

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

BADJI MOKHTAR – ANNABA UNIVERSITY

UNIVERSITE BADJI MOKHTAR- ANNABA-



جامعة باجي مختار - عنابة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم

الإعلام الجديد وإنماء الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري.

دراسة لعينة من مستخدمي الفيسبوك

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذة الدكتورة: صوالحية الزهرة

إعداد الطالب: عثمانية عبدالقادر

أمام اللجنة:

الاسم و اللقب	الصفة	الرتبة	الجامعة
د. عيوني نجم الدين	رئيسا	أستاذ محاضر "أ"	جامعة باجي مختار- عنابة
أ.د صوالحية الزهرة	مشرفا ومقررا	أستاذة التعليم العالي	جامعة باجي مختار- عنابة
د. فورار أحمد أمين	عضوا مناقشا	أستاذ محاضر "أ"	جامعة محمد خيضر- بسكرة
د. بسام أحمد شريف	عضوا مناقشا	أستاذ محاضر "أ"	جامعة يحيى فارس- المدينة
د. سردوك علي	عضوا مناقشا	أستاذ محاضر "أ"	جامعة 8 ماي 1945- قالمة

السنة الجامعية: 2023/2022

REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE POPULAIRE ALGERIEN
LE MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

BADJI MOKHTAR - ANNABA UNIVERSITY

UNIVERSITE BADJI MOKHTAR- ANNABA-



جامعة باجي مختار - عنابة

FACULTE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

DEPARTEMENT DES SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

Thèse présentée en vue de l'obtention du doctorat en sciences de l'information et de la communication

L'intitulé de la thèse :

Le rôle des nouveaux médias dans le développement de la conscience politique de la jeunesse algérienne.

Une étude sur un échantillon d'utilisateurs de Facebook

Présenté par:

Athamnia Abdelkadir

Directeur de thèse:

Professeur Soualhia Zohra

Membres de jury:

Aiouni Nedjem Eddine	Président	MCA	Univ- Badji Mokhtar Annaba
Soualhia Zohra	Rapporteur	Prof	Univ- Badji Mokhtar Annaba
Fourar Ahmed Amine	Examineur	MCA	Univ- Mohamed Khider Biskra
Bessam Ahmed Cherif	Examineur	MCA	Univ- Yahia Fares Medea
Serdouk Ali	Examineur	MCA	Univ-08 mai 1945 Guelma

Année universitaire 2022 /2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

أهدي هذا البحث:

إلى صاحب السيرة العطرة، الذي كان له الفضل الأوّل بعد الله عز وجل في بلوغي التعليم
العالي (الوالد الكريم)، أطال الله في عُمره.

إلى من وضعتني على طريق الحياة، وجعلتني رابط الجأش، وراعتني حتى صرت كبيراً
(الأم الغالية)، أطال الله في عُمرها.

إلى زوجتي ورفيقة الكفاح وسندي في مسيرة الحياة.

إلى بناتي صافية و لينة وأبني نوح حفظهم الله

إلى كل أفراد أسرتي وعائلي وأصدقائي.

إلى جميع من علمني حرفاً.

شكر و تقدير

أحمد الله عز وجل الذي وفقني في إنهاء هذا البحث العلمي فالحمد لله حمدا كثيرا.

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى الاستاذة الدكتورة صوالحية الزهرة المشرفة على إنجاز هذا البحث، على كل ما قدمته لي من توجيهات ونصائح ومعلومات قيمة.

كما أشكرك على حرصك وتشجيعك لي لإتمام هذا البحث، فلكي مني أسمى عبارات الشكر والامتنان والتقدير.

ولا أنسى تقديم الشكر الجزيل لكل من ساهم في إنجاز هذا البحث خاصة أساتذتي وزملائي بجامعة باجي مختار - عنابة و جامعة 8ماي 1945 قلمة.

ملخصات الدراسة

بفضل شبكات التواصل الاجتماعي وانتشارها على نطاق واسع بين الشباب، حيث أتاحت هذه الشبكات تغيير جوهر العملية السياسية بصفة عامة، وصار السياسيون و الشباب على حد سواء، أكثر ميلاً إلى استخدامها، كل في إطار المهام التي يضطلع بها. هذا التحول العميق الذي مس خاصة فئة الشباب، حيث حول لهم فرصة القيام بأنشطة متعددة، منها اكتساب وعي سياسي جديد بعيد عن ضغوط مؤسسات الإعلام التقليدية.

وقد هدفت هذه الدراسة إلى قياس وبحث تأثيرات موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" باعتباره نوع من الإعلام الجديد على الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، من خلال درجة اعتمادهم عليه في تكوين اتجاهاتهم السياسية.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر أهمها:

- الشباب أكثر اعتماداً على الفيسبوك من أجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي في حالة عدم الاستقرار.
- موقع الفيسبوك مهماً للشباب حيث يعتبر وسيلة للحصول على المعلومات وأنه بالفعل يلبي احتياجاتهم، وبالتالي تزداد درجة اعتمادهم عليه من أجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي.
- درجة اعتماد الشباب الجزائري على موقع الفيسبوك زادت في هذه الفترة الحساسة من تاريخ الجزائر المعاصر، وذلك لضعف وسائل الإعلام التقليدية في تزويدهم بمعلومات حقيقية حول الواقع السياسي و لفقدانها للمصداقية عند الشباب.
- الشباب الجزائري يتأثر بما يقدمه الفيسبوك نتيجة أيضاً لخبراته السابقة و نتيجة لظروفه الاجتماعية أي أن الشباب الجزائري ليس متلقي سلبي.

Résumé:

Le cœur du processus politique a changé en raison des réseaux sociaux et de leur utilisation généralisée chez les jeunes. Les politiciens et les jeunes sont plus susceptibles de les employer, chacun dans le contexte des tâches à accomplir. Cette transformation importante a eu un impact particulièrement positif sur les jeunes, car elle leur a fourni des opportunités de s'engager dans une variété d'activités, y compris le développement d'une nouvelle conscience politique loin des contraintes des organisations médiatiques établies.

Cette étude vise à évaluer et à étudier les effets du "Facebook, en tant que nouveau média, sur la conscience politique de la jeunesse algérienne, telle que mesurée par leur dépendance à celui-ci dans la formation des tendances politiques.

L'étude a abouti à diverses conclusions, dont les plus cruciales sont les suivantes :

- En période d'instabilité politique, les jeunes dépendent de plus en plus de Facebook pour obtenir des informations politiques.
- Facebook est important pour les jeunes parce qu'il est perçu comme une source d'information et qu'il répond vraiment à leurs besoins, ce qui augmente leur dépendance à l'égard de l'information politique.
- En raison de l'incapacité des médias traditionnels à fournir des informations réelles sur les réalités politiques et de leur manque de confiance chez les jeunes, la dépendance de la jeunesse algérienne au Facebook s'est accrue à cette époque cruciale de l'histoire contemporaine de l'Algérie.
- Les jeunes algériens sont influencés par ce que Facebook offre en raison de leurs expériences antérieures et en raison de leurs conditions sociales, ce qui signifie que les jeunes algériens ne sont pas des destinataires passifs.

Abstract:

The core of the political process has changed as a result of social networks and their widespread use among young people. Politicians and young alike are more likely to employ them, each in the context of the tasks at hand. This significant transformation had a particularly positive impact on the youth, as it provided them with opportunities to engage in a variety of activities, including developing new political consciousness away from the constraints of established media organizations.

This study aims to assess and investigate the effects of the social networking site "Facebook, as a new media, on Algerian youth's political awareness, as measured by their reliance on it in the formation of political trends.

The study came up with a variety of conclusions, the most crucial of which are :

- In times of political instability, young people are increasingly reliant on Facebook for political information.
- Facebook is significant for youth because it is seen as a source of information and that it truly fits their needs, increasing their reliance on it for political information.
- Due to the traditional media's failure to provide actual information about the political realities and its lack of confidence among young people, Algerian youth's reliance on Facebook grew at this crucial era in Algeria's contemporary history.
- Algerian youth are influenced by what Facebook has to offer as a result of their previous experiences and societal circumstances, signifying that they are not passive recipients.

فہارس

الموضوع	الصفحة
- إهداء	
- شكر وتقدير	
- ملخصات الدراسة	
- فهرس الموضوعات	
- فهرس الجداول	
- فهرس الأشكال	
مقدمة:	أ
الفصل الأول: إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي	أ
أولاً: إشكالية الدراسة:	6
1. الإشكالية:	6
2. فرضيات الدراسة:	8
الفرضية الأولى:	8
الفرضية الثانية:	8
الفرضية الثالثة:	8
الفرضية الرابعة:	9
3. أهمية الدراسة:	9
4. أهداف الدراسة:	9
5. أسباب اختيار الموضوع:	10
6. تحديد المفاهيم:	10
1.6. الإعلام الجديد:	11
2.6. الشبكات التواصلية الاجتماعية:	13
3.6. الشبكة الاجتماعية (الفيسبوك) :	14
4.6. الوعي السياسي:	15
7. الدراسات السابقة والمماثلة:	16
التعليق على الدراسات السابقة:	30
ثانياً: الاطار النظري للدراسة:	29
1. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: Media Dependency theory	29

الموضوع	الصفحة
2. اهم العوامل التي تؤثر علي عملية الاعتماد:	31.....
3. الأهداف التي يسعى الأفراد لتحقيقها من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام:	31.....
4. فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:	35.....
5. الاعتماد على وسائل الإعلام والتأثيرات الناتجة:	35.....
1.5: التأثيرات المعرفية Cognitive Effects:	35-----
2.5 التأثيرات الوجدانية Affective effects:	37-----
3.5. التأثيرات السلوكية Behavioral Effects:	38-----
ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة	39-----
1. نوع الدراسة:	39.....
2. منهج الدراسة:	40.....
3. مجتمع وعينة الدراسة:	41.....
4. أدوات جمع البيانات:	41.....
الفصل الثاني وسائط الإعلام الجديدة	50-----
أولاً: العوامل الرئيسية لظهور وسائط الإعلام الجديدة.	53-----
1.العامل التقني :	54.....
2.العامل الاجتماعي:	56.....
3.العامل السياسي:	56.....
4.العامل الاقتصادي:	58.....
ثانياً: خصائص وسائط الإعلام الجديدة.	58-----
1.الديموقراطية:	58.....
2.التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي:	58.....
3. التفاعلية:	59.....
4.الحرية الواسعة:	62.....
5.الافتراضية:	63.....
6.تغيير أنماط السلوك:	63.....
7.إعلام متعدد الوسائط:	64.....

الموضوع	الصفحة
8. بيئة ثقافية جديدة:	65.....
9. بيئة تواصلية جديدة:	65.....
10. تحديث المحتوى:	66.....
11. غياب التزامية:	66.....
12. الكونية:	67.....
13. تفتت الجماهير:	67.....
ثالثاً: شبكات التواصل الاجتماعي ما قبل الفيسبوك:	68.....
رابعاً: تعريف موقع الفيسبوك.	71.....
خامساً: إحصائيات عامة حول الفيسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي:	73.....
1. أعداد المستخدمين:	74.....
2. شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار:	75.....
سادساً: الفيسبوك و نماذج عن آليات التواصل بين أعضائه.	77.....
سابعاً: العلاقة بين وسائط الإعلام الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية	79.....
1. تراجع وسائل الإعلام التقليدية مقابل وسائط الإعلام الجديدة.	80.....
2. الاندماج بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائط الإعلام الجديدة	90.....
1.2. مدونة سلام باكس	95.....
2.2. برنامج مراقبون	95.....
3.2. برنامج نقطة حوار	96.....
4.2. برنامج أنا الشاهد Witness	97.....
5.2. تطبيق أنا أرى	98.....
الفصل الثالث انعكاسات استخدام وسائل الإعلام الجديدة على الوعي السياسي	93.....
أولاً: وسائل الإعلام الجديدة والمشاركة السياسية للأفراد.	107.....
ثانياً: مظاهر المشاركة السياسية التي أفرزتها شبكات التواصل الاجتماعي:	109.....
1. ظهور مفهوم "صحافة المواطن" المتلقي عندما يصبح مراسلاً:	109.....
2. الديمقراطية الرقمية "التكنولوجيا وظاهرة رقمنة السياسة":	110.....
3. اختفاء وظيفة "حارس البوابة":	113.....

الموضوع	الصفحة
4.تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل "التفاعلية":	114.....
5.الإعلام الجديد كسلطة خامسة "سلطة المواطن":	116.....
ثالثاً: نماذج غير عربية في تأثير الإعلام الجديد على العملية السياسية	117-----
1.حالة صربيا 2000 :	117.....
2.حالة الفلبين 2001:	118.....
3.حالة الصين 2003	119.....
4.حالة اسبانيا 2004:	120.....
5.حالة أوكرانيا 2004:	120.....
6.حالة روسيا البيضاء 2006:	121.....
7.حالة أستراليا 2007:	121.....
8.حالة كولومبيا 2008:	121.....
9.حالة إيران 2009:	122.....
10.حالة مولدافيا 2009:	122.....
11.حالة تايلاند 2010:	122.....
رابعاً: دور الإعلام الجديد في التغيير السياسي في العالم العربي	124-----
خامساً: دور الفيسبوك في الحراك الشعبي و تحريك مطالب الاصلاح في الجزائر	139-----
1.دور الفيسبوك في الحراك الشعبي الجزائري	139.....
2.قوة الفيسبوك في تحريك مطالب الإصلاح في الجزائر.	141.....
1.2.ميزة الاتصال السريع:	141-----
2.2.شبابي:	142-----
3.2.قدرته على التعبئة:	143-----
الفصل الرابع: تفريغ و تحليل نتائج الدراسة	93-----
أولاً:تفريغ وتحليل نتائج الدراسة الميدانية.	146-----
المحور الأول: وصف الخصائص الديموغرافية للمبحوثين و تحليلها	146.....
المحور الثاني: الشباب والفيسبوك في حالة عدم الاستقرار	151.....
المحور الثالث: الاحتياجات ودرجة الاعتماد على الفيسبوك.	161.....

الموضوع	الصفحة
المحور الرابع: القنوات البديلة ودرجة الاعتماد على الفيسبوك	171.....
المحور الخامس: التأثير بالفيسبوك نتيجة الخبرات والظروف الاجتماعية	187.....
ثانياً: النتائج العامة للدراسة:	196-----
خاتمة:	205-----
قائمة المصادر والمراجع	187-----
ملاحق الدراسة	191-----

رقم الجدول	الصفحة
01: الاتساق الداخلي لعبارات محور الشباب و الفيسبوك في حالة عدم الاستقرار	46.....
02: الاتساق الداخلي لعبارات محور الاحتياجات و درجة الاعتماد على الفيسبوك	46.....
03: الاتساق الداخلي لعبارات محور القنوات البديلة و درجة الاعتماد على الفيسبوك	47.....
04: الاتساق الداخلي لعبارات محور التأثير بالفيسبوك، نتيجة الخبرات والظروف الاجتماعية	48.....
05: معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة	49.....
07: عدد مستخدمي موقع الفيسبوك في بعض الدول العربية سنة 2010-2011	128.....
08: يوضح توزيع الفئات العمرية والنوعية لمستخدمي الفيسبوك في العالم العربي فيفري 2012	133.....
09: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	146.....
10: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن	147.....
11: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	148.....
12: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الانتماء لحزب سياسي	149.....
13: إجابات المبحوثين على عبارة: الخوف من المستقبل دفعك إلى البحث في الفيسبوك عن معلومات حول الواقع السياسي.	151.....
14: إجابات المبحوثين على عبارة: أثناء تصفحك للصفحات السياسية تعطي الأولوية للقضايا الطارئة على القضايا المستمرة.	152.....
15: إجابات المبحوثين على عبارة: الخوف من النظام دفعك إلى التعبير عن رأيك في الفيسبوك.	154.....
16: إجابات المبحوثين على عبارة: عدم ثقتك في النظام الحالي دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.	155.....
17: إجابات المبحوثين على عبارة: تنفر من وسائل الإعلام التقليدية لعدم وجود حيز للتعبير عن معتقداتك السياسية.	156.....
18: إجابات المبحوثين على عبارة: عدم ثقتك في وسائل الإعلام التقليدية دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.	158.....
19: جدول مركب خاص بالشباب والفيسبوك في حالة عدم الاستقرار	159.....
20: إجابات المبحوثين على عبارة: استخدامك للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية الحالية:	161.....
21: إجابات المبحوثين على عبارة: زادت ثقافتك السياسية أكثر منذ أن أصبحت تتصفح الصفحات السياسية	162.....

رقم الجدول	الصفحة
22: إجابات المبحوثين على عبارة: الاستخدام المكثف للصفحات السياسية ولد لديك رغبة في الانتخاب.....	163.....
23: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم بتسجيل الإعجاب على المنشور السياسي في الصفحات السياسية.....	165.....
24: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم بإعادة نشر..ومشاركة المواضيع السياسية التي تناسب مع توجهاتك.....	166.....
25: إجابات المبحوثين على عبارة: الاستخدام المكثف للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة الأوضاع في البرلمان الحالي.....	167.....
26: إجابات المبحوثين على عبارة: من خلال تصفحك للصفحات السياسية أصبحت لديك فكرة عن البرامج الانتخابية لكل مترشح.....	168.....
27: جدول مركب خاص بالاحتياجات ودرجة الاعتماد على الفيسبوك.....	169.....
28: إجابات المبحوثين على عبارة: أعتمد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على معلومات سياسية.....	171.....
29: إجابات المبحوثين على عبارة: تنمي وسائل الإعلام التقليدية روح المشاركة السياسية.....	172.....
30: إجابات المبحوثين على عبارة: قامت وسائل الإعلام التقليدية بتغطية المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة باحترافية.....	174.....
31: إجابات المبحوثين على عبارة: وسائل الإعلام التقليدية ساهمت في تحفيز الشباب على الخروج في مظاهرات ضد العهد الخامسة.....	175.....
32: إجابات المبحوثين على عبارة: وسائل الإعلام التقليدية تغطي التظاهرات المؤيدة للعهد الخامسة فقط.....	176.....
33: إجابات المبحوثين على عبارة: اعتمدت فقط على الفيسبوك في معرفة أوقات وأماكن المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.....	178.....
34: إجابات المبحوثين على عبارة: الفيسبوك يعطي حرية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى.....	179.....
35: إجابات المبحوثين على عبارة: الفيسبوك يوفر أهم مواضيع الساعة ذات الشأن المحلي الجزائري.....	181.....
36: إجابات المبحوثين على عبارة: الفيسبوك هو أفضل وسيلة في تكوين حرية الرأي والتعبير.....	182.....

