كلام وليس كل الكلام سياسة"<sup>1</sup>] هذا يبين لنا الدور المهم للاتصال الخارجي في المنظومة السياسية فلا وجود لفعل وفاعل سياسي دون وجود لاتصال خارجي هادف وجاد يساهم في بلورة الفعل السياسي وتجويد العمل الحزبي ببلادنا .

فلا شك أن بعض الأحزاب السياسية الرائدة بالبلاد استطاعت من خلال تواصلها وخطابها الخارجي جلب أصوات العديد من المواطنين والمواطنات وهذا نظرا لاستعمالها جملة من الأدوات التي ساعدتها في ذلك من بينها مواقع التواصل الاجتماعي عموما والفيسبوك خصوصا، إذ تمكنت من خلالها الأحزاب التواصل مع الجمهور ما سهل عليها مهمة إيصال محتواها وبرامجها السياسية، وقد تساهم هذه المواقع في أخذ فكرة مسبقة عن حجم التصويت من خلال قياس نبض الطبقة الناخبة.

وعلى غرار الأحزاب السياسية فالأحزاب الجزائرية أيضا تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي فالكثير من المرشحين أحرار أو ممثلين لأحزاب سياسية يعترفون أنفسهم عبر هذه الشبكات من خلال خلق مواقعهم الخاصة على موقع فيسبوك أو تويتر...لحشد الناخبين.

فقد تم تسجيل ارتفاع في استعمال مواقع التواصل الاجتماعي لإيصال الرسائل السياسية والانتخابية في الجزائر إلى

<sup>1</sup> - <https://mawdoo3.com> تاريخ الزيارة : 2019/03/22، على الساعة 19:00.h

جانب الوسائل التقليدية في التواصل مع الناخبين.

وعلى ضوء ما سبق ذكره نطرح التساؤل التالي:

✓ ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية مع الطلبة

الجامعيين بجامعة تبسة؟

ولتبسيط هذا التساؤل نطرح جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مكانة الفيسبوك عند الطلبة الجامعيين عينة الدراسة من الناحية السياسية؟

- ما مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بجامعة تبسة بما تقدمه الأحزاب السياسية في موقع الفيسبوك؟

- ما مدى تفاعل الطلبة الجامعيين عينة الدراسة مع الأحزاب السياسية من خلال موقع الفيسبوك؟

2\_ أسباب اختيار الموضوع:

أن اختيار الموضوع من الخطوات الأساسية في الدراسة العلمية وقد وقع اختيارنا لهذا الموضوع نتيجة لعدة أسباب

منها ذاتية ومنها موضوعية ، وهي كالتالي:

2-1- أسباب ذاتية:

✓ ميلنا الشخصي لهذا الموضوع ورغبتنا في دراسته ميدانيا.

✓ ملاحظتنا الشخصية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في المحيط السياسي .

✓ الموضوع يندرج ضمن اهتماماتنا العلمية والبحثية .

2-2- أسباب موضوعية:

✓ رصد الوضع الراهن للأحزاب السياسية من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي .

✓ خلقت تكنولوجيا الاتصال والثورة المعلوماتية نوعا جديدا من الإعلام الجديد والذي سمي بمواقع التواصل

الاجتماعي أصبح من أهم الظواهر التي باتت موضع اهتمام كبير من طرف الباحثين .

✓ قابلية هذا الموضوع للدراسة والبحث منهجيا و ميدانيا .

✓ محاولة منا لانجاز دراسة علمية أكاديمية تبقى موضوع يستفيد منه الطلبة مستقبلا .

### 3\_ أهداف الدراسة وأهميتها:

#### 3-1- أهداف الدراسة:

لكل بحث علمي أهداف محددة نسعى لتحقيقها وتمثل فيما يلي:

##### أ- أهداف علمية:

✓ التعرف على مكانة الفيسبوك عند الطلبة الجامعيين عينة الدراسة من الناحية السياسية.

✓ معرفة مدى تفاعل الطلبة الجامعيين عينة الدراسة مع الأحزاب السياسية من خلال موقع الفيسبوك.

✓ التعرف على مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بما تقدمه الأحزاب السياسية في موقع الفيسبوك.

##### ب- أهداف عملية:

✓ زيادة التعرف والتحكم في الإجراءات المنهجية، والقيام بالبحوث الميدانية من خلال التعود على تقنيات

البحث في علوم الإعلام والاتصال.

✓ التعرف على مختلف طرق عرض النتائج وتحليلها وتفسيرها.

#### 3-2- أهمية الدراسة:

تساهم أهمية الدراسة في إبراز القيمة المرجوة من البحث وذلك من خلال :

✓ تسليط الضوء على الدور الحيوي الذي يلعبه مواقع التواصل الاجتماعي .

✓ حداثة الموضوع كونه يربط بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، بالنظر إلى المزايا العديدة التي

يمنحها التطبيق الجيد لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال مسايرة وتتبع الأحزاب السياسية للتطورات

التكنولوجية .

✓ يعتبر هذا الموضوع إضافة جديدة ومساهمة في إثراء المجال المعرفي وتدعيم للباحثين والمهتمين بدراسات جديدة في مثل هذه المواضيع .

✓ قلة الدراسات التطبيقية التي تناولت الموضوع من هذا الجانب .

✓ لا ننسى أهمية هذا الموضوع في ميدان الإعلام وخاصة الإعلام السياسي، وتزويد المكتبة الجامعية بدراسة

يمكن استفادة الطلبة منها، وفي الأخير محاولة إظهار دور الفيسبوك الجوهرية الذي يلعبه في تفعيل

الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية .

#### 4\_ الدراسات المشابهة:

سنحاول في دراستنا أن نقدم بعض الدراسات المشابهة ذات الصلة الوثيقة بمشكلة البحث الأساسية ويمكن أن تصنف هذه الدراسات إلى:

الدراسة الأولى : "رأفت مهند عبد الرزاق": دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت، دراسة في إطار الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البتراء، الأردن، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام، سنة 2013م، تحت إشراف الأستاذ عبد الرزاق الدليمي .

حاولت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى توضيح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، من خلال طرح عدد من التساؤلات الفرعية:<sup>1</sup>

1- ما طبيعة استخدام طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت لمواقع التواصل الاجتماعي وآثرها في تشكيل

الاتجاهات وسلوكيات الفكر السياسي لديهم؟

<sup>1</sup> - رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت، دراسة في إطار الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البتراء، الأردن، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام، 2013، ص9.

2- كيف يقيم طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت مواقع التواصل الاجتماعي من بين وسائل الإعلام الأخرى؟

3- هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا معاصرة تمم الشباب الجامعي لطلاب جامعة الموصل والأنبار وتكريت؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات طبق الباحث المنهج الوصفي التحليلي من خلال عينة عشوائية من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت 400 مفردة بالاعتماد على أداة الإستبانة كأداة رئيسية للدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

— إن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعة الموصل والأنبار وتكريت .  
— تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا تمم الشباب الجامعي وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي .

— أظهرت نتائج الدراسة لاستخدام ثلاثة مواقع للتواصل الاجتماعي وهي الفيس بوك بنسبة 75.5%، وتويتر بنسبة 11.75%، ويوتيوب بنسبة 12.75%.

— أظهرت النتائج بأن ما نسبته 59% من أفراد العينة هم مقنعين بأن شبكات التواصل الاجتماعي كانت محرض أساسي على بعض التغييرات في الساحة العربية .

علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

أوجه التشابه بينهما:

— تتشابه الدراستين في المتغير المستقل، إلى جانب تشابههما في تناولهما للجوانب السياسية للمواقع الاجتماعية، كما يشتركان في مناخ الحرية الذي توفره المواقع الاجتماعية على شبكة الانترنت، كما تشابهها في المنهج المستخدم وأداة جمع البيانات .

أوجه الاختلاف :

\_\_ يكمن الاختلاف في نوع العينة في دراستنا اعتمادنا على العينة الطبقية اما الدراسة المشابهة اعتمدت على العينة العشوائية .

\_\_وأيضاً تختلف دراستنا عن الدراسة المشابهة في مجتمع البحث، حيث اعتمدت دراستنا على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية في تبسة ،بينما اعتمدت الدراسة المشابهة على طلبة جامعات الموصل والانبار وتكريت، واختلفت الدراستين في المجال المكاني الدراسة الحالية في مدينة تبسة والدراسة المشابهة في العراق .

أوجه الاستفادة:

\_\_ كانت لنا هذه الدراسة من المراجع الأساسية التي اعتمدنا عليها في بحثنا في الجانب النظري من حيث التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحقل السياسي وكما ساعدتنا في توجيهنا لطريقة صياغة أسئلة الاستمارة، وأيضاً كانت من الدراسات الاستطلاعية لنا في بناء تصورنا للإشكالية .

الدراسة الثانية: "عبد الكريم ألدبسي وزهير ياسين الطاهات": دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية ،دراسة وصفية مسحية ،مقال في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، سنة 2013م .

تمثل التساؤل الرئيسي للدراسة فيما يلي: ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية؟<sup>1</sup>

أما التساؤلات الفرعية تمثلت في :

1\_\_ ما دور التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية ؟.

<sup>1</sup> - عبد الكريم ألدبسي، زهير ياسين الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسة وصفية مسحية، مقال في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، 2013، ص 67.

2\_ ما مدى مساهمة شبكات التواصل في تشكيل رأي عام لدى طلبة الجامعات الأردنية؟

3\_ ما مزايا شبكات التواصل الاجتماعي التي يجعلها مؤثرة، جامعة البلقاء، جامعة آل البيت، جامعة الطفيلة وجامعة البتراء؟

وقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي المنهج الوصفي عن طريق القيام بمسح الرأي العام في الجامعات الأردنية، واعتمدا على الاستمارة الاستبائية في جمع المعلومات، أما مجتمع البحث الذي استهدفه الباحثان بالدراسة هو طلبة الجامعات الأردنية حيث اختار الباحثان عينة عددها 300 طالب وطالبة تم اختيارها باستخدام أسلوب التوزيع المتساوي أين تم سحب عينة مقدارها 50 مفردة من كل جامعة من الجامعات الأردنية .

وقد توصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج تمثل أهمها فيما يلي:

\_ أن نسبة عالية من 97% من طلبة الجامعات الأردنية يستخدمون الانترنت، وقد احتل موقع الفيس بوك المرتبة الأولى بنسبة 83%، يليه موقع التويتر بالمرتبة الثانية، واليوتيوب بالمرتبة الثالثة، وهو ما يؤكد انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعات الأردنية وارتفاع نسبة المشاركين فيها .

\_ كشفت الدراسة أن النسبة الكبرى من طلبة الجامعات الأردنية يتمتعون بحرية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

\_ أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل بالنسبة لطلبة الجامعات الأردنية مصدرا من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات ينافس وسائل الاتصال التقليدية والصحافة الالكترونية وخلال مدة زمنية قصيرة .

\_ إن استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل له عدة إيجابيات وسلبيات ومن أبرز السلبيات: إن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية من خلال حثهم على التظاهر أو الاعتصام وهو ما يمثل دور التحفيز للتعبير عن مظهر من مظاهر الرأي العام .

علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

أوجه التشابه:

\_\_ كان التشابه بين الدراستين في المتغير المستقل المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب توافقهما في أداة جمع البيانات إلا وهي استمارة الاستبيان وأيضا في المنهج المتبع وهو المنهج الوصفي التحليلي .

أوجه الاختلاف:

\_\_ أول اختلاف لحظناه بين الدراستين كان في المتغير التابع، وأيضا في نوع العينة حيث في دراستنا اعتمدنا العينة الطبقية أما الدراسة السابقة طبقت العينة القصدية .

أوجه الاستفادة:

\_\_ ساعدتنا الدراسة في التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي، كما استفدنا منها في بناء الجانب النظري وكذلك بناء الإشكالية .

\_\_ إضافة إلى أنها كانت مرجعا أفادتنا في الجانب الميداني من حيث طريقة تحليل الجداول .

الدراسة المشابهة الثالثة: "ناصر محمد الأنصاري": دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخاب الأمة الكويتي الرابع (2012) ،رسالة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام ،جامعة الشرق الأوسط، 2012م .

\_\_ تهدف الدراسة إلى التعرف على الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي تويتر و فيسبوك في عملية التواصل والدعاية الانتخابية والترويج للأفكار والشعارات أثناء انطلاق حملات الدعاية الانتخابية لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر، من خلال الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:<sup>1</sup>

1\_ ما طبيعة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

<sup>1</sup> - ناصر محمد الأنصاري: دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخاب الأمة الكويتي الرابع (2012) ،رسالة لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص ص19-20.

2\_ ما دوافع استخدام الناخبين الكويتيين لمواقع التواصل تويتر و فيسبوك في التواصل مع المرشحين والتعرف على برامجهم وشعاراتها الانتخابية؟

3\_ ما مدى أهمية وفاعلية الحملات الانتخابية للمرشح النيابي للبرلمان الكويتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الناخبين؟

4\_ ما ميزات وسلبيات استخدام الناخبين في انتخابات مجلس الأمة الرابع عشر لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر فيسبوك من وجهة نظر الناخبين؟

5\_ ما تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات والعمل السياسي على استخدام القنوات والوسائل الأخرى؟

6\_ ما مدى رضا كل من الناخبين عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تويتر و فيسبوك على الحملات الانتخابية؟

وللإجابة على هذه التساؤلات طبق الباحث المنهج الوصفي المسحي من خلال أداة الاستبيان التي تم توزيعها على عينة عشوائية طبقية من عدة فئات اجتماعية من الناخبين الكويتيين متكونة من 450 مفردة. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

\_ أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من اجل التعرف على الأحداث السياسية جاء في الرتبة الأولى من بين الاستخدامات الثماني، وبوسط حسابي مرتفع بلغ (3.87%) بينما جاء في الرتبة الثانية الاستخدام لأهداف التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء والأهل، وبوسط حسابي مرتفع أيضا بلغ (3.84%).

\_ إن الدافع الأول في دوافع استخدامات الناخبين الكويتيين لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر و فيسبوك في التواصل مع المرشحين أو التعرف على برامجهم وشعاراتهم الانتخابية وبوسط حسابي مرتفع بلغ (3.82%)، بينما

جاء دافع الفضول والإطلاع على ما يدور في الساحة السياسية في الرتبة الثانية من قائمة الدوافع الخمسة وبوسط حسابي مرتفع أيضا بلغ (3.77%) .

\_\_ إن الأغلبية من الباحثين ترى إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية كان مهما وفعالا، وقد حصل موقع تويتر على وسط حسابي مرتفع بلغ (4.02%)، مقابل وسط حسابي متوسط يبلغ (3.24%) لموقع فيسبوك.

\_\_ رأى أغلبية الباحثين إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية زاد في عملية الانتخابات.

#### العلاقة بين الدراستين:

##### أوجه التشابه:

\_\_ يكمن التشابه بين الدراستين في أداة جمع البيانات والتي كانت استمارة الاستبيان إلى جانب توافقهما في تناول القضايا السياسية المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضا في نوع العينة وهي العينة الطبقية.

##### أوجه الاختلاف:

\_\_ تختلف الدراستين في المتغير التابع، وأيضا في الحيز المكاني حيث أن الدراسة الحالية تم تطبيقها في جامعة تبسة أما في هذه الدراسة فقد كانت في جامعة الشرق الأوسط .

##### أوجه الاستفادة:

\_\_ لقد اعتمدنا على هذه الدراسة كونها تقترب إلى حد ما من موضوع دراستنا ألا وهو: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية، لمساعدتنا في تحقيق الأهداف المرجوة من دراستنا هذه، فقد تطابقت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث تطرقها للدور المهم الذي أصبحت تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي، كما أن هذه الدراسة تبحث في نفس موضوعنا باستخدام نفس أداة جمع

البيانات، ضف إلى ذلك أنها ساعدتنا في توضيح العلاقة بين المتغيرات التي تمت دراستها، وسيرت لنا عملية تفسير النتائج.

### 5\_ تحديد المفاهيم:

تحتاج كل دراسة إلى ضبط المفاهيم الأساسية التي تعبر بصورة دقيقة عن فحوى البحث لتحديد دلالات الألفاظ والمصطلحات تفاديا لأي التباس واختلاف في المفاهيم وعليه يمكن القول أن المفاهيم هي التي تحدد الطريق الذي يسير عليه الباحث للوصول إلى النتائج المرجوة.

### 5\_1\_ تعريف الدور:

أ\_ لغة: مشتق من دار يدور أي تحرك باتجاهات متعددة وهو في مكانه، وكلمة مستعارة من حياة المسرح حيث يمثل الفرد أنواعا من السلوك على خشبة المسرح، وبالتالي فإن التنظيم الاجتماعي كأنه مسرح حياة المجتمع وأفراد يملكون تلك الأدوار المختلفة والمتعددة حسب اختلاف مراكزهم ولكن الرواية واحدة وهي الجماعة وهدفها تنظيمها بشكل مشترك.<sup>1</sup>

\_ كما يعرف الدور انه الحركة أي الفعل والعمل، ويرتبط الدور من خلال هذا التعريف بالقدرة على الحركة والنشاط.<sup>2</sup>

ب\_ اصطلاحا: هو رباط اجتماعي يحدد توقعات والتزامات تقترن مع المواقع الاجتماعية، فهو نتاج عن عمليات التفاعل التي يبيلورها الأفراد.<sup>3</sup>

\_ كما يعرف أيضا: انه مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها فرد معين في موقف تفاعل اجتماعي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - خضير شعبان: اللسان العربي، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، عمان، 2000، ص93.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص93.

<sup>3</sup> - معن خليل العمر: معجم علم الاجتماع المعاصر، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص362.

<sup>4</sup> - لقصير رزيقة: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006، ص29.

\_\_الدور هو نموذج يركز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدد لمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي معين.<sup>1</sup>

جـ- إجرائيا: الدور هو مختلف المهام التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك من خلال معالجة قضايا تهم الجمهور الخارجي.

## 5-2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

### 5-2-1- تعريف التواصل:

أ- لغة: وصل، يصل، وصل، وصل، وصل، وصل الشيء أي لازمه وجمعه وأوصل فلانا إلى كذا أنماه إليه وبلغه إياه، اتصل بالشيء أي التأم بيه واليه بلغو انتهى.<sup>2</sup>

ب- اصطلاحا: التواصل هو تبادل أدلة بين ذات مرسله وذات مستقبله حيث تنطلق الرسالة من الذات الأخرى، وتقضي العملية جوابا ضمنيا أو صريحا عما تتحدث عنه الذي الأشياء أو الكائنات أو بعبارة اشمل موضوعات العالم، ويتطلب نجاح هذه العملية اشتراك عناصر الاتصال.<sup>3</sup>

\_\_ وعرفه الدكتور عمر نصر الله بأنه: "علاقة بين فردين على الأقل كل منهما يمثل ذات نشيط"<sup>4</sup>

إجرائيا: هو علاقة بين طرفين تؤدي إلى التفاعل بينهما كما تشير إلى علاقة حية متبادلة بين طرفين.

<sup>1</sup> - محمد عاطف عنين: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، جامعة الإسكندرية، ص390.

<sup>2</sup> - لويس معلوف: المنجد في اللغة، المطبعة الكاثوليكية، ج1، لبنان، ص903.

<sup>3</sup> - عمر اوكان: اللغة والخطاب، إفريقيا الشرق، المغرب، 2001، ص36.

<sup>4</sup> - كمال زيتون: التدريس (نماذجه ومهاراته)، المكتب العالمي للكمبيوتر، مصر، 1997، ص307.

5-2-2- تعريف التواصل الاجتماعي:

عرفه الباحث ماجد العبد سكر على أنه: "نقل الأفكار والتجارب، وتبادل الخبرات والمعارف بين الذوات والأفراد والجماعات بتفاعل إيجابي وبواسطة رسائل تتم بين مرسل ومتلقي وهو جوهر العلاقات الإنسانية ومحقق تطورها."<sup>1</sup>

5-2-3- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

أ\_ اصطلاحاً: \_ كما يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها."<sup>2</sup>

\_ وعرفها فاير الشهري: "منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمشارك فيه إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك."<sup>3</sup>

**التعريف الإجرائي:** مواقع التواصل الاجتماعي هي إحدى وسائل الاتصال الجديدة، من خلال شبكة الإنترنت حيث تسمح للمشارك أو المستخدم من التواصل مع الآخرين، كما تسمح للأفراد والجماعات بإسراع صوتها وصوت مجتمعاتها إلى العالم، فهي تقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات .

<sup>1</sup> - ماجد رجب العبد سكر: التواصل الاجتماعي، دراسة قرآنية موضوعية، بحث مقدم لنيل شهادة ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، كلية علوم الدين، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2011، ص10.

<sup>2</sup> - جميل خليل محمد: الإعلام والطفل، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص336.

<sup>3</sup> - حسين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي (أدوات ومصادر التغطية الإعلامية)، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص59.

5-3- تعريف الاتصال الخارجي

5\_3\_1\_ تعريف الاتصال:

أ\_ لغة: جاء في لسان العرب لابن منظور: "الاتصال والوصلة ما اتصل بالشيء، قال الليث: كل شيء اتصل بشيء فيما بينهما وصلة، أي اتصال وذريعة، ووصلت الشيء وصلا وصلة، والوصول ضد المجران، والوصل خلاف الفصل".<sup>1</sup>

ب\_ اصطلاحا: "الاتصال communication مشتقة من أصلها اللاتيني communise أي Common ومعناها مشترك، فعندما نقوم بعملية الاتصال فنحن نحاول ان نقيم رسالة مشتركة مع شخص أو جماعة، أي أننا نحاول أن نشترك معا في معلومات أو أفكار أو مواقف محددة".<sup>2</sup>

\_ كما يعرفه عبد الرزاق الدليمي على انه: "العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات الاجتماعية المتضمنة فيه".<sup>3</sup>

ج\_ إجرائيا: هو العملية التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص لأخر حتى تصبح مشاعا بينهما، وتؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر، وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات واتجاه تسير فيه، وهدف تسعى إلى تحقيقه ومجال تعمل فيه ويؤثر فيها.

<sup>1</sup> - رحيمة الطيب عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال (المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية)، عالم الكتب الحديث، 2008، ص 09.

<sup>2</sup> - محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، دار أسامة ودار المشرق، عمان، 2010، ص 07.

<sup>3</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي: مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار الثقافة، عمان، 2011، ص 27.

5\_3\_2\_ تعريف الاتصال الخارجي:

أ\_ اصطلاحاً: هو مجموعة المعلومات والنشاطات التي ترسلها المؤسسة إلى المحيط الخارجي بهدف إمداده بالمعلومات.<sup>1</sup>

ب\_ إجرائياً: هو حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط بها، تقوم به المؤسسة من أجل التعريف بنفسها وكسب مكانة ووزن لدى الجمهور الخارجي عن طريق استخدام وسائل وأدوات متنوعة من مواقع التواصل الاجتماعي.

5-4- تعريف الأحزاب السياسية:

أ\_ لغة: جاء في لسان العرب: الحزب جماعة الناس والجمع أحزاب، وحزب الرجل: أصحابه وجنده الذين على رأيه، وكل قوم تشكلت قلوبهم وأعمالهم فهم أحزاب وان لم يلق بعضهم بعضاً، والحزب: الورد وورد الرجل من القران والصلاة حزبه، والحزب: النصيب يقال أعطيتني حزبي من المال أي حظي ونصيبي، والحزب: التوبة في ورود الماء، والحزب: الصنف من الناس، والحزب: الطائفة وحازب القوم وتحزبوا وصاروا أحزاباً، وحزبهم جعلهم كذلك، وحزب فلان أحزاباً أي جمعهم وحزبه أمر أي أصابه...<sup>2</sup>

ب\_ اصطلاحاً: يعرف هارولد لازويل HAROLD LASSWELL الحزب السياسي بأنه: "المنظمة المتخصصة بتقديم المرشحين والقضايا السياسية تحت اسمها في الانتخابات."<sup>3</sup>

\_\_ وعرف الكاتب البريطاني إدموند بيرك الحزب السياسي بأنه: مجموعة من الأفراد اتحدت بجهودها الذاتية لترقية المصلحة الوطنية على أساس مبدأ معين متفق عليه بين المجتمع.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - مصطفى حجازي: الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة، دار الطليعة للطباعة والنشر، لبنان، 1982، ص52.

<sup>2</sup> - ابن منظور: لسان العرب المحيط، ج1، دار لسان العرب، بيروت، ص308-309.

<sup>3</sup> - علي محمد شمش: العلوم السياسية، المؤسسة العربية للعلوم والثقافة، ليبيا، 2009، ص86.

<sup>4</sup> - صلاح الدين عبد الرحمن الدومة: المدخل إلى العلوم السياسية، مطبعة حي تاون، الخرطوم، ط2، 2003، ص378.

وأيضاً يعرف جيمس كولمان **J.S Colman** الحزب السياسي بأنه: اتحادات وجمعيات بصفة رسمية ولها هدف واضح ومعلن يتمثل في حصولها أو احتفاظها بالقيادة أو الإدارة الشرعية على الأشخاص أو السياسة الحكومية لدولة ذات سيادة حالية أو مرتقبة، سواء حصلت على هذه القيادة بمفردها أو بواسطة الائتلاف أو عن طريق المنافسة الانتخابية مع غيرها من الاتحادات أو الجمعيات المماثلة.<sup>1</sup>

**ج- إجرائياً:** الحزب السياسي هو اتحاد بين مجموعة من الأفراد، بغرض العمل معاً لتحقيق مصلحة عامة معينة وفقاً لمبادئ خاصة متفقين عليها، وللحزب هيكل تنظيمي يجمع قاداته وأعضاءه وله جهاز إداري معاون ويسعى الحزب إلى توسيع دائرة أنصاره بين أفراد الشعب.

إن الانطلاق في تناول أي دراسة تتطلب منا عرض أهم الخطوات التي توضح الإطار المنهجي للدراسة، إذ يجب على الباحث رسم معالم لبحثه حتى لا يخرج عن نطاق دراسته ويحدد وجهته البحثية بوضوح فبعد قيامنا بجمع المعلومات والبيانات النظرية والمعرفية سوف نطبقها في الميدان بتطبيق الخطوات بدءاً من مجالات الدراسة إلى العينة ثم المنهج المعتمد وأدوات جمع البيانات إذ تعد هذه الأدوات المنهجية بمثابة أدوات الربط بين الباحث والجانب التطبيقي وحتى الميداني.

#### ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

##### **1\_مجالات الدراسة:** من أجل تحقيق أهداف الدراسة وضمان التحكم فيها، حددنا مجالات الدراسة التي ذكرها

الكثير من الباحثين "وهي المجال الجغرافي (المكاني)، والمجال الزمني، والمجال البشري"، وهي في دراستنا كم يلي:

##### **1\_1\_المجال المكاني:** والذي نعني به النطاق الجغرافي لإجراء الجانب التطبيقي لهذه الدراسة التي اقتصرنا

على جامعة تبسة نظراً للقرب الجغرافي وكذا معرفتنا بالمكان ومن ثمة سهولة الوصول إلى المبحوثين ولو نسبياً، وبالتالي

سهولة توزيع الاستمارات، ومنه يمكن أن نقدم توطئة عن نشأة جامعة تبسة.

<sup>1</sup> - علي محمد شمش: مرجع سابق، ص 86.

1\_ التعريف بجامعة تبسة:

تأسست جامعة تبسة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 297/92 في 27 سبتمبر 1992، إذ كانت بدايتها الأولى عبارة عن معاهد وطنية مختصة في علوم الأرض، المناجم، الهندسة الميدانية، ومع ارتفاع عدد الطلبة وتعدد التخصصات ارتقت إلى رتبة جامعة في 28/10/2008، وتقع في الطريق الرابط بين تبسة وقسنطينة غرب المدينة بحوالي 08 كلم، وشهدت الجامعة تغرات كبيرة على مستوى الهيكل التنظيمي والعلمي مما يسمح له بإبراز كفاءتها العلمية وإمكانياتها المادية التي تتيح العديد من الفرص لمنافسة الجامعات الكبرى ورفع مستوى التكوين والتأطير في مختلف التخصصات والفروع الموجودة.

وفي إطار الهيكلة الجديدة للمراكز الجامعية التي تمت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 272/06 الصادر في 16 أوت 2006 هيكلة الجامعة بإعتماد التقسيم الجديد للمصالح الإدارية وتوزيع الأقسام والمعاهد. تضمن الجامعة حاليا التكوين والتأطير لحوالي

17500 طالب من النظام (ل-م-د) وموزعين على ستة كليات يشرف على تأطيرهم 715 أستاذ من مختلف الرتب العلمية، وتطبيقا لمخطط الإصلاحات الجديدة للتعليم والتكوين، العالين اتجهت الجامعة نحو فتح ميادين جديدة في نظام (ل-م-د) لمختلف العلوم والتخصصات سواء في العلوم والتكنولوجيا وفي العلوم الإنسانية والاجتماعية إلخ.....، مما يعطي الطلبة فرص أكبر لإختيار مسار أكاديمي من بين عرض متعدد ومتنوع لميادين التكوين.<sup>1</sup>

2\_ المجال الزمني: وهي الفترة التي تم فيها إنجاز دراستنا النظرية والميدانية والتي انقسمت إلى ثلاثة مراحل:

\*مرحلة الدراسة الاستطلاعية: بداية من سبتمبر 2018 إلى غاية شهر نوفمبر 2018 حيث في هذه المرحلة تمت المناقشة في تحديد موضوع دراستنا والموافقة عليه.

تاريخ الزيارة (2019/03/14) على الساعة (20:00) \_ www.univ. Tébessa. Dz<sup>1</sup>

\*مرحلة الدراسة النظرية: وهي المرحلة المهمة من الدراسة حيث قمنا فيها بجمع المادة العلمية والمعرفية التي تُخدم الموضوع، وتم البحث فيها، حيث انحصرت هذه الفترة من شهر جانفي 2019 إلى غاية شهر مارس 2019.

\*مرحلة الدراسة الميدانية: وهي آخر مرحلة في الدراسة بانحياز الاستمارة من الفترة الممتدة من 7 أبريل إلى غاية 14 أبريل، ثم ليها مرحلة توزيع الاستمارات ما بين 15 و16 أبريل، ثم قمنا بتفريغها وتحليل البيانات والمعلومات المتحصل عليها وتقديمنا لنتائج الدراسة والاقتراحات.

### 1\_3\_المجال البشري:

أ- المجتمع الأصلي للدراسة: لكي يحقق الباحث نجاحا في دراسته لابد له من من اختيار مجتمع يتماشى مع بحثه ومن الضروري وجوده حيث يطلب منه " تعريف وتحديد المجتمع الأصلي ومكوناته الأساسية تحديدا واضحا ودقيق"<sup>1</sup>.

كما يعرف مجتمع البحث بأنه: المجتمع الأكبر أو (مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته)، حيث يقصد بمجتمع البحث كل أفراد المجتمع موضوع الدراسة، ويشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة قيد الدراسة)<sup>2</sup>.

وعليه فإن المجتمع الأصلي لدراستنا التي تبحث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال الخارجي الأحزاب السياسية مع الطلبة الجامعيين \_دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة\_ هو طلاب علوم الإعلام والاتصال من كلا الجنسين، وفئات عمرية متباينة، وتخصصات مختلفة، والذي بلغ عددهم 382 طالب.

<sup>1</sup> - عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص139.

<sup>2</sup> - محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي (أسسه وطريقة كتابته)، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992، ص229.

ب- عينة الدراسة: العينة هي فئة تمثل مجتمع البحث، أي مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو الأفراد أو الأشخاص الذين يكونوا موضوع مشكلة البحث، فهي الجزء الذي يمثل المجتمع الأصل، ولا يمكن أن يتم ذلك إلا باستخدام أساليب خاصة باختيار العينات.<sup>1</sup>

العينة في البحث العلمي هي عبارة الفئة التي يختارها الباحث لتمثل مجتمع البحث<sup>2</sup>، وتمثله وفق طرق محددة تمثيلاً علمياً سليماً، بالنظر إلى عدة عوامل منها منهج البحث ومجال الدراسة وطبيعة الموضوع المدروس. وحسب دراستنا دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية مع الطلبة الجامعيين، قمنا بدراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة تبسة وبالتحديد سنة أولى ماستر سمعي بصري واتصال تنظيمي، حيث قمنا بتطبيق العينة الطبقية المثلثة والتي هي عبارة عن "صنف من المعاينة الإحصائية الذي ينطلق من فكرة أن هناك خاصية أو عدة خصائص تميز عناصر مجتمع البحث والتي لا بد من أخذها بعين الاعتبار قبل الانتقاء، يسمح هذا الإجراء بإنشاء مجموعات صغيرة أو طبقات سيكون لها بعض الإنسجام لأننا نعتقد أن العناصر المكونة لكل طبقة لها بعض التشابه وأن كل منها يتميز في نفس الوقت عن المجموعات الأخرى".<sup>3</sup>

العينة الطبقية المثلثة هي نوع من أنواع العينات التي تركز على تقسيم المجتمع الأصلي للبحث إلى شرائح وفئات وطبقات، إلا أنه بدلا من أن يحدد حجم العينة على أساس متساوي من كل شريحة من شرائح المجتمع لكنها تكون أكثر تحديدا ودقة في أن يتمثل حجم أفراد العينة المختارة مع الحجم والتعداد الأصلي لكل شريحة داخل المجتمع، وتمثيلها إلى المجتمع الكلي لمجتمع البحث.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - يسرى خالد ابراهيم: وسائل الإعلام الالكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 230.

<sup>2</sup> - رجاء وحيد دودري: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر المعاصر، لبنان، 2000، ص 305.

<sup>3</sup> - مورييس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصب للنشر، الجزائر، 2004، ص 304.

<sup>4</sup> - عامر ابراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2008،

وقد طبقنا هذا النوع من العينة من خلال أخذ نسبة 15% من كل تخصص (اتصال تنظيمي وسمعي بصري)، وهذا حسب مجموع كل طبقة.

وكان ذلك وفقا للجدول التالي:

التخصص	المجموع	النسبة	العينة
اتصال تنظيمي	330	15%	50
سمعي بصري	52	15%	10
المجموع	382	15%	60

وتمكنا من حساب حجم هذه العينة لكل تخصص بإتباعنا العملية التالية:

(المجموع × 100) ÷ النسبة أي مايقابل العملية الحسابية الآتية:

$50 = 15 \div (100 \times 330)$  و  $10 = 15 \div (100 \times 52)$  وبالتالي  $60 = 10 + 50$  وهو حجم مفردات العينة

المدروسة.

## 2\_ نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية، وذلك للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها وتصنيفها وتحليلها واستخلاص نتائجها.

وانسجاما مع مقتضيات الدراسة وطبيعتها الإجرائية وتحقيقا لأهدافها فقد استخدمنا المنهج الوصفي على عينة من الطلبة الجامعيين وهم طلبة علوم الإعلام والاتصال.

حيث يعرف المنهج الوصفي على أنه:

\*طريقة تعتمد على دراسة الظواهر ووصفها وصفا موضوعيا دقيقا من جميع جوانبه سواء كان من خلال وصف

الظاهرة وتوضيح خصائصها، أو من خلال وصف الظاهرة وصفا رقميا يوضح مقدارها أو حجمها أو درجة

ارتباطها مع الظواهر الأخرى لغرض معالجتها ووضع الحلول لها.<sup>1</sup>

\*هو المنهج الذي يقوم بدراسة الظواهر والأحداث، كما هي من حيث خصائصها وأشكالها، والعوامل المؤثرة في

ذلك، فهو يدرس حاضر الظواهر والأحداث عن طريق توصيفها.<sup>2</sup>

\*يعرفه Whitney إذ يقول: "إن المنهج الوصفي هو الذي يتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة

أو موقف أو مجموعة من الأوضاع".<sup>3</sup>

\*هو أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة، وتصويرها كميًا عن طريق جمع

بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة، وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.<sup>4</sup>

### 3\_ أدوات جمع البيانات:

بعد أن تتم تغطية الفصل النظري ووضع التساؤلات، وتحديد المتغيرات وطرق قياسها تأتي مرحلة جمع البيانات

اللازمة للبحث، إذ تعد هذه المرحلة من مراحل البحث العلمي الهامة.<sup>5</sup>

وحتى تتحقق أغراض أي بحث علمي في شتى المجالات يجب الاستعانة بأدوات منهجية تتماشى مع المنهج الذي

تنطلق منه دراستنا، حيث حاولنا الاعتماد على استمارة الاستبيان إذ تسمح للطلبة الجامعيين المشاركة في الموضوع

وإبداء رأيهم حول مكانة مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في تفعيل الاتصال الخارجي للأحزاب

السياسية.

<sup>1</sup> - مجيد خليل حسين، عبد الغفور أبراهيم أحمد: المدخل إلى طرق البحث العلمي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 51.

<sup>2</sup> - كمال دشلي: منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، 2016، ص 61.

<sup>3</sup> - مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان، 2000، ص 126.

<sup>4</sup> - ماجد محمد الخياط: أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية، دار الراية، عمان، 2010، ص 135.

<sup>5</sup> - محمد عبيدات أبونصار، عقلة مبيضين: منهجية البحث العلمي ( القواعد والمراحل والتطبيقات )، ط 2، دار وائل للنشر والتوزيع والطباعة،

الأردن، 1999، ص 53.

**3-1- استمارة الاستبيان:** "هي أداة أو وسيلة لجمع البيانات في شكل استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة للمبحوثين، ليقوم المبحوث بالإجابة عليها."<sup>1</sup>

هي أداة لجمع البيانات تتمثل في مجموعة من الأسئلة المكتوبة تتعلق بظاهرة ما يطلب من المسحوب الإجابة عليها.<sup>2</sup>

\*يعد الاستبيان أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين، ويقدم الاستبيان على شكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان.<sup>3</sup>

\_\_وصف استمارة الاستبيان: تتضمن استمارة بحثنا على 22 سؤال قسمت على أربع محاور وهي :

\*المحور الأول: البيانات الشخصية من السؤال 01 إلى السؤال 03

\*المحور الثاني: مكانة الفيسبوك عند الطلبة الجامعيين عينة الدراسة من الناحية السياسية من السؤال 04 إلى السؤال 11 .

\*المحور الثالث: مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بما تقدمه الأحزاب السياسية في موقع الفيسبوك من السؤال 12 إلى السؤال 16 .

\*المحور الرابع: مدى تفاعل الجمهور الخارجي مع الأحزاب السياسية في موقع الفيسبوك من السؤال 17 إلى السؤال 22 .

ووزعت هذه الإستمارة على عينة طبقية ممثلة تمثلت في 60 طالب بجامعة تبسة.

وقد حكمت من قبل الأستاذ بدر الدين مسعودي و الأستاذة راضية قراد.

<sup>1</sup> - مدحت أبو النصر: قواعد ومرحل البحث العلمي (دليل إرشادي في كتابة البحوث وإعداد رسائل الماجستير والدكتوراه)، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، 2004 ، ص169 .

<sup>2</sup> - فايز جمعة النجار: أساليب البحث العلمي (منظور تطبيقي)، ط2، دار الخامد للنشر والتوزيع ، عمان ، 2009 ، ص76 .

<sup>3</sup> - ذوقان عبيدات ، كايد عبد الحق ، عبد الرحمن عدس : البحث العلمي (مفهومه وأدواته وأساليبه)، دار الفكر ناشرون وموزعون ، عمان ، 2014 ، ص106 .

الفصل الثاني :  
الإطار النظري للدراسة

أولاً: الاتصال الخارجي:

\*تمهيد

1\_ تعريف الاتصال الخارجي.

2\_ أنواع الاتصال الخارجي.

3\_ وظائف الاتصال الخارجي.

4\_ أهداف الاتصال الخارجي.

5\_ عوائق الاتصال الخارجي.

6\_ وسائل الاتصال الخارجي.

\*خلاصة



تمهيد:

يعتبر الاتصال الخارجي حلقة الوصل بين الجماهير والنخبة الحاكمة صانعة القرار، كما أنه وسيلة المواطنين لتوصيل رغباتهم ومطالبهم إلى الحكومة، وأداة لتبليغ قراراتها إلى المواطنين وتبريرها لهم لنيل رضاهم، والأحزاب السياسية شأنها شأن جميع المؤسسات السياسية في الدولة تحتاج إلى الدعم الشعبي والمؤازرة الشعبية حيث يمكن القول أن الاتصال الخارجي هو أهم الضروريات التي يجب أن يتبعها الحزب في عمله، وفي هذا الصدد سنتناول تعريف الاتصال الخارجي وأهدافه وأنواعه.

أولا \_الاتصال الخارجي (تعريفه):

الاتصال الخارجي هو مجموعة من المعلومات والنشاطات التي ترسلها المؤسسة إلى المحيط الخارجي بهدف إمداده بالمعلومات المتنوعة تبعاً لتنوع الجمهور الذي تخاطب، وبالتالي تنوع الوسائل الموجهة من طرف المؤسسة إلى الجمهور المقصود فالإتصال الخارجي هو اتصال جماهيري وهو نشاط تقوم فيه عادة دائرة العلاقات العامة في المؤسسة وهو مرتبط بالإدارة العليا للمؤسسة.<sup>1</sup>

2\_أنواع الاتصال الخارجي:

يتضمن الاتصال الخارجي ثلاثة أنواع وتتمثل في:

أ-الاتصال الاجتماعي: يقصد به الدكتور جمال مجدي حسنين "أنه نسق معين، يدخل في إطاره فردين على الأقل أولاً، وثانياً قيمة ماهي أساس هذا الاتصال وثالث تفاعل ما مرتبط بهذه القيمة . وهو وسيلة لتحقيق أهداف معينة وغايات مجتمعية عبر التأثير في سلوك الفرد وتغييره بما يتوافق مع هذه الأهداف، كما يندرج ويتطابق الاتصال الاجتماعي مع المنحني الديمقراطي الذي تسلكه المجتمعات الحديثة، فلا يكاد يخلو من هيئة متخصصة في الاتصال الاجتماعي، تتولى تخطيط ووضع برامج مختلفة لمعالجة المشاكل والآفات التي يمكن أن يكون الاتصال الخارجي وسيلة ناجعة في حلها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - مصطفى مجازي: الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية والإدارية، دار الطليعة، لبنان، 1982، ص52.

<sup>2</sup> - رضوان بلخيري: مدخل إلى الاتصال المؤسسي، دار قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص125.

فالاتصال الاجتماعي يسعى لمساعدة كل من المجتمع والتنظيم على تنمية الوعي بالاهتمامات المتبادلة والمصالح الخاصة بكليهما ومساعدة الجمهور الداخلي للمؤسسة على التغلب على كافة مظاهر الاغتراب أو سوء التكيف أو عدم رضا الوظيفي في العمل.<sup>1</sup>

ب-الاتصال المؤسسي: هو تقديم وعرض دور المؤسسة، وتثبيت صورتها وهويتها وتفسير كافة نشاطاتها بصفة أعم، تقوم بمصاحبة سياسة المؤسسة، فيعلق الأمر هنا باتصال شامل والتي يمكن أ تتحكم فيه جديا إلا إذا تضمنت انشغالات الاتصال الداخلي و الاتصال الخارجي، فأهمية الاتصال المؤسسي يكمن في توضيح وتثمين سياسته التي تحمل ثلاث أوجه:<sup>2</sup>

\*الوجه الأول: الخاص بالإستراتيجية والتي تغطي الإستراتيجيات العلاقتية (تنافسية، نسبة النمو...).

\*الوجه الثاني: خاص بالأمن (تنمية علاقات امتيازية... إدماج)المؤسسات العمومية تتوافق مع المهمة المتعلقة بالمصلحة العامة لرصد أهدافها وإعداد برامج عمل تبعا لمهامها.

\*الوجه الثالث: يساهم في تحليل وضعية الميدان المحيط المخصص المتعلقة بالموارد المالية التقنية والبشرية، تقييم الأعمال، التخطيط، تقييم السياسة العمومية، فالاتصال يأخذ مكانة هامة للإصغاء لحاجات ولرغبات الجمهور المنتظرة من طرف المؤسسة والإعلان للجمهور عن مجموع الخدمات المقدمة.

فالاتصال المؤسسي يكون في جيدة عندما يكون صادق ويناسب القيم المضافة وأن يهتم بالانسجام مع الجمهور المعلن عنه.

<sup>1</sup> - شدوات علي شبيه: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2014، ص197.

<sup>2</sup> - رضوان بلخيري: مدخل إلى الاتصال المؤسسي، المرجع نفسه، ص126.

يعرفه لوصادا فاسكس: بمجموع العلاقات الشاملة لكل مجالات التفاعل التنظيمي والتي تتم في شكل تعبير رسمي ومقصود للمؤسسة بصفتها الدائمة بعملية الاتصال وذلك بإدماج كل الوسائل التي يجوزتها بغية تسهيل عملها الداخلي وتيسير تكوين صورة عمومية معينة تنتج عن نشر شخصية محددة تنسجم مع واقعها وانتظارتها وأهدافها وأحاسيس أعضائها وطلبات محيطه.<sup>1</sup>

**ج-الاتصال التجاري:** هو جزء من الاتصال الخارجي، يهدف الاتصال التجاري لصالح المؤسسة من رسائل ومعلومات والتي تتعلق بمنتج أو خدمة.<sup>2</sup>

هو مجموع التعاملات التي تقوم بها المؤسسة مع محيطها الخارجي المرتبطة بتسويق السلع والخدمات وحث مختلف الزبائن إلى اقتناء منتجاتها من خلال الإشهار والترويج ولهذا لا بد أن يكون الاتصال التجاري في مستوى راقى، هذا الأخير تعكسه منتجات من خلال الجودة والتنوعية.

يهدف الاتصال التجاري إلى ترويج منتجات المؤسسة، جلب الزبائن إلى المؤسسة، فتح أسواق جديدة، المنافسة.<sup>3</sup> فالالاتصال التجاري يهتم بدراسة السوق وصناعة المنتج وتوزيعه، إذ لا تكتفي المؤسسة بالاتصال الشخصي للتعريف بمنتجاتها وخدماتها، للمحيط الخارجي بل تتخذ عدة وسائل، هناك وسائل الإعلام المختلفة كالتلفزيون، الإذاعة، الصحافة، السينما... الخ، كما نجدتها تستعمل فئات أخرى كترويج المبيعات، العلاقات العامة، التسويق المباشر، والغاية من هذه العمليات هو التعريف بالمنتج والمنتج، وإثارة رغبة الشراء لدى المستهلكين عن طريق إعداد وتصميم رسائل إشهارية تجذب انتباههم وتدفعهم إلى الاقتناء باستمرار، وتبقى الغاية الأساسية من الاتصال التجاري هو الرقاء بالمؤسسة وبأهدافها التسويقية وكسب ثقة الجمهور وبذلك إرضاء جميع أطراف السوق.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - فضيل دليو: اتصال المؤسسة (اشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة)، دار الفجر للنشر، (د.م)، 2003، ص 29.

<sup>2</sup> - رضوان بلخيري: مرجع سابق، ص 127.

<sup>3</sup> - عطا الله أحمد شاكر: إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 78.

<sup>4</sup> - رضوان بلخيري وسارة جابري: مدخل للاتصال والعلاقات العامة، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 62.

### 3\_وظائف الاتصال الخارجي:

هناك وظائف تتعلق بالمؤسسة ووظائف أخرى تتعلق بالجمهور وهي كالتالي:<sup>1</sup>

#### أ-الوظائف المتعلقة بالمؤسسة:

\*إحاطة المؤسسة بكل ما يطرأ من تغيير بالرأي العام عن طريق البحوث من خلال تحليل آراء المواطنين وتقديم التقارير وهذا الرسم سياسة تهدي بها المؤسسة.

\*تزويد وسائل الإعلام بالبيانات والمعلومات عن المؤسسة سواء كانت مقروءة، مسموعة أو مرئية.

\*تنظيم الأحداث التي تقوم بها المؤسسة مثل المعارض، المؤتمرات الصحفية والزيارات وذلك للتأكد من سياسة المؤسسة و أهدافها ونشأتها تجد الاهتمام الكافي من جانب جماهير مختلفة.

إعداد مطبوعات وملصقات لها علاقة بالمؤسسة.

#### ب\_الوظائف المتعلقة بالجمهور:

\*التعريف بالمؤسسة وأهدافها وإعداد الإعلانات المتعلقة بذلك.

\*تعريف الجمهور بخدمات ومنتجات المؤسسة إلى جانب نشاطاتها.

\*توضيح سياسة المؤسسة للجمهور وتعريفهم بالتغييرات والتعديلات التي تطرأ.

\*التأكد من صحة وسلامة الأخبار التي تنشرها المؤسسة ومساعدة الجمهور على تكوين أفكار سليمة ومعلومات صحيحة عليها.

\*العمل على تهيئة جو ملائم في استقبال وإرشاد زوار المؤسسة والترحيب بهم.

<sup>1</sup> - محمد مجت كمشك: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي، الاسكندرية، 2003، ص48.

#### 4\_ أهداف الاتصال الخارجي:

إعداد برنامج للاتصالات على المستوى الخارجي للمؤسسة لا بد أن يبدأ بتحديد الأهداف وتركيز اهتمامها على خلق أفضل الأجواء لتدعيم اتصالها الخارجي، وبالتالي الحصول ما تصبو إليه، وتمثل الأهداف الاتصالية للمؤسسة فيما يلي:<sup>1</sup>

\*الإعلام عن الأنشطة التي تزاولها المؤسسة وأهدافها ومحاربة الشائعات الضارة بها وشرح سياستها للجمهور الخارجي.

\*دعم سياسة المؤسسة وتقبل الجمهور لها.

\*إقامة الثقة بين المؤسسة ومعاملها باعتبارها أساس استقرارها.

\*تأسيس هوية وصورة قيادية للمؤسسة في السوق.

\*إزالة سوء الجمهور الخارجي.

\*زيادة تفضيل المؤسسة على غيرها.

المطلوبة تحقيقها من وراء التخطيط، ومع هذا يجب أن تجند المؤسسة كل الشروط المتوفرة

أما الدكتور محمود فهمي العطروري فقد شملها في النقاط التالية:<sup>2</sup>

\*الكشف عن اتجاهات وميول جمهور المؤسسة.

\*وضوح البرامج الملائمة مع اتجاهات الجمهور وتوضيحها له.

\*التوعية بالأهداف العامة للمؤسسة والتعريف بالخدمات التي تؤديها.

\*كسب تأييد الجماهير وخلق نوع من التكامل معه بالرفع من مستوى الخدمات وحسن أدائها.

\*تصحيح الأفكار الخاطئة عن المؤسسة والمؤسسات الأخرى.

<sup>1</sup> - صالح خليل أبو الأصبع: العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق، الأردن، 1998، ص96.

<sup>2</sup> - محمود فهمي العطروري: العلاقات الإدارية في المؤسسات العامة والشركات، عالم الكتب للنشر، 1969، ص320.

5\_ عوائق الاتصال الخارجي:

تعرض المؤسسة لعدة عوائق تقف في طريق إيصال الفكرة ومنها:<sup>1</sup>

\*مدى التعرض للاتصال: قد لاتصل الرسالة الإعلامية إلى هدفها لأنها لاتصل إلى الجمهور المعني بسبب ضعف أو انعدام الوسيلة كصعوبة الإرسال الإذاعي أو عدم قدرة الفرد إلى اقتناء الوسيلة.

\*طبيعة الوسيلة الإعلامية: يجب استخدام وسيلة مؤثرة وفعالة في نقل الرسالة وهذا الأمر يتطلب المعرفة الدقيقة لخصائص ومميزات الوسيلة والجمهور معا وطريقة تعامله مع الوسائل وأي الأنواع يستخدم.

\*طبيعة الرسالة: فقد تكون الرسالة صعبة ومعقدة يسهل فهمها أو مختصرة يصعب شرح جزئياتها أو طويلة للغاية مما يضطر القارئ المستعجل إلى تركها.

\*طبيعة الجمهور: إن درجة ذكاء الجمهور واهتمامه وثقافته ربما تكون معوقا من معوقات الاتصال وقد تدخل عوامل أخرى كالسن، الجنس... يجب اتخاذها بعين الاعتبار.

\*اتجاهات الجمهور: إن اتجاهات الجمهور نحو الرسالة الإعلامية لها أكبر أثر في تلقي الرسالة لأفراد الذين يتسمون بعدم المبالاة أو الخوف من الأفكار الجديدة، فهم معرضون لعدم الاستفادة من الرسائل التي ترد إليهم.

\*الإعلام المضاد: إذا كان هناك إعلام مضاد أو معاكس أو منافس لفكرة أو سلعة أو خدمة ما، هذا يشوه الرسالة الإعلامية.

بالإضافة إلى فهم فلسفة إدارة المؤسسة مع الجمهور، عدم تفهم الإدارة لطبيعة ودور الاتصال وضعف سياسة المؤسسة، ونقص الأطارات المختصة في الاتصال.

<sup>1</sup> - جميل أحمد حضر: العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص ص 140-141.

6\_ وسائل الاتصال الخارجي:

يمكن تصنيف وسائل الاتصال إلى أربعة أقسام وهي كما يلي:

1- وسائل الاتصال المكتوبة: هي التي تتم عن طرق الكلمة المكتوبة التي يصدرها المرسل إلى المرسل إليه، وهذا

متطلب كثيرا في المؤسسات كبيرة الحجم والمعقدة التنظيم ولنجاحها يجب أن تتسم بالبساطة والوضوح والدقة، ويتحقق

الاتصال الكتابي بإتباع وسائل متباينة أهمها:<sup>1</sup>

\*التقارير: وهي من الوسائل التي يرفعها العاملين للمدير وتعتبر وسيلة اتصال صاعد ولا بد أن تحتوي على العناصر

التالية:

-وظيفة المرسل إليه،الراسل،التاريخ.

-توضيح ما إذا كان الرد مطلوباً.

-صياغة الرسالة صياغة تفصيلية،محدداً بما المسؤوليات والصلاحيات أو الواجبات الخاصة.<sup>2</sup>

[\*المراسلات: وهي أداة اتصال مباشر بالأفراد،لذلك تستعمل بصفة منتظمة للوصول إلى العمال والموظفين والعملاء

والموزعين،وهي تتكون من الخطابات العادية أو التلغرافات أو البطاقات.

\*الملصقات: عبارة عن لافتات كبيرة تعلق على الحائط في أماكن عمومية حتى يتحرك الجمهور إليها،شأنها في ذلك

لوحة الإعلانات.

\*المجلات: تعتبر وسيلة محدودة من وسائل الإعلام،نظراً لعدم صدورها يوميا فهي تصدر عادة كل أسبوع،أو كل

أسبوعين،أو كل شهر أو عدة أشهر،وهي تتناول موضوعات تتفق مع رغبات الجمهور.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - ابراهيم عبد العزيز شيحا: الإدارة العامة، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 1983، ص ص 398-399.

<sup>2</sup> - نعيم الظاهر، عبد الجابر تيم: وسائل الاتصال السياحي، دار المعرفة، بيروت، 2001، ص 19.

<sup>3</sup> - محمد سعيد عبد الفتاح، فريد محمد الصحن: الإدارة العامة (المبادئ والتطبيق)، الدار الجامعية، بيروت، 1991، ص 420.

\***الصحافة:** تعرف على أنها مطبوع دوري يصدر بصفة منتظمة، وتحت عنوان ثابت وينشر الأخبار والموضوعات السياسية والاجتماعية والثقافية والفنية والرياضية والاقتصادية وينشرها ويعلق عليها، وهي تختلف بالتالي عن الدورية الصحفية.<sup>1</sup>

- وهي تعتبر من أهم الوسائل أكثرها استعمالا باعتبارها الأقوى انتشارا وتمثل في الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات وهي في متناول جمهور كبير.<sup>2</sup>

## 2- وسائل الاتصال الشفوية:

هي الوسائل التي تستخدم اللغة المنطوقة أو الشفوية لتوصيل الرسالة إلى المستقبل وغالبا ما يتم ذلك وجها لوجه ويسمى ذلك بالاتصال اللفظي<sup>3</sup>، وتشمل الوسائل التالية:

[\***المناقشات:** نشاط جماعي يأخذ طابع الحوار الكلامي المنظم الذي يدور حول مشكلة أو موضوع تشعر الجماعة بحماس لمحاولة الخروج منها، ويتم في المناقشة تحديد الجوانب المختلفة للمشكلة ثم يتم تحليلها ويشترك فيها جميع أفراد الجماعة محاولين تبادل أكبر قدر من الحقائق والمعلومات خلال وقت محدد، وفي نهايتها يمكن لكل فرد أن يكون قد اكتسب أفكار جديدة وحققت تجانس أفضل داخل الجماعة.

\***المحاضرات:** عبارة عن شرح وتوضيح لفظي لموضوع أو مشكلة يقوم به شخص لديه خبرة في هذا الموضوع لأعضاء جماعة في حاجة إليه، وتعد من الوسائل اللفظية الشائعة الاستعمال في كثير من المجالات المختلفة.

\***الندوات:** عبارة عن مناقشة متكاملة بين مجموعة من المختصين في موضوع معين وجمهور معين في جوانب مختلفة من هذا الموضوع، ويتناول المختصون الموضوع من جوانبه المتعددة، كل منهم يتبادل من زاويته أو من جانب معين.

<sup>1</sup> - جمال محمد أبو شنب: الإعلام الدولي والعولمة، الدار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص 122.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص 240.

<sup>3</sup> - ابراهيم عبد العزيز شيحا: مرجع سابق، ص 400.

\***المقابلات:** هي التفاعل اللفظي الذي يتم بين فردين في موقف مواجهة بحيث يحاول كل واحد منهما أن يشير بعض المعلومات أو التغييرات لدى الآخر والتي تدور حول خبراته.

\***الاجتماعات:** وسيلة لفظية تستخدم فيها المناقشات وتعد على فترات أو بصورة دورية أو كلما استدعى الأمر انعقادها وتختلف عن المحاضرات والندوات والمناظرات في أن العبء الأكبر من حيث الأعداد والدراسة والمناقشات، تقع على عاتق الأعضاء وتختلف من حيث عدد المشتركين فيها، فقد تكون محدودة العدد كالاجتماع العام للعاملين في إحدى المؤسسات.<sup>1</sup>

\***المؤتمرات:** الوسيلة التي يتم فيها إقناع الجمهور بفكرة أو بموضوع ما أو نتائج عمل معين لكسب تأييد الرأي أو تهيئة الجو الملائم لتبادل الأفكار حول مشكلة أو مسألة ما، وتهدف للوصول إلى توصيات وقرارات ونتائج فيما يتعلق بموضوع انعقادها، وعادة ما يسبق عقد المؤتمر تمهيدا له بعد اجتماع أو عمل أو ندوات أو جلسات تحضيرية وإعداد البحوث والدراسات إلى غير ذلك من الوسائل المناسبة لموضوع المؤتمر وغالبا لا تتعدى مدة المؤتمر عن أيام معدودة.

\***المعارض:** طريقة لعرض فكرة أو التعبير عنها، وذلك بترتيب عينات أو صور أو رسومات أو أجسام ترتيب مقصود لخطوة معينة، وتستخدم كوسيلة فعالة لتحقيق أهداف محددة وقد يطلب من الأخصائيين أن يشترك في إعداد معرض لإبراز نشاط المؤسسة التي يعمل بها، لتعريف الجماهير بجهودها وخدماتها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - محمود محمد مهدي: المدخل في تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، (د.س.ن)، صص 142-144.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، صص 172-180.

### 3\_ وسائل الاتصال السمعية البصرية:

تعد الوسائل المستعملة في هذا النوع من الاتصال السمعي البصري، أكثر الأنواع تأثيراً وفعالية لدى المستقبلين، حيث يلعب دوراً فعالاً في توصيل الرسالة واستيعابها وقد ظهر الاتصال مع المواد السمعية البصرية كالتلفزيون، الإذاعة، الفيديو، الأفلام.