رقم الجدول	الصفحة
37: إجابات المبحوثين على عبارة: هناك تعبئة كافية عبر الفيسبوك حول ضرورة التغيير السياسي في الجزائر	184.....
38: جدول مركب خاص بالقنوات البديلة ودرجة الاعتماد على الفيسبوك	185.....
39: إجابات المبحوثين على عبارة: تكون أرائك حول المترشحين من خلال ثقافتك و مستواك العلمي	187.....
40: إجابات المبحوثين على عبارة: الظروف الاجتماعية هي التي تدفعك لنشر. و التفاعل مع التظاهرات المناوئة للعهدة الخامسة	188.....
41: إجابات المبحوثين على عبارة: قناعتك بضرورة التغيير هي التي تدفعك للمشاركة في التظاهرات المناوئة للعهدة الخامسة	189.....
42: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم الأحزاب السياسية بتسويق أفكارها باحترافية	191.....
43: إجابات المبحوثين على عبارة: لديك ثقة في المعلومات المقدمة من طرف الاحزاب السياسية المعارضة	192.....
44: جدول مركب خاص بالتأثر بالفيسبوك نتيجة الخبرات والظروف الاجتماعية	193.....

رقم الشكل	الصفحة
01: تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد.....	32
02: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس.....	147
03: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن.....	148
04: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.....	149
05: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الانتماء لحزب سياسي.....	150
06: إجابات المبحوثين على عبارة: الخوف من المستقبل دفعك إلى البحث في الفيسبوك عن معلومات حول الواقع السياسي.....	152
07: إجابات المبحوثين على عبارة: أثناء تصفحك للصفحات السياسية تعطي الأولوية للقضايا الطارئة على القضايا المستمرة.....	153
08: إجابات المبحوثين على عبارة: الخوف من النظام دفعك إلى التعبير عن رأيك في الفيسبوك.....	155
09: إجابات المبحوثين على عبارة: عدم ثقتك في النظام الحالي دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.....	156
10: إجابات المبحوثين على عبارة: تنفر من وسائل الإعلام التقليدية لعدم وجود حيز للتعبير عن معتقداتك السياسية.....	157
11: إجابات المبحوثين على عبارة: عدم ثقتك في وسائل الإعلام التقليدية دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.....	159
12: إجابات المبحوثين على عبارة: استخدامك للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية الحالية:.....	162
13: إجابات المبحوثين على عبارة: زادت ثقافتك السياسية أكثر منذ أن أصبحت تتصفح الصفحات السياسية.....	163
14: إجابات المبحوثين على عبارة: الاستخدام المكثف للصفحات السياسية ولد لديك رغبة في الانتخاب.....	164
15: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم بتسجيل الإعجاب على المنشور السياسي في الصفحات السياسية.....	165
16: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم بإعادة نشر-ومشاركة المواضيع السياسية التي تتناسب مع توجهاتك.....	167
17: إجابات المبحوثين على عبارة: الاستخدام المكثف للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة الأوضاع في البرلمان الحالي.....	168

رقم الشكل	الصفحة
18: إجابات المبحوثين على عبارة: من خلال تصفحك للصفحات السياسية أصبحت لديك فكرة عن البرامج الانتخابية لكل مترشح.....	169
19: إجابات المبحوثين على عبارة: أعتد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على معلومات سياسية.....	172
20: إجابات المبحوثين على عبارة: تنمي وسائل الإعلام التقليدية روح المشاركة السياسية.....	173
21: إجابات المبحوثين على عبارة: قامت وسائل الإعلام التقليدية بتغطية المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة باحترافية.....	175
22: إجابات المبحوثين على عبارة: وسائل الإعلام التقليدية ساهمت في تحفيز الشباب على الخروج في مظاهرات ضد العهد الخامسة.....	176
23: إجابات المبحوثين على عبارة: وسائل الإعلام التقليدية تغطي التظاهرات المؤيدة للعهد الخامسة فقط.....	177
24: إجابات المبحوثين على عبارة: اعتمدت فقط على الفيسبوك في معرفة أوقات وأماكن المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.....	179
25: إجابات المبحوثين على عبارة: الفيسبوك يعطي حرية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى.....	180
26: إجابات المبحوثين على عبارة: الفيسبوك يوفر أهم مواضيع الساعة ذات الشأن المحلي الجزائري.....	182
27: إجابات المبحوثين على عبارة: الفيسبوك هو أفضل وسيلة في تكوين حرية الرأي والتعبير.....	183
28: إجابات المبحوثين على عبارة: هناك تعبئة كافية عبر الفيسبوك حول ضرورة التغيير السياسي في الجزائر.....	185
29: إجابات المبحوثين على عبارة: تكون أرائك حول المترشحين من خلال ثقافتك و مستواك العلمي.....	188
30: إجابات المبحوثين على عبارة: الظروف الاجتماعية هي التي تدفعك لنشر و التفاعل مع التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.....	189
31: إجابات المبحوثين على عبارة: قناعتك بضرورة التغيير هي التي تدفعك للمشاركة في التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.....	190
32: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم الأحزاب السياسية المعارضة بتسويق أفكارها باحترافية.....	191

33: إجابات المبحوثين على عبارة: لديك ثقة في المعلومات المقدمة من طرف الاحزاب السياسية المعارضة.....193.

مقدمة الدراسة

مقدمة:

إذا كانت أصول الاتصال، في معناه التقليدي خاصة، هي قديمة جدًا قدم البشر على الأرض، فهناك فرضية جديدة مفادها أن نشأة الاتصال في معناه الحديث - أي الاتصال كواقعة اجتماعية حاسمة ومؤثرة - ترجع فقط إلى ثمانينات القرن الماضي، وكان ذلك خاصة، بعيد اكتشاف وتطور الملتيميديا، التي نشأت بدورها نتيجة تقاطع وسائط اتصال ثلاث: التلفزيون والكمبيوتر و الهاتف، ونتيجة أيضاً لتطور الجيل الثاني للإنترنت Web2.0 وكل هذه التطورات أدت إلى إعادة تشكيل مسار العملية الاتصالية بإشراك المستخدم كجزء منها، ما جعل ملايين المستخدمين هم ملايين المنتجين.

ومنذ تلك الفترة وفرت تقنيات الاتصال والإعلام الجديدة إمكانيات حديثة لم تألفها البشرية من قبل تتصل بمجالات شتى: الإبداع، التصميم، البحث العلمي، الاقتصاد، التصرف، العمل، الخدمات وبذلك كانت هذه الوسائط الجديدة تتغلغل في كل القطاعات داخل المجتمع. وأصبحت تمثل هذه الوسائط، بالتالي، ظاهرة اجتماعية شاملة- كما يقول مارسال موس الباحث الاجتماعي وعالم الانثروبولوجيا الفرنسي - ظاهرة تحث مستخدميها على المجابهة الدائمة .

ووسائط الاتصال الجديدة تمثل مصدرا مهما لتنمية المعارف الشخصية، حول القضايا موضوع الحوار، والنقاش والجدل السياسي داخل المجتمع، بما في ذلك قضايا الإصلاح السياسي والتحول الديمقراطي، وهي بذلك تمتلك قدرة كبيرة على زيادة الوعي بعمليات صنع القرار السياسي، وكذلك التأثير فيه من خلال تطبيقاتها التي توظف تداخل الوسائط الإعلامية، عبر تقديم نصوص مدعمة بلقطات فيديو، تتضمن مشاهد لحدث ما، أو حوارات وتحقيقات تلفزيونية، إضافة إلى ملفات صوتية وروابط لوسائل إعلام أخرى، ومواقع متنوعة، ناهيك عن التعليقات و المساهمات من الجماهير، وما تقدمه من مشاركات.

وحسب محمد قيراط في مقال له بعنوان الشبكات الاجتماعية والتعبئة السياسية، صدر في جريدة البيان الإماراتية، أن وسائط الاتصال الجديدة توفر الوسائل الضرورية للتواصل الاجتماعي والوعي السياسي. فالعمل السياسي يقتضي التعبئة ويحتاج إلى اتصال وإلى تفاعل بين المجموعات المنظمة سواء كانت في الأحزاب السياسية أو تكتلات أو جمعيات معينة للمساهمة في تشكيل الرأي العام والتأثير فيه، وبالتالي التأثير في صناع القرار. ولقد وسعت وسائط الاتصال الجديدة دائرة المشاركة السياسية ومنحت للجميع فرصة تبادل المعلومات والصور والبيانات وحتى التعليق عليها. لذلك أتاحت هذه الوسائط فرص جديدة ومعتبرة للتواصل الاجتماعي وحتى للتغيير السياسي. فالمعروف أن السياسة تحتاج إلى اتصال والاتصال بدوره يحتاج إلى وسائط و معلومات وأخبار وحوار ونقاش، أي يحتاج إلى فضاء عام يلتقي فيه الناشطون و السياسيون.

والشبكات الاجتماعية هي أحد ركائز هذه الوسائط، وخاصة الفيسبوك الذي يتضمن العديد من الميزات التي تتيح للمستخدمين التواصل بسهولة ويسر مع بعضهم البعض، مثل لوحة الحائط وهي مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح له ولبقية المستخدمين إرسال الرسائل المختلفة، والنكزة التي تتيح إرسال إشارة افتراضية لإثارة الانتباه، وسمة الصور التي تسمح للمستخدمين بتحميل الصور والألبومات من هواتفهم وأجهزتهم مباشرة إلى الموقع، وكذلك سمة الحالة التي تسمح للمستخدمين بالإبلاغ عن أماكن تواجدهم سواء في العمل أو المدينة أو غير ذلك من الأماكن.

وبعد التحديثات الجديدة مع مرور الوقت، بدأت تظهر الكثير من الميزات والسمات الجديدة في الفيسبوك حيث أضافوا، التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لكل المستخدمين، هذه الخدمة تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المهمة والمرتبقة مثل أعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

ومن أفضل تطبيقات الفيسبوك أنه يسمح للمستخدمين بتحميل كم هائل من الألبومات والصور مباشرة إلى الموقع مقارنة بالشبكات الأخرى التي تسمح باستضافة الصور فقط ، إضافة إلى التعليقات وهي سمة التدوين.

مما سبق من معلومات ووصف لمميزات الفيسبوك، نفهم أنه من أفضل وأحسن شبكات التواصل الاجتماعي وأكثرها تلبية لحاجات ومتطلبات مستخدميه من أفراد المجتمع والترفيه عن انشغالاتهم الكثيرة وسط حياة مليئة بالإحداث والمشاكل.

و بما أن النظام السياسي جزءاً من بنية المجتمع، كان لا بد لهذه الشبكات هي الأخرى أن تشهد تحولات تتعلق بالحديث عن الأوضاع العامة السائدة في المجتمع خاصة الجانب السياسي الذي نحن بصدد دراسته.

حيث تعتبر التطورات و الأحداث السياسية الأخيرة في المنطقة العربية عامة و في كل من مصر وتونس وليبيا و سوريا و اليمن و السودان و الجزائر خاصة، أن هذه الشبكات لها دور مهم في العملية السياسية خاصة إنماء وتطوير الوعي السياسي لدى المجتمع، سيما الشباب بعد جمود وسكون دام لسنوات عديدة.

وانطلاقاً مما سبق سنحاول في دراستنا هذه التعرف ودراسة أثر شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" على الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، من خلال درجة اعتماد الشباب عليه في تكوين اتجاهاتهم السياسية. مستعنيين في ذلك بفروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبارها تركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقي منها المعلومات.

وللإحاطة بالموضوع و التعمق أكثر في دراسته قسمنا دراستنا إلى أربعة فصول موضحة كآتي:

- الفصل الأول: يعرض الإطار المنهجي للدراسة بدءاً بتحديد الإشكالية ثم صياغة الفرضيات، انطلاقاً من نتائج الدراسات السابقة والمثابرة و نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي

وجدنا أنها أنسب نظرية لموضوعنا الذي يبحث في تأثير الإعلام الجديد على الوعي السياسي للشباب الجزائري.

● الفصل الثاني: وسائط الإعلام الجديدة، سنتناول هنا العوامل الرئيسية لظهورها، خصائصها، تعريف الفيسبوك سنذكر نماذج عن آليات التواصل بين أعضائه، أهم مميزاته ونستعرض أيضاً في هذا الفصل العلاقة بين وسائط الإعلام الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية.

● الفصل الثالث: انعكاسات استخدام وسائل الإعلام الجديدة على الوعي السياسي. سنتعرف في هذا الفصل على العديد من المعلومات والحقائق المهمة منها: أثر وسائل الإعلام الجديدة على المشاركة السياسية للأفراد. التعرف على نماذج غير عربية في تأثير الإعلام الجديد على العملية السياسية. كذلك معرفة دور الإعلام الجديد في التغيير السياسي في العالم العربي و كذلك معرفة دور الفيسبوك في الحراك الشعبي و تحريك مطالب الإصلاح في الجزائر.

● الفصل الرابع: في هذا الفصل قمنا بتحليل البيانات و تفسير النتائج باستخدام الأساليب الإحصائية التالية: النسب المئوية و التكرارات و المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، معامل الارتباط Spearman. ثم في الأخير أجبنا على فرضيات الدراسة و ذكرنا أهم النتائج التي توصلنا إليها مع صياغة خاتمة للدراسة.

الفصل الأول:
إشكالية الدراسة وإطارها المنهجي

أولاً: إشكالية الدراسة:

1. الإشكالية:

كما أشرنا في مقدمة هذه الدراسة، شبكات التواصل الاجتماعي بدأت مشوارها في الفضاء المفتوح كوسائل فعالة لتحقيق التواصل بين مستخدميها من أفراد وحتى مؤسسات، وهذا التواصل يتحقق من خلال تقديم خدمات كثيرة، منها سهولة التواصل، وسرعة نقل المعلومات والأخبار، تعدد الوسائط، والنصية الفائقة، و النقل التجميعي، والتزامنية، و خاصة التفاعلية التي تعد من ابرز سمات هذه الشبكات أو الاعلام الجديد بصفة عامة.

و بذلك، تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي في هذا السياق أحد أهم أدوات التنشئة الاجتماعية الحديثة التي يكتسب ويتعلم من خلالها الفرد مجموعة من القيم الأساسية اللازمة لبناء شخصيته وتحديد اتجاهاته و تصرفاته. فلم تعد هذه الشبكات مصدر للمعلومات المجردة فقط ، بل أضحت ميدان للتفاعلات و التجاذبات بين القيم الجديدة التي ظهرت حديثاً نتيجة لظهور أشكال وأنماط جديدة للتواصل بين الشباب و القيم الموجودة في المجتمع .

كما أن شبكات التواصل الاجتماعي أتاحت درجة من الحرية غير مسبوقة ، و التي دفعت الشباب العربي إلى المشاركة بقوة في مناقشة قضاياها و التعبير عن نفسه وعن أفكاره بكل حرية بعيداً عن القيود البيئية التسلطية التي وضعت من قبل معظم الأنظمة الحاكمة. حيث أتاحت هذه الشبكات بيئة جديدة وفرص جديدة لم يكن من الممكن وجودها قبل ظهور هذه الشبكات، وبذلك أصبح الشباب المهتمش سابقاً و الشباب المنتمي إلى أقلية سياسية وعرقية، أصبح بإمكانه أن يناقش نفس الأزمات و المشكلات و المسائل السابقة لكن هذه المرة بدون طابوهات تقليدية أو قيود إلا ما يبتكره الشباب أنفسهم من تنظيم لمواقعهم أو مدوناتهم.

و هكذا ومع بداية الالفية الثالثة حصل تحول كبير في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت من الوسائل الرئيسية و المهمة التي لا تستطيع الشعوب الاستغناء عنها في تنظيم وحشد الاحتجاجات والمظاهرات المطالبة بالحرية والتغيير والديمقراطية، وتبدى ذلك بوضوح من خلال ما جرى من أحداث في ما سمي آن ذاك بالربيع العربي عام 2011، حتى اختصر الربيع العربي و ما رافقه من احتجاجات و ثورات بمصطلح جديد هو "ثورة الفيسبوك".

إذن مما سبق يمكننا القول أنه لا يمكن التغاضي عن الدور المهم الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في خلق منصات بديلة لوسائل الإعلام التقليدية. فقد كانت صفحات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك على وجه الخصوص) وسائط اتصال فعالة بين الشباب المحتجين والمتظاهرين، و تولت إلى قناة لتوصيل رسائلهم إلى الجماهير وحشدها وتوجيهها، ونقل الصورة كما هي من مواقع الاحتجاجات والميادين. وهذا ما أدى إلى كسر والحد من احتكار وسائل الإعلام التقليدية - التي كانت موالية في الغالب للدولة - لتدفق المعلومات، وهذا في حد ذاته يعتبر إنجاز كبير يحسب لنشطاء التواصل الاجتماعي. فقد وفروا عبر أدوات التواصل خاصة الفيسبوك ما لم يكن ممكناً أن ينقله الإعلام التقليدي.

و بذلك ساهم تزايد استعمال هذه الشبكات في تغيير كلي للعملية السياسية بصفة عامة، وأصبح فاعلو الحقل السياسي أكثر توجهها إلى استعمالها في إطار المهام التي يتولونها، وداخل حتى الأجندة المتحركة في تحركاتهم: من اتحادات، أحزاب سياسية، حكومات. ثم إن هذا الاتجاه والتغيير مس أيضاً الشباب حيث أعطاهم فرصة القيام بأنشطة مختلفة ومتعددة، منها اكتساب معرفة ووعي سياسي جديد بعيد عن ضغوط مؤسسات الإعلام التقليدية.

وفي دراستنا هذه سنحاول تسليط الضوء على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" باعتباره نوع من الإعلام الجديد، ونريد البحث في تأثيراته على الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، من خلال درجة اعتماد الشباب عليه في تكوين اتجاهاتهم السياسية، وتتمثل إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

إلى أي مدى يمكن للفيس بوك تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري؟

ونسعى في الجانب النظري من هذه الدراسة في الإجابة على بعض الأسئلة التالية:

✓ ماهي خصوصيات الفيسبوك ضمن وسائط الإعلام الجديد؟

✓ هل يعتبر موقع الفيسبوك بديلاً عن وسائل الإعلام التقليدية؟

✓ ماهي انعكاسات استخدام الفيسبوك على الشباب الجزائري؟

2. فرضيات الدراسة:

إن قدرة موقع الفيسبوك على تحقيق أكبر قدر من التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب، يزداد عندما يقوم بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير.

وتتدرج من هذه الفرضية عدة فرضيات فرعية:

الفرضية الأولى:

يكون الشباب أكثر اعتماداً على الفيسبوك من أجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي، في حالة عدم الاستقرار.

الفرضية الثانية:

يكون موقع الفيسبوك مهماً للشباب وتزداد درجة اعتمادهم عليه من أجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي في حالة إشباعه لاحتياجاتهم.

الفرضية الثالثة:

تزداد درجة اعتماد الشباب على موقع الفيسبوك في حالة ضعف القنوات البديلة في تزويدهم بمعلومات حول الواقع السياسي.

الفرضية الرابعة:

قد يكون سبب تأثر الشباب بالمعلومات السياسية التي يقدمها موقع الفيسبوك، نتيجة لخبراتهم السابقة ونتيجة لظروف الاجتماعية المحيطة.