\***التلفزيون:** هو أقرب وسيلة للاتصال الموجه، فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة وأحياناً اللون، ويستطيع أن يكبر الأشياء الصغيرة فتبدو في صورة واضحة.<sup>1</sup>

\***الإذاعة:** وهي الوسيلة الأولى التي استطاعت أن تصل إلى الجمهور في أي مكان متخفية حواجز الأمية وعواقب الانتقال في المناطق الوعرة والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها كما أن الإذاعة لا تحتاج إلى تفرغ تام للاستماع إليها، فآثار الاتصالية لإذاعة تصل إلى جماهير عريضة للغاية بصرف النظر عن الناحية الأمنية أو التعليمية وبصرف النظر عن صغر السن أو كبره، فالمادة الإذاعية تصاغ في عبارات بسيطة يدرك معناها المثقف وغير المثقف.<sup>2</sup>

### 4\_ وسائل الاتصال التكنولوجية:

لقد أدى التطور والتقدم في تكنولوجيا الاتصالات بكافة أشكالها إلى نتائج إيجابية وهامة في مجال زيادة إنتاجية وفعالية المؤسسات العامة والخاصة سواء كانت تعمل في المجال الاقتصادي والاجتماعي أو السياسي، وكان لهذا التطور الأثر الواضح في تطور التعليم بكافة أنواعه ومستوياته، وقد لعبت التطورات الجديدة في تكنولوجيا الاتصالات دوراً واضحاً في جعل الحياة أكثر سهولة وأكثر إقناعاً، ومن بين هذه التكنولوجيا الحديثة نجد:

<sup>1</sup> - رضوان بلخيري: مدخل إلى الاتصال المؤسسي، المرجع السابق، ص132.

<sup>2</sup> - رضوان بلخيري وسارة جابري: مدخل للاتصال والعلاقات العامة، مرجع سابق، صص66-67.

\***الفاكس**: عبارة عن جهاز يقوم ببث الرسائل والنصوص والصور والوثائق المكتوبة عبر خطوط الهاتف العادية، ولهذا فهو يشبه آلة التصوير الصغيرة، غير أنها مزودة بماتف أو متصلة به فهو إذن ينقل المادة المكتوبة كما هي إلى أي مكان عن طريق رابط الهاتف بجهاز الفاكس الذي يقوم بتصويرها ثم نقلها لاسلكيا إلى جهاز آخر يقوم بتحويلها مرة أخرى إلى رموز مكتوبة.<sup>1</sup>

\***الانترنت**: هي مجموعة من شبكات حواسيب مستقلة كليا وموزعة في أنحاء العالم وتشكل هذه هوبجيث يكون بها أولوياتها.<sup>2</sup>

\***الاكسترانات**: نوعا متوسطا بين الانترنت والانترنت حيث تتسم بالخصوصية والعمومية، فهي تمثل شبكة داخلية توظف بعض تقنيات الانترنت إلا أنها تتيح لبعض الأطراف أن يدخلوا إلى الانترنت على بعض المواضيع في الشبكة الداخلية بطريقة ما من أجل القيام بعمليات محددة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - مصطفى ربحي عليان، محمود عدنان الطوباسي: الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر، عمان، 2005، ص 117.

<sup>2</sup> - محي محمد مسعد محمود: الانترنت وأهم المواقع والخدمات والمصطلحات، دار الكتاب القانوني، الإسكندرية، 2008، ص 6-7.

<sup>3</sup> - مصطفى محمود أبوبكر، عبد الله بن عبد الرحمان البريدي: الاتصال الفعال، مدخل استراتيجي لجودة العلاقات في الحياة والأعمال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 636-637.

خلاصة:

إن توظيف الاتصال الخارجي يعمل على إعطاء دقوية للأحزاب، لأنه يشكل المفضل لتوطيد العلاقة مع الجمهور الخارجي، فهو يساهم في التعرف على الحزب وبرامجه وإقتراحاته والإستفادة من خدماته وذلك من أجل إشباع حاجات ورغبات الجمهور الخارجي والعمل دائما على تقديم الأفضل من حيث تحقيق طلبات الجمهور.

## ثانيا - مواقع التواصل الاجتماعي:

### \*تمهيد

1\_ خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

2\_ أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

3\_ أشكال مواقع التواصل الاجتماعي.

4\_ أهداف مواقع التواصل الاجتماعي.

5\_ خدمات مواقع التواصل الاجتماعي.

6\_ التأثيرات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي

7\_ سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

### \*خلاصة



تمهيد:

إن الثورة التكنولوجية الهائلة التي عرفتها وسائل الإعلام والاتصال، أفرزت نمطا اتصاليا جديداً بسمات ومزايا تختلف عن سمات وسائل الإعلام والاتصال التقليدية، من تفاعلية وتشاركية وكذا الفورية وغيرها من السمات والمزايا والتي جعلت هذا النوع من الاتصال أحد معالم العصر الجديد. وكل هذا وفرته شبكات التواصل الاجتماعي التي فتحت آفاقاً واسعة أمام الأفراد وأتاحت سهولة الوصول إلى المعلومة وإمكانية نشر الأفكار والقضايا.

وأصبح بإمكان أي فرد في إبداء رأيه الكامل حول كافة القضايا الاجتماعية والإقتصادية والسياسية، إن الحديث عن تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي لا يمكن أن يمر دون ذكر ذلك التأثير الذي لعبته هذه المواقع وبالخصوص موقع الفيسبوك في السنوات الأخيرة كوسيلة اجتماعية، لإيصال الأصوات لذا أصبح الفيسبوك وسيلة مهمة للتعبير عن الآراء والأفكار فبفضله صار بإمكان أي شخص أن ينقل الصور والمعلومة إلى جمهور واسع ليؤثر ذلك بإثراء الحوار.

ثانيا - مواقع التواصل الاجتماعي:

من التعريفات السابقة نستنتج أن:

### 1\_ خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إتاحة مجالا واسعا أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع الآخرين، ولا يمكن له أن يعيش في عزلة عن أخيه الإنسان وقد أثبتت كثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين، فحاجاته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات، أما الحاجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساسا دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي، ولذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده لذا نجد أن لهذه المواقع الاجتماعية خصائص محددة منها: <sup>1</sup>

\*المشاركة **partipation**: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

\*الإفتتاح **Opennes**: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء، والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

<sup>1</sup> - مصعب حسين قنلوني: ثورات فيس بوك، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت، 2014، ص 97.

\*المحادثة **Counversation**: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن

التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر، أو المعلومة المعروضة.

\*المجتمع **Community**: وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة

بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك، المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل

التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو للتعلم، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

\*التربط **Comectedness**: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها

ببعض، وذلك عبر الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع التي تربطها بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا.

[\*سهولة الاستخدام: لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ومعظم مواقع

التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

\*التلقائية: يتسم التواصل عبر هذه المواقع بأنه تلقائي، وغير رسمي أو متوقع فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل

بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.

\*قلة التكلفة: أن التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي مجاني، ومثال ذلك أنه على الصفحة الرئيسية لموقع

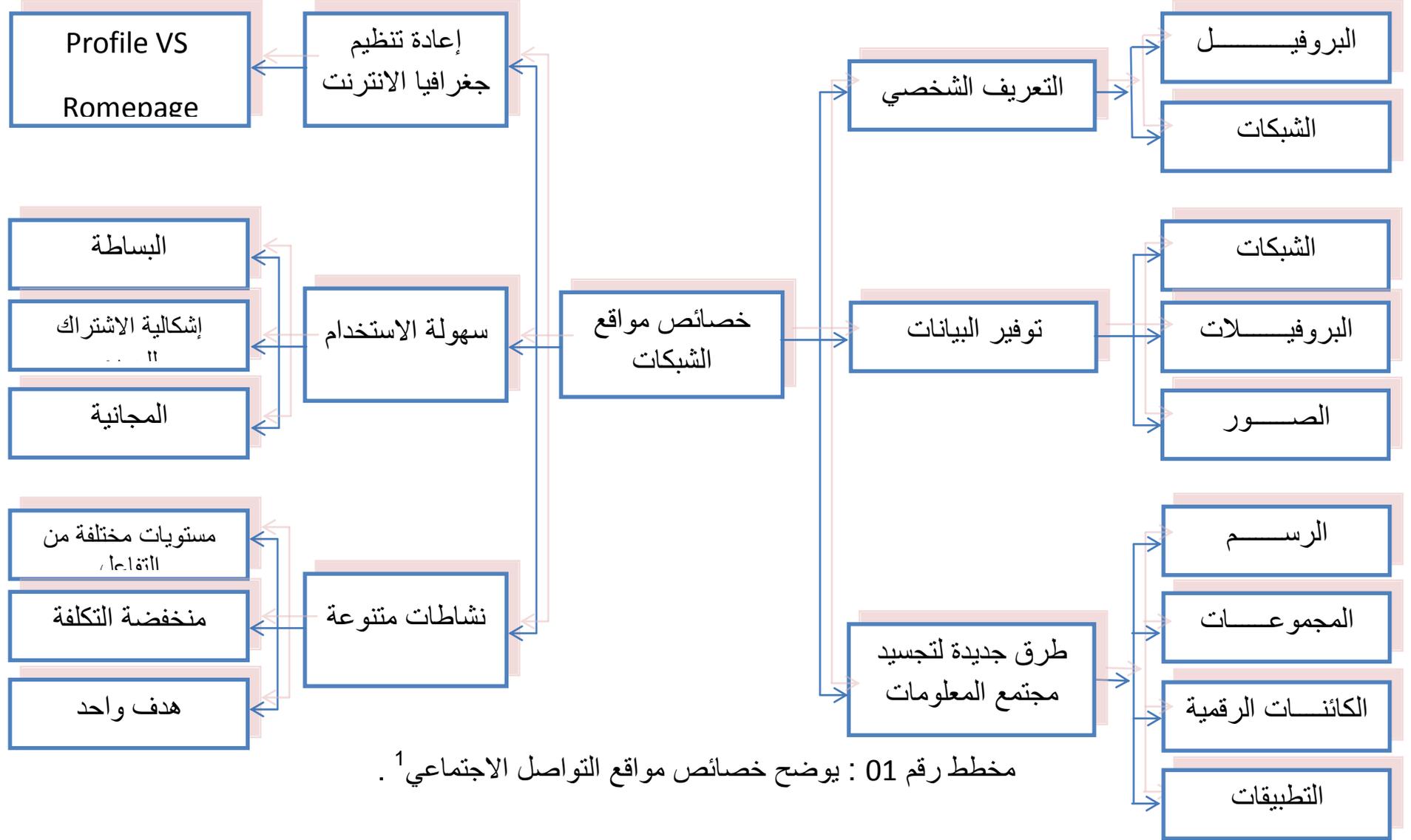
الفيسبوك مكتوب مجاني ويبقي مجاني.

\***التعريف بالذات:** وهي الخطوة الأولى للدخول إلى مواقع التواصل العجماعي وهي إنشاء صفحة معلومات شخصية، وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال الصور والتعليقات والفيديوهات والموسيقى وغيرها من الوظائف الأخرى.

\***الحضور الدائم الغير مادي:** إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون أن يلتقي في وقت متزامن، كما يمكن لها الاتصال مباشرة وهذا لا يتوفر في وسائل الاتصال التقليدية التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين طرفي الاتصال.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - شدان خليل يعقوب: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة النجاح الوطنية، أطروحة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية بكلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015، ص37.



مخطط رقم 01 : يوضح خصائص مواقع التواصل الاجتماعي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> \_ مريم نريمان نرمار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية، شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2012، ص29.

## 2\_ أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي وأدواتها للتواصل الاجتماعي تتكون عموماً من تطبيقات أو مواقع أهمها:<sup>1</sup>

\*مواقع التواصل الإلكترونية: وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم مثل موقع "ماي سبيس" و"فيسبوك".

\*المدونات الإلكترونية **Blogs**: وهي مواقع إلكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.

\*الويكي **Wikis**: وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام أشهرها موقع "ويكيديا"، وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات المصدر المفتوح.

\*البودكاستس **Podcasts**: أو مواقع البث الإلكترونية، وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام، المشتركين في هذا الموقع أو برنامج التنزيل مثل موقع "آبل أي تيونز".

\*المنتديات الإلكترونية **Foruns**: وهي مواقع توفر مناطق أو فضاءات إلكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين، أي لكل منتدى تخصص معين، مثل منتدى للموسيقى، وهي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً لأنها سهلة الاشتراك ولا تحتاج لتقنية كبيرة لإضفاء موضوع كما في المدونات مثلاً.

<sup>1</sup> - خالد غسان ويوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص25.

### 3\_ أشكال مواقع التواصل الاجتماعي:

تتعدد أشكال مواقع التواصل الاجتماعي ، من حيث يمكن تصنيفها وفق وظائفها والوسائل التي تستخدم فيها كما يلي:

**1- الفيس بوك Face book:** أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه كبريات الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي "التطبيقات" التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي، سهل العاملين في الفيس بوك المهمة للمبرمجين بإنشاء API -أكواد برمجية مساعدة- تختصر الكثير عليهم وتساعدهم في الوصول لملفك الشخصي وبناء تطبيق تستفيد منه.<sup>1</sup>

\*نشأته:

ترجع فكرة نشأة موقع الفيس بوك إلى صاحبه "مارك كزوكربيرج" Mark Zurckerberg"، حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على الانترنت ليجمع زملائه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية)، ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع ينشر الأخبار ولكن هدفه الأساسي كان موقع يجمع شمل أصدقائه ويساعد على التواصل بين الطلبة بعضهم ببعض.

وأطلق زوكربيرج موقعه "فيس بوك" في عام 2004 وكان له ما أراد فسرعان مالقى الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص115.

<sup>2</sup> - أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العال: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة (دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع فيس بوك)، بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات للمشاركة في المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر، جامعة حلوان، مصر، 2009، ص29.

واستمر موقع الفيس بوك قاصرا على طلبة الجامعات ومدارس الثانوية حتى عام 2006، أين قرر زوكربيرج أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم، ويأمل أن يبلغ العدد 50 مليون مستخدم بنهاية عام 2007.

وفي الوقت نفسه قرر أيضا أن يفتح أبواب الموقع أمام المبرمجين ليقدموا خدمات جديدة لزواره، وأن يدخل في تعاقدات مع معلمين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة.

وبذلك فقد انتشر الموقع في عموم أرجاء العالم بسرعة قياسية حتى أنه أصبح يحتل المرتبة الثانية بين أكثر المواقع زيارة على مستوى العلم، ويتم تمويل الموقع عن طريق الإعلانات حيث أن غالبية مستخدمي فيس بوك يفتحون حسابهم الخاص بشكل يومي.<sup>1</sup>

### \*خصائص الفيس بوك:

يتضمن "الفيس بوك" كشبكة اجتماعية عدد من السمات التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض وأهمها:<sup>2</sup>

- خاصية الوال **Wall**: أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

- خاصية الوكزة **Pokes**: أو نكرة "غمزة" تتيح إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

- خاصية الصور **Photos**: أو الصور التي تمكن من المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى المواقع.

<sup>1</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة المكتوبة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 185.

<sup>2</sup> - عامر ابراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص 95-96.

- خاصية المكانة **Statuts**: أو الحالة تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به نحن أعمال في الوقت الحالي.

-خاصية التعليقات **Notes**: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وقد يمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات.

هذا بالإضافة إلى خدمات الرسائل والدرشة.

وهناك سمة يوفرها الفيس هي "**Gifts**" أو إرسال الهدايا التي تتيح للمستخدمين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية.

كما أنه يوفر مساحة إعلانية للبيع والشراء الخاصة بأعضاء وفقا لما ذكرته شركة "كومسكور" وهي شركة متخصصة بالتسويق على الانترنت، فإن الفيس بوك يقوم بتجميع قدر من البيانات من خلال رواده، أيضا هي ما تتوفر من بيانات لدى جوجل، ومايكروسوفت.

-خاصية تطبيق الفيديو **Video**: الذي يوفر إمكانية تبادل أفلام الفيديو المنزلية بين الأشخاص.

\*عيوب الفيس بوك:

على الرغم من النجاحات التي حققها ويحققها الفيس بوك، إلا أن العديد من القضايا تثار باستمرار حوله، بالإضافة إلى عيوب كثيرة ومن أهمها:<sup>1</sup>

-اهتم الفيس بوك بأنه يجمع معلومات حساسة عن مستخدميه ويوزعها بدون إذن أصحابها وهو يعد خرقا للخصوصية.

-] كما أنه لا ينبه الموقع مستخدميه إلى كيفية استخدام هذه المعلومات، ولا يزيل بشكل صحيح المعلومات المتوفرة عن أشخاص بعد إغلاق حسابات أصحابها.

<sup>1</sup> - عامر قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص 96-97.

وأكدت دراسة أجراها مركز Pew Research Centers أن موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" يقوم بحرق واضح للخصوصية الشخصية، كما وضع المركز قائمة بأثنتين وعشرين حالة حرق لقانون الخصوصية في كندا.

-إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية.

-استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية، يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفيس بوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها، وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك.<sup>1</sup>

2\_تويتر **Twitter**: هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الموجود على الانترنت، وهو من المواقع الاجتماعية التي تمكن مستخدميها من إرسال وقراءة النص القائم على المشاركات، التي تصل إلى أكثر من مئة وأربعين حرفاً.

ويعود تاريخ إنشاء التويتر إلى شهر مارس 2006 من قبل شخص يدعى جاك دورسي وما لبث تويتير أن انتشر واكتسب شعبية بسرعة في جميع أنحاء العالم، حيث بلغ عدد مستخدميه 200 مليون مستخدم في عام 2011 وارتفع رقم الاستخدام هذا ليصل إلى 500 مليون مستخدم في نهاية 2013 ومطلع عام 2014 على شبكة الانترنت.

من جانب آخر فقد كان هذا الموقع قد شهد تطوراً ونموً سريعاً في السنوات الأخيرة من جانب آخر فقد كان ارتفاع استخدام تويتير واضحاً خلال أهم الأحداث والمناسبات البارزة فقد سجل رقماً قياسياً خلال نهائيات كأس العلم 2010 على سبيل المثال عندما كتب المشجعون 2940 تويت.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - عامر إبراهيم قنديلجي: مرجع سابق، ص 97.

<sup>2</sup> - علي خليل شقرة: مرجع سابق، ص 69-72.

**3\_ اليوتيوب You tube**: تأسس يوتيوب كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير من عام 205 بواسطة ثلاثة موظفين، هم الأمريكيين "تشارد هرتي" و"التايواني تشين" و"البنغالي جاود كريم"، يعملون في شركة "Pay Pal" المتخصصة في التجارة الالكترونية بيد "جاود كريم" ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد، ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور "يوتيوب" الذي نراه اليوم للشئيين الآخرين اللذان نجحا في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب الثاني.<sup>1</sup>

وهو موقع على الانترنت متخصص بمشاركة الفيديو مملوك من قبل "غوغل" يسمح للمستخدمين بتحميل ومشاهدة مقاطع الأفلام والتلفزيون، والموسيقى، وأشرطة الفيديو التعليمية وما شابه ذلك. ويستخدم أساسا من قبل الأفراد ولكن أيضا من جانب الشركات والمؤسسات الإعلامية مثل هيئة الإذاعة البريطانية، يمكن للمستخدمين غير المسجلين مشاهدة أشرطة الفيديو، ويمكن للمستخدمين المسجلين تحميل عدد غير محدود من الفيديو، ويقوم موقع يوتيوب على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أو ذع لنفسك، You self، brod caste، يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى.<sup>2</sup>

**4\_ ماي سبيس My Space**: وهو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية، ويتيح التفاعل بين الأصدقاء إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو، ويعتبر هذا الموقع سادس أكبر موقع على الويب الإنجليزية الشعبية في العالم وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية. وكان أقوى مواقع الشبكات الاجتماعية، قد حاز اهتمام الكثيرين عام 2006، ولكن شعبية لموقع بدأت بالتراجع بعد أن قامت شركة نيوز كويب، والتي يملكها إمبراطور الإعلام روبرت مردوخ بشرائه بمبلغ 580 مليون دولار.

<sup>1</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي: مرجع سابق، ص 183.

<sup>2</sup> - حلمي خضر ساري: التواصل الاجتماعي، دار كنوز المعرفة، عمان، 2016، ص 95.

واستمرت شعبية الموقع بالتراجع خاصة بعد ظهور موقع الفيس بوك الذي اجتذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي. وقد اضطرت شركة نيوز كويب إلى بيع موقع ماي سبيس بسعر زهيد جدًا قياسًا بالمبلغ الذي اشترته به، حيث قامت ببيع هذا الموقع بمبلغ 35 مليون دولار.<sup>1</sup>

\***الواتس آب What's App**: انتشر استخدام الواتس آب بين الشباب لسهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول، وإمكانية تشكيل مجموعات التواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وإمكانية الحفظ بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي والمؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي.

ويسهم الواتس آب كذلك في تداول الأخبار، وفي التعليم والاجتماعات والتوعية والدعوة والإرشاد.<sup>2</sup>

\***الإنستغرام Instagram**: يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والإنستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية، حيث كانت بداية الإنستغرام عام 2010م حينما توصل إلى تطبيق يعمل على إتقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات المواقع الاجتماعية.<sup>3</sup>

\***ويكي Wiki**: هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بياناتية مشتركة (جماعية)، وهو الموسوعة التي تضم الملايين من المقالات بمعظم لغات العالم، وأشهر هذه المواقع Wikipedia الذي يمكن المتصفح من تعديل وتحرير وإنشاء مقالات جديدة وإضافتها لمحتويات الموقع الذي يشكل موسوعة كبيرة من المعلومات حول العالم.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - علي خليل شقرة: مرجع سابق، ص 80.

<sup>2</sup> - عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر: مواقع اتواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 33.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 66.

<sup>4</sup> - حليلة قادري: التواصل الاجتماعي، دار المنهجية، عمان، 2016، ص ص 151-152.

#### 4\_ أهداف مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن القول أن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي التي أدت إلى ظهور المجتمعات الافتراضية تسعى نحو تحقيق

الأهداف التالية:<sup>1</sup>

\*أهداف دينية أخلاقية: وتتضح هذه الأهداف من خلال الدعوة وتبادل النصيحة والمواد الدينية المسموعة والمرئية والمكتوبة.

\*أهداف تجارية: وتظهر من خلال التسويق والترويج والإعلان.

\*أهداف سياسية: وتتضح هذه الأهداف من خلال الدعاية والتحريض والتجيش.

\*أهداف تعليمية: وتتضح من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية ونشر المعلومات والخبرات.

\*أهداف ترفيهية: وتتضح من خلال تبادل الموسيقى والصور والمقاطع المصورة وما إلى ذلك.

\*أهداف أدبية : وتتضح هذه الأهداف من خلال نشر الأفكار الأدبية وتبادل الآراء حولها.

\*أهداف نفسية اجتماعية: خروجاً من العزلة وسعيًا إلى بناء علاقات اجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات اجتماعية.

\*أهداف عاطفية: قد تنتهي تلك المواقع إلى تأسيس لعلاقات عاطفية منها ما ينتهي بالزواج في الواقع.

#### 5\_ خدمات مواقع التواصل الاجتماعي:

ومن أهم الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية نذكر مايلي:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - السيد عبد المولي السيد: شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي، المجلد7، العدد15، البحرين، 2014، ص193.

<sup>2</sup> - وديع العززي: الإعلام الجديد(مفاهيم ونظريات)، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص57-58.

\*الملفات الشخصية: حيث يمكنك التعرف على إسم الشخص وجنسه وتاريخ ومكان ميلاده، والاهتمامات والصورة الشخصية وغيرها من المعلومات.

\*الأصدقاء/العلاقات: وهم الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص ويضعهم إلى قائمة الأصدقاء.

\*إرسال الرسائل: حيث يمكن إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان من أصدقائك أو لم يكن.

\*ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للإطلاع والتعليق عليها.

\*المجموعات: توفر كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة \*اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة باسم معين وأهداف محددة.

\*الصفحات: تعتمد فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن منتج أو شخصية أو حدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتمام لتلك الصفحات أضافوها إلى ملفهم الشخصي، قد ابتدع هذه الفكرة موقع الفيس بوك.

## 6\_ التأثيرات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من الأدوار السياسية التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، وهي:<sup>1</sup>

\*ازدياد الوعي السياسي بين المواطنين بصورة غير مسبقة، حيث أن التواصل بين مستخدمي المواقع يوفر الفرصة للنقاش ويتيح مزيد من الفهم للقضايا والموضوعات السياسية المثارة وخاصة في ظل وجود خبرات متنوعة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من مثقفين وسياسيين وأكاديميين أناس عاديين.

<sup>1</sup> - جمال سند السويدي: وسائل الاتصال الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، مركز الدراسات والبحوث الاستراتيجية، الإمارات، 2013، ص-ص39-42.

\*كما لها دور واضح في تشجيع المواطنين على المشاركة السياسية، حيث توفر هذه الوسائل الفرص لمزيد من الفهم لحقوق المواطنة، وتعميق إدراك المواطنين لقضاياهم.

\*ازدياد دور المؤسسات الإقليمية والدولية في تشجيع المواطنين على المشاركة في صنع السياسات العامة لدولهم، ما يزيد من تأثير هذه المؤسسات في السياسات الداخلية للدول.

\*ازدياد قوة المجتمع المدني حيث اتخذ من هذه المواقع منصة للانتشار، وممارسة دوره العابر للقيود المحلية التي تضعها بعض الحكومات والسلطات على أنشطة هذه المؤسسات في داخل الدول، كما تنامي ارتباط الشباب بهذه المؤسسات ورغبتهم في بناء علاقات معها للدفاع عن قضاياهم وتبني وجهات نظرهم.

\*أطلقت في الآونة الأخيرة على الانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية التي اجتاحت شمال إفريقيا ومنطقة الشرق الأوسط وما زالت متواصلة، أطلقت عليها تسميات عديدة منها (ثورة الفيس بوك، الربيع العربي، ثورة الياسمين، ثورة الفراغنة...)، فإن مواقع التواصل الاجتماعي لعبت دورا رياديا في هذه التحركات الشعبية.

\*كما استخدمت هذه المواقع كوسيلة تفاعلية بينهم ونشر وتبادل الأخبار والمعلومات الهامة وتحديد مواعيد وأماكن التحشيدات الجماهيرية التي ينوون الانطلاق منها، إلى أماكن ذات تأثير رمزي على جميع المواطنين كالمساحات والميادين العامة، كما أوصلوا أبناء تلك التحركات الجماهيرية إلى كافة أنحاء العالم عبر هذا الموقع.

### 7\_ سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك العديد من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، نذكر منها مايلي:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - هدار خالد: الشبكات الاجتماعية واتجاهات الشباب الجزائري نحو عملية التغيير السياسي (الشباب الجزائري أنموذجا)، مذكرة مكملة لنيل شهادة دكتوراه في الإعلام، المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة اللبنانية، 2011، ص44.

\*أشار الباحث الأمريكي "لاري روزين" إلى أن: "المراهقين الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في أحيان كثيرة، يظهرون بدرجة أكثر ميلا نحو النرجسية، فيما يظهر البالغون الذين لديهم حضور قوي في تلك المواقع علامات أكثر... ذات صلة باضطرابات نفسية أخرى مثل السلوكيات المعادية للمجتمع والهوس الجنوح نحو العدائية"

\***ضياع الوقت:** وهناك أكبر خطر لتلك المواقع وهو إضافة الشباب للوقت في التنقل عبر صفحات تلك المواقع والتحدث في أمور ليس لها قيمة ولا فائدة، وهذا الجانب هو أخطر الجوانب السلبية، حيث أن مضيعة الوقت تأتي بالسلب على المجتمع كله وعلى تقدمه وليس على الشخص فقط، وقد تؤثر على الجانب الأسري حيث يؤدي الدخول عليها إلى العزلة الاجتماعية وعدم اندماج الفرد مع أسرته.

\***الإساءة للآخرين ونشر الأكاذيب:** والجانب السلبي للأسف أن معظم المعلومات التي تثبت عبر تلك المواقع هي معلومات غير حقيقية، فأنا مثلما أنه متاح لي أن أنشر المعلومات الصادقة فيمكنني أيضا وبسهولة أن أنشر الشائعة ويترب على ذلك إحداث البلبلة وعدم المصادقية.

\*الإدمان على الانترنت.

\*العلاقات غير الشرعية.

\*تدني المستوى الأكاديمي.

\*إضاعة المال.

\*فن الحواسيب والهوايات والأنشطة.

\*عدم مبالاة بعض المستخدمين وعدم استشعارهم بالمسؤولية.

### خلاصة:

وخلاصة لهذا الجزء، يتبين أنه في السنوات الأخيرة قد ظهر عدد كبير من مواقع التواصل الاجتماعي التي تهدف إلى تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع، لما لها من أهمية كبيرة في الحياة الاجتماعية وخاصة السياسية، ولكونها من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، حيث أصبحت أهم ثورة إلكترونية عرفتها البشرية في مجال التواصل الاجتماعي والتفاعل الدائم بين أعضاء البنى الاجتماعية وأسرع طرق التواصل وأبسطها لتلبية حاجاتهم و رغباتهم.

ومن أبرز هذه المواقع موقع الفيس بوك والذي يتم عن طريقه وضع صفحة شخصية تحدد هوية الشخص ويتم التواصل والتعارف مع جميع المشتركين في هذا الموقع لنقل المعارف والأخبار وتكوين الرؤى، والتوجهات دون قيود. وعرف هذا الموقع نموا كبيرا متواصلا حيث يعد قمة مواقع التواصل الاجتماعي نموا وتسارعا في عدد المشتركين.

## ثالثا : الأحزاب السياسية:

### \*تمهيد

1- تعريف الأحزاب السياسية.

2- أهداف الأحزاب السياسية.

3- تصنيف الأحزاب السياسية.

4- الانتقادات الموجهة للأحزاب السياسية.

5- الأحزاب السياسية في الجزائر.

### \*خلاصة



تمهيد:

تحتل ظاهرة الأحزاب السياسية بصفة عامة مكانة مهمة في الأنظمة السياسية المعاصرة، حيث تعتبر موضوع من المواضيع المهمة والمتداولة من دولة إلى أخرى في الميدان السياسي، والذي شغل بال القادة السياسيين والمهتمين بشؤون الإدارة والحكم، فالأحزاب السياسية هي جوهر البناء السياسي للمجتمع الديمقراطي.

تعتبر الأحزاب السياسية ركيزة أساسية للديمقراطية و يتوقف تطورها على إتاحة فرص المشاركة السياسية أمام فئات الشعب وطبقاته بما فيهم طلبة الجامعات، وتعد المشاركة الانتخابية المظهر الرئيسي للعمل الحزبي وأكثرها وضوحا في جميع بلدان العالم من قبل الشعوب عن طريق التصويت.

فالسبب الرئيسي الذي يدفع الأحزاب السياسية إلى البحث في التأثير في الرأي العام لأنه العامل الأساسي للوصول للسلطة، فالأحزاب لوحدها لا يمكنها الوصول إلى السلطة رغم أنها قوة سياسية منظمة ومهيكله لديها أهداف محددة وواضحة، لكن عليها قبل ذلك أن تتحكم في آليات التأثير وتحريك الرأي العام دون إهمال دور مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط وفاعل مهم في تحقيق أهدافها.

ثالثا \_ الأحزاب السياسية

1- تعريفها:

لقد حاول كثير من الفقهاء الإتيان بتعريف شامل وجامع للأحزاب السياسية، غير أنها اختلفت من حيث الشكل والموضوع، ونرد بعض من التعاريف في الآتي:

[يعرفها الدكتور إبراهيم أبو الفار بقوله "الحزب هو جماعة منظمة يشتركون في مجموعة من المبادئ والمصالح وتسعى هذه الجماعة الوصول للسلطة بهدف المشاركة في الحكم وتحقيق هذه المصالح و المبادئ المختلفة".

يعرفها الأستاذ جانو **Jeanneau** بقوله: "الحزب السياسي هو حشد منظم يهدف لتحقيق الآراء والمصالح التي تم أعضاءه.

كما عرفها بول مارابيتو **Paul Marapito**: "الأحزاب السياسية هي جمعيات تمارس العمل السياسي ولكنها تبرز خصوصيات معينة".<sup>1</sup>

يجب على أي حزب سياسي أن يتمتع بوحدة الأيديولوجيا، بإرادة معبرة واحدة البرنامج واحد وبنظام داخلي واحد.<sup>2</sup>

[يذهب آدموند بيرك **Edmund Burke**، في تعريفه للحزب السياسي إلى القول بأنه: "جماعة متحدة من الأفراد، يسعون بجهودهم الجماعية، إلى المصلحة الوطنية، وفقا لبعض المبادئ التي تحوز رضاهم جميعا".

ويذهب البعض إلى القول بأن الأحزاب السياسية هي: "تلك المنظمات التي تدعم المرشحين للوظائف السياسية للعمل تحت اسمها".

<sup>1</sup> - علي زعدود: نظام الأحزاب السياسية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص13.

<sup>2</sup> - محمد منذر: الجهة والحزب السياسي(مبادئ عامة ومنطلقات أساسية)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2004، ص36.

ويعرف كل من دان نيمو **Dan Nimmo** وتوماس أنجز **Thomas D. Unga** الحزب السياسي بأنه:

ائتلاف مستقر ودائم، ذو مصالح متصارعة باستمرار، منظم لتعبئة الدعم في الانتخابات التنافسية، لأجل السيطرة على سياسة الدولة".<sup>1</sup>

## 2\_ أهداف الأحزاب السياسية:

إن أهداف الأحزاب السياسية في الدول الحديثة قد تطور من مجرد الدفاع عن مصالح الفئات الاجتماعية التي تمثلها إلى أمور أهداف أخرى يمكننا أن نجعلها في الآتي:

\***تنظيم مهمة المعارضة كسلطة موازية للحكام:** تعتبر الأحزاب السياسية ضرورة تستلزمها طبيعة النظم الديمقراطية لأنها تساعد على تنشيط الحياة السياسية داخل الدولة عن طريق حق التنافس على السلطة السياسية.

فالوصول إلى السلطة هو أول الأهداف التي تسعى إليها الأحزاب السياسية فإذا ما انتفى هذا الهدف من برنامج حزب ما فإن ذلك ينفي عنه معنى الحزب السياسي.<sup>2</sup>

إن المعارضة السياسية تفتقر ضرورة كفالة قواعد الحرية السياسية في القوانين المعمول بها داخل الدولة لأن المهمة الأساسية للمعارضة السياسية هي الحماية العملية لقواعد الحرية السياسية سواء كان الاعتداء على تلك القواعد بالإلغاء أو التعديل، إذ كان في ذلك مساس بحق الشعب في ممارسة هذه الحرية في تنظيم المعارضة بوجه عام.<sup>3</sup>

\***دراسة المشاكل القائمة وإيجاد الحلول لها:** لعله من الأهداف العامة والوظائف الأولية التي تسعى الأحزاب إلى تحقيقها، وهي سعي دائم إلى الاستيلاء على السلطة الحكم حيث تحاول دراسة وتحليل كل المشاكل المطروحة على الساحة الداخلية والخارجية وإعطاء تصور وحلول لكل ذلك.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - سليمان صالح الغويل: ديمقراطية الأحزاب السياسية والجماعات الضاغطة (دراسة تحليلية في ضوء القوانين الدستورية المقارنة)، دار الكتب الوطنية، ليبيا، 2003، ص ص 29-30.

<sup>2</sup> - الخطيب نعمان أحمد: الأحزاب السياسية ودورها في أنظمة الحكم المعاصر، جامعة مؤتة، 1994، ص 120.

<sup>3</sup> - حضر طارق فتح الله: دور الأحزاب السياسية في ظل النظام النيابي (دراسة مقارنة)، ب د ن، لبنان، 1986، ص 105.

\*تساهم الأحزاب في تكوين الإدارة العامة، أي أنها تؤثر على الرأي العام ونوجهه وترشده، وذلك من خلال حلقات النقاش والمجادلات التي تثيرها، فتقدم للشعب مختلف المعلومات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية بالطرق المبسطة الواضحة التي توظف فيه الوعي السياسي، وتوضيح مشاكل الشعب وتبسيط أسبابها واقتراح الحلول.<sup>1</sup>

\* [يهدف الحزب السياسي إلى زيادة الإحساس بالوحدة القومية من خلال التكامل القومي المتمثل في إدماج العناصر الاجتماعية والاقتصادية والدينية والعرقية والجغرافية في الدولة الواحدة.

\*تسعى الأحزاب إلى مراقبة تصرفات الحكومة وأعمالها، الأمر الذي يؤثر على السلطة و يمنعها من التجاوزات والفساد.<sup>2</sup>

### 3\_ تصنيف الأحزاب السياسية:

إن تصنيف الأحزاب السياسية يواجه إشكالية معايير التصنيف، فليس من السهل إيجاد تصنيفات موحدة لتقسيم الأحزاب السياسية، وهذا راجع إلى اختلافات في طبيعة الحزب و تنظيمه و أهدافه، أو يرجع ذلك إلى اختلافات في الأنظمة السياسية المتنوعة.

[موريس دوفرجه ميز بين أحزاب النخبة والأحزاب الجماهيرية، ثم أضاف تصنيف آخر عام 1976 وهي الأحزاب ذات الهياكل الجامدة والأحزاب المرنة.

- كما اقترح عالم السياسة جون شارلو تصنيف ثلاثي جديد يأخذ بعين الاعتبار، ليس الإيديولوجية والتنظيم الظاهري للحزب، ولكن بالأخص أهداف الحزب وإستراتيجيته، ويميز هذا التصنيف بين أحزاب الأعيان، أحزاب المناضلين، أحزاب التجمع]:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - نور الدين حاروش: الأحزاب السياسية، دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص117.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، صص19-22.

<sup>3</sup> - أمين البار: دور الأحزاب السياسية في دعم التحول الديمقراطي في الدول المغاربية، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014، ص30.

\*[أحزاب الأعيان: تظم شخصيات بارزة ذات مكانة اجتماعية واقتصادية، تتمتع بثورة تؤهلها لتمويل المعركة الانتخابية لمرشحي الحزب.

\*أحزاب المناضلين: تقوم بإعطاء اهتمام أكبر للمنتسبين في صفوفها، والذين يدفعون اشتراكا ويبدلون نشاطا لمصلحة الحزب وهؤلاء يمارسون تأثيرا كبيرا في نجاح الحزب واتخاذ قراراته.

\*أحزاب التجمع: تهتم بالناخبين الذين يناصرون في الحزب في المعركة الانتخابية، فهذه الأحزاب غير طبقية وتهدف إلى تعبئة الناخبين من أصل اجتماعي ومهني وعرقي مختلف].<sup>1</sup>

-أما التصنيف الذي أتى به موريس دوفرجيه فقد تمثل في وجود نوعين من الأحزاب حسب وهي:

\*أحزاب الأطر أو أحزاب الكوادر أو الصفوة: وتضم في صفوفها الطبقات البرجوازية التي كانت قائمة في أوروبا في القرن التاسع عشر والتي تعرف في عصرنا الحاضر بأحزاب المحافظين والأحرار.

وتعتمد على ضم شخصيات مرموقة ومؤثرة، ولا تضم في صفوفها قاعدة جماهيرية واسعة، وعلاقتها الداخلية مرنة وتصل إلى درجة المشاشة، ومعظم الأحزاب المعروفة اليوم في أوروبا وأمريكا على هذه الشاكلة، وترى هذه النخب أنها تمتلك من الخبرة والقدرة على إدارة الحملات الانتخابية ما يمكنها من كسب الأصوات وإيصال المرشحين إلى كراسي الحكم.<sup>2</sup>

\*الأحزاب الجماهيرية: لقد ظهرت هذه الأحزاب في نهاية القرن 19 مع تأسيس الأحزاب الاشتراكية، ونقلتها بأشكال مختلفة الأحزاب الشيوعية والفاشية وقلدتها بعض الأحزاب المحافظة والليبرالية محاولة الانتقال من بنية أحزاب الأطر إلى دائرة أحزاب الجماهير، وتتميز بخاصيتين أساسيتين وهما:

<sup>1</sup> - أمين البار: مرجع سابق، ص31.

<sup>2</sup> نور الدين حاروش: مرجع سابق، ص128.

1- الانخراط الكثيف.

2- التنظيم القائم على بنية قوية.

فأحزاب الجماهير تعتمد على المساهمات المالية الضئيلة للمنخرطين، ولكنها كثيرة العدد ومنظمة، كما تلعب دورا كبيرا في التكوين السياسي لأعضائها، وأحزاب الجماهير تواجه مهمات صعبة تذكر بمهام الدولة كالتربية والشرطة والقضاء وغير ذلك، والذي يستند إلى لجان ضبط تعاقب المخالفين، وتطرد المدانين وتدون الحالة المدنية ليس بالولادات والوفيات بل بتاريخ الانخراط والاستقالة.<sup>1</sup>

4\_ الانتقادات الموجهة للأحزاب السياسية:

بالرغم من جملة المنافع التي جاءت بها الأحزاب السياسية، إلا أنها يتخللها الكثير من المساوئ فتعرضت لبعض الانتقادات، مثل حدوث نوع من الانشقاق الداخلي، أو ضد استغلال الظروف، ونوجز هنا بعض الانتقادات وهي:<sup>2</sup>

\***المنافسة غير المتكافئة بين الأحزاب:** إن الحزب الوحيد القادر على الاتصال الجماهيري في الدوائر الانتخابية هو الحزب الحاكم لما تحت يده من أجهزة حكومية وما يحقق من فوز في انتخابات المجالس الشعبية المحلية، إذ وهو يوضح أهمية الانتخابات المحلية، إذ تستطيع الأحزاب مما لديها من ممثلين داخل المجلس أن تستخدمهم في الدعاية للحزب وتكوين قاعدة له.

<sup>1</sup> - معيزة إيمان: الحماية القانونية لحرية تأسيس الأحزاب السياسية في ظل القانون العضوي 04/12، مذكرة مقدمة لتكملة متطلبات نيل شهادة الماجستير في الحقوق، جامعة باتنة، 2015، ص 21.

<sup>2</sup> - حسين عبد الحميد أحمد رشوان: الأحزاب السياسية وجماعات المصلحة والضغط (دراسة في علم الاجتماع السياسي)، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2008، ص ص 124-125.

\*الأحزاب تسيطر عليها أقلية: تخضع الأحزاب السياسية في الواقع السيطرة وتوجيه نخبة معينة أو قلة من الأفراد، تتمثل في قيادات الحزب، فيغيب حكم الأغلبية ليحل محله حكم الأقلية.

\*عدم الاستقرار الوزاري: يفترض تعدد الأحزاب تنافسها على السلطة، وانتقال هذه السلطة من حزب إلى آخر، وفقا لاتجاهات الرأي العام، مما يعصف بالاستقرار المطلوب للوزارة، ويؤثر على قدرة الحكومات المتتالية على رسم وتنفيذ سياسات متكاملة في الشؤون العامة.

\*سيطرة المصالح الاقتصادية الكبرى على الأحزاب: تتبع هذه المشكلة من حاجة الأحزاب إلى المال لإدارة نشاطها، ولذلك فهي تلجأ إلى الجماعات ذات المصالح الكبرى، في المجتمع مثل المؤسسات المالية والتجارية والصناعية، وبالتالي سيطرة رأس المال على الأحزاب السياسية، ومن ثم على الجهاز الحكومي.

\*الأحزاب تزييف الرأي العام.

\*التنظيم الحزبي الرأسمالي للمجتمع.

\*الأحزاب تؤدي إلى الفرقة والضعف.

[\*إن الأحزاب تعرض وحدة الأمة للخطر ونظام الحكم فيها للاضطراب.

\*إن الحزب الذي يصل إلى الحكم يعمل عادة على اضطهاد خصومه السياسيين وكثيرا ما يستبعدهم من المناصب

العليا والمراكز الحساسة بصرف النظر عن مدى صلاحيتهم.<sup>1</sup>

## 5\_ الأحزاب السياسية في الجزائر:

### 1- التطور السياسي والتاريخي لظاهرة الأحزاب في الجزائر:

أ- أثناء الحقبة الاستعمارية:

<sup>1</sup> - ماجد راغب الحلو: القانون الدستوري(المبادئ العامة-التاريخ الدستوري-الأحزاب السياسية)، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2008، صص 124-125.

رغم أن البعض يربط الظاهرة الحزبية في الجزائر بالتحويلات السياسية التي عرفتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر عام 1988، إلا أن البعض يرى أن الظاهرة الحزبية في الجزائر هي وليدة الأزمات التي عرفتها الجزائر عشية الاستقلال الوطني، غير أن الواقع والتاريخ يؤكد أن هذه التجربة متجددة في تاريخ الجزائر منذ مرحلة الاستعمار الفرنسي مع

ظهور الأحزاب التي شكلت الحركة الوطنية الجزائرية ونضالها إبان تلك الحقبة التاريخية، حيث ساهمت النخبة السياسية الجزائرية بقدر كبير في بلورة هذه الظاهرة وتنوعها، والتي عملت على بناء وعي قومي حول القضية الوطنية وحول فكرة الاستقلال الوطني، بالذات وذلك بالاستفادة من الكثير من التجارب في العالم الثالث على العموم والتي كانت تحت وطأة الحركة الاستعمارية العالمية في ذلك الوقت، والجزائر تعتبرها من دول العالم الثالث والتي خضعت للاستعمار، عرفت تطور سياسي خاص بها قادها إلى ظهور تجربة حزبية مستقلة عن الكيان الاستعماري تسعى إلى كسب حقوق سياسية ومدنية وتحقيق الاستقلال الوطني.

وظهرت أولى البوادر الحزبية في الجزائر المستعمرة بشكل تدريجي حيث ظهرت فكرة التمثيل السياسي في المجالس المنتخبة، تحت دفع النخبة الجزائرية التي استفادت في التمدرس، وأدركت غياب المساواة بين الجزائريين والمستوطنين، وكذلك أبدت رغبتها في التمثيل داخل البرلمان الفرنسي، والمشاركة في الانتخابات المحلية.<sup>1</sup>

وعلى هذا الأساس دخلت في النشاط السياسي بإنشاء حركة نخبوية تحت اسم الشباب الجزائري " Lejeune Algérien " سعيًا منها إلى تأطير مختلف مطالب في قالب قانوني أو منظم . و تعتبر هذه التشكيلة من دعاة الاندماج . واستطاعت في ظرف قصير أن تكسب شعبية، خاصة بعد وقوفها ضد قرار التجنيد الإجباري وتقديمها العريضة إلى الرئيس، أهم ما جاء فيها:<sup>2</sup>

\*إلغاء قانون الإنديجينا.

<sup>1</sup> - عمار بوحوش: التاريخ السياسي الجزائري من البداية إلى 1962، دار الغرب الإسلامي، لبنان، 1997، ص 202.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 204-205.

\*المساواة في التمثيل السياسي بالمجالس المحلية والبرلمان الفرنسي.

\*المساواة في دفع الضرائب بين المستوطنين والجزائريين.

وبتزامن ظهور حركة الشباب الجزائري مع ما يصطلح عليه بالنهضة العربية الإسلامية، التي يعتبرها المؤرخون ميلاد لفكرة الوطنية أو القومية، الأمر الذي سمح لهذه الحركة أن تبلور فكرة قومي عربي إسلامي، كما شهد تاريخ هذه الحركة تقارب مع الأمير خالد المعروف بمطالبة التي تعيد في النظر في نظم الحكم بالجزائر وشكل انضمامه إلى هذه الحركة تخوف كبير لدى الإدارة التي رأت فيه خطر على اعتبار أنه يستعمل شعارات سياسية تحرض على الثورة، وهذا ما قاد السلطات الاستعمارية إلى عرقلة عمل هذه الحركة، بحجة أنها حركة استقلالية تهدف إلى طرد فرنسا من الجزائر. والواضح أن الاضطهاد السياسي المتزايد، سبب هجرة العديد من الجزائريين الذين استقروا في البلدان الغربية، وبالأخص لفرنسا أين أطلعوا على الحقوق التي يتمتع بها الإنسان أو المواطن في الغرب، وساهم دخولهم في النشاط النقابي على تنمية وعيهم السياسي ومن ثم بدأ التفكير الجدي في تنظيم هذا الوعي القومي المتنامي في شكل جمعي، على غرار ما هو قائم في الغرب أين الظاهرة الحزبية ذات دور أولي.<sup>1</sup>

وتعتبر شخصية الأمير خالد الأكثر نشاطا في المجال السياسي، حيث يكتب لها تقديم رسالة للرئيس الأمريكي ويلسن فجواها استقلال الجزائر، بالإضافة إلى مساعيه الرامية لإنشاء حزب سياسي إسلامي ومشاركته في الانتخابات المحلية، والواقع أن هذه الحركية والنشاط قادت في النهاية إلى اصطدامه مع السلطات الفرنسية، التي أحاكت له قضية أبعدهت من خلالها عن الحياة السياسية.

ويشكل النشاط المزدوج للأمير خالد والحركة الشباب الجزائريين خطوة فتحت الباب لظهور أحزاب جزائرية، تسعى إلى طرح القضية الوطنية والمطالبة بحقوق سياسية ومدنية مساوية لحقوق الفرنسيين، وتجمع مختلف الدراسات التي تطرقت

<sup>1</sup> - الأمين شريط: التعددية الحزبية في تجربة الحركة الوطنية الجزائرية (1919-1962)، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص 7.

لموضوع الحركة الوطنية الجزائرية إلى اعتبار الأمير خالد أحد المساهمين في ظهور حركة حزبية في الجزائر خلال العهد الاستعماري.<sup>1</sup>

وإذا أردنا أن نتحدث عن التشكيلات التي تمخضت عن النشاط السياسي لبداية القرن العشرين، فإنه يفوتنا القول أن تجربة الثورات الشعبية، والنضال السياسي لقرابة قرن من الاحتلال أفرز ثلاثة اتجاهات سياسية بارزة، يصطلح على تسميتها بالتيار الإصلاحي الديني، التيار الوطني الاستقلالي، والتيار الإدماجي الإصلاحي، وحقيقة الأمر أن أصل هذه التيارات التي ظهرت مع مطلع القرن العشرين، يرجع إلى بداية احتلال فرنسا للجزائر سنة 1830 مع المقاومة السياسية والمدنية للغزو.<sup>2</sup>

وفي عام 1924 ظهر نجم شمال إفريقيا كجمعية هدفها الدفاع عن مصالح مهاجري منطقة المغرب العربي، وبرز رسميا كحزب سنة 1962 تحت رئاسة مصالي الحاج والذي أبدى رغبة فعلية في الدفاع عن القضية الوطنية. أما جمعية العلماء المسلمين التي تعتبر محصلة الفكر القومي العربي الإسلامي الموافق للنهضة العربية الإسلامية لم تكن حزبا سياسيا بل جمعية فكرية ذات طابع ديني، فهي تمثل التيار الإصلاحي الديني، وتأسست في 1931 برئاسة الشيخ عبد الحميد ابن باديس.

فنشاط الجمعية السياسي كان معتدلا، وتقتصر على نشر دوريات، وعلى تأسيس مدارس حرة لتعليم اللغة العربية، وعلى النقد المستمر للطرق الصوفية... لقد كانت تراهن على البعد الثقافي، وهي من هنا تهدد النظام الاستعماري في أسسه القيمة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - الأمين شريط: مرجع سابق، ص 8.

<sup>2</sup> - أبو القاسم سعد الله: الحركة الوطنية الجزائرية 1830-1900، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 1992، ص 112.

<sup>3</sup> - عبد القادر الزعل: المجتمع المدني والصراع من أجل الهيمنة الإيديولوجية في المغرب العربي، في المجتمع المدني في الوطن العربي ودوره في تحقيق الديمقراطية، (بحوث ومناقشات الندوة التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية)، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001، ص 447.

أما التيار الإصلاحى الإدماجى يعتبر إمداد لحركة الشباب الجزائرى، وهو وليد إسهامات النخبة المشبهة بالثقافة الفرنسىة، ويأتى على رأس هذا التيار فرحات عباس الذى دخل الكفاح السياسى مع بداية القرن العشرين فى حركة الشبان، وتمكن تدريجيا من أن يخلق حزب سياسى يدافع عن فكرة إدماج الجزائر فى فرنسا تحت تسمية الإتحاد الشعبى للكفاح من أجل حقوق الإنسان والمواطن فى 1938، ويشكل ظهور هذا الحزب منعرج مهم فى تفكير الإدماجيين وعلى رأسهم فرحات عباس الذى دعا إلى ضرورة وصول الجزائر إلى دستور إنسانى، وأن ارتباط الجزائر بفرنسا لا يعنى بالضرورة الامتزاج بها.<sup>1</sup>

ومع نهاية الحرب العالمىة الثانية وبالضبط مع أحداث 8ماي 1945 عرفت بداية حلقة تطويرية فى حياة الأحزاب الجزائرىة، فرغم الإصلاحات التى سعت إليها السلطات الاستعمارية لتدارك الوضع إلا أنها لم تنجح فى تهدئة الأوضاع بدليل أن انتخابات المجلس التأسيسى التى تقرر إجرائها فى 21 أكتوبر 1945 لم تشهد إقبالا كبيرا من المواطنين الجزائريين بعد دعوة الأحزاب للمقاطعة.

وتجدر الإشارة أن الساحة السياسىة لم يكن ينشط فيها سوى الحزب الشيوعى الجزائرى، واتحادىة الناخبين المسلمين، فى حين كان فرحات عباس زعيم أحباب البيان والحرىة، ومصالى الحاج زعيم حزب الشعب، والبشير الإبراهيمى زعيم جمعىة العلماء، رهن الاعتقال ولقد أسفرت نتائج الانتخابات عن نسبة عالية من الممتنعين إن من 1350000 مسجل لم يشارك، سوى 705000 ناخب.<sup>2</sup>

### ب- التجربة الحزبىة قبل دستور 1989 (مرحلة الحزب الواحد):

بعد الاستقلال مباشرة ومحافة من الفراغ التشريعى صدر قانون تحت 157/62 مؤرخ فى 1962/12/31 مضمونه سريان التشريع الفرنسى النافذ إلى غاية 1962/12/31 إلا ما يتعارض مع السيادة الوطنىة، وللمحافظة على جبهة

<sup>1</sup> - الأمين شريط: مرجع سابق، ص22.

<sup>2</sup> - عامر رخیلة: 8ماي 1945 المنعطف الحاسم فى مسار الحركة الوطنىة، ديوان المطبوعات الجامعىة، الجزائر، 1994، ص88.

التحرير الوطني لحزب طلائعي ووحيد القيادة، الحياة السياسية في الجزائر على أساس أنها فجرت الثورة وقادتها إلى الاستغلال، صدر مرسومًا تحت رقم 297/63 مؤرخ في 14 أوت 1963 تضمن منع إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي، حيث تضمنت المادة الأولى منه "يمنع على مجموع التراب الوطني كل الجمعيات أو التجمعات الذين لهم هدف سياسي يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الساري المفعول".<sup>1</sup>

"إن الاستقلال ليس إلا مرحلة فقط، فالثورة هدفها، والثورة هي جبهة التحرير الوطني كمنظمة وحيدة".<sup>2</sup>

وكرر فعل على محاولات المعارضين على هذا التوجه، صدر المرسوم رقم 29/63، والذي تم بموجبه منع كل الجمعيات والتجمعات الفعلية ذات الهدف السياسي من ممارسة نشاطها على كافة التراب الوطني، تلك هي الظروف التي أسست لمبدأ الحزب الواحد، وما النصوص السياسية والقانونية التي جاءت من بعد ذلك إلا تكريسا لهذا المبدأ.<sup>3</sup>

#### ج- بعد دستور فيفري 1989:

إن التطرق للأحزاب السياسية الجزائرية بعد دستور فيفري 1989 لا يعني التركيز على ذكر الأحزاب الجديدة إنما التعرض أيضا إلى الأحزاب التي ظهوره، واستمرت من خلال العمل السري أو العمل من الخارج، بالرغم من أهميتها كلها إلا أنه سيتم على حزبين: حزب جبهة التحرير الوطني، وحزب التجمع الوطني الديمقراطي، ويطلق عليها اسم أحزاب التحالف الرئاسي.<sup>4</sup>

عرفت الجزائر قبل دستور فيفري اضطرابات سياسية واجتماعية كانت ورائها أسباب عديدة منها:

<sup>1</sup> - أحمد سويقات: التجربة الحزبية في الجزائر 1962-2004، مجلة الباحث، دورية أكاديمية، محكمة، نصف سنوية، كلية الحقوق والعلوم الاجتماعية، جامعة ورقلة، عدد 04، 2006، ص123.

<sup>2</sup> - محمد بوضياف: الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع الجزائري، دار المجدد للنشر والتوزيع، سطيف، 2010، ص37.

<sup>3</sup> محمد بوضياف: المرجع نفسه، ص38.

<sup>4</sup> سعيد بوشعير: النظام السياسي الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 1993، ص179.

سياسة التقشف التي انتهجتها الحكومة نتيجة لانخفاض سعر البترول، إلى جانب تدني القدرة الشرائية للمواطن، تجميد الأجور طيلة أربع سنوات وارتفاع أسعار مختلف المواد بطريقة فوضوية، بحيث لم يعد بمقدور السلطة السيطرة على الأسعار، فضلا عن ارتفاع نسبة البطالة، وتوقف الإنتاج الصناعي، وضعف الإنتاج الفلاحي، وقلة مردودية المؤسسات الاقتصادية التي وصل عجزها إلى ما يقارب 110 مليار دج، وأعلن عن عجز حوالي 80% منها، إضافة إلى ارتفاع ديون الجزائر من مليار دولار سنة 1970 إلى 19 مليار دولار سنة 1988.

وما من شك في أن السلطة السياسية لم تكن لتخفي هذه الوضعية، والمشاكل التي يتخبط فيها المجتمع، فقد حاولت في إطار النظام الاشتراكي معالجة الأوضاع عن طريق إعادة الهيكلة للمؤسسات الاقتصادية التابعة للدولة هيكليا ثم ماليا، ومنحهما استقلالية كبيرة اتجه السلطة الوصية.<sup>1</sup>

بتاريخ 24 أكتوبر عام 1988 أصدرت رئاسة الجمهورية بيانا يحدد العناصر الرئيسية للجانب الثاني من مشروع الإصلاحات السياسية، ومنذ صدور هذا البيان بدأت تظهر شعارات رسمية جديدة في الجزائر منها "من أجل المستقبل والديمقراطية" ولعل ما جاء على لسان رئيس المجلس الشعبي في افتتاح دورة الخريف ما يدل على ذلك... إن أحداث أكتوبر أبرزت ضرورة التعجيل في المسار الديمقراطي الواسع، الذي شرع فيه والذي ينبغي أن يؤدي إلى المصالحة بين الجزائريين، كل الجزائريين مع مؤسساتهم وتحريرهم من كل أنواع الكتب وتحميلهم للمسؤولية كاملة والكلمة اليوم للشعب مباشرة ليقولها بكل سيادة"<sup>2</sup>، وعند عرض مشروع القانون الأساسي نالت اللوائح موافقة الأغلبية الحاضرة في المؤتمر ووضع حد لنظام الأحادية الحزبية، وأقر مبدأ التعددية السياسية تمهيدا للانتقال إلى التعددية الحزبية التي كرسها دستور 1989 بموجب المادة 40 منه الذي تلاه إقرار مبدأ التعددية الإعلامية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - سعيد بوشعير: مرجع سابق، ص 189-180.

<sup>2</sup>-Rachid Tlemcani: élections et élites en Algérie paroles et candidats, Chihab édition, Alger, 1999, p22.

<sup>3</sup>-Ibid, p26.

خلاصة:

وخلاصة لهذا الفصل يمكن القول أن الأحزاب السياسية تعمل على إعطاء المواطنين الفرص المتكافئة لصياغة شكل الحكم للإسهام في تقرير مصير دولتهم على النحو الذي يريدونه، إذ من خلالها يتمكن الأفراد من المشاركة في الحياة السياسية ويحصل عن طريقها على حق الترشح أو الانتخاب، حيث يعتبر الحزب السياسي أحد القنوات التي تربط الفرد بالنظام السياسي.