3. أهمية الدراسة:

يعتبر هذا الموضوع الذي يستهدف شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيراتها، حدث الساعة لما له من تأثير بالغ على الحياة السياسية و الاجتماعية للأفراد في الجزائر، خاصة فئة الشباب. كما تكمن أهميته في قلة الدراسات والأبحاث المشابهة التي درست في هذا المجال خاصة الدراسات التي انطلقت من مقاربة نظرية تفسر هذه التأثيرات، كذلك حداثة الموضوع وأهميته العلمية، تقتضي تسليط الضوء عليه وتوثيقه، وفهمه، واستخلاص النتائج منه.

إضافة إلى إسهام الدراسة في تطوير معارف جديدة لدى الدارسين والمعنيين - في الحقل السياسي و الإعلامي - في الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام الجديد خاصة شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الشباب، وصياغة الأحداث على الساحة السياسية الوطنية.

4. أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي للدراسة هو الوقوف على الدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك في إنماء الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، من خلال:

- الكشف عن مدى اعتماد الشباب الجزائري على موقع الفيسبوك في فهمه للقضايا السياسية الراهنة.

- التعرف إلى دور موقع الفيسبوك في التأثير على المعرفة السياسية لدى الشباب الجزائري

- الوقوف على دور موقع الفيسبوك في التأثير على استخدام وسائل الإعلام التقليدي في نشر المعرفة السياسية.

5. أسباب اختيار الموضوع :

توجد العديد من الأسباب والدوافع التي جعلتنا نبحت في موضوع هذه الدراسة فمنها ما هو موضوعي ومنها ما هو شخصي، فأهمية الموضوع ألا وهو: الإعلام الجديد وإنماء الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، والتي أصبحت حقيقة، لا بد من البحث فيها وتفسيرها بعد أن أصبح الشباب الجزائري يعيش على وقع هذه الوسائط الجديدة خاصة شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت اليوم تقوم بدور وسائل الاعلام التقليدية أو على الأقل مكمل لها في عملية نقل أغلب أنواع الرسائل الإعلامية، خاصة المعلومات السياسية، بالإضافة إلى قلة الدراسات كما أشرنا لذلك سابقاً المتعلقة في هذا الجانب، ورغبة منا أيضا في تقديم بحث جاد علمي قد يفيد أهل الاختصاص في هذا المجال و يساهم في إثراء التراث العلمي.

6. تحديد المفاهيم:

تكتسب الحقائق والأشياء قيمتها من المعنى والصور المشتركة التي يرسمها الأفراد، ويتفقون عليها في البيئة الواحدة، وهذه المعاني والصور تصاغ في شكل رموز دالة بحيث تستدعي هذه الرموز بمجرد ذكرها للمعاني والصور التي تعبر عنها. ويعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراسته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات والتعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم تظهر حاجتنا إلى هذه المرحلة لكي نحدد من خلالها جملة من المفاهيم والتي غالبا ما تتصادم في ذهن الباحث مع مفاهيم متشابهة.⁽¹⁾

(1) لارامي و فالي: البحث في الاتصال - عناصر منهجية - ترجمة فضيل دليو وآخرون، مخبر علم الاجتماع ، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2004م، ص 132.

ويجب أن تتسم مفاهيم البحث بـ: بالدقة والوضوح حتى يستطيع القارئ أن يدرك بسهولة ما يريده الباحث، وحتى يتمكن الباحث نفسه من المضي قدماً في حل مشكلته دونما لبس أو غموض قد ينتج من ترادف المعاني والأفكار. وتقوم المفاهيم بعدة وظائف، لعل أهمها توجيه الباحث من خلال تحديد المفاهيم للمنظور، وكذا تسهيل تحديد العلاقة بين متغيرات الظاهرة.⁽¹⁾

وللتقرب أكثر من موضوع دراستنا، كان لزاماً علينا تحديد بعض المفاهيم المتعلقة بدراستنا

هذه، ومن بين المفاهيم نجد:

1.6. الإعلام الجديد:

تعريف مصطلح الجديد لغة: جمع أجدّة وجُدّد وجُدّد: صفة مشبّهة تدلّ على الثبوت من جدّ:

مبتكر، مستحدث، خلاف القديم.²

التعريف الاصطلاحي:

مفهوم الإعلام الجديد أو (new media) باللغة الإنجليزية يشير عموماً إلى التمازج بين

تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماءه ولم تتبلور

خصائصه النهائية بعد⁽³⁾. أما في اللغة الفرنسية فنجد تعبير nouveaux médias ويدل على

التكنولوجيات المتاحة سنوات 1970 (من الفضائيات والاتصالات السلكية والراديو والتلفزيون) وفي

سنوات الثمانينات دلت على ذلك التزاوج الحاصل بين الاتصالات عن بعد والإعلام الآلي وهي مرتبطة

(1) كامل محمد المغربي: أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعي، دار الثقافة للنشر، عمان، 2006م، ص. 124.

² منجد اللغة والإعلام.

(3) فضيل، دليو: التكنولوجيا الجديدة والاتصال: المفهوم – الاستعمالات – الأفاق، ط1، عمان، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص، 35.

بالتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، وفي سنوات التسعينات حصل تزواج بين الاتصال السمعي- بصري و الإعلام الآلي والاتصالات عن بعد المتعددة الوسائط والاتصال على الخط المباشر وخارجه.(1) وعلى العموم يمكننا القول: " الإعلام الجديد هو إعلام حقبة المعلومات، فهو وليد لامتزاج ظاهرتين هما: ظاهرة تفجر المعلومات (Information Explosion) ، و ظهور عصر الاتصالات عن بعد (Telecommunication)، ويتميز هذا الإعلام بالاعتماد على شبكة الانترنت عامة، وعلى تطبيقات الويب 2.0 على وجه الخصوص، في إنتاج المعلومات وتخزينها وتوزيعها، ويتميز أيضا بخاصية التفاعلية بين المستخدمين (Interactivity)، هذه الخاصية أضافت بعدا جديدا إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد. وما يميز الإعلام الجديد أيضا أنه إعلام متعدد الوسائط (Multimedia) ، وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص الكتابي والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة و تأثيرا. " (2)

فالإعلام الجديد هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين.

إذن، فالإعلام الجديد تركز مفهومه في مرحلة شيوعه على الأدوات وهي أدوات وسائل الاتصال الحديثة خصوصا المرتبطة بالإنترنت، ومؤخرا برز هذا المصطلح بشكل أكبر، فعقدت لأجله العديد من الندوات واللقاءات. هنا لابد من الاعتراف بصعوبة تقديم تعريف محدد للإعلام الجديد، فعلى الرغم من

(1) Francis Balle: **dictionnaire des medias**, la rousse, paris,1998,p.p.164-165.

(2) سميرة شيخاني: **الإعلام الجديد في عصر المعلومات**: مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول، دمشق، 2010، ص 442.

ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية، مازال تنظيره تأنها بين العلوم الإنسانية ونظريات المعلومات والاتصال.

ومن خلال العرض السابق لمفهوم "الإعلام الجديد"، يمكننا أن نستنتج، بأن هذا المصطلح لم يتم الاعتراف به من قبل المهتمين والخبراء، لأن مصطلح الإعلام بحد ذاته هو موضوع جدل ونقاش منذ القدم، ولهذا نجد الكثير من الباحثين يفضلون اعتماد مصطلح "الإعلام البديل" بعد ظهور أشكال جديدة من الإعلام والاتصال لم نشهدها من قبل، وبظهور فاعلين جدد على الساحة الإعلامية، لذلك نجد الباحثين -في هذا المجال- يعتمدون مصطلح الوسائط الجديدة ووسائل الاتصال. مع إبقاء "الإعلام الجديد" بين شولتين⁽¹⁾.

2.6. الشبكات التواصلية الاجتماعية:

يطلق مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي على مجموعه من المواقع على شبكة الانترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب او ما يعرف باسم web نتج عنه التواصل بين افراد في بيئة المجتمع افتراضي يجمعهم على وقف مجموعات اهتمام او شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة) ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل الرسائل أو الاطلاع على ملفات شخصية للآخرين ومعرفة اخبارهم والمعلومات المتاحة للعرض.

ويعرفها الشريف اللبان بأنها "خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية profil عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد ويمكنهم وضع قائمه لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال

(1)مي عبد الله، عبد الكريم شين: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الاتصال، ط01، بيروت: دار النهضة العربية، 2014، ص47.

ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام، وهي تدعم المراسلة والتشارك وتجمع الأفراد الذين لديهم اهتمام مشترك خاصة المواضيع السياسية⁽¹⁾.

وتعرف الشبكات الاجتماعية بأنها شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والاصدقاء كما تمكن الاصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض، ويعد طول النواة وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي والتبادل الصور وغيرها من الامكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.

وكما أنشئت (الشبكات الاجتماعية) بغرض جمع المستخدمين والاصدقاء العمل، الدراسة، ومشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات واهتمامات وانشطه جديده، كما تقدم مجموعه من الخدمات للمستخدمين كمشاركه الملفات والمحادثة الفورية والبريد الإلكتروني ومقاطع الفيديو، والصور والتدوين، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا فيسبوك (أكثر شعبية حول العالم).

3.6. الشبكة الاجتماعية (الفيسبوك) :

"موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يستطيع أي شخص الاشتراك فيه مجانا، وتديره حالياً شركة "ميتا" و هي شركة خاصة محدودة المسؤولية، فالمستعملون يستطيعون الانضمام إلى أي جماعة افتراضية سواء كانت هذه المجموعات محلية أو إقليمية وحتى عالمية، وذلك بغية التواصل و التفاعل مع الآخرين. كذلك يستطيع المستخدمون إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم، وإرسال الرسائل إليهم سواء كانت صور أو رسائل وأي نوع من الملفات، ويعتبر صفحة تعريفية لمستخدميه حيث يسمح لهم بتحديث ملفاته ومعلوماتهم باستمرار .

(1) منى بن عون: الشبكات الاجتماعية وتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري: دراسة تحليلية ميدانية لعينة من الشباب الجامعي- جامعة تبسة نموذجاً-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة باجي مختار عنابة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2017، ص 36.

إذا الفيسبوك هو موقع اجتماعي أطلق في الرابع من فبراير 2004 ، حيث يسمح هذا الموقع كما أشرنا سابقا للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من نفس الموقع تصب في منطقة جغرافية معينة - مدرسة معينة مثلاً- ومؤسس الموقع مارك زوكربيرغ **Mark Zuckerberg** أسس الموقع حين كان طالبا في جامعة هارفارد وكان الموقع في البداية مخصصا فقط للطلبة في جامعة هارفارد ثم بعد ذلك أصبح الموقع متاح ومجاني للجميع يمكن الاشتراك فيه من جميع أنحاء العالم عن طريق فتح حساب مجاني فقط، ويبلغ عدد مستخدمي الفيسبوك حاليا أكثر من 2.8 مليار مستخدم حسب أحدث تقرير عالمي الذي صدر بعنوان "ديجيتال 2021" ، حيث يوجد في الجزائر لوحدها 25 مليون مشترك لشبكات التواصل الاجتماعي⁽¹⁾، ويبقى هذا الرقم دائما مرشحا للارتفاع خاصة في المنطقة العربية لما تشهده من حراك اجتماعي وسياسي كان الفيسبوك أحد أسباب ظهوره.

4.6. الوعي السياسي:

يعد الوعي السياسي من المصطلحات السياسية، ومعناه قدرة الإنسان على فهم الأوضاع والقضايا والمشاكل السياسية في البلد الذي يعيش فيه، أو على مستوى العالم، بحيث تكون لديه القدرة على تحليل وربط الأحداث، وتحديد استنتاجات مختلفة بشأنها، وهذا الوعي يدفعه بشكل مستمر إلى تغيير الوضع القائم وتطويره بما يتناسب مع قناعاته⁽²⁾.

من. تاريخ الزيارة 2021 ، **datareportal** . (11 FEBRUARY, 2021) .(SIMON KEMP)⁽¹⁾
 datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>

(2) آمنة حمراني: دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي في الوطن العربي - دراسة وصفية. مجلة الأداب والعلوم الانسانية ، 2013 ص 120.

كما يعرف أيضا، على أنه: إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الإقليمي والدولي، ومعرفة طبيعة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تحيط به، ومعرفة مشكلات العصر المختلفة، وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنياً وعالمياً⁽¹⁾.

إذا هو الفهم العام للمناخ السياسي وما يحركه من تجاذبات ومخططات من الفاعلين السياسيين داخل القطر أو حتى خارجه. أي هو مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته: يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها.

7. الدراسات السابقة والمثابرة:

تعتبر الدراسات السابقة من أهم خطوات البحث العلمي، حيث يلجأ إليها الباحث بعد تحديده الموضوع الذي يريد أن يبحث فيه مباشرة، لذلك فهي مهمة جدا في توجيه وترتيب أفكار الباحث ومساعدته على معرفة الخطوات الصحيحة التي يمكن أن ينتهجها في دراسته، وأهم الجوانب التي يمكن التطبيق إليها، بحيث يستفيد من مضمونها ومنهجية وخطوات إنجازها وما يستخلصه الباحث من النتائج المتواصل إليها، هذه الأخيرة تساعده على صياغة إشكالية موضوعه و وضع الفرضيات.

ومن أبرز الدراسات التي اعتمدنا عليها في موضوعنا هذا ما يلي:

دراسة Philip N. Howard and Muzammil M. Hussain بعنوان:

(2) Democracy's Fourth Wave, Digital Media and the Arab Spring

وتهدف الدراسة إلى:

(1) اسماعيل شرقي: دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي السياسي في الوطن العربي - دراسة وصفية- . مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 6، العدد الأول، 2021، ص 125.

(2) Philip N. Howard and Muzammil M. Hussain: **Democracy's Fourth Wave, Digital Media and the Arab Spring**, Oxford Studies in Digital Politics, USA, 2013.

- معرفة دور وسائل الإعلام الرقمية في الانتفاضات السياسية والتحول الديمقراطي.
- معرفة انعكاسات تلك الأحداث على التحول الديمقراطي فعليا.
- معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس خاصة وكيف أثر فيما بعد وألهم العديد من الدول العربية خاصة مصر.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- أن شبكات التواصل الاجتماعي أضحت بمثابة الدعامة التي يمكن أن يقوم عليها المجتمع المدني، حيث منحت التكنولوجيا الجديدة الناشطين أشياء لم تكن في حوزتهم من قبل، وقد أتاحت هذه الشبكات تعبئة كبيرة ضد الحكام الدكتاتوريين، فشبكات التواصل الاجتماعي لعبت دور كبير في عملية التغيير الذي حدث في أكثر من قطر عربي.

دراسة عبد الحكيم عبد الله عمر مكارم بعنوان:

"دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي"- دراسة ميدانية على طلاب

الجامعات اليمنية - (1)

تهدف الدراسة إلى:

- الكشف عن مدى تأثير وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أظهرت اهتماما مرتقعا لدى شباب الجامعات اليمنية بمتابعة القضايا السياسية العربية والدولية والمحلية وما تعرضه وسائل الإعلام من مواد ووقائع وما يطرح من مشكلات

سياسية.

(1) عبد الحكيم عبد الله عمر مكارم: "دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي"- دراسة ميدانية على طلاب الجامعات اليمنية" رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2009.

- جاءت وسائل الإعلام في مقدمة الوسائل والمصادر التي يعتمد عليها شباب الجامعات اليمنية في المشاركة في العمل السياسي كالانتماء السياسي، والإدلاء بالصوت في الانتخابات، والمناقشة السياسية بينما احتلت الأسرة والأصدقاء وزملاء الدراسة مراكز تالية.

غير أن دراستنا تختلف عنها، في أنها تحاول تغطية أثر شبكات التواصل الاجتماعي.

دراسة أحمد أمين فورار بعنوان:

"أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسية للطلاب الجامعي"-دراسة استطلاعية لعينة من الطلبة الجامعيين-(1)

تهدف الدراسة إلى:

- تشخيص تجربة وسائل الإعلام الجديدة العالمية و العربية و الجزائرية بصورة عامة، و معرفة مدى انعكاس محتواها على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين.

- معرفة مدى تعرض الطلبة الجامعيين لمضامين وسائل الإعلام الجديدة السياسية، ومدى تقبلهم لها، وانعكاسها على وعيهم السياسي.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- أنه يتوقع أن يتعاظم التأثير السياسي لوسائل الإعلام الجديدة مستقبلاً، وهذا بناء على مؤشرات تم التوصل إليها في الدراسة الميدانية.

- أن وسائل الإعلام الجديدة تساهم في أداء وظيفة سياسية مهمة، حيث أنها تقوم بتثمين المعارف السياسية للطلبة الجامعيين في الجزائر.

(1) أحمد أمين فورار: "أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسية للطلاب الجامعي"-دراسة استطلاعية لعينة من الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 03، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2011.

دراسة الباحثين: غزالي محمد، صابر لامية بعنوان:

"انعكاسات الاعتماد على شبكات الإعلام الاجتماعي في تحصيل المعرفة العلمية"- دراسة ميدانية في

ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام⁽¹⁾

تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على خصائص شبكات الإعلام الاجتماعي كمصادر للمعرفة الإنسانية والعلمية.
 - محاولة الكشف عن دوافع المستخدمين في الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر أساسية للحصول على المعلومات.
 - التعرف على أنواع المعرفة المستقاة من شبكات الإعلام الاجتماعي وأنماط نشرها.
 - الكشف عن انعكاسات هذه الوسائط على اكتساب المعرفة العلمية السلبية منها والايجابية.
- ومن اهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تتصدر الفيسبوك قائمة شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة لدى افراد العينة بنسبة تقدر ب 66 بالمئة....
- يعتمد ما نسبته 97.87 بالمئة من أفراد العينة على شبكات الإعلام الاجتماعي في الحصول على المعلومات العامة والتثقيفية والدينية.
- وتوصلت الدراسة أيضا إلى أن شبكات الإعلام الاجتماعي قد كسرت هيمنة النخبة المتقفة على امتلاك المعرفة و بكسر الفجوة المعرفية بين الأفراد.

(1) غزالي محمد، صابر لامية: انعكاسات الاعتماد على شبكات الإعلام الاجتماعي في تحصيل المعرفة العلمية- دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، عدد 27، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.

دراسة هويدا محمد عزوز بعنوان:

"دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الشباب المصري نحو القضايا السياسية بعد ثورة

25 يناير"⁽¹⁾

تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط اتصالي.
- معرفة أجندة القضايا السياسية على صفحات الفيسبوك و مقارنتها بأجندة القضايا السياسية لدى الشباب.
- التعرف على مدى تأثير المتغيرات الوسيطة علي ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى أفراد العينة(المتغيرات الديموغرافية - الاتصال الشخصي-وسائل الاتصال الأخرى- درجة الاعتماد علي موقع التوصل الاجتماعي).

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- يوجد ارتباط ايجابي بين ترتيب أجندة شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا من ناحية وبين ترتيب أجندة أفراد العينة للقضايا السياسية المنشورة على الصفحات عينة الدراسة من ناحية أخرى.
- يوجد ارتباط ايجابي بين ترتيب أجندة أفراد العينة للقضايا السياسية المصرية بين ترتيب أجندة أفراد العينة للقضايا السياسية العربية والدولية.