الفصل الثالث :

الإطار الميداني للدراسة

أولاً\_ تفرغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:

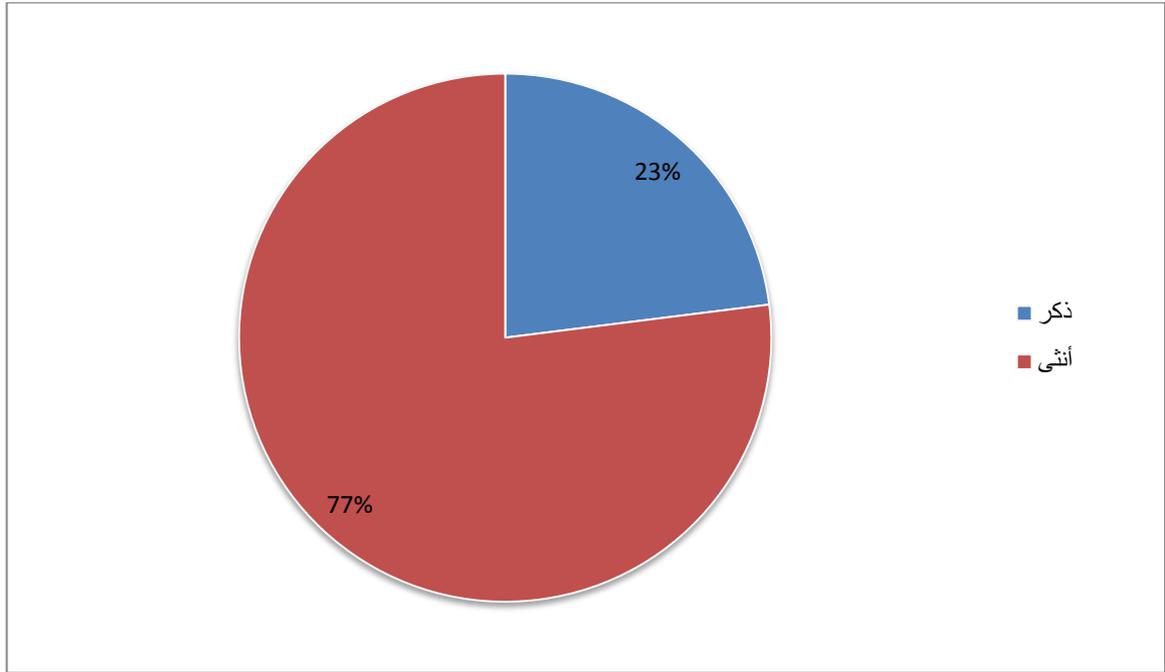
يحتوي هذا الجزء من الدراسة على تفرغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية استناداً إلى المعطيات والمعلومات التي تم الحصول عليها من استمارات الاستبيان التي قمنا بتوزيعها على المبحوثين، وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية، تم التعليق عليها كما وكيفاً، ومن ثم إيجاد تفسيرات ذات دلالة لتلك الإجابات.

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: يوضح توزيع أفراد العينة حسب جنس المبحوثين:

النسبة %	التكرار	الخيارات
23%	14	ذكر
77%	46	أنثى
100%	60	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته 77% من أفراد العينة أي ما يعادل 46 مفردة يمثلون فئة الإناث، أما نسبة 23% من المبحوثين يمثلون الذكور أي ما يعادل 14 مفردة، وعليه نلاحظ أن فئة الإناث يمثلون الشريحة الأكبر من مجتمع البحث، ويمكن تفسير ذلك بأن طبيعة المجتمع الحالي يتسم بغلبة العنصر الأنثوي، وهذا ما أكدته دراسات وإحصاءات عديدة حول ازدياد نسبة الإناث على الذكور، كما؟ أن الإناث يلون اهتمام كبير لنيل شهادة الماستر في حين أن الذكور يعطون الأولوية للعمل على حساب الدراسة.



الشكل رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن.

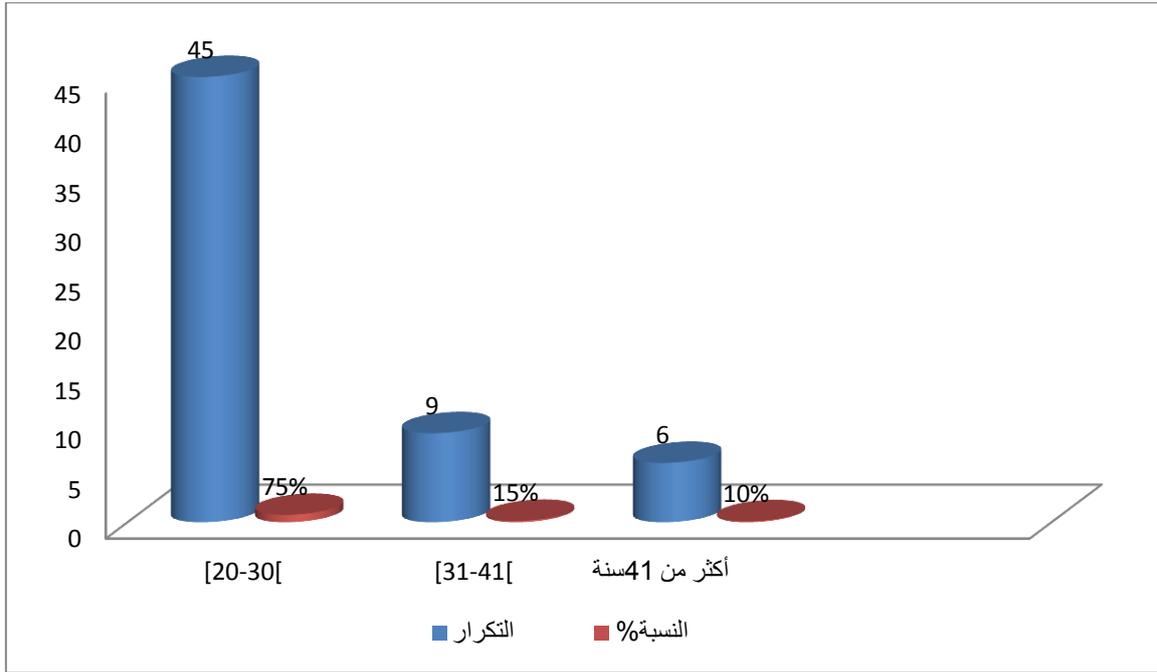
الجدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب سن الباحثين:

النسبة %	التكرار	الخيارات
75%	45	[30-20]
15%	09	[41-31]
10%	06	أكثر من 41 سنة
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

يوضح الجدول أعلاه الفئات العمرية للباحثين، حيث يتضح أن 75% من أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية

[30-20] ، يليها أفراد العينة من [41-31] بنسبة 15، وأخيرا 10% من الباحثين الذين تتراوح أعمارهم من

41 فأكثر، وهي نتائج منطقية حيث أن أفراد العينة هم طلبة الماستر فطبيعي أن تتوزع أعمارهم بهذه الطريقة

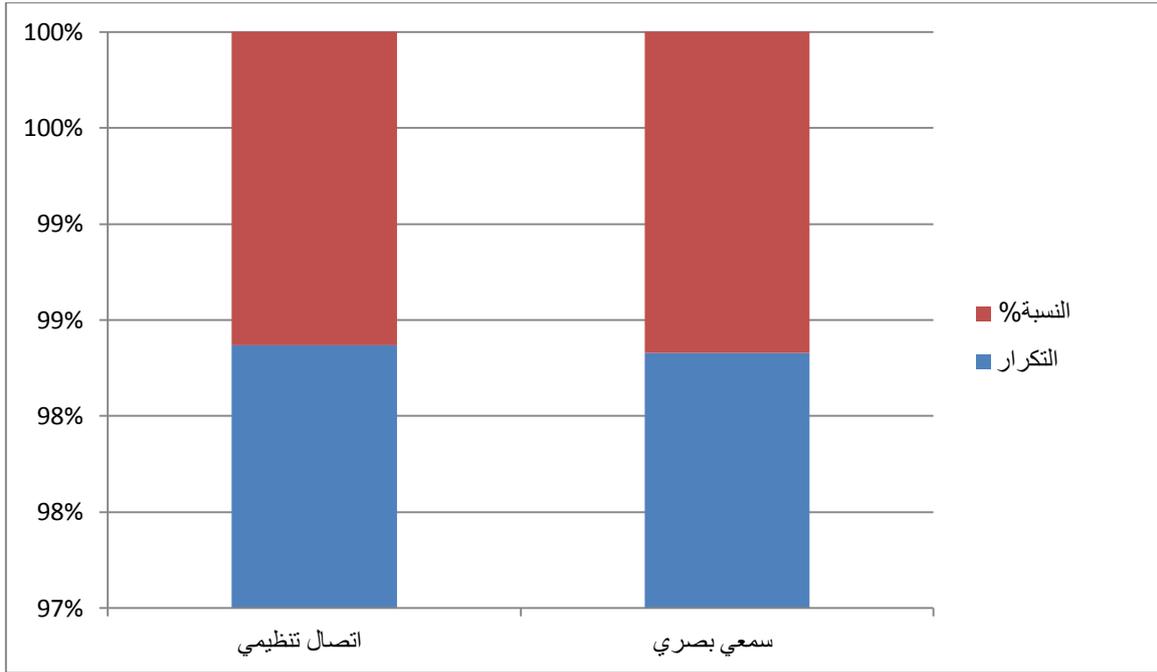


شكل رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب تخصص الباحثين:

النسبة %	التكرار	الخيارات
83%	50	اتصال تنظيمي
17%	10	سمعي بصري
100	60	المجموع

يوضح الجدول أعلاه تخصص الباحثين، حيث يتبين أن طلبة الماستر اتصال تنظيمي احتلوا المرتبة الأولى بنسبة 83% من إجمال عدد الباحثين، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن عدد طلبة تخصص اتصال تنظيمي في جامعة تبسة كبير يتوزعون على 8 أفواج، على عكس طلبة تخصص السمع البصري فإنهم قليلون حيث يمثلون نسبة 17% من أفراد العينة يتوزعون على فوجين، بالإضافة إلى اختيارنا للعينة الطبقية المثلثة لتخصص الاتصال التنظيمي وتخصص السمع البصري حيث أخذنا من كل طبقة بنسبة 15%.



شكل رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص.

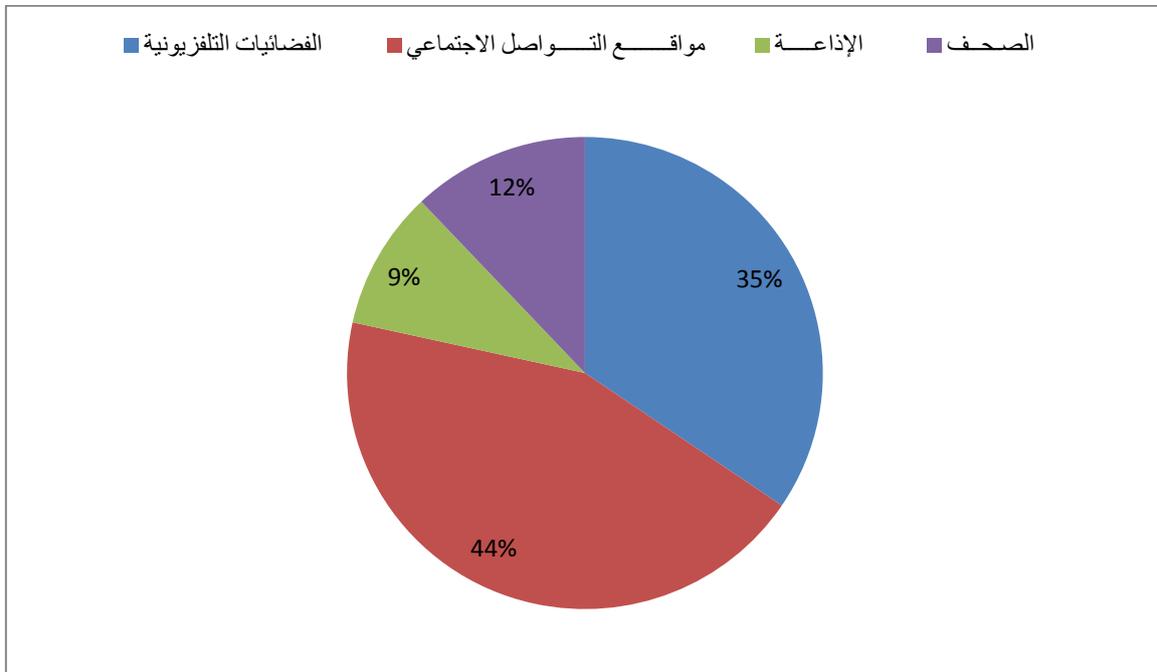
المحور الثاني: مكانة الفيسبوك عند الطلبة الجامعيين عينة الدراسة من الناحية السياسي:

الجدول رقم 04: يوضح أهم المصادر التي يعتمد عليها الطلبة في التعرف على المستجدات السياسية:

النسبة %	التكرار	الخيارات
35 %	40	الفضائيات التلفزيونية
44 %	51	مواقع التواصل الاجتماعي
09 %	11	الإذاعة
12 %	14	الصحف
100	116	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أهم المصادر التي يعتمد عليها الطلبة المبحوثين لمعرفة المستجدات السياسية، حيث بينت النتائج أن نسبة 44% من مفردات العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي، وهي نسبة تؤكد الاستخدام الكثيف والواسع لهذه المواقع خاصة من قبل الطلبة الجامعيين فهي بالنسبة لهم فضاء واسع للالتقاء وتبادل الأفكار والحوارات، في يعتمد آخرون على الفضائيات التلفزيونية بنسبة 35%، تليها الصحف بنسبة 12%، والإذاعة بنسبة 9% وهي تعتبر نسبة ضئيلة مقارنة بالنسب الأولى، ويعود ارتفاع نسبة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على المستجدات السياسية، كونها تنفرد بمزايا عديدة لا توجد في وسائل الاتصال الأخرى من سرعة نقل الأحداث وحرية التعبير من خلالها، وإمكانية تبادل النقاشات مع أطراف أخرى بسهولة.

**ملاحظة:** زاد مجموع التكرار 116 عن حجم العينة المقدرة ب60 مفردة، وذلك بسبب إختيار الطالب لأكثر من إقتراح، لإحتمال السؤال أكثر من إجابة واحدة.



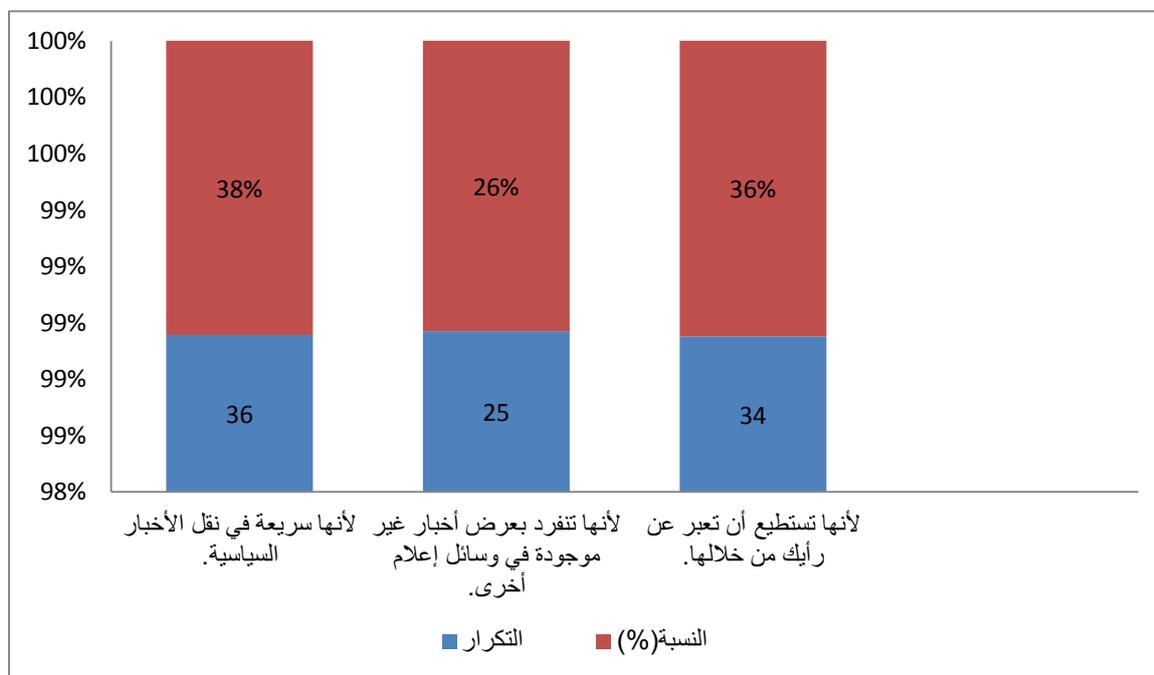
شكل رقم 04: يمثل توزيع المصادر التي يعتمد عليها الطلبة الجامعيين في التعرف على المستجدات السياسية.

الجدول رقم 05: يوضح أسباب اعتماد الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي:

النسبة (%)	التكرار	الخيارات
38%	36	لأنها سريعة في نقل الأخبار السياسية.
26%	25	لأنها تنفرد بعرض أخبار غير موجودة في وسائل إعلام أخرى.
36%	34	لأنها تستطيع أن تعبر عن رأيك من خلالها.
100%	95	المجموع

يبين الجدول السابق أسباب اعتماد الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المستجدات السياسية، حيث أن نسبته 38% من أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي لأنها سريعة في نقل الأخبار السياسية، إذ يتم عرض الحدث السياسي على شبكات التواصل الاجتماعية وقت حدوثه أو بعد مدة وجيزة من حدوثه، ويليه الأفراد الذين يستخدمونها لأنهم يستطيعون التعبير عن آرائهم من خلالها بنسبة 36% فمواقع التواصل الاجتماعي تتيح التعبير والتعليق عن كل ما هو جديد في الساحة السياسية بدون أية قيود، وعرض وجهات النظر بكل وضوح، لتكون نسبة 26% للأشخاص الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأنها تنفرد بعرض أخبار غير موجودة في وسائل إعلام أخرى، وربما يعود ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مفتوح لا يخضع لقيود لعرض كل الأخبار دون أي خوف إضافة إلى أن الناشرين فيه ليسوا صحفيين فقط بل حتى الأناس العاديين الذين يكونون حاضرين ومن عايشوا الحدث في حين أن باقي الوسائل تخضع لإيديولوجية وسياسة وميول أصحابها ومسيريها والسلطات المتحكمة فيها، كما أن الصحفيين ليسوا دائما متواجدين لتغطية الأحداث جميعها.

ملاحظة: فاق مجموع التكرارات 95 حجم العينة المقدرة ب60 مفردة لأن هناك من المبحوثين من أشر على أكثر من احتمال.



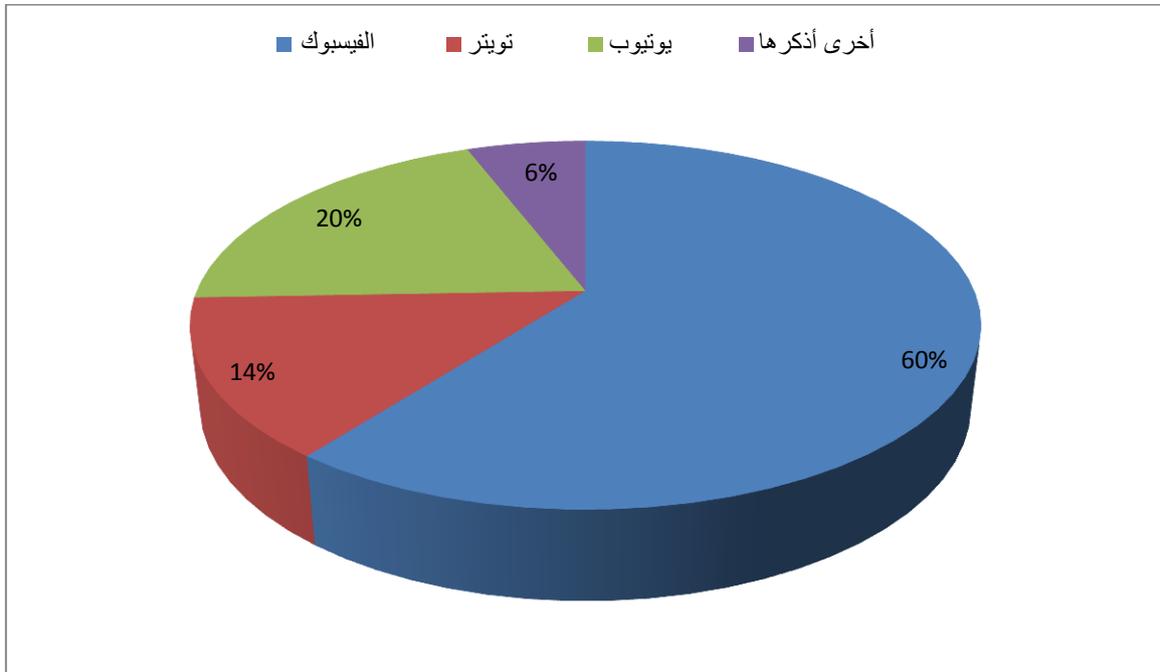
الشكل رقم 05: يمثل أسباب اعتماد الالمبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 06: يوضح موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من طرف الطلبة المبحوثين:

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
الفيسبوك	52	60,46%
تويتر	12	13,95%
يوتيوب	17	19,76%
أخرى أذكرها	5	05,81%
<b>المجموع</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

من خلال قراءة هذا الجدول نرى بأن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون موقع الفيسبوك وصلت إلى 60,46% هذا دليل على أن الطلبة المبحوثين يفضلون موقع الفيسبوك بسبب شهرته وعالميته ومجانيته بالإضافة إلى سهولة استخدامه، وهذا ما تشابهه مع دراسة الباحث رأفت مهند عبد الرزاق، الذي وصل إلى أن الفيسبوك هو أكبر المواقع استخداماً من قبل الطلبة في تشكيل الوعي السياسي، أما نسبة مستخدمي اليوتيوب بلغت نسبتهم 19,76%، في حين وصلت نسبة استخدام تويتر إلى 13,95%، كما ذكر بعض المبحوثين مواقع أخرى يتم استخدامها بنسبة 5,81% وتمثلت في الوات ساب وال فيبر.

ملاحظة: وصل مجموع التكرارات إلى 86 تكرار لأن هناك من المبحوثين من يستخدم أكثر من موقع تواصل اجتماعي.

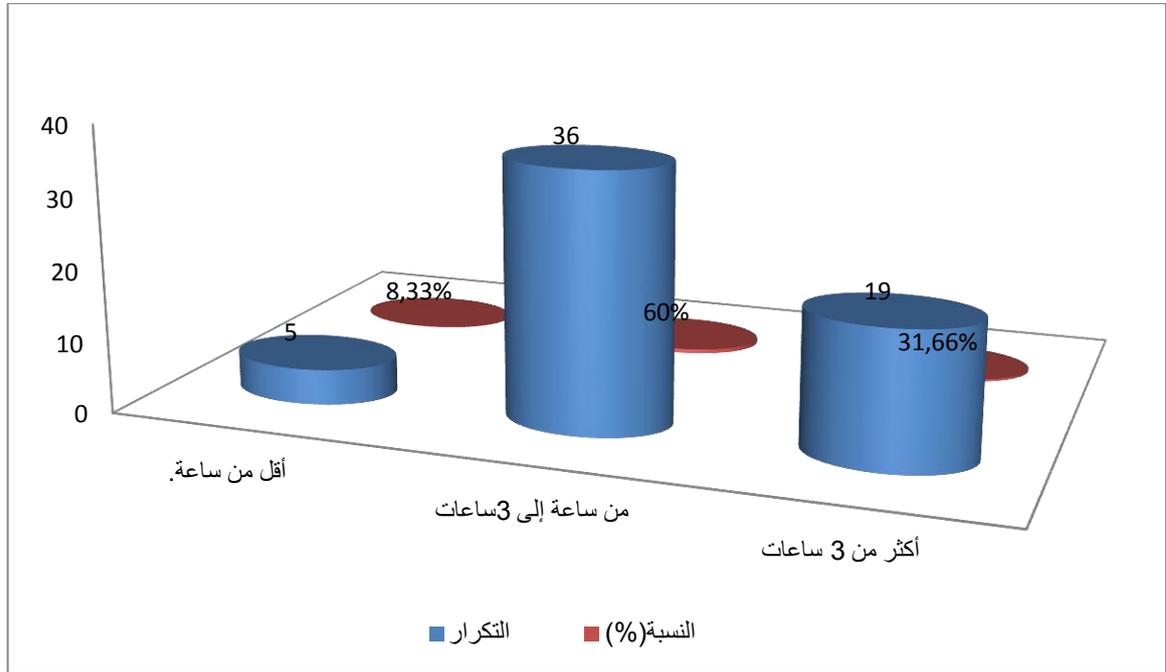


الشكل رقم 06: يمثل موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من طرف الطلبة المبحوثين.

الجدول رقم 7: يمثل الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدام الفيسبوك يوميا:

النسبة(%)	التكرار	الخيارات
8,33%	05	أقل من ساعة.
60%	36	من ساعة إلى 3 ساعات
31,66%	19	أكثر من 3 ساعات
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

يوضح الجدول أعلاه عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدامهم لموقع الفيسبوك حيث يتضح أن 60% من المبحوثين يقضون من ساعة إلى 3 ساعات خلال تصفحهم للموقع وهو ما يفسر الاستخدام الكثيف له، أما نسبة 31,66% فهم يقضون أكثر من 3 ساعات في استخدامهم لهذا الموقع، ويمكن تفسير ذلك بأن المتصفح هنا يستمتع وفق استخدامه للفيسبوك خاصة عند قيامه ببعض التطبيقات والردشة مع الأصدقاء، فهو بذلك لا ينتبه للوقت الذي يستغرقه أولا يعيره اهتماما، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يستغرقون أقل من ساعة أثناء تصفحهم للفيسبوك 8,33%، ويمكن إرجاع ذلك إلى ظروف الطالب فقد يكون في فترة امتحانات أو حضوره لمحاضراته ومداومته على الدروس، أو قد يكون هناك تذبذب في شبكة الانترنت وبذلك و بذلك فهو لا يستطيع زيادة عدد الساعات في الاستخدام.



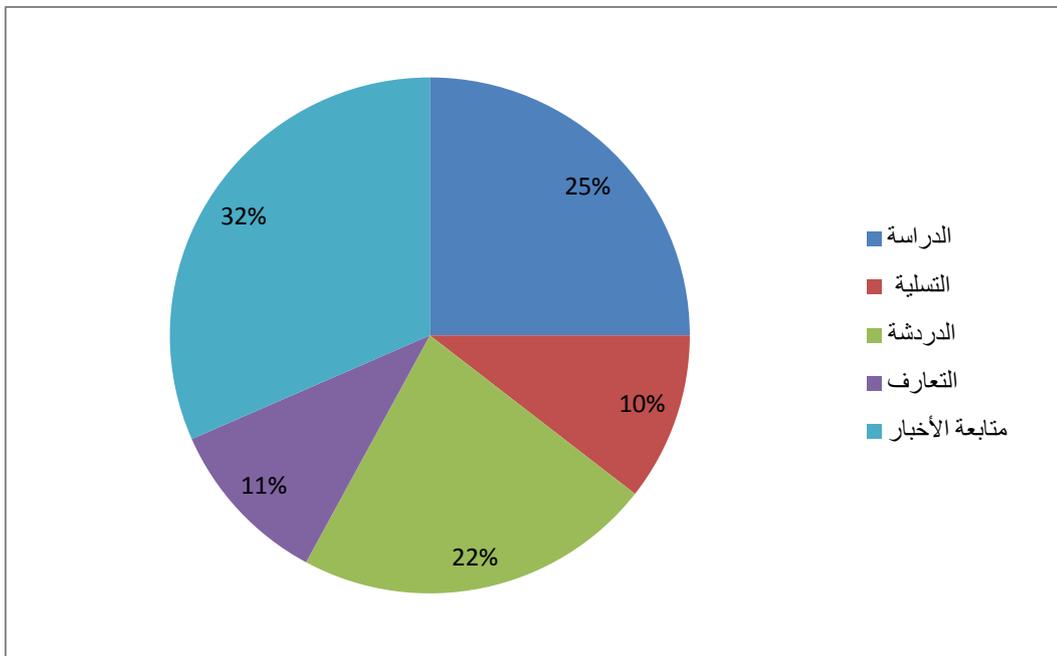
الشكل رقم 07: يمثل الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدام الفيسبوك يومي.

الجدول رقم 08: يبين دوافع استخدام الفيسبوك:

النسبة (%)	التكرار	الخيارات
25%	38	الدراسة
10,52%	16	التسلية
22,36%	34	الدردشة
10,52%	16	التعارف
31,57%	48	متابعة الأخبار
100	152	المجموع

يتبين من خلال الجدول السابق دوافع استخدام موقع الفيسبوك لدى طلبة أولى ماستر مفردات الدراسة أن دافع متابعة الأخبار قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 31,57%، ويرجع ذلك إلى أن الطلبة يجدون هذا الموقع مصدرا مهما للإطلاع على آخر الأحداث، والأخبار والمستجدات الراهنة، المحلية، العربية والعالمية، وخصوصا هذه الفترة التي تعرف تغير سياسي كبير في الجزائر، كما حظي دافع الدراسة بالمرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 25%، ويفسر ذلك بأن الطلبة يستخدمون موقع الفيسبوك بغرض زيادة الرصيد المعرفي، وزيادة الثقافة واللغات، بالإضافة إلى تبادل المعلومات ومعرفة ما هو جديد في مجال الدراسة الجامعية وغير ذلك، ليأتي فيما بعد دافع الدردشة بنسبة 22,36% من المبحوثين إذ يقيم الطالب محادثة مع غيره من مختلف أنحاء العالم بكل سهولة من خلال تبادل الأفكار والآراء والمواضيع في شتى المجالات، في حين حظي كلا من الدافعين التسلية والتعارف على النسبة نفسها والمتمثلة بـ 10,52% ويفسر ذلك بأن الطلبة يستخدمون موقع الفيسبوك بغرض الترفيه عن أنفسهم والخروج من روتين الدراسة اليومي والتخلص من الملل والضغطات المختلفة كما يعتمدون على هذا الموقع بدافع التعرف على أصدقاء جدد وربط علاقات مع أشخاص مختلفين من داخل الوطن أو خارجه والعمل على الحفاظ على روابط هذه الصداقة.