(1) هويدا محمد عزوز: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الشباب المصري نحو القضايا السياسية بعد ثورة 25 يناير، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنوفية كلية الآداب، قسم الإعلام، 2014.

- يوجد ارتباط طردي ايجابي بين معدل الاتصال الشخصي حول القضايا السياسية المنشورة علي موقع التواصل الاجتماعي وبين ترتيب أهمية هذه القضايا حسب مدركات الشباب مستخدمي موقع الفيسبوك وتويتر .

دراسة عبد الله ممدوح مبارك الرعود بعنوان:

"دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين" (1)

تهدف الدراسة إلى:

- معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في التهيئة والتحريض على الاحتجاجات كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس ومصر .
- معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس ومصر .
- معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس ومصر .

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في عملية التهيئة والتحريض على الاحتجاجات في كل من مصر وتونس .
- كان لشبكات التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي في كل من تونس ومصر .

(1) مبارك الرعود عبد الله ممدوح: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر وتونس من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011.

- أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام الإقليمي والعالمي وشكلت رأي عام إيجابي اتجاه ثورتي مصر وتونس من خلال بثها للأخبار موثقة بالصوت والصورة.
- أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على الإعلام التقليدي وأصبحت مصدرا رئيسيا في متابعة الأخبار.

دراسة أحمد محمد حسن رفاعي بعنوان:

"العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية"⁽¹⁾

تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على درجة اعتماد الشباب المصري على مواقع التواصل الاجتماعي في اكتسابهم القيم والمعارف السياسية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب المصري في الحصول على المعلومات عن القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي و اكتسابهم بعض القيم السياسية.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة اهتمام الشباب المصري بقراءة الأخبار السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية.

- من أهم دوافع استخدام الشباب المصري عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، أنها توفر لهم ما يحتاجون إليه من معلومات سياسية، و التعرف على آراء الآخرين و

(1) أحمد محمد حسن رفاعي: العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2014.

تعليقاتهم على الموضوعات السياسية، كما توفر لهم مساحة للحرية المتاحة في التعبير عن الرأي و المشاركة السياسية.

دراسة أسامة محمد عبد الرحمن بعنوان:

" دور الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري"⁽¹⁾

تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على درجة اعتماد الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في الفيسبوك في اكتساب المعلومات حول قضايا الفساد.
- ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:
- يعتبر الفيسبوك المصدر الأول للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد في مصر عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين زيادة اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك و حصولهم على المعلومات حول قضايا الفساد في مصر.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي (ذكور وإناث) في درجة الوعي بقضايا الفساد في مصر من خلال الاعتماد على الفيسبوك لصالح الذكور.

دراسة شيماء ذو الفقار بعنوان:

"دور وسائل الإعلام الاجتماعية في التعبئة السياسية قبيل ثورة 25 يناير"⁽²⁾

تهدف الدراسة إلى:

-
- (1) أسامة محمد عبد الرحمن حسانين: دور الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الاطفال، 2014.
- (2) شيماء ذو الفقار: دور وسائل الإعلام الاجتماعية في التعبئة السياسية قبيل ثورة 25 يناير، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثالث، يناير- يونيو، 2011، ص ص 298-327.

- التعرف على حجم استخدام الشباب الجامعي المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وأثر ذلك في اكتساب المعلومات و التعبئة السياسية قبل الثورة المصرية.
 - التعرف على دوافع التعرض لشبكات التواصل الاجتماعية.
- ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:
- هناك علاقة ارتباطيه بين حجم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي و مستوى التعبئة السياسية و المشاركة في أنشطة مدنية.
 - أن المتغيرات السياسية مثل: مستوى الكفاءة السياسية و مستوى الاهتمام السياسي و الاتجاه نحو النظام السياسي و الانتماء السياسي، و متغيرات نفسية مثل متغير التمكين النفسي بأبعاده الثلاثة (الكفاءة الذاتية و الرغبة في التحكم والكفاءة السلوكية)، و متغيرات متعلقة بدوافع التعرض لوسائل الإعلام الاجتماعية خاصة دوافع التأثير السياسي، و متغيرات ديموغرافية متمثلة في مستوى التعليم ونوعيته، كلها عوامل مؤثرة في عملية التعبئة السياسية.

دراسة أحمد محمد منير أمين غمري بعنوان:

"دور الشبكات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي" فيسبوك" في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية"⁽¹⁾

تهدف الدراسة إلى:

- معرفة دور الشبكات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك Face book في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية.

(1) أحمد محمد منير أمين غمري: دور الشبكات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2016.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- ازدياد مضطرب في أعداد المتابعين لمواقع الشبكات الاجتماعية والشبكات الإخبارية الجديدة على تلك المواقع، مما أدى إلى التأثير في معارف الشباب واتجاهاتهم السياسية نحو مختلف القضايا في المجتمع المصري.

دراسة أحمد شريف بسام بعنوان:

" دور وسائط الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في العالم العربي الجزائر " أنموذجاً ⁽¹⁾

تهدف الدراسة إلى:

- إلى تفسير انعكاسات استخدام وسائط الاتصال الجديدة على العمل السياسي والمشاركة السياسية للطالب الجامعي من خلال تأثيرها وتوجيهها للرأي العام. بالإضافة إلى التعرف على أهم دوافع الطلبة الجامعيين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- كما تهدف إلى التعرف على الإشباع المتحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع الشبكات الاجتماعية، ورصد تأثير استخدام الطلبة الجامعيين لوسائط الاتصال الجديدة على وسائل الإعلام التقليدية، وتهدف الدراسة أيضا على محاولة ضبط العديد من المفاهيم المتعلقة بالبحث كالتغيير السياسي ووسائط الاتصال الجديدة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن أهم دوافع أفراد العينة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هي: الحصول على المعلومات ومواكبة الأحداث الجارية، حرية التعبير عن الآراء و اكتساب ثقافة ومعارف جديدة.

(1) أحمد شريف بسام: دور وسائط الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في العالم العربي الجزائر " أنموذجاً " دراسة وصفية تحليلية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين لمواقع الشبكات الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 3، كلية الإعلام، قسم الإعلام، 2017.

- تعبر المواضيع السياسية والتعليمية، والاقتصادية والاجتماعية، أهم المواضيع التي يفضل أفراد العينة المشاركة والتفاعل معها من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.
- أن وسائط الاتصال الجديدة لم تخلق التغيير، ولكن ساعدت على قيامه واستمراره ونجاحه.

دراسة جيهان حسن أمين حسين بعنوان:

"دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي- دراسة حالة لشباب ثورة 25 يناير"⁽¹⁾
تهدف الدراسة إلى:

- معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لشباب ثورة 25 يناير
- وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد قامت الباحثة بإعداد استبيان وتطبيقه على الشباب من سن 18 حتى 35 عام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وأعدت استمارة تحليل مضمون وقد قامت بتحليل صفحة كلنا خالد سعيد على الفيسبوك لمدة ثلاث شهور.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن الفيسبوك من شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات أثناء ثورة 25 يناير.
- إرتفاع نسبة الشباب الذين اعتمدوا على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات أثناء ثورة 25 يناير بدرجة كبيرة.

(1) جيهان حسن أمين حسين: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي- دراسة حالة لشباب ثورة 25 يناير، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، معهد الدراسات التربوية، قسم تعليم الكبار، 2014.

دراسة أحمد طه محمد إبراهيم بعنوان:

"دور المضامين السياسية على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تنمية الوعي السياسي للمراهقين"⁽¹⁾

تهدف الدراسة إلى:

- رصد التأثير السياسي لموقع الفيسبوك على المراهقين، وذلك من خلال التعرف على أهمية موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تنمية الوعي السياسي للمراهقين من سن (14-16) بالأحداث السياسية المختلفة.
 - تحديد أهم الأسباب التي تدفع المراهقين لاستخدام الفيسبوك ومتابعة المضامين السياسية عليه.
 - كذلك تحديد دور الأسرة في الرقابة على الأبناء في استخدامهم للوسائل الإعلامية المختلفة، ودور المدرسة والمؤسسات التعليمية المختلفة في تنمية الوعي السياسي للمراهقين .
- ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:
- أن التعرض للمضامين السياسية على الفيسبوك يؤدي إلى ارتفاع الوعي السياسي للمبجوثين.

(1) أحمد طه محمد إبراهيم: دور المضامين السياسية على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تنمية الوعي السياسي للمراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2016.

دراسة بن عون منى بعنوان:

" الشبكات الاجتماعية و تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري " (1)

تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على واقع استخدام الشباب الجزائري للشبكات الاجتماعية.
- التعرف على مدى اهتمام الشباب الجزائري بالحياة السياسية في الجزائر.
- محاولة التعرف على نوع العلاقة وطبيعة الدور الذي يمكن أن تلعبه الشبكات الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والمعرفة السياسية لدى الشباب الجزائري.
- إبراز دور الشبكات التواصلية الاجتماعية في إحداث التغيير السياسي والاجتماعي وإبراز علاقتها بالسلوك السياسي للشباب الجزائري.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- الشباب الجزائري يستخدم الشبكات الاجتماعية، ويأتي الفيسبوك في المرتبة الأولى.
- الشبكات الاجتماعية توفر للشباب هامش أكبر من الحرية للتعبير عن آرائهم السياسية.
- الشبكات الاجتماعية ساهمت في زيادة المعلومات السياسية للشباب وبالتالي تدعيم آراءهم السياسية وهذا ما يؤدي إلى سلوك سياسي يترجم من خلال ظهور مواقف سياسية جديدة.

(1) منى بن عون: الشبكات الاجتماعية وتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري: دراسة تحليلية ميدانية لعينة من الشباب الجامعي- جامعة تبسة نموذجًا، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة باجي مختار عنابة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2017.

دراسة يسري صيشي بعنوان:

"دور الإعلام الجديد في ترتيب أولويات النخبة تجاه القضايا السياسية الراهنة"⁽¹⁾

تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على استخدامات و أنماط تعرض الأساتذة الجامعيون للخدمة الإخبارية من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية.
- التعرف على أهم القضايا السياسية الراهنة(الوطنية والعربية) التي يتابعها الأساتذة الجامعيون من خلال المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية.
- التعرف على مدى تطابق أجندة المواقع الإخبارية وصفحات الفيسبوك الإخبارية الجزائرية مع أجندة الأساتذة الجامعيين تجاه القضايا السياسية الراهنة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية الراهنة لدى الأساتذة الجامعيين في الجزائر و ترتيب القضايا السياسية الوطنية والعربية ذاتها في المواقع الإخبارية والصفحات الإخبارية.
- أيضا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب القضايا السياسية الوطنية و العربية الراهنة في المواقع الإخبارية وترتيب ذات القضايا السياسية في الصفحات الإخبارية الجزائرية على الفيسبوك.

(1) يسري صيشي: دور الإعلام الجديد في ترتيب أولويات النخبة تجاه القضايا السياسية الراهنة- دراسة حول عينة من الأساتذة بالجامعة الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة صالح بونيدر- قسنطينة، قسم الاتصال والعلاقات العامة، 2019.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة والمشابهة لموضوعنا ساعدتنا في توفير الأرضية العلمية والرصيد المعرفي اللازم لصياغة الإشكالية بشكل دقيق، ووضع التساؤلات والفرضيات واختيار نوع الدراسة والمنهج الملائم ومن ثم تحديد مجتمع وعينة الدراسة. بالإضافة إلى كل ذلك تحديد الإطار النظري للدراسة حتى نتجنب التكرار.

وبعد قراءتنا واطلاعنا على الدراسات المشابهة لموضوعنا: **الإعلام الجديد وإنماء الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري -دراسة لعينة من مستخدمي الفيسبوك-** وجدنا الكثير من الدراسات التي تناولت تقريبا نفس الموضوع خاصة في الشق الخاص بدور شبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي، فالكثير من هذه الدراسات تناولت نماذج عن دور هذه الوسائط في التغيير السياسي و البعض منها تناول دورها في ثورات الربيع العربي و البعض تناول دورها في نشر المعرفة بثتى أنواعها، أما في دراستنا فقد ركزنا على متغير مستقل واحد فقط الذي هو الفيسبوك و بحثنا في أثره على المتغير التابع الوعي السياسي و هذا ما جنبنا تأثير المتغيرات الوسيطة والمحيطية التي غالبا ما تشتت انتباه الباحث عن موضوع بحثه، وهذا ما تجنبناه في هذه الدراسة من خلال الدراسة الميدانية حيث استطعنا قياس أثر شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في الفيسبوك على إنماء الوعي السياسي لدى الشباب، من خلال قياس اتجاهاتهم حول بعض العبارات التي تقيس الوعي السياسي.

ثانياً: الإطار النظري للدراسة:

تساعد مجموعة المعارف والخبرات المكتسبة في التعرف على أية مشكلة يواجهها الباحث، وتعتبر كذلك بعد تصنيفها بدائل يختار منها الباحث ما يتفق مع طبيعة المشكلة وأبعاد النتائج المتوقعة، أي باحث يدرس موضوع معين يجب أن يكون متخصص وملم بجميع النظريات المتعلقة بموضوعه، هذا الإلمام يجعله قادراً على تصنيف الموضوع الذي يدرسه وفق نظرية أو منظور معين، وبما أن النظريات الإعلامية المعروفة اليوم في علوم الإعلام والاتصال لم تعد مسلماتها وفرضياتها كافية في تفسير التغيرات التي طرأت على بنية مجتمعات اليوم (مجتمعات الحداثة وما بعد الحداثة)، الأمر الذي يدفعنا إلى البحث عن تطوير نظرية إعلامية جديدة تكون أكثر قدرة في تفسير وتوضيح ما طرأ على هذه المجتمعات من تغيرات سياسية، واجتماعية، وثقافية، ومع ذلك فإننا مضطرون إلى الاعتماد على النظريات الإعلامية المعروفة، حتى تتضح لنا معالم نظرية إعلامية حديثة تفسر لنا تأثيرات الإعلام الجديد على مجتمعات اليوم.

1. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: Media Dependency theory

بعد الاطلاع على العديد من نظريات الإعلام ووجدنا أن أنسب نظرية لموضوعنا الذي يبحث في الإعلام الجديد وإنماء الوعي السياسي للشباب الجزائري، هي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبارها تركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقي منها المعلومات.

قدم كل من "ديفلير وروكيتش *Defleur & Ball Rokeach*" نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام

(*Dependency Model of Mass Communication or Media Dependency*) لأول مرة عام 1976.

وتهدف هذه النظرية بشكل رئيسي إلى الكشف عن أسباب التفاوت في أثر وسائل الإعلام على النظام الاجتماعي والجمهور، حيث يكون لها أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تأثيرات غير مباشرة

وضعيفة نوعاً ما. وحسب تصنيفات الكثير من الباحثين والمهتمين بهذا الحقل المعرفي والنظري الخاص بوسائل الإعلام، فإن هذه النظرية (الاعتماد على وسائل الإعلام) تصنف على أنها من نظريات التأثير المعتدل⁽¹⁾.

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش داخله، وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل وظيفتها ونقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف، وهذا الاحتمال سوف يزداد قوة في حالة تواجد عدم استقرار بيني في المجتمع بسبب الصراع والتغيير⁽²⁾.

ويعتبر تفسير ميلفين ديفلير و روكيتش لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجالاً تطبيقياً متميزاً لتأثير الاعتماد على وسائل الاتصال الرقمي، حيث أنهم يفترضون قيام علاقة الاعتماد على دعمتين رئيسيتين تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلبى حاجاته و تحقيق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الأهداف، وإذا كانت أدوار الرقابة و التحكم في المعلومات - كمخرجات للعملية الإعلامية- واضحة في وسائل الإعلام التقليدية مما يحد من الاعتماد على وسائل الإعلام في بعض الظروف. فإن نظام المعلومات في الاتصال الرقمي يؤكد لدى الفرد موثوقية هذا النظام و صلاحيته لتحقيق أهدافه.⁽³⁾

(1) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 6، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2006، ص 314.

(2) أنها عبد المقصود.(نوفمبر 2018). نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: الأسس والمنطلقات، المعهد المصري للدراسات، تاريخ الزيارة 5 فيفري 2020، من <https://eipss-eg.org>.

(3) زينب بنت مثنى أبو طالب: شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي، المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، العدد التاسع، ماي 2013، صص 63-64.

وتكمن قوة وسائل الإعلام وفقا للنظرية في سيطرة وسائل الإعلام على مصادر الأنباء والمعلومات التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه واحتياجاته وهذه الأهداف يمكن أن تتسع وتتزايد كلما زاد المجتمع تعقيدا.

2. اهم العوامل التي تؤثر علي عملية الاعتماد:

هناك الكثير من العوامل التي تؤثر في عملية الاعتماد، وهي على النحو التالي:

- خصوصية الجماهير ورهاناتها من الاعتماد على وسائل الإعلام
- خصوصية المجتمع ومدى توافر مصادر معلومات
- تنوع وسائل الإعلام
- السياق الزمني الذي يمر به الفرد او المجتمع
- المحتوى المقدم من طرف وسائل الإعلام.
- تعدد وسائل الإعلام من حيث النوع والفئة
- مدى انتباه الجمهور لمضمون وسائل الإعلام
- أثر العلاقات الشخصية على الاعتماد على وسائل الإعلام
- أثر الظروف الاجتماعية على الاعتماد على وسائل الإعلام
- خصوصية المضمون الإعلامي من حيث المحتوى والشكل

3. الأهداف التي يسعى الأفراد لتحقيقها من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام:

هناك عدة أهداف يسعى الفرد إلى تحقيقها من خلال اعتماده على وسائل الإعلام، وهي على النحو التالي:

- ✓ الفهم: وذلك من خلال معرفة الذات والحصول على المعلومات المفيدة بالنسبة له.

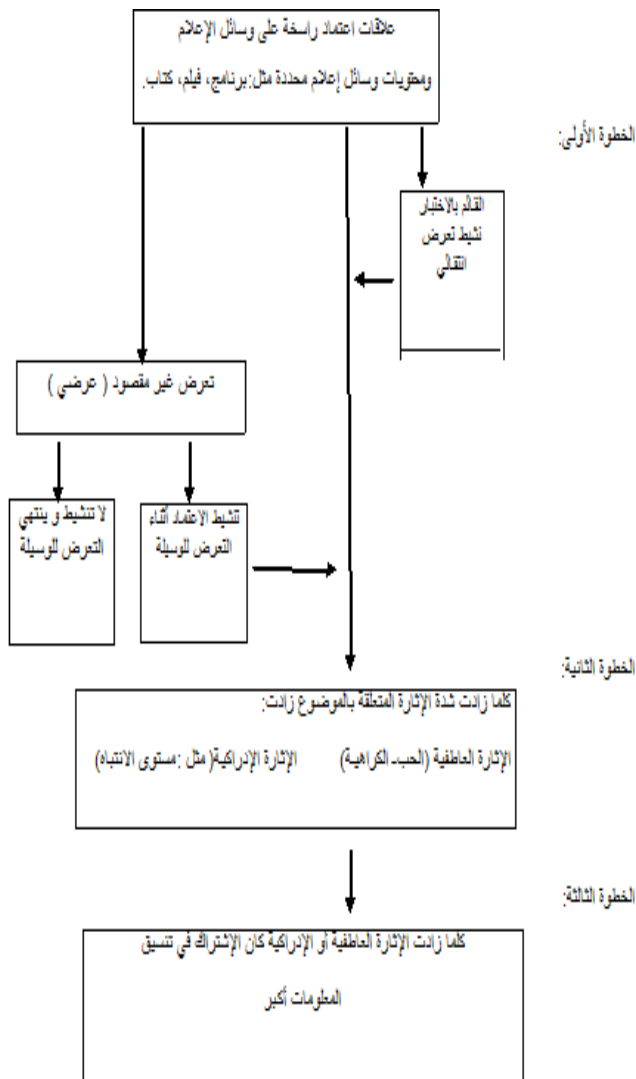
✓ **التوجيه:** ويرجع ذلك، إلى توجيه الأفراد في كيفية اتخاذ القرارات وكيفية التعامل مع المواقف الجديدة.