**ملاحظة:** زادا مجموع التكرارات 152 عن حجم العينة المقدرة بـ 60 مفردة بسبب اختيار المبحوثين أكثر من اقتراح.



الشكل رقم 08: يمثل دوافع استخدام الفيسبوك.

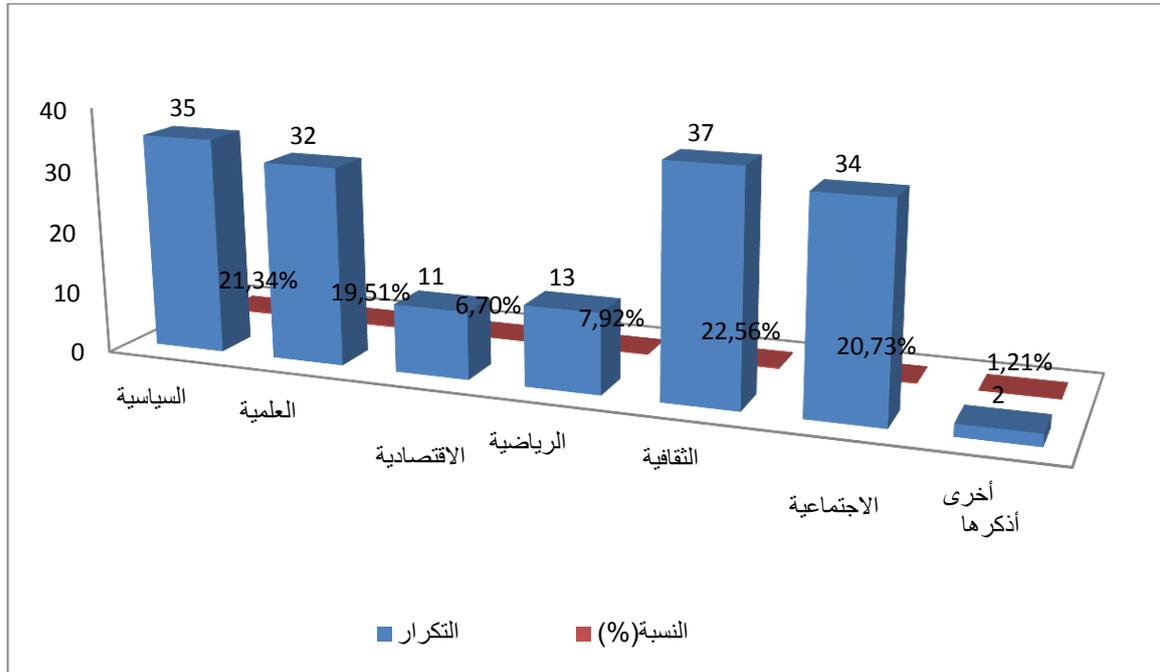
الجدول رقم 09: يمثل أهم الموضوعات التي يتفاعل معها المبحوثين عبر الفيسبوك:

النسبة(%)	التكرار	الخيارات
21,34%	35	السياسية
19,51%	32	العلمية
6,70%	11	الاقتصادية
7,92%	13	الرياضية
22,56%	37	الثقافية
20,73%	34	الاجتماعية
1,21%	02	أخرى أذكرها
<b>100</b>	<b>164</b>	<b>المجموع</b>

يمثل الجدول أعلاه أهم الموضوعات التي يتفاعل معها المبحوثين عبر موقع الفيسبوك، فجاءت المواضيع الثقافية في المرتبة الأولى بنسبة 22,56% ذلك أن الطلبة يسعون إلى الإطلاع على ثقافات ومواضيع مختلفة لبناء ثقافة واسعة ورصيد من المعلومات المتنوعة، وهذا ما يجذبه عبر موقع الفيسبوك الذي هو ملتقى لأناس تختلف خلفياتهم الثقافية، وتليها المواضيع السياسية بنسبة 21,34% وهذا يعود بطبيعة الحال إلى أن أغلب المشاكل والقضايا اليومية وخصوصا في هذه الفترة هي مشاكل سياسية والطلاب معرض لها بشكل يومي لها، إذ أصبحت الحياة السياسية جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للطلاب، فنظراً للأوضاع السياسية التي يمر بها الوطن العربي عموماً والجزائر خصوصاً،

فالمواضيع السياسية التي تشغل الرأي العام تعتبر أولوية قصوى لكل من يعيش في هذه البلاد ولكل من تمهه مصلحتها، فالطالب كغيره من الجزائريين يجب عليه أن يعرف كل صغيرة وكبيرة تجري في الساحة السياسية حتى يزداد وعيه وتحسن أوضاعه، أما المواضيع الاجتماعية فقد حظيت بنسبة 20,73% وذلك أن الحياة الاجتماعية جانب مهم من الحياة اليومية للطالب، فالفيسبوك يجعله ينخرط في المجتمع، كما أن الفيسبوك يزرع قيم اجتماعية لدى الطلبة وتساعد على الحوار وتبادل المعلومات مع الأصدقاء والمشاركين في الفيسبوك، فهو يخرج الطالب من الشعور بالوحدة ويقوم بدعجه اجتماعيا من خلال تبادل الملاحظات والمعلومات حول المواضيع المنشورة والمشاركة في المجموعات في موقع الفيسبوك، تليها المواضيع العلمية بنسبة 19,51% وبالتالي يتضح لنا أن الطلاب يريدون التطلع إلى العصرية وكل ما هو جديد، وكل ما يتعلق بالعلوم والمعارف، وتأتي نسبة المواضيع الرياضية والمتمثلة في 7,92% وقد يرجع ذلك إلى أن استخدام الفيسبوك في نشر المعلومات الرياضية من خلال التعرف على أخبار الأندية الرياضية ومشاهير الرياضة، وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالنسب الأخرى، كما تأتي المواضيع الاقتصادية في المرتبة الموالية بنسبة 6,7% وذلك راجع إلى أن هذا النوع غير متاح بالقدر الكافي عبر موقع الفيسبوك أو أنه لا يوجد اهتمام بهم اجعله لا يحظى بالانتباه لدى متصفح هذا الموقع من الطلبة، وفي الأخير تأتي نسبة المواضيع الأخرى المقدرة بـ 1,21% ونسبة ضعيفة جدا مثل المواضيع البيئية ومواضيع الطبخ.

**ملاحظة:** وصل مجموع التكرارات 164 لأن هناك من الطلبة المبحوثين من يتفاعل مع أكثر من نوع من الموضوعات عبر موقع الفيسبوك.



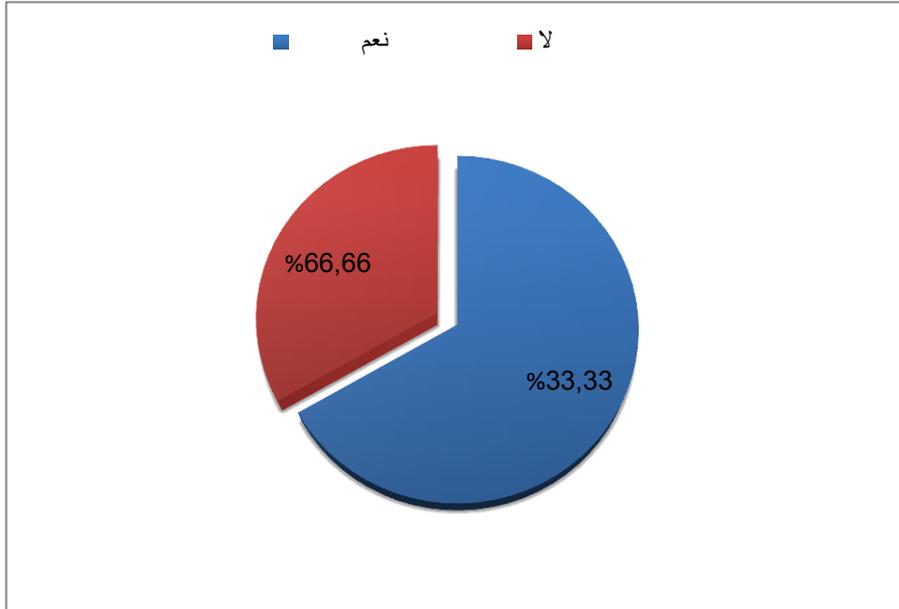
الشكل رقم 09: يمثل أهم الموضوعات التي يتفاعل معها المبحوثين.

الجدول رقم 10: يمثل مدى اعتبار المبحوثين الفيسبوك مصدر رئيسي لمتابعة الأحداث السياسية في البلاد:

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
نعم	40	66,66%
لا	20	33,33%
المجموع	60	100

يمثل الجدول أعلاه مدى اعتبار الطلبة المبحوثين الفيسبوك كمصدر رئيسي لمتابعة الأحداث السياسية في البلاد، حيث أن نسبة الموافقة على هذا الاقتراح وصلت إلى 66,66% وتفسير ذلك إن الصفحات السياسية تستقطب كل يوم المزيد من الرواد، وأصبح دور الفيسبوك في خلق الحوار السياسي بين الشباب وخاصة الطلبة أكثر عمقا مما كان في السنوات الماضية، ويعود الفضل في ذلك للمستجدات السياسية خصوصا هذه الفترة، وذلك من خلال

الحراك السياسي الذي أفرز اهتمام متزايد للسياسة، كما ساهمت السلطة الجزائرية من خلال تحكمها في قطاع الإعلام في أن يكون الفيسبوك البديل الإعلامي المتاح لفتح أبواب التفاعل والنقاش السياسي أمام الطلبة، وكشف الكثير من الملفات والقضايا التي مازال مسكوت عنها في الإعلام التقليدي، حيث ظهرت أفكار من خلال الفيسبوك تدعو إلى التغيير الهادئ والدفع نحو المزيد من الحريات السياسية والإعلامية، في يرى 33,33% من نسبة المبحوثين أن هذا الموقع ليس المصدر الرئيسي والوحيد لمتابعة الأحداث السياسية في الجزائر، لأنهم يرون أن تحقيق حاجاتهم وإشباعاتهم السياسية يلبونها من مصادر أخرى، وأن هذا الموقع ما هو إلا نسخة عن مصادر الإعلام الأخرى سواء كانت تقليدية أو تفاعلية، بالإضافة إلا أن هناك مجموعة منهم ترى بأن آرائهم لن تغير شيء في الواقع السياسي، ما جعلهم يبتعدون عن السياسة ويتجهون إلى مجالات أخرى، نتيجة عدم ثقتهم الكاملة في المعلومات التي يمددها الفيسبوك من الناحية السياسية لذلك فهم يثقون في المصادر الرسمية وبالتحديد في وسائل الإعلام التقليدية.

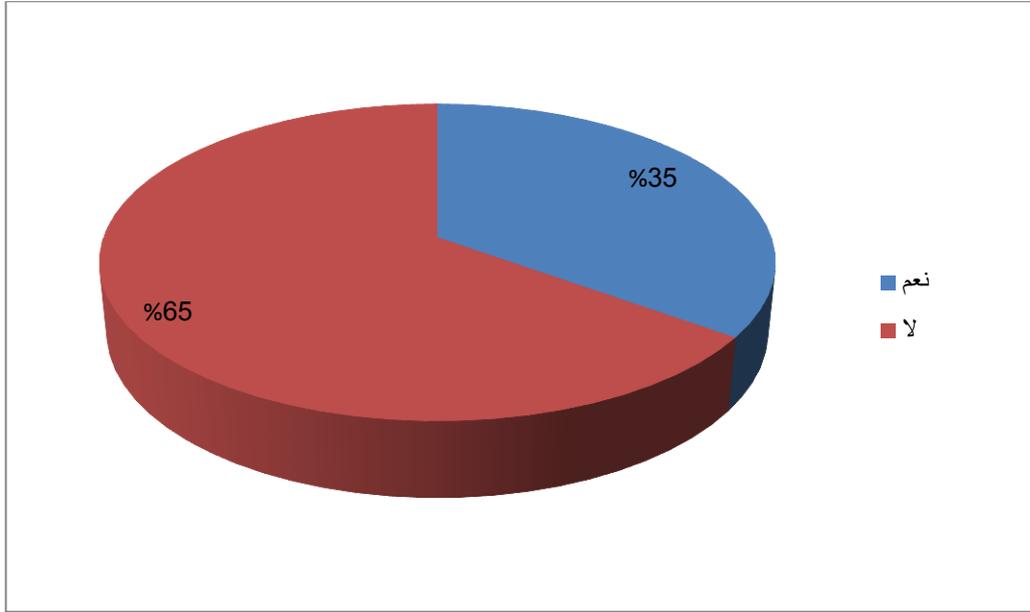


الشكل رقم 10: يمثل مدى اعتبار المبحوثين الفيسبوك كمصدر رئيسي لمتابعة الأحداث السياسية في البلاد.

الجدول رقم 11: يمثل انضمام الطلبة المبحوثين إلى مجموعات ذات توجه سياسي في الفيسبوك:

النسبة(%)	التكرار	الخيارات
35%	21	نعم
65%	39	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين نسبة انضمام المبحوثين إلى مجموعات ذات توجه سياسي في الفيسبوك، حيث أن 65% من الطلبة لم ينضموا إلى أي مجموعة أو منظمة سياسية عبر الفيسبوك على اعتبارهم يتخوفون من الانخراط في تجمعات أو أحزاب سياسية أو القيام بأحداث ونشاطات نظرا لتحفظهم، واقتناع أغلبية المبحوثين بعدم جدوى الانخراط في العملية السياسية لما يروه واقع ملموسا من ممارسات غير مسؤولة وانتهازية مفضوحة لبعض الزعماء والمناضلين، إضافة إلى غياب حرية التعبير لمنحرفي هذه المجموعات، وغياب الديمقراطية داخلها، وهيمنة العلاقات الأسرية والعائلية فيها، في حين يرى 35% من الطلبة أن موقع الفيسبوك مكنهم من الانضمام في مجموعات ذات توجه سياسي، وهذا يرجع ربما إلى الضغوط الممارسة ضدهم إذ يعتبر هذا الموقع المتنفس الوحيد لديهم للتعبير عن ما بداخلهم بكل حرية، ومن جهة أخرى تحصلهم على المعلومات السياسية التي يحتاجونها عن طريق هذه المجموعات .



الشكل رقم 11: يمثل انضمام الطلبة المبحوثين إلى مجموعات ذات توجه سياسي.

المحور الثالث: مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بما تقدمه الأحزاب السياسية في الفيسبوك.

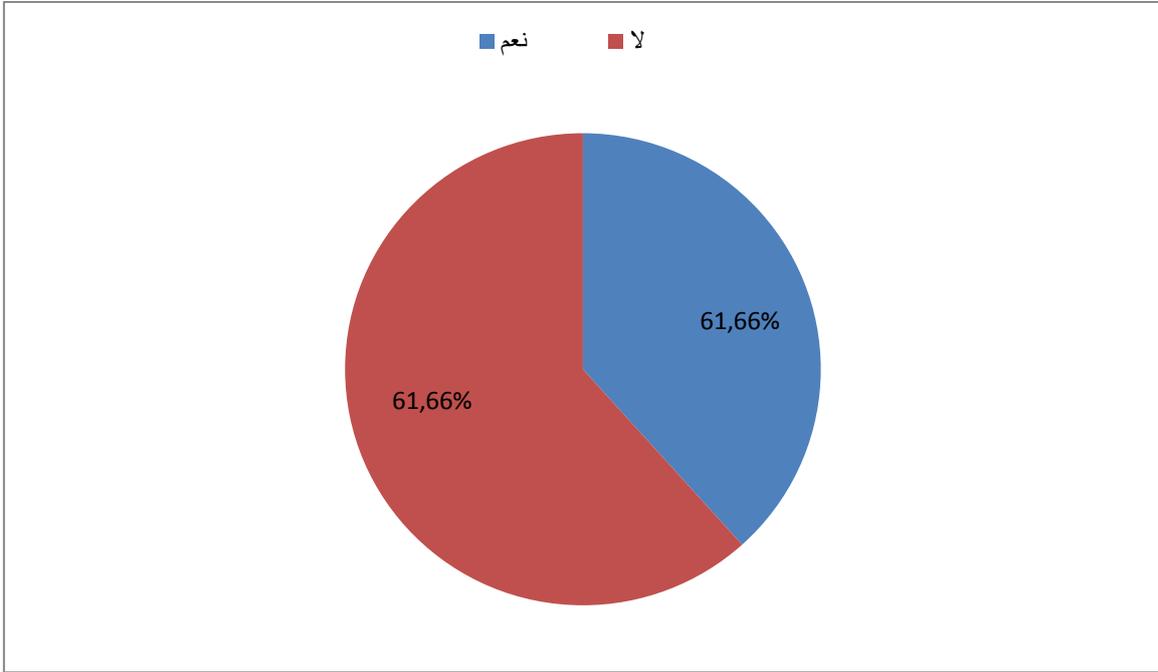
الجدول رقم 12: يوضح إعجاب المبحوثين بإحدى صفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك:

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
نعم	23	38,33%
لا	37	61,66%
المجموع	60	100

يبين الجدول أعلاه مدى إعجاب المبحوثين بإحدى صفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك، حيث يتضح أن

61,66% من أفراد العينة لا يعجبون بإحدى هذه الصفحات، ويمكن تفسير ذلك ربما إلى عدم ارتقاء تلك

الصفحات إلى المستوى المطلوب من الصدق والموضوعية في طرح ومعالجة القضايا الداخلية أو حتى الخارجية منها والمساهمة في إيجاد حلول لها، أو أن هناك تحفظ وعدم الرغبة لدى الأفراد بعدم الاشتراك في هذه الصفحات السياسية ومتابعتها، كما أن هذه الفئة ترى بأن صفحات الأحزاب السياسية لم يكن لها دور في تحسين الواقع السياسي، وأن القول بأن لهذه الصفحات دور في التأثير على العملية السياسية في الجزائر مجرد مبالغة في الحديث عن هذا الدور الذي لا يتعدى حدود الشكليات، في حين 38,33% من المبحوثين معجبون بصفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك، حيث يرون فيها تجسيد لأفكارهم وإشباع لرغباتهم وميولهم، كما يرونها مرآة عاكسة لحقيقة المجتمع ومشاكله بكل حدافيه.

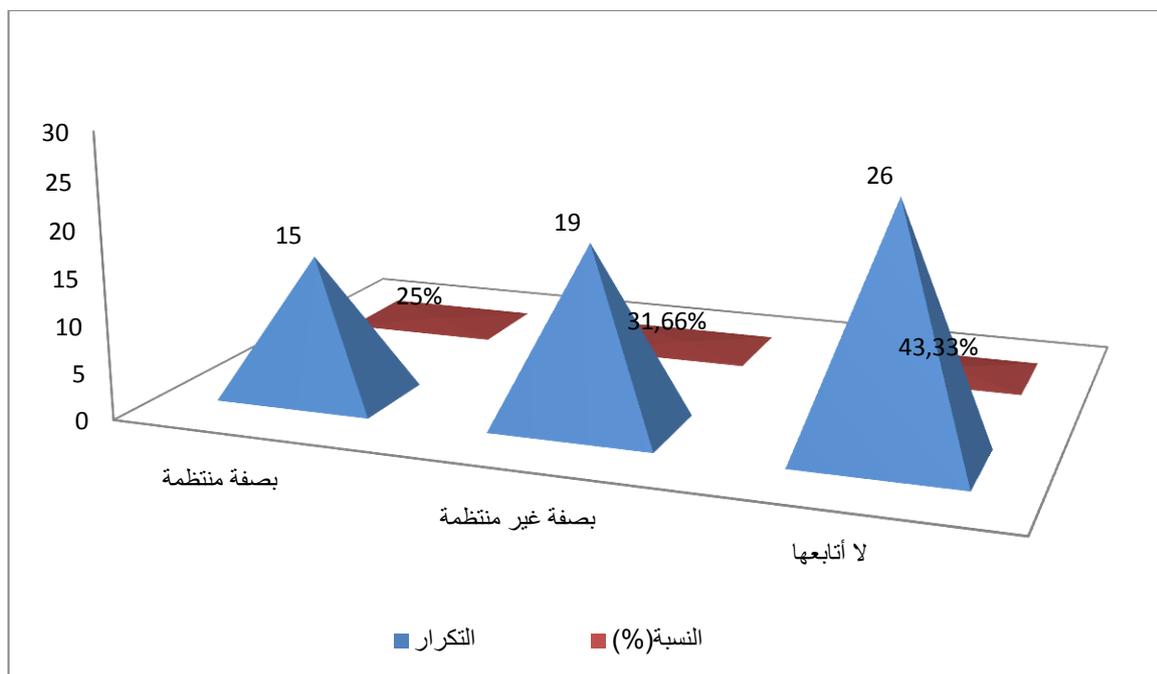


الشكل رقم 12: يمثل إعجاب المبحوثين بإحدى صفحات الأحزاب السياسية.

الجدول رقم 13: يوضح متابعة المبحوثين لصفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك:

النسبة(%)	التكرار	الخيارات
25%	15	بصفة منتظمة
31,66%	19	بصفة غير منتظمة
43,33%	26	لا أتابعها
<b>100 %</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

يبين هذا الجدول مدى متابعة المبحوثين لصفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك، حيث نجد نسبة 43,33% لا يتابعونها وهذه النتيجة أكدت نتائج الجدول السابق حيث بينت نتائجه أن 61,66% لم يعجبوا بصفحات الأحزاب السياسية، ويفسر هذا الإحباط الموجود لدى الطلبة واليأس من إمكانية التغيير للأحزاب الجزائرية لعدم إشراكهم للشباب في القيادة، والالتفات لهم فقط خلال المواعيد الانتخابية والاستحقاقات السياسية، كما يرون أنه من الصعب إقناع القيادات بأرائهم وأفكارهم وقناعاتهم، في حين ما نسبته 31,66% من أفراد العينة يتابعون صفحات الأحزاب السياسية بصفة غير منتظمة ويمكن إرجاع ذلك إلى التركيز على متابعتها في فترات الانتخابات لمعرفة مقترحات وبرامج هذه الأحزاب، والتعرف على مرشحيهم وأخذ فكرة عن حياتهم، أعمالهم وسيرتهم، وتليها نسبة المتابعة المنتظمة لصفحات الأحزاب والتي وصلت إلى 25%، وذلك لأن الفيسبوك أكثر الوسائل التي تسهل الحصول على مستجدات ونشاطات الأحزاب مع اختصار الوقت، إلى جانب ميول واقتناع أفراد هذه العينة بإيديولوجية أحد الأحزاب السياسية.



الشكل رقم 13: يمثل متابعة المبحوثين لصفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك.

الجدول رقم 14: يمثل ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تنشرها الأحزاب السياسية على الفيسبوك:

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
نعم	15	25%
لا	45	75%
المجموع	60	100

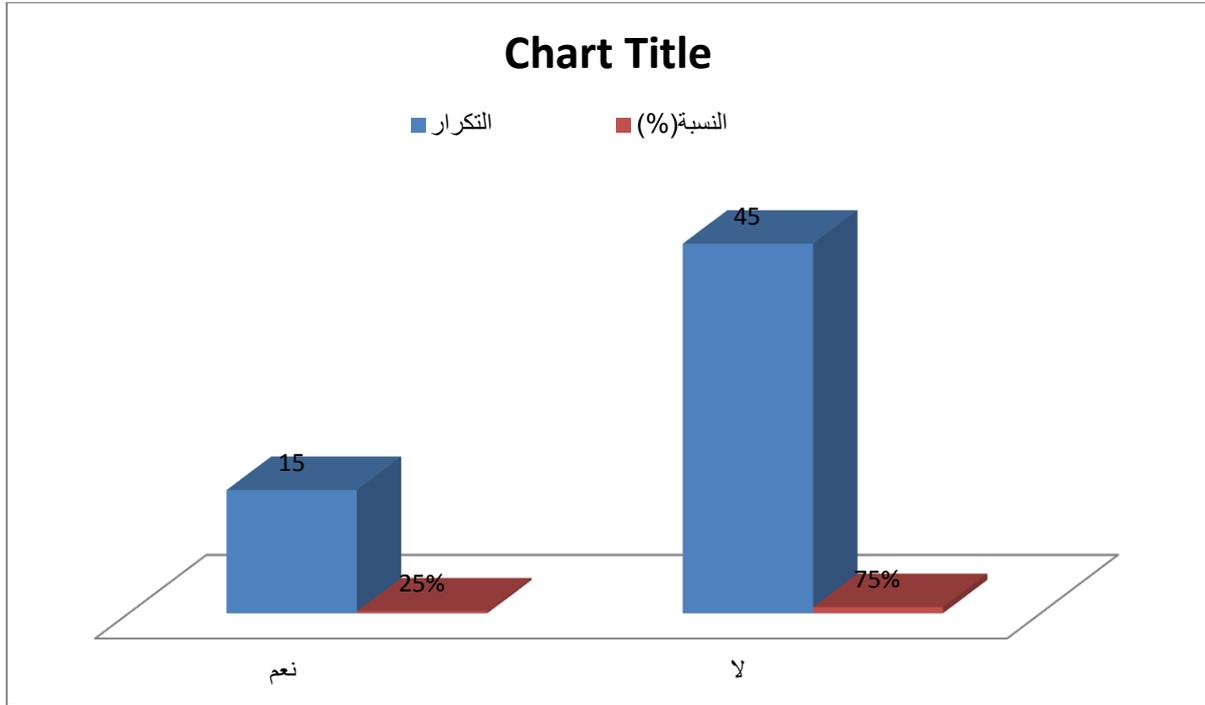
يوضح الجدول مدى ثقة المبحوثين بالمعلومات التي تنشرها الأحزاب السياسية على الفيسبوك، حيث كانت نسبة

75% من الطلبة المبحوثين لا يثقون بمعلومات هذه الأحزاب المنشورة على الفيسبوك، في حين تليها نسبة 25%

من أفراد العينة يثقون بمعلومات هذه الأحزاب السياسية على الفيسبوك، والسبب في عدم ثقة المبحوثين في الحزب

السياسي وممارساته نظرا لغياب مشاريع واضحة ومقنعة، وهم يرون الأحزاب بأنها مجرد منظمات انتخابية لا تنشط

ولا تتحرك إلا مع اقتراب المواعيد الانتخابية، وأنه يتعامل مع الناخبين على أنهم خزان من الأصوات تمكن السياسيين من الوصول إلى السلطة وإدعاء الدفاع عن مصالح الشعب وخاصة شريحة الشباب حيث أن هؤلاء الأحزاب لا يعرفون بدقة الحاجات الاقتصادية والاجتماعية التي تحكم انشغالات الشباب وتطلعاتهم ويغلبون مصالحهم الشخصية على المصلحة العامة للمواطن الجزائري وهذا ما جعل الطلبة الجامعيين يفقدون ثقتهم في هذه الأحزاب السياسية وفي كل المعلومات التي يقدمونها، وفيها يخص المبحوثين الذين أجابوا بنعم فيعود ذلك إلى وجود المصداقية والثقة فيما تنشره تلك الأحزاب في صفحاتها، باعتبار برامجها ومقترحاتها تتماشى مع طموحاتهم وتطلعاتهم، وليست عبارة عن مجرد وعود انتخابية زائفة، ويمكن تفسير ذلك كما قلنا سابقا إلى انتمائهم وولائهم لبعض الأحزاب السياسية وبالتالي يثقون في كل ماتقدمهم معلومات.

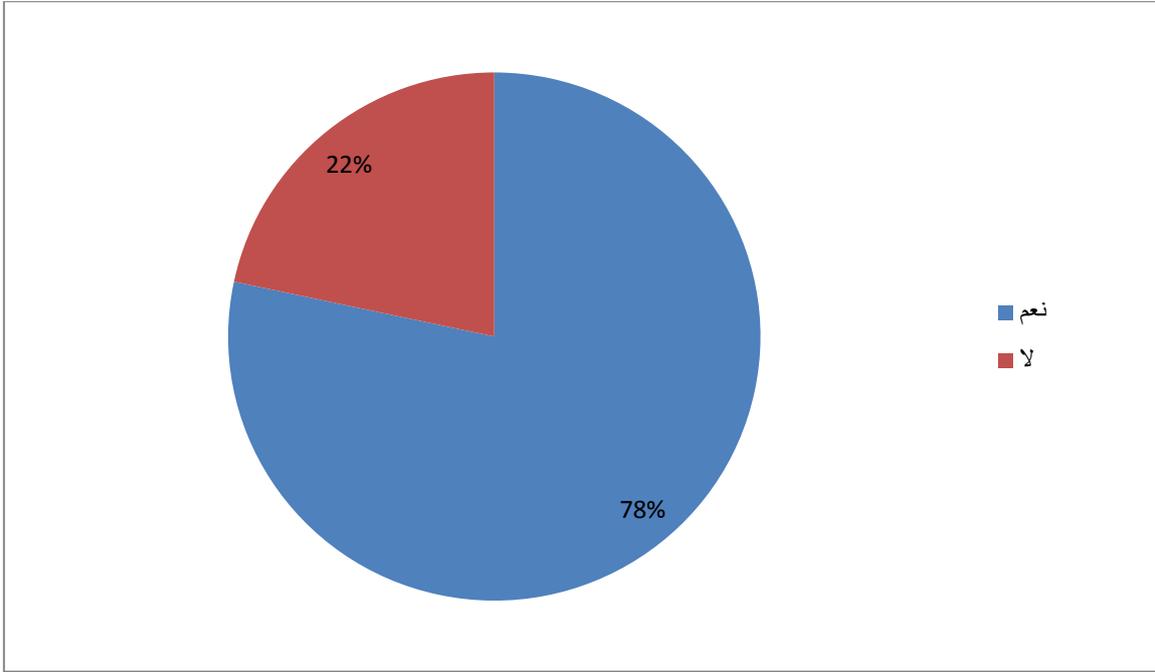


الشكل رقم 13: يمثل متابعة المبحوثين لصفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك.