✓ **التسليية:** ويفهم من ذلك، من خلال التعامل بشكل كبير مع وسائل الإعلام؛ مثل مشاهدة التلفزيون برفقة العائلة.

✓ **توفير معلومات:** حيث أن وسائل الإعلام يعمل كمرجع؛ لتوفير المعلومات للأفراد من أجل بلوغ أهدافهم وتحتوي على عدد كبير من المعلومات.

إن نظرية الاعتماد الفردي على وسائل الإعلام تتصور عملية نفسية إدراكية تزيد من احتمالات أن يتأثر المرء بمحتويات معينة في وسائل الإعلام. ويقدم << ديفلير >> و << روكيتش >> هذه العملية من خلال النموذج التالي⁽¹⁾:

شكل رقم 01: تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد



من خلال الشكل أعلاه، يتضح لنا، بأن الجمهور يراقب وسيلة الإعلام بدقة، لينتقي ما يريد الاستماع إليه، أو مشاهدته، أو قراءته، وذلك من خلال الخطوات التالية:

الخطوة الأولى:

يتصف الفرد القائم بالاختيار بالحيوية، ويختار مضمون معين من وسائل الإعلام، ويتوقع أن التعرض سوف يساعده على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم، والتوجيه، والتسلية وتعتمد التوقعات على:

- 1- الخبرات السابقة.
- 2- التفاعل مع العائلة، أصدقاء أو زملاء عمل.
- 3- المعلومات والدلالات والإشارات التي يحصل عليها من مصادر وسائل الإعلام (مثل: خريطة البرامج اليومية).

الخطوة الثانية:

في هذه المرحلة، تتوقف شدة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال فروق معينة، تتمثل في:

- 1- الأهداف التي يسعى إليها كل فرد.
- 2- السياق الشخصي والاجتماعي.
- 3- النتائج المرجوة من محتوى الوسيلة الإعلامية.
- 4- سهولة الوصول إلى المحتويات.

وهذه الأهداف التي يسعى وراءها الجمهور كثيراً ما تعكس سياقاتهم البيئية. وعندما تكون هذه البيئات حافلة بالغموض أو التهديد مثلاً، يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام إذ إن الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام غالباً ما يكون ضرورياً لحل الغموض، وتقليل التهديد الحقيقي أو المحتمل.

كما يختلف العائد من وسائل الإعلام من شخص لآخر. فالشخص الذي يختار بنشاط، من الواضح أن لديه توقعات أعلى من المراقب العارض، فكلما زاد توقع الأشخاص لتلقي معلومات مفيدة، زادت قوة اعتمادهم على وسائل الإعلام.

كما يجب أن نولي أهمية قصوى لنقطة جد مهمة، ألا وهي: إن بعض وسائل الإعلام ليست في متناول جميع الأفراد، على غرار الوسائل غالية الثمن.

وعندما يكون اعتماد الأشخاص على برنامج تلفزيوني _ مثلاً _ منخفضاً أو منعدماً، فإن العائد المتوقع ان نخدمهم يتحدثون أو يفعلون أشياء أخرى في أثناء تشغيل جهاز التلفزيون، وبالتالي لا يحتمل أن يكون شعورهم قوياً تجاه البرامج إيجاباً أو سلباً.

الخطوة الثالثة:

التفاعل مفهوماً أساسياً في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. فالسياسي الذي يقول: <<أحبوني أو اكرهوني، ولكن لا تتجاهلوني>> إنما يتحدث عن أهمية تفاعل الجمهور، فالأشخاص الذين أثروا إدراكياً أو عاطفياً سوف يشتركون في نوع من التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض، مثل: الاقلاع عن التدخين، أو بدء التدريبات الرياضية، أو إجراء فحوص طبية.

الخطوة الرابعة:

الجمهور الذي يتفاعل بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر قابلية للتأثر بمحتوى وسائل الإعلام، وتهتم أغلب بحوث وسائل الإعلام بالأثار الإدراكية، أو الأثار على الإدراك الحسي، والمواقف، والمعرفة،

والقيم. أما الآثار الوجدانية مثل: مشاعر الخوف والسعادة والحب والكرهية، فإنها تحظى باهتمام أقل. كذلك فإن الصلة بين أبعاد التأثيرات الإدراكية والسلوكية أقل وضوحاً⁽¹⁾.

4. فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ثلاث افتراضات أساسية، وهي⁽²⁾ :

- هناك علاقة طردية بين زيادة اضطراب المجتمع وزيادة إقبال الجماهير على وسائل الإعلام.
- هناك إقبال من الجماهير على وسائل الإعلام القادرة على إشباع حاجاتهم.
- يختلف مستوى إقبال الجماهير على وسائل الإعلام حسب هدفه واتجاهاته.

5. الاعتماد على وسائل الإعلام والتأثيرات الناتجة:

ونقلاً عن (ديفلير وروكيتش) فقد أوردت الباحثة زينب بنت مثنى أبو طالب في مؤلفها "شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي" الآثار المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام في ثلاثة جوانب أساسية، هي:

- ✓ التأثيرات المعرفية: وهي تأثيرات تنصب على المعلومات والمعارف.
- ✓ التأثيرات العاطفية أو الوجدانية: مثل القلق والخوف والحب والكرهية..
- ✓ التأثيرات السلوكية: وهي محصلة للتغيير الذي قد يحدث في المعارف و العاطفة.⁽³⁾

1.5: التأثيرات المعرفية Cognitive Effects:

إزاله الغموض:

(1) حسن عماد مكاوي، مرجع سابق ص 325.

(2) نها عبد المقصود، مرجع سابق، تاريخ الزيارة 5 فيفري 2020، من <https://eipss-eg.org>.

(3) زينب بنت مثنى أبو طالب، مرجع سابق ص 84.

إزالة الغموض:

يمكننا القول، أنه عندما يكون هناك نقص في المعلومات بالنسبة للجمهور، نجده يلجأ إلى وسائل الإعلام ليستقي منها المعلومات الغائبة عنه (1).

تشكيل الاتجاهات:

يستخدم الأفراد وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات نحو القضايا المثارة في المجتمع، وقد حدث ذلك كثيرا بان ساهمت وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا مثل مشكلات البيئة ' أزمات الطاقة ' الفساد السياسي، الدعاية لرموز سياسية.

ترتيب الأولويات:

تقوم وسائل الإعلام على تنظيم أهداف الجمهور واحتياجاتهم وفقاً لأولويات الوسيلة الإعلامية والجمهور. حيث يعتمد على الوسائل الإعلامية في معرفة القضايا البارزة، والأزمات من بين عديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع.

اتساع المعتقدات:

تقوم وسائل الإعلام في تكوين وزيادة معتقدات الجمهور في سياق معين. ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلي: الأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

التأثير في القيم:

(1) حسن عماد مكاوي، مرجع سابق ص 326

ونقلا عن (ديفلير وروكيتش) فقد أورد الباحث المصري " حسن عماد مكاوي في كتابه "الاتصال ونظرياته المعاصرة" أن نظرية الاعتماد ترى بأن وسائل الإعلام تقوم بتوضيح أهمية القيم في المجتمع، مثل الأمانة، الحرية، المساواة، التسامح⁽¹⁾.

2.5 التأثيرات الوجدانية Affective effects:

يحدد << ديفلير و روكيتش >> الآثار الوجدانية في : الفتور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاعتزاز⁽²⁾.

الفتور العاطفي:

بسبب اعتماد بعض فئات الجمهور المعرض بشكل مكثف لمحتوى مشاهد العنف في وسائل الإعلام، يصبح لدى هذا الجمهور نوع من الفتور العاطفي واللامبالاة، إلا أنه ليس من الضروري أن تؤدي كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام إلى الشعور باللامبالاة، فربما يؤدي تعرض الأفراد لمشاهدة العنف إلى إثارة الدافع لديهم لاتخاذ مواقف ضد ممارسي العنف.

الخوف والقلق:

عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاعتقالات، فإنها تثير مشاعر الخوف والقلق لدى المتلقين، والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع.

الدعم المعنوي والاعتزاز

من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام -حسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام- رفع الروح المعنوية لدى المواطنين، يحدث نتيجة إحداث الأثر على الأفراد ومعنوياتهم نتيجة تعرضهم

(1) حسن عماد مكاوي، مرجع سابق ص 327

(2) حسن عماد مكاوي، المرجع السابق ص 328

لوسائل الإعلام. كما يلاحظ أن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات ووسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية.

3.5. التأثيرات السلوكية Behavioral Effects:

وتتحصر في سلوكين أساسيين هما: التنشيط والخمول.⁽¹⁾

التنشيط:

وهو قيام الجمهور باستجابة لما يعرض في الوسيلة الإعلامية، وقد يكون التنشيط عمل مفيد اجتماعيا كما في الإقلاع عن التدخين، المشاركة السياسية، ولكن قد يصبح التنشيط الناتج عن الاعتماد على وسائل الإعلام سلبيا، في حالة اتخاذ الفرد لسلوكيات ضارة بالآخرين والمجتمع كالمشاركة في أعمال العنف والجرائم⁽²⁾.

الخمول:

يتمثل في عدم المشاركة المجتمعية، وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل. ويرجع خمول الفرد وعدم مشاركته السياسية أو الاجتماعية كنتيجة للاعتماد على وسائل الإعلام إلى الأسباب الآتية:

- التغطية الإعلامية المكثفة للأحداث.
- المحتوى الذي يتعرض له الفرد ومدى مصداقية الوسيلة التي تقدمه وثقته فيها.
- اختلاف الوسائل التي يتعرض لها الفرد، فقد تؤدي وسيلة إلى تنشيطه أو خموله.

(1) حسن عماد مكاوي ، مرجع سابق ص 329

(2) نها عبد المقصود، مرجع سابق، تاريخ الزيارة 5 فيفري 2020، من <https://eipss-eg.org>.

مما سبق يتبين أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقدم تفسيراً علمياً مقبولاً حسب رأي الكثير من الباحثين في هذا المجال، وتتخلص فكرتها في قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أكبر قدر من التأثيرات السلوكية والمعرفية والوجداني، وسوف يزداد هذا التأثير عند قيام هذه الوسائل بوظيفة نقل للمعلومات بشكل مكثف ومتميز، كما يحسب لأصحاب النظرية الوعي بأهمية التفرقة بين استخدامات وسائل الإعلام وبين الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات.

ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1. نوع الدراسة:

إن تقدم العلم مقترن في كل الأحوال بتقدم المناهج، وفي هذا الصدد يقول "روني ديكارت" (René Descartes): "لا نستطيع أن نفكر في بحث حقيقة ما، إذا كنا سنبحثها من دون منهج، لأن الدراسات والأبحاث الغير معتمدة على المنهج تمنع العقل من الوصول إلى الحقيقة".⁽¹⁾

فالمنهج العلمي هو الذي يحدد مسار و طريق أي بحث، بما يضمن التوصل إلى نتائج دقيقة و موثوقة، فهو الطريق الموضوعي الذي يجدر بالباحث إتباعه لدراسة ظاهرة من الظواهر، بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها، ومعرفة أسبابها، للوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها.⁽²⁾

ويندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة العينة أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع

(1) مروان عبد المجيد ابراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، عمان، دار الوراق، 2000، ص60.

(2) محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، القاهرة، المكتبة الأكاديمية، 1992، ص26.

وهدف هذا النوع من البحوث " هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن موضوع الدراسة، كما هو في الحيز الواقع، أي هي وصف ما هو موجود في الواقع، بمعنى وصف الظاهرة ضمن ظروفها الطبيعية من زوايا مختلفة محققة للأهداف المتوخاة من إجراء الدراسة.

2. منهج الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح Survey، باعتباره نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة، فهو قائم على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن وضمن ظروفها الطبيعية.⁽¹⁾

ولا يقتصر استخدام المنهج المسحي لمجرد الوصول إلى الحقائق حول المشكلة المدروسة، وإنما يتيح لنا أيضاً إيجاد حلول لها، وهو يتيح أيضاً جمع أكبر قدر ممكن من المعطيات في يسر نسبي، مع إمكانية اختبار عدد كبير من المتغيرات.⁽²⁾

كما تهدف البحوث الوصفية إلى تصوير وتحليل و تقويم مشكلة محددة بهدف الحصول على معلومات كافية عنها و استخلاص نتائج و دلالات مفيدة منها، وهي بهذا تعتبر من الدراسات المسحية التي تعتمد على منهج المسح لأنه يتناسب مع طبيعة البحث و الفرضيات التي تم طرحها والمراد اختبارها.

وذلك لأن الدراسات المسحية تقدم وصفاً دقيقاً للظواهر المتعلقة بموضوع البحث و مواقف الأفراد بقصد استخدام هذه البيانات لتحليل الأوضاع أو الممارسات القائمة وتحديد كفاءة الوضع القائم، حيث تم في

(1) محمد بن مرسل: *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 289.

(2) روجر ويمر، جوزيف دومينيك : *مناهج البحث العلمي*، ترجمة صالح خليل أبو اصبع، دمشق: دار صبرا، 1988، ص 164.

هذه الدراسة مسح عينة من الشباب، وذلك للتعرف على مدى تعرضهم للفيديو، وخاصة المضامين السياسية وتأثير هذا التعرض على الوعي السياسي لديهم.

3. مجتمع وعينة الدراسة.

بما أن هذه الدراسة هي دراسة ميدانية، فإن مجتمع الدراسة الأصلي كما هو ظاهر في إشكالية الدراسة يتمثل في الشباب الجزائري الذي يستخدم موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أسلوب العينة في اختيار الأفراد الذين سنجري عليهم الدراسة، لأنها تغنينا عن مشقة تطبيق الدراسة على المجتمع ككل لضخامته ولصعوبة حصر مفرداته، وتعرف العينة بأنها جزء ممثل لمجتمع البحث الأصلي.

وبعد الاطلاع على حجم وخصائص مجتمع الدراسة وجدنا أن أنسب عينة يمكن الاعتماد عليها هي "العينة القصدية"، حيث بلغ عدد الأفراد الذين أجريت عليهم الدراسة 400 شاب من مستخدمي الفيسبوك، حيث توجهنا مباشرة إلى الصفحات التي تهتم بالموضوعات والجانب السياسي وشاركنا رابط الأداة مع مشتركين هذه الصفحات من الشباب.

4. أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا على صحيفة استقصاء (استمارة الاستبيان The Questionnaire) كأداة لجمع البيانات في الدراسة الميدانية، باعتبارها أداة بحثية مناسبة لجمع البيانات من مفردات عينة الدراسة ويعرف عمار بوحوش: الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل لأشخاص المعنيين عن طريق البريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبه الأسئلة الواردة

فيها وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع والتأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق⁽¹⁾.

قمنا بوضع مجموعة من العبارات التي تساعد على التحقق من فروض الدراسة وتغطي موضوع الدراسة من جوانب و متغيرات و أبعاد مختلفة، حيث استخدمنا مقياس ليكرت الثلاثي الذي يعتبر أفضل أسلوب لقياس السلوكيات و التفضيلات، استنبطه عالم النفس رينيس ليكرت، يستعمل في الاستبيانات وبخاصة في مجال الإحصاءات. ويعتمد المقياس على ردود تدل على درجة الموافقة أو الاعتراض على صيغة ما ، وله أشكال مختلفة الثلاثي، الرباعي، الخماسي.

يتم تحديد اتجاهات الإجابة عن طريق المتوسط الحسابي بالأوزان التالية:

مقاييس الاتجاه حساب المتوسط المرجح : مقياس ليكرت الثلاثي: 1-2-3

نبدأ ب 1 المسافات الباقية 3-1=2

نقسم 2 على 3=0.66

المسافة بين كل اتجاه هي 0.66

الاتجاه الأول : 1 - 1.66

الاتجاه الثاني: 1.67 - 2.33

الاتجاه الثالث: 2.34 - 3

و قد ضمت الاستمارة 28 عبارة تم توزيعها على عدة محاور رئيسية بالإضافة إلى بعض

الأسئلة الخاصة بالبيانات الشخصية للمبحوثين.

(1) عمار بوحوش و محمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ،

1995 ص : 56، 57 .

وقد راعينا أن تتركز كل العبارات والأسئلة على موضوع البحث و تمت صياغتها على نحو واضح محدد لا يتيح أي تفسير آخر غير المقصود منها، مع مراعاة دقة الصياغة و أن تغطي جميع المتغيرات Variables.

أما عن محاور الاستمارة كانت كالتالي:

المحور الأول: البيانات الشخصية والتي تضمنت الخصائص التالية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الانتماء لحزب سياسي.

المحور الثاني: الشباب و الفيسبوك في حالة عدم الاستقرار وتضمن هذا المحور (06) عبارات على النحو التالي:

- * الخوف من المستقبل دفعك إلى البحث في الفيسبوك عن معلومات حول الواقع السياسي.
- * أثناء تصفحك للصفحات السياسية تعطي الأولوية للقضايا الطارئة على القضايا المستمرة.
- * الخوف من النظام دفعك إلى التعبير عن رأيك في الفيسبوك.
- * عدم ثقتك في النظام الحالي دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.
- * تنفر من وسائل الإعلام التقليدية لعدم وجود حيز للتعبير عن معتقداتك السياسية.
- * عدم ثقتك في وسائل الإعلام التقليدية دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.

المحور الثالث: الاحتياجات و درجة الاعتماد على الفيسبوك وتضمن هذا المحور (07) عبارات على النحو التالي:

- * استخدامك للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية الحالية.
- * زادت ثقافتك السياسية أكثر منذ أن أصبحت تتصفح الصفحات السياسية.
- * الاستخدام المكثف للصفحات السياسية ولد لديك رغبة في الانتخاب.
- * تقوم بتسجيل الإعجاب على المنشور السياسي في الصفحات السياسية.

- * تقوم بإعادة نشر ومشاركة المواضيع السياسية التي تتناسب مع توجهاتك.
 - * الاستخدام المكثف للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة الأوضاع في البرلمان الحالي.
 - * من خلال تصفحك للصفحات السياسية أصبحت لديك فكرة عن البرامج الانتخابية لكل مترشح.
- المحور الرابع: القنوات البديلة و درجة الاعتماد على الفيسبوك** وتضمن هذا المحور (10) عبارات على النحو التالي:

- * تساعد الصفحات السياسية في الفيسبوك في زيادة الإحساس بالمسؤولية.
 - * أثر استخدامك للصفحات السياسية في الفيسبوك إلى الرغبة في الانضمام إلى أحزاب سياسية.
 - * قامت وسائل الإعلام التقليدية بتغطية المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة باحترافية.
 - * وسائل الإعلام التقليدية ساهمت في تحفيز الشباب على الخروج في مظاهرات ضد العهد الخامسة.
 - * وسائل الإعلام التقليدية تغطي التظاهرات المؤيدة للعهد الخامسة فقط.
 - * اعتمدت فقط على الفيسبوك في معرفة أوقات و أماكن المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.
 - * الفيسبوك يعطي حرية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى.
 - * الفيسبوك يوفر أهم مواضيع الساعة ذات الشأن المحلي الجزائري.
 - * الفيسبوك هو أفضل وسيلة في تكوين حرية الرأي و التعبير.
 - * هناك تعبئة كافية عبر الفيسبوك حول ضرورة التغيير السياسي في الجزائر.
- المحور الخامس: التأثير بالفيسبوك، نتيجة الخبرات والظروف الاجتماعية** وتضمن هذا المحور (05) عبارات على النحو التالي:

- * تكون أرائك حول المترشحين من خلال ثقافتك و مستواك العلمي.
- * الظروف الاجتماعية هي التي تدفعك لنشر و التفاعل مع التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.
- * قناعتك بضرورة التغيير هي التي تدفعك للمشاركة في التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.

* تقوم الأحزاب السياسية بتسويق أفكارها باحترافية.

* لديك ثقة في المعلومات المقدمة من طرف الأحزاب السياسية.

وقد قمنا بعرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام، ومناهج البحث، وذلك لتأكد مما إذا كانت الأسئلة قابلة لقياس ما يراد قياسه بالفعل، ومدى صلاحية صياغة الأسئلة ووضوحها، وإبداء أية ملاحظات على الاستمارة، ثم قمنا بتصحيح بعض الأخطاء التي وردت وفقا لتوجيهات الأساتذة المحكمين.⁽¹⁾

لقياس مدى صدق أداة جمع البيانات اعتمدنا على الصدق الظاهري Face Validity، لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه، ويرتبط الصدق بالإجراءات المتخذة في التحليل كاختيار العينة ووضع الفئات وتحديدتها بالإضافة إلى درجة الثبات في التحليل،⁽²⁾ ولتحقيق عنصر الصدق أجرينا فحص مدقق لكل سؤال، وتأكدنا من أن الأسئلة سليمة من حيث المحتوى و الصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسها خاصة فرضيات الدراسة.

كما اعتمدنا على قياس الاتساق الداخلي أي مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه هذه العبارة، وتم حساب الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان على مجتمع الدراسة

(1) د. حموش عبد الرزاق أستاذ الإعلام والاتصال جامعة 8 ماي 1945 قالمة

د. سردوك علي أستاذ الإعلام والاتصال جامعة 8 ماي 1945 قالمة

د. خالد نايلي أستاذ الإعلام والاتصال جامعة 8 ماي 1945 قالمة

د. طيبي رابح أستاذ الإعلام والاتصال جامعة المسيلة

د. باشوية سالم أستاذ علم المكتبات جامعة 8 ماي 1945 قالمة

د. شابونية عمر أستاذ علم المكتبات جامعة 8 ماي 1945 قالمة

(2) عاطف عدلي العبد: تصميم وتنفيذ استطلاعات و بحوث الرأي العام : الأسس النظرية و النماذج التطبيقية، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002، ص 147.

وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبيان والدرجة الكلية للمحور التابعة له كما هو مبين في الجداول التالية:

الجدول رقم 01: الاتساق الداخلي لعبارات محور الشباب و الفيسبوك في حالة عدم الاستقرار

الرقم	عبارات محور الشباب و الفيسبوك في حالة عدم الاستقرار	معامل الارتباط سبيرمان	القيمة الإحتمالية (Sig)
1	الخوف من المستقبل دفعك إلى البحث في الفيسبوك عن معلومات حول الواقع السياسي	0,601**	0,000
2	أثناء تصفحك للصفحات السياسية تعطي الأولوية للقضايا الطارئة على القضايا المستمرة.	0,651**	0,000
3	الخوف من النظام دفعك إلى التعبير عن رأيك في الفيسبوك.	0,701**	0,000
4	عدم ثقتك في النظام الحالي دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.	0,669**	0,000
5	تنفر من وسائل الإعلام التقليدية لعدم وجود حيز للتعبير عن معتقداتك السياسية.	0,748**	0,000
6	عدم ثقتك في وسائل الإعلام التقليدية دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.	0,725**	0,000

يبين الجدول معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور الشباب و الفيسبوك في حالة عدم الاستقرار والدرجة الكلية لعباراته والذي يبين أن معاملات الارتباط ذات دلالة عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ فقد قدرت جميع القيم الاحتمالية (Sig) لعبارات هذا المحور ب 0.000 وعليه فجميع عبارات هذا المحور قابلة للدراسة⁽¹⁾.

الجدول رقم 02: الاتساق الداخلي لعبارات محور الاحتياجات و درجة الاعتماد على الفيسبوك

الرقم	عبارات محور الاحتياجات و درجة الاعتماد على الفيسبوك	معامل الارتباط سبيرمان	القيمة الإحتمالية (Sig)
1	استخدامك للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية الحالية.	0,322**	0,000
2	زادت ثقافتك السياسية أكثر منذ أن أصبحت تتصفح الصفحات السياسية.	0,538**	0,000

(1) المصدر: تم إعداد الجدول بالاعتماد على نتائج SPSS .

0,000	0,504**	3 الاستخدام المكثف للصفحات السياسية ولد لديك رغبة في الانتخاب.
0,000	0,297**	4 تقوم بتسجيل الإعجاب على المنشور السياسي في الصفحات السياسية.
0,000	0,520**	5*تقوم بإعادة نشر ومشاركة المواضيع السياسية التي تتناسب مع توجهاتك.
0,000	0,200**	6 الاستخدام المكثف للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة الأوضاع في البرلمان الحالي.
0.000	0,463**	7 من خلال تصفحك للصفحات السياسية أصبحت لديك فكرة عن البرامج الانتخابية لكل مترشح.

يبين الجدول معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور الاحتياجات و درجة الاعتماد على الفيسبوك والدرجة الكلية لعباراته والذي يبين أن معاملات الارتباط ذات دلالة عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ فقد قدرت جميع القيم الاحتمالية (Sig) لعبارات هذا المحور ب 0.000 وعليه فجميع عبارات هذا المحور قابلة للدراسة⁽¹⁾.

الجدول رقم 03: الاتساق الداخلي لعبارات محور القنوات البديلة و درجة الاعتماد على الفيسبوك

الرقم	عبارات محور القنوات البديلة و درجة الاعتماد على الفيسبوك	معامل الارتباط سبيرمان	القيمة الإحتمالية (Sig)
1	تساعد الصفحات السياسية في الفيسبوك في زيادة الإحساس بالمسؤولية.	0,153**	0,000
2	أثر استخدامك للصفحات السياسية في الفيسبوك إلى الرغبة في الانضمام إلى أحزاب سياسية.	0,573**	0,000
3	قامت وسائل الإعلام التقليدية بتغطية المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة باحترافية.	0,075**	0,032
4	وسائل الإعلام التقليدية ساهمت في تحفيز الشباب على الخروج في مظاهرات ضد العهد الخامسة.	0,088*	0,028
5	وسائل الإعلام التقليدية تغطي التظاهرات المؤيدة للعهد الخامسة فقط.	0,181**	0,000
6	اعتمدت فقط على الفيسبوك في معرفة أوقات و أماكن المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.	0,424**	0,000
7	الفيسبوك يعطي حرية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى.	0,473**	0,000
8	الفيسبوك يوفر أهم مواضيع الساعة ذات الشأن المحلي الجزائري.	0,233**	0,000

(1) المصدر: تم إعداد الجدول بالاعتماد على نتائج SPSS .

0,000	0,492**	9	الفيسبوك هو أفضل وسيلة في تكوين حرية الرأي و التعبير .
0,000	0,484**	10	هناك تعبئة كافية عبر الفيسبوك حول ضرورة التغيير السياسي في الجزائر .

يبين الجدول معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور القنوات البديلة و درجة الاعتماد على الفيسبوك والدرجة الكلية لعباراته والذي يبين أن معاملات الارتباط ذات دلالة عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ وعليه فجميع عبارات هذا المحور قابلة للدراسة⁽¹⁾.

الجدول رقم 04: الاتساق الداخلي لعبارات محور التأثير بالفيسبوك، نتيجة الخبرات والظروف الاجتماعية

الرقم	عبارات محور التأثير بالفيسبوك، نتيجة الخبرات والظروف الاجتماعية	معامل الارتباط سيبرمان	القيمة الإحتمالية (Sig)
1	تكون أرائك حول المترشحين من خلال ثقافتك و مستواك العلمي.	0,447**	0,000
2	الظروف الاجتماعية هي التي تدفعك لنشر و التفاعل مع التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.	0,339**	0,000
3	قناعتك بضرورة التغيير هي التي تدفعك للمشاركة في التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.	0,560**	0,000
4	تقوم الأحزاب السياسية بتسويق أفكارها باحترافية.	0,560**	0,000
5	لديك ثقة في المعلومات المقدمة من طرف الأحزاب السياسية.	0,289**	0,000

يبين الجدول معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات محور التأثير بالفيسبوك، نتيجة الخبرات والظروف الاجتماعية والدرجة الكلية لعباراته والذي يبين أن معاملات الارتباط ذات دلالة عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ فقد قدرت جميع القيم الاحتمالية (Sig) لعبارات هذا المحور بـ 0.000 وعليه فجميع عبارات هذا المحور قابلة للدراسة⁽²⁾.

ثم بعد ذلك تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة الدراسة في الفترة الممتدة من 14 إلى 19 مارس 2019، بحيث استخدمنا تطبيق Google forms في تصميم الاستمارة وتوزيعها بعدة طرق الكترونية

(1) المصدر: تم إعداد الجدول بالاعتماد على نتائج SPSS .

(2) المصدر: تم إعداد الجدول بالاعتماد على نتائج SPSS .

على الانترنت وخاصة في صفحات الفيسبوك والحصول بعدها على الردود وحفظها بصيغة أداة جداول بيانات * Google drive⁽¹⁾، حيث جمعنا 400 استمارة مستوفاة الشروط.

ولقياس الثبات (Reliability) قمنا بالإستعانة بمعامل ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة، والجدول التالي يوضح قيمة ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة:

الجدول رقم 05: معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

المحور	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الثاني: الشباب و الفيسبوك في حالة عدم الاستقرار	06	0.766
المحور الثالث: الاحتياجات و درجة الاعتماد على الفيسبوك	07	0.798
المحور الرابع: القنوات البديلة و درجة الاعتماد على الفيسبوك	10	0.871
المحور الخامس: التأثير بالفيسبوك، نتيجة الخبرات والظروف	05	0.765
الأداة ككل	32	0.832

يتضح من الجدول رقم 05 أن ثبات البيانات هو 0.832 وهي قيمة مقبولة، كما تراوحت معاملات الثبات لمحاور الاستمارة بين 0.765 و 0.871 وهذا يدل على أن الاستمارة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، ويمكن الاعتماد عليها في الدراسة⁽²⁾.

بعدها تم تفرغ وتحليل الاستبيان من خلال الإصدار التاسع عشر لبرنامج التحليل الإحصائي spss. كما تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية: النسب المئوية والتكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية؛ معامل الارتباط لقياس الاتساق الداخلي Spearman ومعامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الأداة.

(1) * للإطلاع على جدول الردود النهائي يمكنك زيارة الرابط التالي:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1EwLAPzBDgynKGsn4xkWFsWVod_5ey7oJi_ZTGIWUHDw/edit?usp=sharing

(2) المصدر: تم إعداد الجدول بالاعتماد على نتائج SPSS .

الفصل الثاني وسائط الإعلام الجديدة

أولاً: العوامل الرئيسية لظهور وسائط الإعلام الجديدة.

نستطيع اليوم القول بكل ثقة أننا نعيش في عصر الاتصال الإلكتروني ، وأن العالم بالفعل قد تحول إلى قرية إلكترونية عالمية صغيرة، كما أشار إلى ذلك في وقت سابق عالم الاتصال المعروف ماكلوهان (McLuhan).

و في ما يلي سنستبين أهم العوامل والعناصر التي أدت لظهور وسائط الإعلام الجديدة:

- ابتكار وسائل إعلامية و اتصالية حديثة بحيث استطاعت أن تغير و تطور الوظائف التقليدية لوسائل الإعلام القديمة وهكذا أنشأت لها وظائف حديثة في عالم جديد و متطور.
- إن وسائل الإعلام في حد ذاتها قد ساهمت في ظهور بعضها وتطورها من خلال الجهود العلمية والعملية، فمثلاً من خلال التجارب التي أدت إلى اختراع التلغراف، تم الوصول إلى الهاتف ثم الإرسال الإذاعي والتلفزيوني، وقد ساعد اختراع الكمبيوتر على تطوير وتسهيل عملية نظم جمع الحروف وإنتاج الجرائد ككل⁽¹⁾.
- إنه لا يمكن لأي وسيلة أن تلغي دور الوسيلة الأخرى فوسائل الإعلام الجديدة لم تقض على وسائل الإعلام القديمة، وقد ثبت ذلك من خلال واقع عمل وسائل الإعلام ، فالإنترنت مثلاً خدمت جميع وسائل الإعلام الجماهيري حيث استعانت هذه الأخيرة بها فساعدتها على الانتشار بشكل واسع وساهمت في تطويرها وعولمتها.
- القدرة على التخزين وكثرة وحجم المعلومات المتاحة قد نما نمو كبير جدا خاصة للمؤسسات التي تتوفر لديهم إمكانيات و فرص الوصول إلى التكنولوجيا الاتصالية الحديثة⁽²⁾.

(1) حسنين شفيق: الإعلام الإلكتروني، القاهرة، دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع، 2005، ص 13.

(2) المرجع السابق ص 14.

- و من العوامل أيضاً تطور المحتوى، حيث كان حتماً على صناع الإعلام الابتكار و التحديث في كافة المواد و البرامج التي يعرضونها للمستمعين والقراء و المشاهدين وقد حصل هذا على جميع الأصعدة سواء على مستوى المواد المطروحة أو القوالب التي تقدم فيها المواد الإعلامية⁽¹⁾. ويمكننا في هذا الصدد القول بأن هذه التكنولوجيات و التي نقصد بها وسائط الإعلام الجديدة سعت إلى تحطيم الحاجز بين ما هو جمهوري أو لا جمهوري وتحرير وسائل الإعلام التقليدية من التلقي السلبي، إلى وسائل إعلام تفاعلية حيث ساهمت هذه التكنولوجيات الحديثة في إعطاء المشارك دوراً فاعلاً ومؤثراً في العملية الاتصالية بحيث يتم تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل بطريقة فعالة وإيجابية⁽²⁾.

وبقليل من التفصيل والشرح نستطيع القول أن العوامل الرئيسية التي أدت إلى ظهور وسائط الإعلام الجديدة هي عوامل تقنية واقتصادية وسياسية واجتماعية يمكننا تلخيصها وشرحها فيم يأتي:⁽³⁾

1.العامل التقني :

ساهم التطور والتقدم الكبير في تكنولوجيا الكمبيوتر ،خاصة ما تعلق بأجهزته وبرامجه ، و ساهم أيضاً التطور الكبير الذي حصل في تكنولوجيا الاتصالات، خاصة الأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية. كل هذه العناصر التكنولوجية اندمجت في توليفات اتصالية عديدة أدت ظهور شبكة الإنترنت و التي أصبحت حالياً وسيطاً اتصالياً جديداً يحتوي بداخله كافة

(1) رضوان بلخيري: مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الجزائر، جسر لنشر والتوزيع الجديد

ص 12.

(2) حسنين شفيق: مرجع سابق، ص 14.

(3) سميرة شيخاني: مرجع سابق، ص 433.

وسائط الاتصال والإعلام سواء مطبوعة أو مسموعة أو مرئية، أي كل وسائل الإعلام الجماهيري و حتى وسائط الاتصال الشخصية.

ونحن نرى الآن بكل وضوح أن هذه التكنولوجيات الاتصالية انعكست و أثرت بصفة مباشرة على جميع وسائل الإعلام سواء كانت سمعية، بصرية وحتى مكتوبة، ولقد انعكست كذلك تكنولوجيات الوسائط الجديدة على مستوى العلاقات التي تربط ما بين عناصر العملية الإعلامية من إنتاج وإرسال الرسالة الإعلامية وتوزيعها وتلقيها. حيث سقطت الحواجز الزمانية والجغرافية ، ويمكننا القول أنها تكاد تسقط حتى الحواجز بين الواقع والخيال أي بين الواقعي والوهمي وبين الغائب والحاضر وبين الاتصال مع الأشخاص العاديين و بين والكائنات الافتراضية التي تسكن فضاء المعلومات.

كما قلنا سابقا أن ظهور مجتمع المعلومات بعد تطور وسائل الإعلام الجديدة قد أتاح لوسائل الإعلام والاتصال الانتقال و التحول من ظاهرة تقديم البرامج الإعلامية للمتلقي السلبي، إلى تحول المتلقي إلى مشارك فاعل و إيجابي ، وهذا ما منح لعناصر التركيبة الاجتماعية الفرصة في الإسهام في عملية انتقاء وإعداد وتخزين ونشر المعلومات، والمشاركة الفعالة والمؤثرة في نطاق عملية التبادل والتفاعل داخل المجتمع نفسه⁽¹⁾.

وقد تبين لنا مما سبق أهمية هذا العامل في التأثير حتى على مضمون ومحتوى الرسالة الإعلامية، من خلال ردود الفعل التي تقوم بها الجماهير الفاعلة و الايجابية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي على مضامين وسائل الإعلام. حتى أنها تحولت إلى جماهير مؤثرة من خلال تفاعلها مع هذه الوسائل.

(1). سلام خطاب الناصري: وسائل الإعلام الجديد والوعي السياسي لدى الشباب، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 30،

العراق، 2015، ص: 153.

2. العامل الاجتماعي:

إن تبدل العادات والتقاليد، وتقدم المجتمعات ساهم كل هذا في توسع وتغير حاجيات المجتمعات من كيفية حصولهم على المعلومات والأخبار، كما أن تحول وتغير نمط الحياة إلى السرعة يستوجب الحصول بشكل أيسر وأسرع للمعلومات، إضافة إلى ذلك التطور الحاصل في زيادة نسبة التعليم والتثقيف، جعل هذا التطور وسائط الإعلام التقليدية غير قادرة على الاستجابة لمختلف حاجيات الأفراد و المجتمعات بصفة عامة⁽¹⁾.