الجدول رقم 15: يمثل مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية:

النسبة(%)	التكرار	الخيارات
78.33%	47	نعم
21,66%	13	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة 78,33% من المبحوثين يرون بأن موقع الفيسبوك يساهم في تعزيز الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية، حيث اكتشفت الأحزاب دور الفيسبوك في حشد المناصرين إذ يشهد هذا الموقع حملات انتخابية مسبقة من خلال فتح مجموعة من الأحزاب صفحات للانخراط الإلكتروني، كما توظفه في نضالها لإقناع الشباب بأطروحتها ومواقفها وجعلته فضاء للتواصل بين قيادات الحزب ومناظليه والمحبين والمتعاطفين معه، كذلك مع كل شرائح المجتمع التي لها اهتمامات سياسية في البلاد، في حين نجد نسبة 21,66% ترى أن الفيسبوك لا يعزز الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية، ويفسر ذلك بأن هذا الاستغلال يظل محدودا ومحصورا في قلة من الأحزاب السياسية الكبرى وفي صوره البدائية إذ تنقل الصور والخطابات التي أثبتت فشلها في الواقع المحسوس إلى الواقع الافتراضي مع غياب الاحترافية، حيث أن الانتخابات ليست نشاط افتراضي إنما هو فعل واقعي يتطلب جهد وعمل كبيرين.



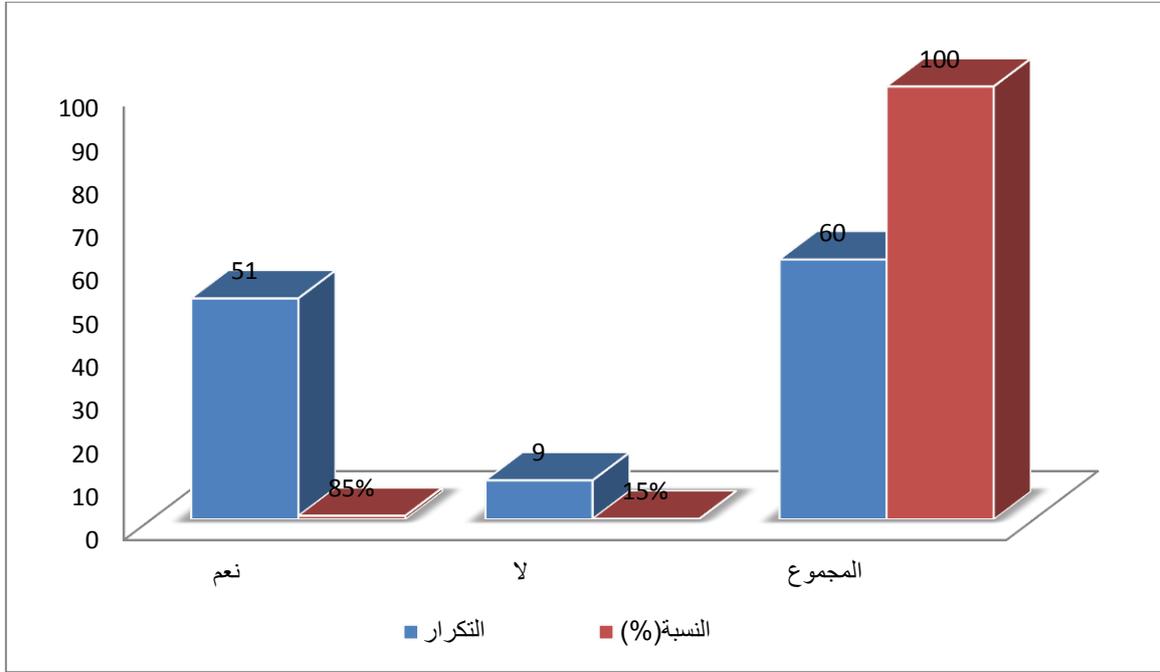
الشكل رقم 15: يمثل مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية.

الجدول رقم 16: يوضح مساهمة الفيسبوك في رفع نسبة المشاركة الانتخابية في الانتخابات الرئاسية المقبلية:

النسبة (%)	التكرار	الخيارات
85%	51	نعم
15%	09	لا
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

يوضح الجدول أن النسبة الغالبة أجابت بنعم بما يقدر بـ 85%، ويبين ذلك أن الفيسبوك يشكل مجالا واسعا وخصبا للمرشحين في الانتخابات الرئاسية المقبلة، لأنه يدخله عدد هام من المتصفحين، لذلك يغتنم المرشحين

الفرصة ليقوموا بنشر برامجهم والترويج لحماتهم الانتخابية إلى أكبر عدد ممكن من أصوات الناخبين، فمثلا الانتخابات التي كانت ستجرى في 17 أبريل الماضي انطلقت الحملة الانتخابية لها باكرا حيث قامت الصفحات التابعة للمرشحين بنشر بيانات وخطوط البرامج الانتخابية على موقع الفيسبوك استباقا لموعد الحملة الانتخابية والنزول إلى الشارع، وذلك للتواصل مع أنصارهم ومناظلي أحزابهم لمعرفة رصيدهم الشعبي، أما النسبة المئوية بلا قد بلغت 15%، ويفسر ذلك أن هناك طلبة لا يهتمون بما يتعلق بالسياسية بما فيها الانتخابات الرئاسية عند تصفحهم لموقع الفيسبوك وهذا دليل على عزوفهم عن المشاركة الانتخابية.



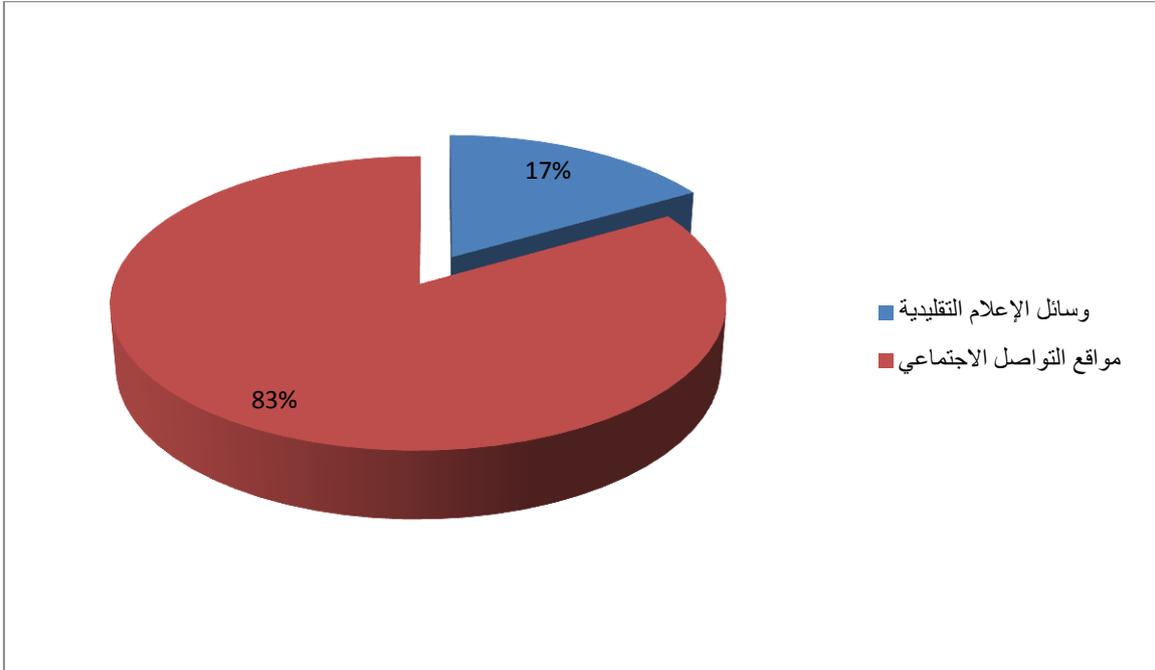
الشكل رقم 16: يمثل مدى مساهمة الفيسبوك في رفع نسبة المشاركة الانتخابية في الانتخابات الرئاسية المقبلية.

المحور الرابع: مدى تفاعل الطلبة الجامعيين مع الأحزاب السياسية من خلال الفيسبوك.

الجدول رقم 17: يوضح رأي المبحوثين في الوسائل المساهمة في نجاح الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية:

النسبة(%)	التكرار	الخيارات
16,66%	10	وسائل الإعلام التقليدية
83,33%	50	مواقع التواصل الاجتماعي
100	60	المجموع

يبين الجدول السابق أن شريحة واسعة من أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تفعيل الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية بنسبة 83,33% وذلك لأن الأحزاب تلجأ إليها نظراً لتأثيرها الكبير وارتفاع عدد مستخدميها، كما أنها تتميز بقدرتها على الوصول للناخب في أي وقت وعدم إلزام جميع الناخبين بالتواجد في وقت واحد، كما أنها تضيف بعضاً من الخصوصية على العلاقة بين المرشح والناخب وانخفاض تكلفة استخدامها، مع العلم أن نجاح الاتصال الخارجي يقاس من خلال التجاوب الإيجابي للجمهور الخارجي مع الأحزاب، أما بقية المبحوثين ونسبة 16,66% فيرون أن نجاح الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية مرتبط بالوسائل الإعلامية التقليدية، ويفسر ذلك أن وسائل الإعلام التقليدية تعد إحدى مفاتيح فوز أو هزيمة الحزب فهي تساعد المتلقي في تكوين رأيه السياسي ويدفعه من خلال ذلك إلى اتخاذ قرار التصويت لمرشح أو حزب ما أو عدم التصويت له، فهي تمثل دور الوسيط بين الحزب والناخب فيتم من خلالها استعراض إنجازات وأهداف الحزب واستقطاب العديد من المناصرين.

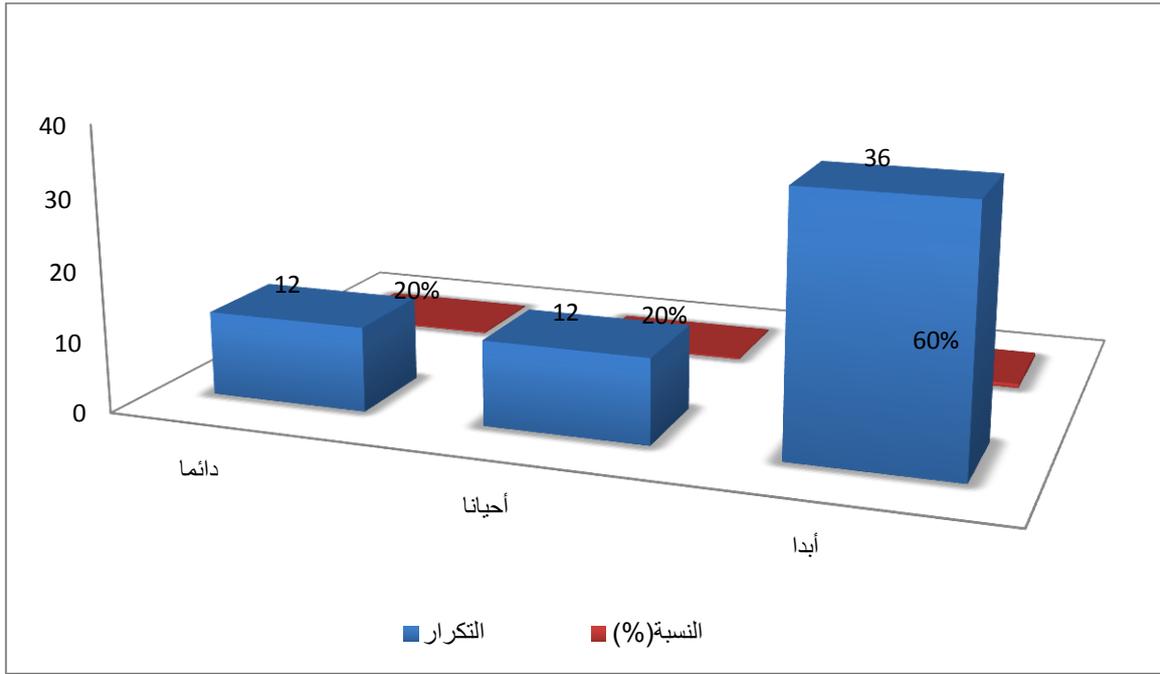


الشكل رقم 17: يمثل رأي المبحوثين في الوسائل المساهمة في نجاح الاتصال الخارجي الأحزاب السياسية.

الجدول رقم 18: يمثل مدى إطلاع المبحوثين على المنشورات التي تعرضها الأحزاب السياسية على الفيسبوك:

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
دائما	12	20%
أحيانا	12	20%
أبدا	36	60%
المجموع	60	100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين مدى إطلاع المبحوثين على المنشورات التي تعرضها الأحزاب السياسية على الفيسبوك أن نسبة 60% من الطلبة عينة الدراسة لا يطلعون أبداً على منشورات الأحزاب السياسية، والعامل في ذلك هو ضعف الانتماء الحزبي لدى الشباب الجزائري، وعدم قدرة الأحزاب السياسية في جلب انتباه الطلبة إلى منشوراتهم، زيادة على ذلك أن الطلبة يصبون مجمل اهتمامهم في المواضيع التي تخص دراستهم وهذا النوع من المواضيع السياسية لا تلقى تجاوباً من قبلهم لأنها حسب رأيهم معقدة ومتشابكة، في حين تساوت النسبة بين المحييين بالإجابة أحيانا ودائما إذ كانت 20% وذلك نتيجة لأهمية هذا النوع من المنشورات الحزبية السياسية بالنسبة لهذه الشريحة من المبحوثين وهذا ما أكد نتائج الجدول رقم 12 ورقم 13.

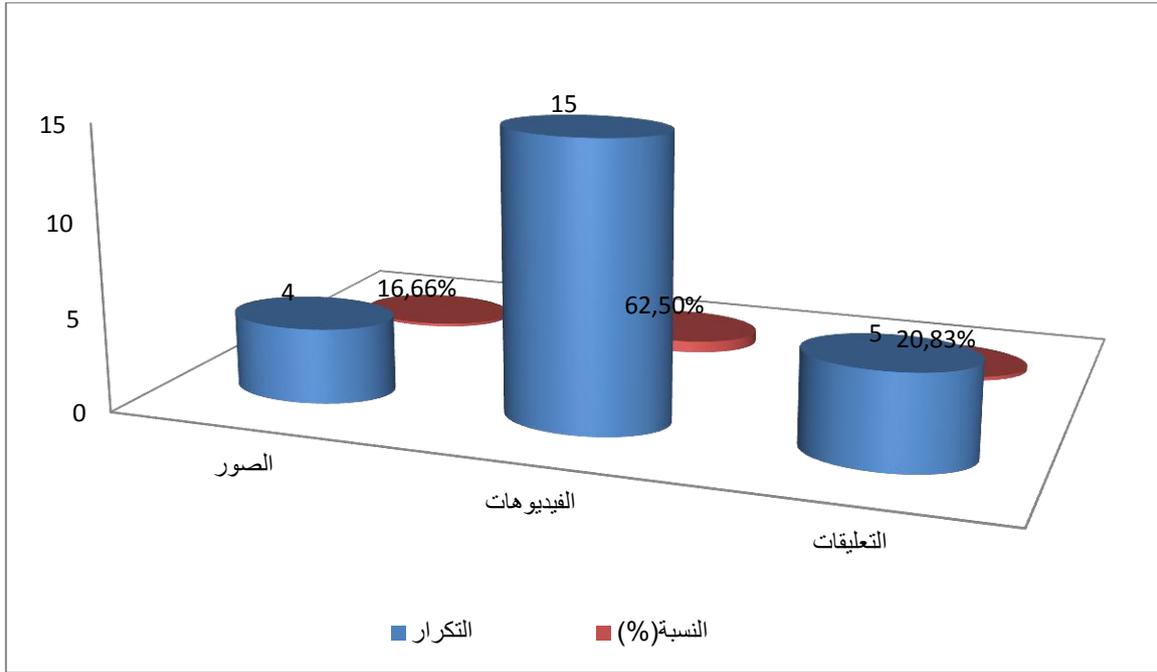


الشكل رقم 18: يمثل مدى اطلاع المبحوثين على المنشورات التي تعرضها الأحزاب السياسية على الفيسبوك.

الجدول رقم 19: يوضح أكثر المنشورات التي تثير انتباه الباحثين في هذه الصفحات:

النسبة(%)	التكرار	الخيارات
16,66%	04	الصور
62,50%	15	الفيديوهات
20,83%	05	التعليقات
<b>100</b>	<b>24</b>	<b>المجموع</b>

نظرا للنتائج المتحصل عليها في الجدول السابق فإن المنشورات التي تثير انتباه أغلبية الباحثين في الصفحات السياسية هي الفيديوهات بنسبة تقدر ب 62,5 %، والسبب في ذلك أنها توفر متابعة ومشاهدة حية بالصوت والصورة لإنجازات وملتقيات الحزب وندواته ومناضليه، في أي وقت وفي أي مكان، ثم تليه نسبة التعليقات والتي قدرت ب 20,83 %، إذ يتيح هذا النوع من المنشورات للطلاب الفرصة للإطلاع على التعليقات المختلفة حول ما يعرض في هذه الصفحات، في حين نجد آخر نسبة تمثلت في منشورات الصور المقدرة بنسبة 16.66 % وهي نسبة قريبة من نسبة التعليقات.

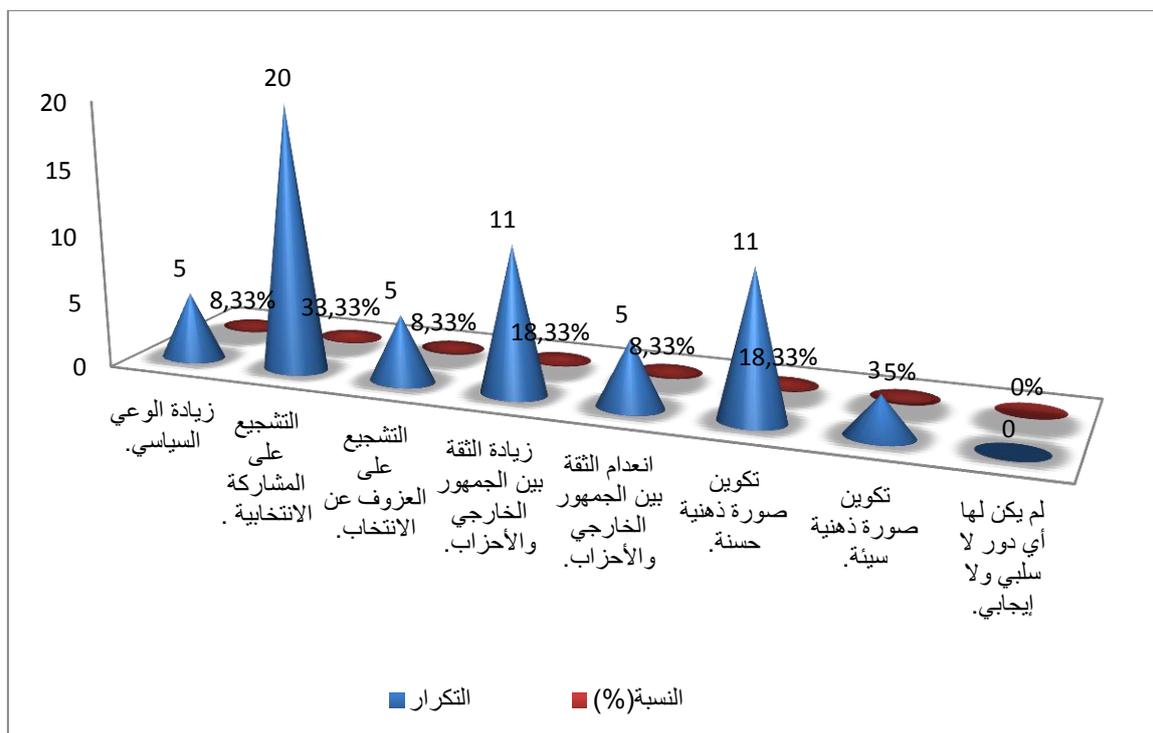


الشكل رقم 19: يمثل أكثر المنشورات التي تثير انتباه المبحوثين في صفحات الأحزاب السياسية.

الجدول رقم 20: يمثل رأي المبحوثين حول دور الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية عبر الفيسبوك:

النسبة(%)	التكرار	الخيارات
8,33%	05	زيادة الوعي السياسي.
33,33%	20	التشجيع على المشاركة الانتخابية .
8,33%	05	التشجيع على العزوف عن الانتخاب.
18,33%	11	زيادة الثقة بين الجمهور الخارجي والأحزاب.
8,33%	05	انعدام الثقة بين الجمهور الخارجي والأحزاب.
18,33%	11	تكوين صورة ذهنية حسنة.
05%	03	تكوين صورة ذهنية سيئة.
00%	00	لم يكن لها أي دور لا سلمي ولا إيجابي.
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

يرسم الجدول أعلاه آراء المبحوثين حول دور الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية عبر الفيسبوك، إذ كانت نسبة 33,33% منهم تحصر دوره في التشجيع على المشاركة الانتخابية من خلال دعوة الأحزاب عبر الفيسبوك الشباب إلى المشاركة في الانتخاب عن طريق عرض وعود ومشاريع تتماشى مع احتياجات وتطلعات هذه الفئة، كما أن الجدول يعرض لنا تعادل نسبة رؤية الطلبة أن هذا الدور يكمن في تكوين صورة ذهنية حسنة للحزب من خلال تقديم الانجازات التي حققها الحزب ومناضليه في الساحة السياسية والاجتماعية الوطنية على صفحات الفيسبوك، وهذا ما يؤدي إلى زيادة الثقة بين الشباب والأحزاب، إذ يسعى الحزب لتقوية روابط الثقة معهم، لكسب تأييدهم وتعاطفهم، وتجسدت هذه النسبة في 18,33% من مجمل المبحوثين، كما تساوت نسبة الطلبة الذين يرون أن دور الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية عبر موقع الفيسبوك يتمثل في زيادة الوعي السياسي مع التشجيع على العزوف عن الانتخاب وانعدام الثقة بين الجمهور الخارجي والأحزاب بنسبة 8,33% وهي نسبة ضئيلة، إذ يستخدم الطلبة الفيسبوك من أجل التقاط الأخبار الصحيحة والمغلوبة لإبداء آرائهم، وطرح الأسئلة حول مواضيع غامضة وتقديم المعلومات السياسية عن الواقع السياسي للوطن، كما يرجع مجموعة من المبحوثين سبب انعدام الثقة بين الأحزاب والجمهور راجع إلى التناقض بين ما يعرض من وعود على صفحات الفيسبوك وما يجسد على أرض الواقع فهي تبقى وعود زائفة، في المقابل نفس النسبة من المبحوثين ترى أن هذه الصفحات عبر الفيسبوك تدعو إلى مقاطعة الانتخابات كونها لا جدوى ترجى منها لاتسامها بالتزوير والمغالطة، والابتعاد عن الشفافية والمصادقية، وتأتي نسبة المبحوثين الذين يرون أن هذا الدور يكمن في تكوين صورة سيئة عن الحزب والبالغة نسبة 5% وكان دافعهم هو أن الفيسبوك يعرض التجاوزات والمخالفات التي يرتكبها الحزب وأعضائه وسعيهم لتحقيق مصالحهم للوصول للسلطة على حساب طلبات الشباب، وأن مشاريعهم المقترحة تنتهي بانتهاء فترة الانتخابات.



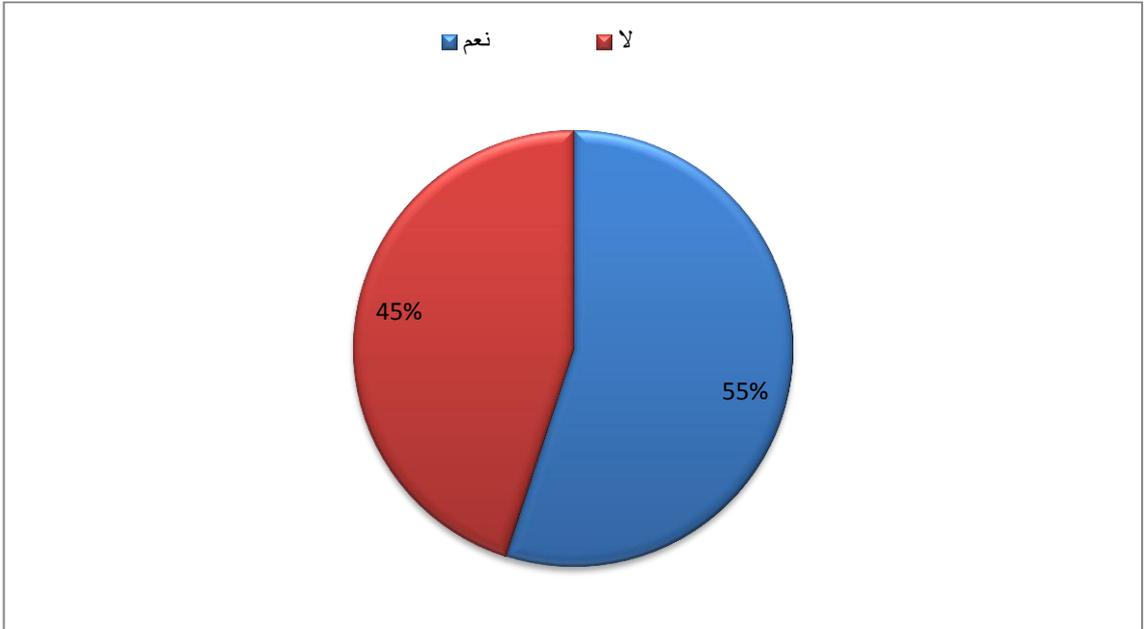
الشكل رقم 20 يمثل رأي المبحوثين حول دور الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية على موقع الفيسبوك.

الجدول رقم 21: يمثل متابعة المبحوثين لصفحات الأحزاب السياسية في الحملة الانتخابية للرئاسيات

القادمة:

الخيارات	التكرار	النسبة (%)
نعم	33	55%
لا	27	45%
المجموع	60	100

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن نسبة 55% من أفراد العينة سيكونون من المتابعين لصفحات الأحزاب في الحملة الانتخابية للرئاسيات القادمة، ويمكن تفسير ذلك نتيجة للحراك السياسي الحاصل في البلاد والضجة الكبيرة التي عرفتها الجزائر بسبب الانتخابات الرئاسية المؤجلة، والتغيرات الكبيرة التي طالت النظام الحكومي، والشخصيات السياسية والحزبية، بالإضافة إلى المصير الغامض للانتخابات الرئاسية القادمة، ورغبة الطلبة في لمس التأثير الإيجابي للحراك على دور الحزب الفعال للواقع الجزائري، بينما ترى نسبة 45% من الطلبة العكس، فهم لن يكونوا من المتابعين لتأكيدهم من عدم جدوى ما سوف يقدمه الأحزاب في صفحاتهم لانعدام الثقة والمصداقية فيهم وإيمانهم بأنهم سيغلبون المصلحة الخاصة العامة للشعب.

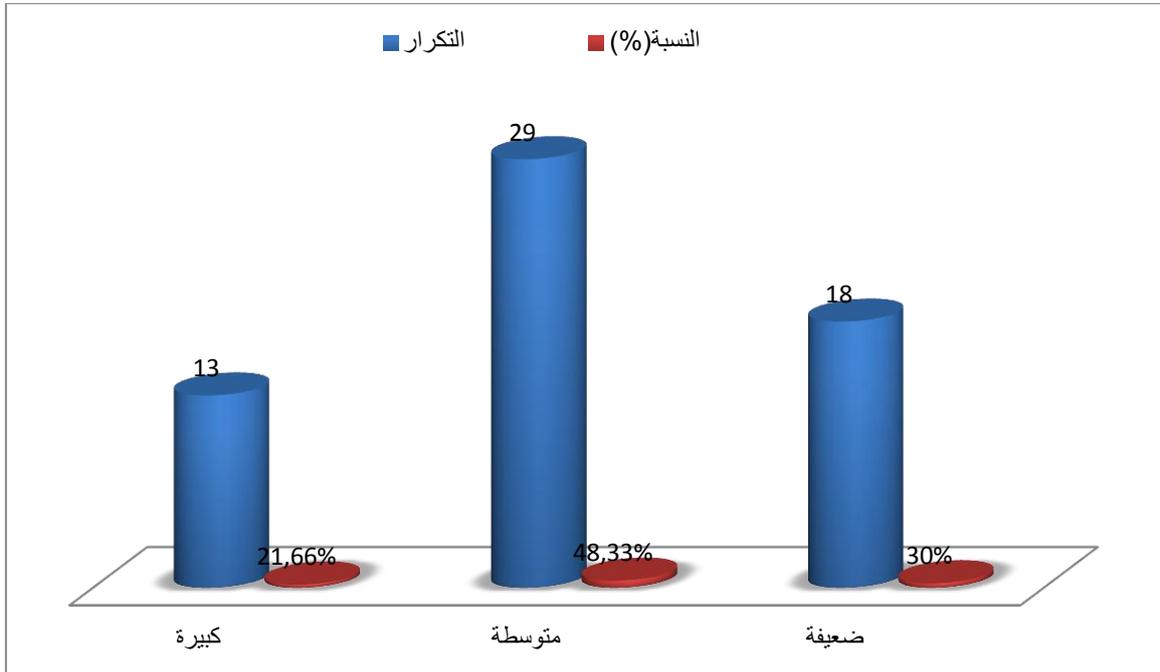


الشكل رقم 21: يمثل متابعة المبحوثين لصفحات الأحزاب السياسية في الحملة الانتخابية للرئاسيات القادمة.