3. العامل السياسي:

العامل السياسي يتضمن استخدام متزايد و كثيف لوسائل الإعلام من قبل كل القوى السياسية خاصة الانظمة الحاكمة، من أجل السيطرة على سير الأمور لصالحها وحتى تحافظ على الاستقرار والتوازن داخل مجتمعاتها بما يضمن مصالحها. لا سيما مع العولمة⁽²⁾.

فمصطلح السياسة بمفهومه الضيق و المحلي و القومي هو عكس العولمة، لأن هذه الأخيرة أي العولمة تستطيع أن تخرج النشاط السياسي من الدولة وحدودها الضيقة إلى العالمية، وأضحت الدولة حسب رأي ريتشارد فولك: أن الدولة في ظل العولمة تعتبر مجرد وحدة ضمن شبكة من العلاقات والوحدات الكثيرة في العالم حيث يزداد هذا الأخير تقلصا وترابطا، وأنها مرتبطة بالسياسة العالمية التي توجه المواطن الافتراضي⁽³⁾.

(1). خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط1، دار النفائس

للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص:147.

(2). خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سابق، ص: 147.

(3). نديم منصور: سوسيولوجيا الانترنت، منتدى المعارف، لبنان، 2014، ص: 84.83.

حيث صار من المستحيل التحكم و محادثة المواطن العالمي حالياً بوسائل السياسة القديمة، وهذا ما تحتم على الحكومات و السلطات استغلال وسائط الإعلام الجديدة و استخدامها بشكل مكثف، مما ساعد بدوره على تقدم هذه الوسائط وتطورها. ويستمر هذا التطور لهذه الوسائط، حتى أصبحت هي الركيزة الأساسية و الفعلية في الحملات الانتخابية، إذ تستخدمها الأحزاب الآن على نطاق واسع من أجل جذب الناخبين. ومعروف الآن أنه لدى معظم الأحزاب المترشحين مواقعهم الإلكترونية الخاصة بهم وصفحات في أغلب شبكات التواصل الاجتماعي. حتى أن رئيس الوزراء البريطاني ديفيد كاميرون استعمل موقع الكتروني سماه ب: "ويب كاميرون"، وهو عبارة عن يوميات مصورة بالفيديو، حيث استعمله حتى يجذب الناخبين للتصويت عليه عام 2010 وحتى ذلك في انتخابات أخرى. كما أن كل الأحزاب المنافسة له استعملت كذلك إعلانات في شكل مقاطع فيديو حيث شاعت بشكل واسع عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا لتدعيم حملاتها الانتخابية. وقد استخدم أيضاً باراك أوباما مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير لجمع التبرعات لحمته الانتخابية ولتعريف ببرنامجه الانتخابي في الانتخابات الرئاسية للولايات المتحدة الأمريكية عام 2008، والتي تعد أول انتخابات تجرى بإستعمال الفيسبوك. وطبقاً لأحد المقالات الإخبارية، ذكر 60% من الناخبين الذين كانوا يستعدون للتصويت في الانتخابات الرئاسية للولايات المتحدة عام 2012 أنهم ينتظرون من المرشحين تواجدًا بشكل مكثف على شبكة الإنترنت⁽¹⁾.

4. العامل الاقتصادي:

ساهم الاقتصاد العالمي أو ما يعرف بعولمة الاقتصاد وما يتضمنه من الحاجة إلى السرعة في نقل السلع و رؤوس الأموال في الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسماً

(1) غابي هينسليف: شبكة المعرفة الانتخابية، متاح على الرابط التالي: <https://aceproject.org/ace->

ar/topics/me/meb/mab02e تاريخ الدخول 09 جانفي 2019.

مشتركاً يدعم كافة الأنشطة الاقتصادية دون استثناء، بل أن المعلومات أيضاً تحولت إلى سلعة في حد ذاتها تزداد أهميتها مع مرور الوقت... بأسلوب آخر، يمكننا القول إن عملية عولمة الإعلام والاتصال هي ذريعة القوى الاقتصادية العالمية لعولمة الأسواق وتحفيز وخلق نزعات استهلاكية وتوزيع سلع صناعية و حتى ثقافية مثل الموسيقى والألعاب والبرامج التلفزيونية.⁽¹⁾

ثانياً: خصائص وسائط الإعلام الجديدة.

من أهم و أبرز هذه السمات التي تتميز بها وسائط الإعلام الجديدة الحالية ما يلي:

1. الديمقراطية:

تعتبر وسائط الإعلام الجديدة، في الكثير من البلدان، أحد أكثر المنصات حيوية والتي يعبر الناس من خلالها عن وجهات نظرهم، ويتبادلون المعلومات ويتفاعلون مع القادة ويناقشون القضايا الانتخابية الرئيسية. وتتميز وسائط الإعلام الجديدة بخاصية كونها "ديمقراطية"، أي تسمح لأي فرد أن ينشر آرائه و أفكاره في هذه المنصات، كما يمكنه تبادل الروابط وإرسال الرسائل ، وينشئ المواقع الإلكترونية وما إلى ذلك من الخدمات كما أنها تتميز بميزة العمل في الوقت الحقيقي، مما يسمح للناس متابعة التطورات الديناميكية والتي تتغير باستمرار⁽²⁾.

2. التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي:

من المعلوم أن انتقال البيانات في النظام الرقمي يتم على شكل أرقام منفصلة هي واحد وصفر وعندما تصل هذه المعلومات إلى المستقبل يقوم بعملية ترجمتها إلى صورة وصوت أو أي شكل آخر، أما النظام التماثلي يقوم بنقل المعلومات على شكل إشارة متسلسلة، ونظراً إلى كون هذه الإشارات الرقمية إما صفراً

(1) أحمد شريف بسام: مرجع سابق، ص 63.

(2) غابي هينسليف : شبكة المعرفة الانتخابية، متاح على الرابط التالي: <https://aceproject.org/ace->

ar/topics/me/meb/mab02e تاريخ الدخول 09 جانفي 2019.

أو واحداً دون أي علامات أخرى بينهما لذلك يعتبر النظام الرقمي خالياً من التشويش وأشد نقاء. كما يتميز النظام الرقمي بإمكانية دمج مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الحاسب الآلي و الهاتف الذكي، هذا الدمج يستحيل القيام به في النظام التماثلي⁽¹⁾.

3. التفاعلية:

خاصية أو ميزة التفاعلية اكتسبتها وسائط الإعلام الجديدة بعدما أصبح هناك إمكانية للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادل هذه الأدوار، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعلية بمعنيين، حيث أن هناك سلسلة من الممارسات الاتصالية التي يستطيع الفرد "أ" أن يأخذ فيها موقع الشخص "ب" ويقوم بأدواره الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل. ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصدر و متلقي وبذلك دخلت مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية والتبادل، التحكم و المشاركين. ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص التلفزيونية².

وكنتيجة لأهمية التفاعلية اعتبرت من قبل البعض من الأكاديميين والباحثين المعاصرين إعلاماً بحد ذاته، وتم وضع ما يسمى: بالإعلام التفاعلي أو الإعلام المجتمعي الحديث كمرادف لمفهوم وسائط الإعلام الجديدة، حيث يستمد هذا المفهوم مدلوله من التفاعلية التي أعطت الفرصة للمتلقي أن يصبح

(1) سكي سوسن، سبتي فايزة: تطبيقات الإعلام الجديد في مجال التعليم العالي- المدونات التعليمية الإلكترونية نموذجاً.

مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 24، أكتوبر 2016، ص 161

²المرجع السابق، ص 161.

مرسل و أن يتفاعل مع المادة الإعلامية والتعبير عن آرائه ومقترحاته وتعليقاته من خلال الأشكال المختلفة لوسائط الإعلام الجديدة⁽¹⁾.

وكنتيجة أخرى لأهمية التفاعلية في عصر الانترنت، أن الإعلام لم يعد رسالة تعدها الدولة أو الجهة المالكة ويتلقاها الجمهور ولكنه تغير إلى شركة يتشارك في إدارتها وملكيته وصياغة سياستها الجميع وهي تحولات توجب على مؤسسات الإعلام إعادة صياغة فلسفتها عن فلسفة العقود الماضية، وأن تأخذ في الحسبان برامجها ومناهج عملها وفق فلسفة مختلفة كلياً أساسها توجهات الجماهير ومواقفها وتعطيهم أيضاً مساحة أكبر في المشاركة والتعبير، حتى أنه يمكن أن يصل الأمر إلى المشاركة الفعلية في التخطيط والتقييم والمراجعة، فالجمهور عبر الإعلام التفاعلي دخل في كافة النشاطات مثل التعليم والتدريب والإدارة والتسويق والتصويت والتواصل الاجتماعي وغيرها...²

ويعرف الأستاذ نصر الدين العياضي التفاعلية بأنها مفهوم استحدث للدلالة عن صيغة خاصة من العلاقة بين وسائل الاعلام وجماهيرها، وتستهدف التفاعلية تحويل الجماهير من جماهير سلبية إلى جماهير فعالة ونشيطة بشكل يؤثر في البرامج و في محتوى وسائل الاعلام، إلا أنه أصبح يشير بعد الممارسة المكررة إلى كل أنواع مشاركة الجماهير في الرسالة الإعلامية."

التفاعلية قيمة مضافة وإحدى أهم خصائص وسائط الإعلام الجديدة، حسب رأي كل من الباحثين Mark Deuze and Steve Paulussen، في دراسة استهدفت الصحفيين الهولنديين، والتفاعلية حسب النتائج التي توصلوا لها ليست رد فعل فقط، بل هي عملية تمكن المستخدمين من تقديم وإضافة

(1). أحمد بن جميل الميمان: توظيف المؤسسات الأمنية لوسائل الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي في مجالات التوعية الأمنية بالمملكة العربية السعودية، أطروحة دكتوراه، جامعة نايف للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2015، ص: 16.

² حسنين شفيق: الإعلام التفاعلي، دار فن للطباعة النشر و التوزيع، 2010، ص7.

العديد من المعلومات والمعطيات⁽¹⁾. إذا حسب رأي الكثير من الباحثين و الأكاديميين في هذا المجال التفاعلية كخاصية من خصائص وسائط الإعلام الجديدة، قد تجاوزت الاتصال الإنساني المعروف، حيث أصبح التفاعل مع الوسيلة في حد ذاتها مثل الفيسبوك الآن يستخدمه الملايين في ذات الوقت حول العالم.

ومع شبكات التواصل الاجتماعي أصبح للتفاعلية دلالات أخرى مختلفة. لقد بات تصميم البرامج التلفزيونية يحدث على قاعدة التفاعل والتعليق عليها من قبل الجماهير متصفح هذه الشبكات المتنوعة. فبالرجوع إلى العديد من البرامج الحوارية على شاشات التلفزيون في كل دول العالم وحتى بعض القنوات الفضائية الإخبارية العربية مثل قناة العربية و الجزيرة و France24 و BBC فما أن يبدأ البرنامج ويُطرح الموضوع للنقاش -وحتى قبل البث- فإنه يتم دعوة مستخدمي صفحات التواصل الاجتماعي لهذه المؤسسات الإعلامية للتفاعل و إبداء الرأي وطرح الأسئلة، وفي الأخير يجرى نوع من الاستفتاء حول مدى وجهة وصحة تلك الآراء. وهكذا أصبحت قيمة البرنامج وشهرته في مدى تحقيقه لدرجة عالية من التفاعل داخل هذه الشبكات من خلال تصميم الرابط الخاص بالبرنامج على شبكة تويتر مثلاً عبر وسم أو "الهاشتاج" الخاص بالبرنامج والذي بات يقوم به الآن متخصصون في إدارة شبكات التواصل الاجتماعي من داخل وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون، وبديلاً عن الأسئلة التقليدية عبر الهاتف والتي

(1).Deuze,M. and Paulussen,S: **online journalism in the Low Countries: Basic, Occupational and Professional Characteristics of Online Journalists in Flanders and the Netherlands**, European Journal of Communication, vol: 17, N: 02, london, 2002, p: 242

باتت تقنية تجاوزها المتلقي. أصبح التفاعل المباشر مع البرامج التلفزيونية دليلاً بل محددًا لمدى نجاح البرنامج حيث نقيس به نسب المشاهدة والتي باتت تظهر الآن عبر الهواتف النقالة الذكية⁽¹⁾.

4. الحرية الواسعة:

عندما كانت أغلب وسائل الإعلام التقليدي سواء صحافة مكتوبة أو إذاعة أو تلفزيون، معرضة لتدخل الحكام والمسؤولين في أغلب الدول سواء بالسماح أو المنع لما ينشر فيها مما جعل منهم أداة وصاية على عقل وتفكير المواطن، جاءت وسائط الإعلام الجديدة لتكسر هذه الوصاية وتعطي حرية واسعة للأفراد و حتى الناشرين من صحفيين و مدونين للاطلاع ونشر كافة القضايا والأحداث التي تهمهم من دون أية رقابة⁽²⁾.

حرية الانتقاء والمقارنة لا نجدتها إلا في وسائط الإعلام الجديدة ، من خلال الاطلاع السريع على العديد من المصادر المختلفة الرؤى والخلفيات، وهكذا يمكن للفرد أن يستخلص لنفسه المعلومة والنتيجة التي يراها اقرب إلى الحقيقة، دون أن يكون أسيراً لرأي محدد مفروض عليه من الحكومات أو الشركات المالكة لوسائل الإعلام⁽³⁾.

وتتيح وسائل الإعلام الجديدة مجالاً مناسباً لحرية الرأي والتعبير، ونشر الأفكار، حيث تسمح الإنترنت للمستخدمين بالتعبير عن آرائهم وطرح أفكارهم المشتركة دون قيود تذكر، أفضل من تعليق أو توزيع منشورات أو مطبوعات كما كان معمول به سابقاً، وتعد وسائط الاتصال الجديدة منبرا قويا ومؤثرا

(1) جمال زرن: الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاتة ، مركز الجزيرة للدراسات، متاح

على الرابط التالي: <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/03/170327082425295.html>

تاريخ الدخول : 25 ديسمبر 2018.

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

56.

(3). محمود الفطافطة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، الفيسبوك نموذجاً، المركز الفلسطيني

للتنمية والحرية الإعلامية، فلسطين، 2011 ، ص: 96.

والأكثر استخداماً للتعبير عن الرأي وممارسة الإنسان لحقوقه وحياته، كونها النافذة الإعلامية الأكثر حرية (1).

إذاً يعتبر فرض رقابة على شبكات التواصل الاجتماعي ، صعب جداً، نظراً لعدم قدرة الحكومات على توقيف المدونين بسهولة، أو اقتحام مكاتب مستخدمي هذه الشبكات مثل تويتر أو صعوبة توجيه الاتهامات لأشخاص لنشرهم روابط على الفيسبوك، خاصة إذا كانوا خارج الوطن.

5. الافتراضية:

حسب رأي الباحث و الأكاديمي عثمان محمد الدليمي أن أولى سمات الظاهرة الافتراضية للتفاعلات الافتراضية هي افتراضيتها نفسها، فالعلاقة بين الطرفين ليست علاقة إنسانية كما في المجتمع الواقعي، بل إنسانية مفترضة أي متفاعلة بين إنسان وإنسان عبر وسيط آلي وبشكل غير مباشر²، وشرح الافتراضية الباحث الأكاديمي و الإعلامي الأمريكي Gary Krug، حيث صرح أن ابتكار الواقع الافتراضي وعوامله الإلكترونية أدى إلى تفكك العلاقة الفيزيائية بين الأفراد، ويقصد بذلك أن تفاعلات الواقع الافتراضي التي تتم اليوم في إطار الإنترنت أثرت بدورها في تفكيك العلاقة بين التفاعلات التي تقوم على أساس الوجه بالوجه، وبالتالي هناك مزيج واختلاط الواقع بالافتراضي (3).

6. تغيير أنماط السلوك:

بالإضافة إلى كل الخصائص السابقة فإن وسائط الإعلام الجديدة غيرت أيضاً وبشكل أساسي من أنماط السلوك الإنساني الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه

(1) رضا هميسي: الإعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الأمن الوطني، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي العلمي: دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب، المملكة العربية السعودية، 2014، ص: 04.

² عثمان محمد الدليمي: مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب، دار غيدا للنشر والتوزيع، عمان 2019 ص 102.

(3) نديم منصور: مرجع سابق، ص: 23.

فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الإطلاع عليه. وقد أكد ذلك كثيراً من الأبحاث التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري حيث توضح أن معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباهاً كبيراً لوسائل الإعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرئونها كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها، وفي واقع الأمر فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لمحتواها، فمشاهدي التلفزيون مثلاً قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون ولكنها غالباً ما تكون متابعة سلبية (Passive) بحيث لو سألتهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فإن قليلاً منهم سيتذكر ذلك، وبالتالي وسائط الإعلام الجديدة من ناحية أخرى قد غيرت تلك العادات بتحقيقها لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة⁽¹⁾.

7. إعلام متعدد الوسائط:

الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط حيث أحدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يشير إلى استعمال عدة وسائط اتصالية مختلفة لحمل المعلومات، مثل: النص، الصوت، الرسومات، الصور المتحركة، الفيديو، ويستخدم هذا المصطلح للإشارة إلى الوسيلة التي تتضمن أنماطاً متعددة من المضامين⁽²⁾، ويشير أيضاً إلى مجموعة العناصر الإضافية التي تجعل صفحات الويب وشبكات التواصل الاجتماعي مفعمة بالحياة تتحرك وتتكلم وتعرض الموسيقى والفيديو وتسلي المستخدم، والواقع أن الفرص التي تتيحها الوسائط المتعددة لوسائل الإعلام والإعلاميين تبدو مذهلة، وقد دفعت هذه الفرص بعض الباحثين إلى الحديث عنها باعتبارها ذات تأثير يشابه تأثير المولد البخاري "turbine effect" اللازم لتشغيل محرك المعلومات الذي يستطيع أن يقدم منتجات إعلامية متعددة لا تستطيع كل وسيلة بمفردها

(1) أحمد شريف بسام: مرجع سابق ص:64.

(2) عصام الدين مصطفى صالح: الصحافة في مهب الإعلام البديل وحرية تداول المعلومات، دار الفكر الجامعي، ط1،

الاسكندرية 2019، ص:75.

أن تقدمها. ولعل هذا ما دفع شركة داو جونز المالكة لصحيفة وول ستريت جورنال إلى إعادة تعريف نفسها بأنها "مزود إخباري لكل أنواع الأخبار في كل الأوقات وفي كل مكان" (1)

8. بيئة ثقافية جديدة:

وسائط الإعلام الجديدة ساهمت في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القديمة القائمة على احتكار النخب لوسائل الإعلام التقليدية وباقي وسائل التعبير في الفضاء العام، وبذلك الإنترنت لم تيسر فقط النفاذ إلى المعلومات والمضامين بل إنها أتاحت بشكل كثيف فرص إنتاجها للأشخاص العاديين من خلال أشكال تعبيرية مستحدثة كمنتديات الحوار والدرشة والصفحات الشخصية على شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات، ففي زمن وسائل الإعلام التقليدية كانت النخب السياسية والثقافية والإعلامية تحتكر إنتاج الخطابات العامة، أما اليوم وبفضل وسائط الإعلام الجديدة، أصبح للأفراد والجماعات حق الكلام في هذا المجال (2).