الجدول رقم 22: يوضح مدى مساهمة صفحات الأحزاب السياسية في تغيير السلوك الانتخابي للشباب الجزائري في المرحلة القادمة:

النسبة(%)	التكرار	الخيارات
21,66%	13	كبيرة
48,33%	29	متوسطة
30%	18	ضعيفة
<b>100</b>	<b>60</b>	<b>المجموع</b>

من خلال النتائج التي توصل إليها الجدول رقم 22 يتضح لنا أن النسبة المتوسطة 48,33% من المبحوثين ترى بأن مساهمة صفحات الأحزاب السياسية في تغيير السلوك الانتخابي متوسطة، وربما يرجع السبب إلى أن الأحزاب لا بد أن تأخذ بعين الاعتبار درجة الوعي والنضج التي وصل لها الشعب وخصوصا الشباب حيث لم يعودوا مستسلمين للأوضاع المعاشة بل شاهدوا رفضهم وتصميمهم على التغيير ومطالبتهم بحلول جديدة ملموسة لا وعود كاذبة، فهم يبحثون عن النتائج المطبقة في الواقع، هذا ما سيدفع بالأحزاب لوضع برامج متماشية مع الواقع الراهن بعد الحراك السياسي، والابتعاد عن سياسة البحث عن المصالح والخداع وتغليب الشعب، وهذا ما سينتج عنه اقتناع الشباب بالمشاركة في الانتخابات القادمة، وبعدها تأتي نسبة المبحوثين 30% القائلين بأن نسبة مساهمة هذه الصفحات ضعيفة، والسبب في ذلك انعدام الثقة المرسخة في أذهان المبحوثين تجاه الأحزاب السياسية وأكاديبهم، وفي الأخير نجد نسبة 21,66% من المبحوثين الذين يرون أن مساهمة الصفحات الحزبية ستكون كبيرة أملا منهم في حصد نتائج الحراك والتغيير الحاصل في الأحزاب بشكل إيجابي.



الشكل رقم 22: يمثل مدى مساهمة صفحات الأحزاب السياسية في تغيير السلوك الانتخابي للشباب الجزائري في المرحلة القادمة.

## 2\_ النتائج الجزئية والعمامة ومناقشتها:

إن أية دراسة ميدانية تسعى جاهدة للوصول إلى استنتاجات مبنية على حقائق علمية، تهدف من خلالها إلى إبراز الإجابات لمختلف النتائج الإحصائية التي توصلنا إليها عن طريق تفسير البيانات المجمعة من الميدان وربطها بالإطار النظري بغرض التوصل إلى إجابات مقنعة حول التساؤلات التي انطلقنا منها منذ بداية الدراسة، ونورد هذه الإجابات حسب التساؤلات الفرعية التالية:

✓ التساؤل الفرعي الأول: ماهي مكانة الفيسبوك عند الطلبة الجامعيين عينة الدراسة من الناحية

السياسية؟

\_\_ كشفت الدراسة أن أهم المصادر التي يعتمد عليها الطلبة في التعرف على المستجدات السياسية هي مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (44%).

\_\_ يفضل (38) من المبحوثين الإعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي لأنها سريعة في نقل الأخبار السياسية.

\_\_ فقد تبين أن معظم أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة (60,46%).

\_\_ تبين من خلال النتائج أن المبحوثين يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في استخدام موقع الفيسبوك يوميا بنسبة (60%).

\_\_ تعد متابعة الأخبار أكثر دوافع استخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك بنسبة (31,57%).

\_\_ تعتبر المواضيع الثقافية أهم الموضوعات التي يتفاعل معها المبحوثين عبر الفيسبوك بنسبة (22,56%).

\_\_ أكثر من نصف المبحوثين يعتبرون الفيسبوك مصدر رئيسي لمتابعة الأحداث السياسية في البلاد بنسبة (66,66%).

\_\_ أوضحت النتائج أن أغلبية المبحوثين لا ينضمون إلى مجموعات ذات توجه سياسي في الفيسبوك بنسبة (65%).

**النتيجة العامة للتساؤل الفرعي الأول:** حسب ما تحصلنا عليه من نتائج لإجابات التساؤل الأول اتضح لنا أن

مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من أهم المصادر التي يعتمد عليها الطلبة الجامعيين للتعرف على المستجدات

السياسية، وذلك لأنها سريعة في نقل الأخبار السياسية، حيث يعتبر الفيسبوك من أهم المواقع استخداما، إذ تتراوح

مدة استخدامهم له من ساعة إلى ثلاث ساعات يوميا، وهذا حسب إجابات المبحوثين، وكان دافعهم لذلك متابعة

الأخبار، كأولى الأسباب لإستخدام هذا الموقع، وكانت المواضيع الثقافية أكثر المواضيع التي يتفاعل معها أفراد العينة

عبر الفيسبوك، كما يعد مصدرا رئيسيا لمتابعة الأخبار السياسية في البلاد، بالإضافة إلى عدم انضمام الطلبة الجامعيين

عينة الدراسة إلى مجموعات ذات توجه سياسي على موقع الفيسبوك، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة.

✓ **التساؤل الفرعي الثاني:** ما مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بما تقدمه الأحزاب السياسية في الفيسبوك؟

أكثر من نصف المبحوثين ليسوا معجبين بإحدى صفحات الأحزاب السياسية على موقع الفيسبوك بنسبة (61,66%).

أوضحت الدراسة أن نسبة (43,33%) من المبحوثين لا يتابعون صفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك.

أسفرت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة الجامعيين لا يتقنون بالمعلومات التي تنشرها الأحزاب السياسية على الفيسبوك بنسبة (75%).

لقد توصلنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن الفيسبوك يساهم في تعزيز الإتصال الخارجي للأحزاب السياسية بنسبة (78,33%).

إن الفيسبوك يساهم في رفع نسبة المشاركة الانتخابية في الانتخابات الرئاسية المقبلة، وهذا ما أسفرت عنه نتيجة الجدول 16 بنسبة (85%).

**النتيجة العامة للتساؤل الفرعي الثاني:** تمت الإجابة عن هذا التساؤل الخاص عن هذا التساؤل الخاص بمدى اهتمام

الطلبة الجامعيين بما تقدمه الأحزاب السياسية استخلصنا أن معظم المبحوثين ليسوا معجبين بصفحات الأحزاب السياسية ولا يتابعونها، وذلك راجع إلى فقدان الثقة فيهم وعدم مصداقية المعلومات التي يعرضونها على الفيسبوك، بالإضافة إلى أن هذا الموقع يساهم بشكل كبير في تعزيز الاتصال الخارجي لهذه الأحزاب، مما يؤدي إلى رفع نسبة المشاركة الانتخابية في الانتخابات الرئاسية المقبلة، وهذا حسب رأي المبحوثين.

✓ **التساؤل الفرعي الثالث:** ما مدى تفاعل الطلبة الجامعيين مع الأحزاب السياسية من خلال موقع

**الفيسبوك؟**

يتبين لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في نجاح الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية بنسبة (83,33%).

غالبية أفراد العينة لا يطلعون على المنشورات التي تعرضها الأحزاب السياسية على الفيسبوك بنسبة (60%).

\_\_ كانت نسبة (46,66%) كأعلى نسبة بالنسبة لأكثر المنشورات التي تثير انتباه المبحوثين في الصفحات السياسية والمتمثلة في الفيديوهات.

\_\_ يتضح لنا من النتيجة المبينة لنا بأن دور الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية عبر الفيسبوك هو التشجيع على المشاركة الانتخابية بنسبة (33,33%).

\_\_ لاحظنا بأن أكثر من نصف المبحوثين سيكونوا من المتابعين لصفحات الأحزاب السياسية في الحملة الانتخابية القائمة للرئاسيات بنسبة (55%).

\_\_ اتضح لنا حسب إجابات المبحوثين أن صفحات الأحزاب السياسية تساهم بنسبة متوسطة في تغيير السلوك الانتخابي للشباب الجزائري في المرحلة القادمة بنسبة (48,33%).

**النتيجة العامة للتساؤل الفرعي الثالث:** نستنتج مما سبق بأن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فعال في نجاح

الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية، وذلك من خلال المنشورات التي تعرضها الأحزاب السياسية على موقع

الفيسبوك، حيث تعد الفيديوهات من أهم هذه المنشورات التي تثير انتباه المتابعين لهذه الصفحات السياسية، لزيادة

الرصيد المعرفي المتعلق بالسياسة وقضاياها، إذ يلعب الاتصال الخارجي دور كبير للأحزاب السياسية عبر الفيسبوك

وذلك لتشجيع المتابعين على المشاركة الانتخابية التي تعتبر من أهم الأهداف التي تسعى إليها الأحزاب السياسية من

خلال نشر برامجها واقتراحاتها...

خاتمة

## خاتمة:

نستخلص مما سبق ذكره أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تحتل جانبا مهما في الحياة السياسية، ولم يعد دورها محصورا في التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، بل أخذت تلعب الكثير من الأدوار السياسية وقد برز دورها كأداة سياسية تستخدم لاستهداف شرائح المجتمع لاسيما الطلبة الجامعيين كونهم الفئة الأكثر استخداما وتفاعلا مع وسائل التكنولوجيا الحديثة من جانب، وكأحد الوسائل التي يحصل من خلالها المستخدمين على المعلومات من جانب آخر، مما دفع الكثير من الأحزاب السياسية والمؤسسات الرسمية والشخصيات السياسية بإنشاء صفحات ومجموعات تروج أفكارهم وتخدم برامجهم، وبأن عملية المشاركة الانتخابية أساسا من أسس الفعل الديمقراطي، فإن الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل وتحسين مستوى المشاركة الانتخابية هو زيادة الوعي الثقافي والسياسي، لأنها وسيلة فريدة من نوعها لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع السياسية السائدة في المجتمع، عن طريقها يتم مراقبة ما يدور من تطورات وأحداث سياسية.

وانطلاقا من الدراسة الميدانية التي قمنا بها على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة تبسة، توصلنا إلى جملة من

النتائج نذكر منها:

— أن أغلبية الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وأن موقع الفيسبوك يعتبر أكثر المواقع تأثيرا واستخداما وتفاعلا لأنه لا يقتصر على نوع واحد من المحتوى، ويجمع ما بين الصور ومقاطع الفيديو والتعليقات، وهو بذلك يوفر فرصا مختلفة للباحثين للمشاركة، ويرجع ذلك إلى المستوى الثقافي لدى الطلبة الجامعيين، وهذا ما يدل على أهمية وكثرة استخداماته المتنوعة والمتجددة في جميع مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية.

\_\_ توصلت هذه الدراسة بأن وسائل الإعلام الحديثة والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، تعتبر أحد سمات العصر الحديث والأكثر تأثيراً على الأفراد وخاصة الطلبة الجامعيين فهي تؤدي دور في تفعيل الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية.

\_\_ بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم بشكل كبير في الحياة السياسية وخاصة موقع الفيسبوك الذي هي الأكثر استخداماً وتفاعلاً وفقاً لوجهة نظر وآراء الباحثين، لكن بالرغم من تأييد الكثير من الباحثين لأهمية وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن هذه العينة في الانتخابات الرئاسية المقبلة كانت متوسطة، وبالتالي فإن مواقع التواصل الاجتماعي تستعمل بشكل كبير لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة.

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع:

### ✓ القواميس والمعاجم:

- 1- ابن منظور: لسان العرب المحيط ، ج1، دار لسان العرب، بيروت.
- 2- خضير شعبان: اللسان العربي، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، عمان، 2000.
- 3- عمر أوكان: اللغة والخطاب، افريقيا الشرق، المغرب، 2009.
- 4- لويس معلوف: المنجد في اللغة، المطبعة الكاثوليكية، ج1، لبنان.
- 5- محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، دار أسامة ودار المشرق، عمان، 2010.
- 6- معن خليل العمر: معجم في علم الاجتماع المعاصر، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- 7- محمد عاطف: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، جامعة الاسكندرية.

### ✓ الكتب:

- 8- الأمين شريط: التعددية الحزبية في تجربة الحركة الوطنية الجزائرية (1919-1962)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
- 9- الخطيب نعمان أحمد: الأحزاب السياسية ودورها في أنظمة الحكم المعاصر، جامعة مؤتة، 1994.
- 10- ابراهيم عبد العزيز شيحا: الإدارة العامة، الدار الجامعية لنشر، الإسكندرية، 1983.
- 11- أبو قاسم سعد الله: الحركة الوطنية 1830-1900، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 1992.
- 12- أمين البار: دور الأحزاب السياسية في دعم التحول الديمقراطي في الدول المغاربية، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014.

- 13- جميل أحمد خضر: العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 1998.
- 14- جمال سند السويدي: وسائل الاتصال الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، مركز الدراسات والبحوث الإستراتيجية، الإمارات، 2013.
- 15- جميل خليل محمد: الإعلام والطفل، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 16- جمال محمد أبو شنب: الإعلام الدولي والعولمة، الدار المعرفة الجامعية، للنشر والتوزيع، مصر، 2011.
- 17- حسين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي (أدوات ومصادر التغطية الإعلامية)، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 18- حضر طارق فتح الله: دور الأحزاب السياسية في ظل النظام النيابي (دراسة مقارنة)، (د.د.ن)، لبنان، 1986.
- 19- حسين عبد الحميد:، أحمد رشوان: الأحزاب السياسية وجماعات المصلحة والضغط (دراسة في علم الاجتماع السياسي)، مركز الاسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2008.
- 20- حلمي خضر ساري: التواصل الاجتماعي، دار كنوز المعرفة، عمان، 2016.
- 21- حليلة قادري: التواصل الاجتماعي، دار المنهجية، عمان، 2016.
- 22- خالد غسان، يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفايس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 23- ذوقان عبيدات، كايد عبد الحق، عبد الحمن عدس: البحث العلمي (مفهومه، أدواته، أساليبه)، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
- 24- رجاء وحيد دودري: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، دار الفكر المعاصر، لبنان، 2000.

- 25- رحيمة الطيب عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال (المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية)، عالم الكتب الحديث، الإسكندرية، 2008.
- 26- رضوان بلخيري: مدخل إلى الاتصال المؤسساتي، دار قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.
- 27- رضوان بلخيري ، سارة جابري: مدخل للاتصال والعلاقات العامة، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
- 28- سعيد بوشعير: النظام السياسي الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 1993.
- 29- سليمان صالح الغويل: ديمقراطية الأحزاب السياسية والجماعات الضاغطة (دراسة تحليلية في ضوء القوانين الدستورية المقارنة)، دار الكتب الوطنية، ليبيا، 2003.
- 30- شدوات علي شيبه: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2014.
- 31- صالح خليل أبو الأصبع: العلاقات العامة والاتصال الانساني، دار الشروق، الأردن، 1998.
- 32- صلاح الدين عبد الرحمن الدومة: المدخل إلى العلوم السياسية، ط2، مطبعة حي تاون، الخرطوم، 2003.
- 33- عبد الرزاق محمد الدليمي: مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار الثقافة، عمان، 2011.
- 34- عامر ابراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
- 35- عامر ابراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 36- عامر ابراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014.
- 37- عامر رحيلة: 8 ماي 1945 المنعطف الحاسم في مسار الحركة الوطنية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.

- 38- عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 39- عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة المكتوبة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 41- عبد القادر الزعل: المجتمع المدني والصراع من أجل الهيمنة الإيديولوجية في المغرب العربي، في المجتمع المدني في الوطن العربي ودوره في تحقيق الديمقراطية، (بحوث ومناقشات الندوة التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية)، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001.
- 41- عطا الله أحمد شاكرك: إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 42- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 43- علي زعدود: نظام الأحزاب السياسية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 44- علي محمد شمش: العلوم السياسية، مطبعة الدار الجماهيرية للنشر والتوزيع، بنغازي، 1979.
- 45- عمار بوحوش: التاريخ السياسي الجزائري من البداية إلى 1962، دار الغرب الإسلامي، لبنان، 1997.
- 46- فايز جمعة النجار: أساليب البحث العلمي (منظور تطبيقي)، ط2، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 47- فضيل دليو: اتصال المؤسسة (إشهار، علاقات عامة، علاقات مع الصحافة)، دار الفجر للنشر، (د.م.ن)، 2003.
- 48- كمال دشلي: منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، (د.م.ن)، 2016.
- 49- كمال زيتون: التدريس (نماذجه ومهاراته)، المكتب العالمي للكمبيوتر، مصر، 1997.

- 50- ماجد راغب الحلو: القانون الدستوري (المبادئ العامة، التاريخ الدستوري، الأحزاب السياسية)، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 51- ماجد محمد الخياط: أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية، دار الراية، عمان، 2010.
- 52- مجيد خليل حسين، عبد الغفور ابراهيم أحمد: المدخل إلى طرق البحث العلمي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 53- محمد الصاوي محمد المبارك: البحث العلمي (أسسه وطريقة كتابته)، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1992.
- 54- محمد بهجت كشك: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي، الإسكندرية، 2003.
- 55- محمد بوضياف: الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع الجزائري، دار المجدد للنشر والتوزيع، سطيف، 2010.
- 56- محمد سعيد عبد الفتاح، فريد محمد الصحن: الإدارة العامة (المبادئ والتطبيق)، الدار الجامعية، بيروت، 1991.
- 57- محمد عبيدات أبو نصار، عقلة مبيضين: منهجية البحث العلمي (القواعد والمراحل والتطبيقات)، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 1999.
- 58- محمد منذر: الجهة والحزب السياسي (مبادئ عامة ومنطلقات أساسية)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2004.
- 59- محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995.
- 60- محمود فهمي العطروزي: العلاقات الإدارية في المؤسسات العامة والشركات، عالم الكتب للنشر، عمان، 1969.

- 61- محمود محمد مهدي: المدخل في تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001.
- 62- محي محمد مسعد محمود: الأنترنت وأهم المواقع والخدمات والمصطلحات، دار الكتاب القانوني، الإسكندرية، 2008.
- 63- مدحت أبو النصر: قواعد ومراحل البحث العلمي (دليل إرشادي في كتابة البحوث وإعداد رسائل الماجستير والدكتوراه)، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2004.
- 64- مروان عبد المجيد ابراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، عمان، 2000.
- 65- مصطفى أبو زيد: الدستور المصري، فقها وقضاء، ط9، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 1996.
- 66- مصطفى حجازي: الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارية، دار الطليعة للطباعة والنشر، لبنان، 1982.
- 67- مصطفى رجي عليان، محمود عدنان الطوباسي: الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر، عمان، 2005.
- 68- مصطفى محمود أبو بكر، عبد الله بن عبد الرحمان البريدي: الاتصال الفعال، مدخل استراتيجي لجودة العلاقات في الحياة والأعمال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 69- مصعب حسين قنلوني: ثورات فيس بوك، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، بيروت، 2014.
- 70- موريس أنجوس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004.
- 71- نعيم الظاهر، عبد الجابر تيم: وسائل الاتصال السياحي، دار المعرفة، بيروت، 2001.
- 72- نور الدين حاروش: الأحزاب السياسية، دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.

73- وديع العززي: الإعلام الجديد (مفاهيم ونظريات)، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

74- يسرى خالد إبراهيم: وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، دار النفائس للنشر والتوزيع،

الأردن، 2014.

#### ✓ الرسائل الجامعية:

75- رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة ميدانية

لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت، دراسة في

إطار\_الحصول على على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البتراء، الأردن، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة

والإعلام، 2013.

76- أمينة عادل سليمان السيد، هبة محمد خليفة عبد العال: الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي

والمكتبة (دراسة شاملة للتواجد والإستخدام لموقع فيس بوك)، بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات

والمعلومات للمشاركة في المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر، جامعة حلوان، مصر،

2009.

77- شدان خليل يعقوب: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى

طلبة النجاح الوطنية، أطروحة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة ماجستير في التخطيط والتنمية

السياسية بكلية الدراسة العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015.

78- عبد الكريم ألدبسي، زهير ياسين الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام

لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسة وصفية مسحية، مقال في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40،

2013.

- 79- ماجد رجب العبد سكر: التواصل الاجتماعي، دراسة قرآنية موضوعية بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في التفسير وعلوم القرآن، كلية علون الدين، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2011.
- 80- مريم نريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية، شهادة ماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2012.
- 81- معيزة إيمان، الحماية القانونية لحرية تأسيس الأحزاب السياسية في ظل القانون العضوي 04/12، مذكرة لتكملة متطلبات نيل شهادة الماجستير في الحقوق، جامعة باتنة، 2015.
- 82- هدار خالد: الشبكات الاجتماعية واتجاهات الشباب الجزائري نحو عملية التغيير السياسي (الشباب الجزائري أنموذجاً)، مذكرة مكملة لنيل شهادة دكتوراه
- 83- ناصر محمد الأنصاري: دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتخاب الأمة الكويتي الرابع (2012)، رسالة لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
- ✓ المجالات:
- 84- أحمد سويقات: التجربة الحزبية في الجزائر 1962-2004، مجلة الباحث، دورية أكاديمية، محكمة، نصف سنوية، كلية الحقوق والعلوم الاجتماعية، جامعة ورقلة، عدد 04، 2006.
- 85- السيد عبد المولي السيد: شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين، المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي، المجلد 7، العدد 15، البحرين، 2014.
- ✓ المواقع الإلكترونية:
- 86- <https://mawdoo3.com> : تاريخ الزيارة: 2019/30/22.
- 87- [www. Univ. Tébessa. Dz](http://www.Univ.Tébessa.Dz) : تاريخ الزيارة: 2019/03/14
- ✓ المراجع الأجنبية:
- 88-Rachid Tlemcani: élections et élites en Algérie paroles et candidats, Chihab édition Alger, 1999.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشيخ العربي التبسي\_تبسة\_

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة إستبيان لبحث بعنوان

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية

مع الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال تنظيمي

إشراف الأستاذة الدكتورة :

-عابدي لدمية

إعداد الطالبتين:

-قنز ربيعة

-لسود آسيا

ملاحظة: نحن في صدد التحضير لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال تنظيمي المرسومة أعلاه يسعدنا أن نضع بين أيديكم هذا الإستبيان الذي يسعى للكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية مع الطلبة الجامعيين ونرجو من سيادتكم المحترمة التعاون معنا بالإجابة عليها بكل موضوعية وذلك بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة ونحيطكم علما أن هذه الإجابات هي لغرض البحث العلمي فقط وهي تتسم بالسرية التامة.

الموسم الجامعي

2019/2018

المحور الأول: البيانات الشخصية.

1\_ الجنس ذكر  أنثى

2\_ السن.....

3\_ التخصص اتصال تنظيمي  سمعي بصري

المحور الثاني: مكانة الفيسبوك عند الطلبة الجامعيين عينة الدراسة من الناحية السياسية.

4\_ ماهي أهم المصادر التي تعتمد عليها للتعرف على المستجدات السياسية؟

- الفضائيات التلفزيونية

- مواقع التواصل الاجتماعي

- الإذاعة

- الصحف

- أخرى أذكرها.....

5\_ إذا كانت إجابتك مواقع التواصل الاجتماعي ماهي أسباب إعتماذك عليها؟

- لأنها سرعة في نقل الأخبار السياسية.

- لأنها تنفرد بعرض أخبار غير موجودة في وسائل إعلام أخرى.

- لأنك تستطيع أن تعبر عن رأيك خلالها.

- أسباب أخرى أذكرها.....

6\_ ماهو موقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من طرفك؟

- فيسبوك

-تويتر

-يوتيوب

-أخرى أذكرها.....

7\_ كم من الوقت تقضي في استخدام الفيسبوك يومي؟

-أقل من ساعة

-من ساعتين إلى 3 ساعات

-من 3 ساعات فأكثر

8\_ ماهي دوافع استخدامك للفيسبوك؟

-الدراسة  -التعارف

-التسلية  -متابعة الأخبار

-الدرشة

-أخرى أذكرها.....

9\_ ماهي أهم الموضوعات التي تتفاعل معها عبر موقع الفيسبوك؟

-السياسية  -الرياضية

-العلمية  -الثقافية

-الاقتصادية  -الاجتماعية

-أخرى أذكرها.....

10\_ هل يعتبر الفيسبوك مصدرا رئيسيا لمتابعة الأحداث السياسية في البلاد؟

-نعم  -لا

لماذا.....

11\_ هل أنت منضم إلى مجموعات ذات توجه سياسي في الفيسبوك؟

-نعم  -لا

المحور الثالث: مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بما تقدمه الأحزاب السياسية في الفيسبوك.

12\_ هل أنت معجب بإحدى صفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك؟

-نعم  -لا

13\_ هل تتابع صفحات الأحزاب السياسية على الفيسبوك؟

-بصفة منتظمة  -بصفة غير منتظمة  -لا أتابعها

14\_ هل تثق بالمعلومات التي تنشرها الأحزاب السياسية عبر الفيسبوك؟

-نعم  -لا

-لماذا.....

15\_ حسب رأيك هل يساهم الفيسبوك في تعزيز الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية؟

-نعم  -لا

16\_ هل يمكن أن يساهم الفيسبوك في رفع نسبة المشاركة الانتخابية في الانتخابات الرئاسية المقبلة؟

-نعم  -لا

المحور الرابع: مدى تفاعل الطلبة الجامعيين مع الأحزاب السياسية من خلال موقع الفيسبوك.

17\_ في رأيك أيهما يساهم في نجاح الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية؟

-وسائل الإعلام التقليدية

-مواقع التواصل الاجتماعي

18\_ ما مدى اطلاعك على المنشورات التي تعرضها الأحزاب السياسية على الفيسبوك؟

دائماً  - أحياناً  - أبداً

19\_ ماهي أكثر المنشورات التي تثير انتباهك في هذه الصفحات؟

-الصور

-الفيديوهات

-التعليقات

-أخرى أذكرها.....

20\_ حسب رأيك ماهو دور الاتصال الخارجي للأحزاب السياسية عبر الفيسبوك؟

-زيادة الوعي السياسي

-التشجيع على المشاركة الانتخابية

-التشجيع على العزوف عن الانتخاب

-زيادة الثقة بين الجمهور الخارجي والأحزاب السياسية

-انعدام الثقة بين الجمهور الخارجي والأحزاب السياسية

-تكوين صور ذهنية حسنة

-تكوين صورة ذهنية سيئة

-لم يكن لها أي دور لا سلبي ولا إيجابي

-أخرى أذكرها.....

21\_ هل ستكون من المتابعين لصفحات الأحزاب السياسية في الحملة الانتخابية القادمة للرئاسيات؟

-نعم  -لا

-لماذا.....

22\_ حسب رأيك مامدى مساهمة صفحات الأحزاب السياسية في تغيير السلوك الانتخابي للشباب الجزائري في

المرحلة القادمة؟

-كبيرة  -متوسطة  -ضعيفة

-لماذا.....

### **Résumé de l'étude :**

L'usage abusif et large de sites de communication sociaux permet aux parties politiques d'expliquer leurs idées et leurs principes et leurs objectifs à travers la diffusion pour des campagnes électorales à travers de réseaux ce qui impacte de plus en plus sur le public électeur et également au niveau de la participation électorale.

Et cette étude a pour objectif de connaître le rôle de sites de communication sociales dans l'activation de la communication externe de parties politiques avec les étudiants universitaires, et ça en basant sur les procédures descriptives à travers du choix des gens représentant et l'enquête des moyens de déduction des importants résultats qui font partie de l'étude pratique que nous avons menée sur un groupe des étudiants de classe des sciences de communication et de l'information.

Cette étude a constaté que les sites de communication sociales sont utilisés beaucoup surtout Facebook selon les avis de ceux qu'on a interrogés or ce groupe d'interrogés voit que la participation des pages sur internet des parties politiques au changement de comportement des jeunes algériens dans les étapes postérieures étaient moyennes les incitent pas beaucoup à la participation électorale.

### **Les mots clés :**

Les sites de communication sociale, la communication externe, les parties politiques, la participation électorale, le vote.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي تبسة

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

إذن بالطبع

أنا الموقع أسفله الأستاذ(ة): عابدي لوجبة

المشرف على مذكرة تخرج ماستر المعنونة بـ:

في مواضيع التواصل الإخباري في تفعيل الاتصال الخارجي للمؤسسة  
المستهدفة مع الطلبة الجامعيين  
تخصص: الاتصال بتجاري

من إعداد الطلبة:

- 1 قنن ربيع
- 2 لسود آسي

أشهد بأن المذكرة تستوفي كل الشروط العلمية والمنهجية والقانونية التي تؤهلها أن تصبح قابلة للمناقشة، وعليه أمضي هذا الإقرار والإذن بالطبع.

في: 2019/06/10

إمضاء الأستاذ المشرف



لجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
\*جامعة العربي التبسي تيسة\*

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز البحث

(ملحق القرار 933 المؤرخ في 20/07/2016)

أنا الممضى أسفله الطالب(ة): يحيى ربيع  
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 485854  
الصادرة بتاريخ: 11/01/2016 ب: دارسة احوالنا لاية تيسة  
المسجل بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية .  
قسم: علوم الإعلام والاتصال  
والمكلف بإنجاز أعمال بحث: مذكرة ماستر تخصص: الاتصال المجتمعي  
تحت عنوان: دراسة احوالنا لاية تيسة  
الاسم: يحيى ربيع

إشراف الأستاذة(ة): عائدة لوجية

أصرح بشرفي أنني التزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في انجاز البحث وفق ما ينصه القرار ملحق القرار 933 المؤرخ في 20/07/2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

التاريخ: 2019/06/18

إمضاء المعني بالأمر



لجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
\*جامعة العربي التبسي تبسة\*

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

### تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز البحث

(ملحق القرار 933 المؤرخ في 20/07/2016)

أنا الممضي أسفله الطالب(ة): السعود آبي  
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 41.0495188  
الصادرة بتاريخ: 18/08/1988 ب: الكويت ولاية تبسة  
المسجل بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية .  
قسم: علوم الإعلام والاتصال  
والمكلف بإنجاز أعمال بحث: مذكرة ماستر تخصص: الاتصال والتخفي  
تحت عنوان: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تفعيل الاتصال التفاعلي للأستاذ  
المسجل مع الكلية: الطالب الأستاذ

إشراف الأستاذة(ة): عائدي لدمية

أصرح بشرفي أنني التزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في انجاز البحث وفق ما ينصه القرار ملحق القرار 933 المؤرخ في 20/07/2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

التاريخ: 20/06/18

إمضاء المعني بالأمر