9. بيئة تواصلية جديدة:

كل شخص يملك مجموعة من الآلات الاتصالية الإلكترونية الصغيرة، التي أصبح بإمكانها أن توفر له الفرصة بأن يكتب وينشر على شبكة الإنترنت، كما تمكنه من أن يتحول إلى مصدر للأخبار والمعلومات، إذا فلفسة هذه العملية بسيطة تقوم على قاعدة ما توفره تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وشبكة الإنترنت من ديمقراطية، حيث أصبح بإمكان كل مواطن تجميع المعلومات والحصول عليها، وأن يتحول بالتالي إلى مراسل قادر على تمييز واقتراح المعلومة، التي يظن بأنها قيمة للنشر (3)، ومن هذا المنطلق يمكننا القول أن خاصية البث الأحادي أي مرسل ومستقبل قد زالت، فوسائط الاتصال الجديدة تعمل على

(1) حسني محمد نصر: اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة، ورقة مقدمة إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 2015، ص: 17.

(2) أحمد أمين فورار: مرجع سابق ص: 74-75.

(3) فورار أحمد أمين: مرجع سابق، ص: 86.

إذابة الجليد بين طرفي المعادلة، فالمستقبل للمعلومة أصبح في نفس الوقت مرسلها يتحكم فيها وفق قالب جديد ومن ثم يعاد توجيهها مرة أخرى إلى المرسل أو جهات أخرى، من إضافة أو تعديل أو تعليق⁽¹⁾.

10. تحديث المحتوى:

وسائط الإعلام الجديدة تضفي تفاعلاً حقيقياً مع المواد الإعلامية، بحيث يتم تحديث وتجديد الأخبار والمواد الإعلامية باستمرار دون مواعيد ثابتة، فالمحتوى الإعلامي الإلكتروني يتمتع بالسبق والقدرة على التفاعل واستخدام الصورة ومقاطع الفيديو، والخلفيات والمعلومات الأساسية والتحليلات ومقالات الرأي ذات العلاقة وعليه يمكن للمستخدم أن يبقى على معرفة مستمرة بالواقع في جميع أنحاء العالم، حيث وفرت وسائط الإعلام الجديدة البث المستمر وتحديث ما ينشر من مواد إعلامية أولاً بأول ووقت حدوثها، إذا المستخدم لم يعد مضطراً لانتظار صدور جريدة مثلاً في اليوم التالي لمعرفة أخبار يوم أمس، كما أن وسائط الإعلام الجديدة وفرت أرشيفاً إلكترونياً غير محدود، يستطيع عن طريقه من يريد أن يرجع إلى أي مادة إعلامية أو معلومة أو أي خبر مهما كان⁽²⁾.

11. غياب التزامية:

المتلقي بإمكانه الحصول على المعلومات في أي وقت يريده، ويقصد بها هنا -أي غياب التزامية- عدم الحاجة ليقابل المرسل مع المستقبل في نفس الزمان والتوقيت، كما تتميز المعلومات بسرعة انتشارها عبر وسائط الإعلام الجديدة ووصولها إلى أكبر قدر ممكن من المتلقين في أي مجتمع سواء كان محلياً أو إقليمياً أو دولياً، وبأقل التكاليف أيضاً، فضلاً عن قدرتها على تجاوز الحدود

(1) صالح بن علي آل شايح القحطاني: إسهامات الإعلام الإلكتروني الجديد في تعزيز البرامج الإعلامية بالدفاع المدني السعودي، أطروحة دكتوراه، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2012، ص: 157.

(2) بسام أحمد شريف: مرجع سابق، ص 69.

الجغرافية للدول، فلم يعد المكان وطول المسافات يشكلان عائقاً يحول دون التواصل بين المشاركين في العملية الإتصالية⁽¹⁾.

12. الكونية:

البيئة الأساسية الجديدة لوسائط الاتصال هي بيئة دولية عالمية بحيث تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة⁽²⁾، بما يعني أن الرسالة و المعلومة تصل إلى مدى عالمي، إذ تتجاوز المعوقات و القيود التقليدية التي يقيدتها التلفزيون والصحافة المكتوية، فهذه تحدها حدود المكان فلا يتجاوز أغلبها مساحة معينة من البسيطة، كما تحدها حدود المكان فلا يستطيع الجميع الوصول إليها لأنها خدمات مدفوعة، عكس خدمات الإنترنت فهي مجانية أو شبه مجانية⁽³⁾.

13. تفتت الجماهير:

ونعني بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم مقسماً بين وسائل الإعلام المختلفة، مثل المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون⁽⁴⁾.

وتعني أيضاً أن الرسالة الإعلامية من الممكن أن ترسل إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان يحدث في الماضي عبر وسائل الإعلام الجماهيرية. أي أنه يمكننا التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتجها إلى مستهلكها، إذاً وسائط الإعلام

(1) حسين محمود هنيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015، ص: 68.

(2) سميرة شيخاني: مرجع سابق، ص448.

(3) محمود الفطافطة: الإعلام الجديد رقابة ناعمة وحرية بلا قيود، مجلة تسامح: العدد: 34، مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان، فلسطين، 2011، ص: 112.

(4) سعود صالح كاتب: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، التحديات والفرص، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، المملكة العربية السعودية، 2011، ص: 07.

الجديدة تؤدي إلى المزيد من النقته والتناثر والتشتت من خلال تحولها بفعل التكنولوجيا من مخاطبة الجماهير إلى مخاطبة الأفراد.

ثالثاً: شبكات التواصل الاجتماعي ما قبل الفيسبوك:

يدل تاريخ الإنترنت الرسمي إلى أن أول موقع للتواصل الاجتماعي قد ظهر في أواخر السبعينات وتحديداً في سنة 1979، وهو موقع "bbs" الذي أنشأه "توم براسكوت" و"جيم إيليس"، حيث أنشأ أنظمة "Usenet" التي يدل تعريفها بأنها عبارة عن شبكة تشير إلى نظام الأخبار news system أتاحت هذه الخدمة الجديدة في ذلك الوقت، إمكانية تبادل الآراء و الأفكار بين مستخدميها، كما سمحت لمستخدميها بنشر المقالات والمشاركات، وقد اتسمت هذه الخدمة بالحرية بحيث لم يكن لها إدارة مركزية أو حتى هيكل تنظيمي.⁽¹⁾

هذه الشبكة "bbs" الجديدة في ذلك الوقت كانت تشتغل بالاعتماد على الحواسيب الشخصية وجمعها معا في شبكة واحدة عن طريق الاتصال بالمودم الخاص بالحواسيب المضيفة.

في نصف الثمانينات من القرن الماضي، كانت هناك محاولة أخرى من أجل إنشاء شبكة اتصال بين مستخدمي أجهزة الحاسوب، حيث قامت شركة "CompuServe" التي تقدم في ذلك الوقت خدمات الإنترنت التجاري؛ بحيث قام المهندسون في هذه الشركة بدمج شبكة دردشة وتواصل بين مستخدميها داخل خدمتها، ونظرا لارتفاع أسعار خدماتها لم تستطع الشركة الاستمرار في تقديم هذه الخدمة بحيث وصل سعر الخدمة إلى 30 دولار أمريكي في الساعة الواحدة⁽²⁾.

(1) متاح على الرابط التالي : [https://www.arageek.com/tech/history-of-social-networks-before-](https://www.arageek.com/tech/history-of-social-networks-before-facebook)

facebook تاريخ الدخول: 2018/10/10.

(2) المرجع السابق.

أيضاً في منتصف التسعينات، أخذت مواقع التواصل الاجتماعي تظهر بشكل حديث وجديد، مستعينة بتطور شبكة الانترنت والحاسب الآلي و انخفاض تكاليف الانترنت، ومستعينة أيضاً بالطبيعة البشر الاجتماعية و حاجاتهم الملحة للتواصل. وقد ظهر موقع (Classmates.com) كأول موقع لشبكات التواصل الاجتماعي في منتصف التسعينات، وقد انطلق في العام 1995 وهو شبكة اجتماعية للتواصل بين الأصدقاء و المعارف، مثله مثل مواقع التواصل الحالية، وقد كان الاشتراك فيه مجاني أيضاً، ويتيح الموقع لأي شخص أن ينشئ ملف شخصي أو صفحة خاصة ثم بعد ذلك يبحث عن أصدقاء آخرين، ويمكنه بعد ذلك الاتصال بأصدقاء قدامى لم يتواصل معهم منذ مدة معتبرة، وأن ينتسب وينخرط في المجتمعات المحلية الافتراضية، وحتى الدردشة في المنتديات.⁽¹⁾

ثم بعد ذلك توال ظهور مواقع التواصل الاجتماعي حيث أطلق الموقع الشهير Six Degrees.com، في ماي من عام 1997 الذي أخذ اسمه من عبارة six degrees of separation أي "ست درجات من الانفصال" هذه التسمية أخذت من " تجربة العالم الصغير" للباحث الأمريكي المتخصص في علم النفس الاجتماعي "ستانلي ميلغرام". حيث زود الموقع بأدوات تساعد المستخدمين في العثور على المصادر والمعلومات على شبكاتهم، بالإضافة إلى العديد من الوظائف الأخرى الثانوية مثل التواصل مع المستخدمين الآخرين. و مع نهاية العام 2000 أغلق الموقع.⁽²⁾

ثم أسس "براد فيتزباتريك" شبكة Live Journal في العام 1999، حينما كان طالباً في المدرسة الثانوية، وقد كان الغرض من هذه الشبكة هو مشاركة النشاطات والتواصل بين الطلاب، حيث اتخذت الشبكة أسلوباً جديداً و مختلفاً عن سابقتها فبينما كانت الشبكات الأخرى تتيح إنشاء صفحة تعريفية ثابتة

(1) مبارك الرعود عبد الله ممدوح: مرجع سابق، ص 33.

(2) المرجع السابق، ص 33.

للمستخدمين، فإن هذه الشبكة live journal تشبه نظام المدونات حيث يقوم المستخدم بتحديث ملفه باستمرار، كما أن الشبكة تشجع مستخدميها باستمرار على التفاعل ومتابعة مدونات بعضهم البعض وإنشاء المجموعات، وقد كانت هذه الشبكة والشبكات الأخرى نماذج و تجارب لتحديثات وتطورات حدثت بعدها.⁽¹⁾

دون أن ننسى أنه قد ظهرت الكثير من الشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي لكن لا داعي لذكرها بحكم أنها لم تحقق أي نجاح أو شعبية، لذلك سنتحدث عن الشبكات التي ظهرت في العام 2002 حيث شهد هذا العام الميلاد الحقيقي لما يسمى اليوم باسم شبكات التواصل الاجتماعي، إذ ظهر موقع (Friendster) في الولايات المتحدة الأمريكية بالضبط في كاليفورنيا على يد (Jonathan Abrams)، و يتيح الموقع للأصدقاء و المعارف من خلال مجموعات وتجمعات افتراضية بنشر و مشاركة الصور وملفات الأصدقاء وتم استخدام الموقع بشكل كبير وعلى نطاق واسع في آسيا، وهو يدعم لغات كثيرة منها (الانجليزية، والاسبانية، واليابانية، والصينية، والكورية)، كما يمكن للمستخدم تغيير اللغة كما يريد.⁽²⁾

كذلك في منتصف العام 2002 ظهرت شبكة (Skyrock) في فرنسا كمنصة للتدوين ونشر الصور والملفات، ثم بعد ذلك تحولت الشبكة إلى شبكة اجتماعية عالمية في العام 2007. ثم ظهر موقع (MySpace) الشهير وذلك قبل ظهور الفيسبوك بعام واحد أي في العام 2003 وقد تطور بسرعة حتى أصبح من أكبر شبكات التواصل الاجتماعي عام 2006، وقد تطور بسبب ما يقدمه من خدمات حيث يسمح للمستخدمين بإبتكار خلفيات خاصة بهم، وإمكانية عرض الشرائح و مشغلات

على الرابط متاح <https://www.arageek.com/tech/history-of-social-networks-before-facebook>

(1)التالي:

تاريخ الدخول: 2018/10/10.

(2) مبارك الرعود عبد الله ممدوح : مرجع سابق، ص 33.

الصوت و الصورة، إضافة بطبيعة الحال إلى المدونات، وقد أعتبر الموقع بأنه موقع خاص بالموسيقيين ومتابعيهم.⁽¹⁾

رابعاً: تعريف موقع الفيسبوك.

موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يستطيع أي شخص الاشتراك فيه مجاناً، وتديره حالياً شركة "ميتا" و هي شركة خاصة محدودة المسؤولية، فالمستعملون يستطيعون الانضمام إلى أي جماعة افتراضية سواء كانت هذه المجموعات محلية أو إقليمية وحتى عالمية، وذلك بغية التواصل و التفاعل مع الآخرين. كذلك يستطيع المستخدمون إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم، وإرسال الرسائل إليهم سواء كانت صور أو رسائل وأي نوع من الملفات، ويعتبر صفحة تعريفية لمستخدميه حيث يسمح لهم بتحديث ملفاته ومعلوماتهم باستمرار.

إذا يتضح لنا أن الفيسبوك يعد بمثابة مجتمع افتراضي بسبب ما يقدمه من تدعيم التفاعل الاجتماعي، ويعتبر منصة ووسيط اتصالي يسمح للمستخدمين من خلاله التعبير عن مشاعرهم بحرية ودون قيود حتى عملية إنشاء المجموعات والانضمام لها يكون دون قيود مسبقة، وقد وجد فيه المستخدمون إمكانية التعبير عن آراءهم بكل حرية⁽²⁾.

الفكرة الأساسية لمصطلح الفيسبوك ظهرت في جامعة Harvard University على يد "مارك

زوكربيرج"، حيث استلهم الفكرة أو الاسم من الكتاب السنوي الذي يسمى "WXeter Face Book" وكانت فكرته تقضي بإنشاء موقع بسيط على شبكة الانترنت ، يجتمع فيه زملائه الطلبة لكن الفكرة

(1) المرجع السابق، ص 34.

(2) . Zhang Yin, and Tang Shing Tung: **Why and How Facebook Satisfies You: Collective Self-Esteem, Emotional Openness, Communication Apprehension as Predictors of Facebook Uses and Gratifications.** Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Boston, 2009, p:7

تطورت بسرعة، و انتشر الموقع على نطاق واسع منذ العام 2004 وكان الموقع في البداية كما أشرنا سابقا مخصصا لطلبة جامعة هارفارد، ثم انتشر في بقية الجامعات مثل جامعة ستانفورد و كولومبيا و وييل في ثم توسع بشكل أكبر ليشمل جميع كليات بوسطن، ثم جامعة ايفي ليج وبعدها شيئاً فشيئاً أصبح منتشرًا في العديد من الجامعات الأمريكية وحتى في كندا. بعد هذا النجاح تم تغيير مقر الفيسبوك إلى مدينة بالو ألتو في كاليفورنيا وقد قامت الشركة في العام 2005 بتغيير اسمها و إسقاط كلمة The من اسمها ليصبح الاسم Facebook.com.

دون أن ننسى أن موقع الفيسبوك قام بإصدار نسخة أيضا للمدارس الثانوية بالتزامن مع نسخة الطلبة الجامعيين في سبتمبر عام 2005 ثم بعدها أصبح متاح للمهنيين و الموظفين في الكثير من الشركات ومن أهمها شركة أبل و مايكروسوفت. ثم أصبح موقع الفيسبوك متاح لجميع مجاناً، شرط أن تكون فرد بالغ من العمر ثلاثة عشر سنة فأكثر، وأن تملك عنوان بريد إلكتروني صحيح أو رقم هاتف.⁽¹⁾

وقد تطور الموقع و تضاعف عدد المشتركين في حيث بلغ العدد الشهري للمستخدمين النشطين للموقع 1.44 مليارا نهاية 2015، بإستخدام 75 لغة، وحسب الاحصائيات فإنه يقضي هؤلاء المستخدمون جميعاً أكثر من 700 مليار دقيقة على الموقع شهرياً، وفي يوم الإثنين 2015/08/24 حقق الموقع رقماً قياسياً إذ دخل الموقع في هذا اليوم وحده مليار مستخدم.⁽²⁾

(1) أسماء البدري: الإعلام الجديد و الحركات الاجتماعية تحليل أثنوجرافي للنصوص المدونة على الموقع الرسمي

لحركتي "كفاية" و "شباب 6 أفريل" رسالة ماجستير منشورة، مجلة كلية البنات، العدد 18، الجزء 3، جامعة عين

شمس، 2016، ص 7.

(2) مركز المحتسب للاستشارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض

1438، هجري، ص 26.

وبلغ عدد مستخدمي الفيسبوك حاليا أكثر من 2.8 مليار مستخدم حسب أحدث تقرير عالمي الذي صدر بعنوان "ديجيتال 2021"، حيث يوجد في الجزائر لوحدها 25 مليون مشترك لشبكات التواصل الاجتماعي⁽¹⁾، ويبقى هذا الرقم دائما مرشحا للارتفاع خاصة في المنطقة العربية لما تشهده من حراك اجتماعي وسياسي كان الفيسبوك أحد أسباب ظهوره.

وفي أحدث تقرير رسمي استطعنا الحصول عليه حيث قدمت شركة فيسبوك أو ما تعرف اليوم بشركة ميتا حول أرباحها وعدد مستخدميها في الربع الأول من عام 2021، صرحوا بأن أرباحهم ارتفعت على أساس سنوي بنسبة 93.8%، أي أن الأرباح الصافية خلال هذه الفترة وصلت إلى 9.497 مليار دولار، بالمقارنة مع 4.9 مليار دولار في الربع الأول من 2020، ويرجع هذا التحسن في الإيرادات بسبب ارتفاع مستخدمي وتطبيقات الفيسبوك المختلفة حيث وصلوا إلى ما يقارب 3.5 مليار مستخدم خلال الربع الأول من عام 2021، بزيادة سنوية بلغت 15%⁽²⁾.

خامساً: إحصائيات عامة حول الفيسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي:

- نصف سكان العالم أو أكثر في الوقت الحالي، والذين يبلغ عددهم حوالي 7.87 مليارات نسمة، مشتركون ومستخدمون لوسائل التواصل الاجتماعي³.

من. تاريخ الزيارة 2021، **datareportal**. (11 FEBRUARY, 2021). SIMON KEMP⁽¹⁾ [datareportal.com: https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria](https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria)

⁽²⁾ الجزيرة نت، أرباح فيسبوك ترتفع نحو 94% خلال الربع الأول، متاح على الرابط التالي:

<https://www.aljazeera.net/ebusiness> تاريخ الزيارة: 2021/06/10.

3 رماح الدلقموني: وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام، الجزيرة نت، متاح على الرابط:

<https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology> تاريخ الزيارة: 2021/12/06

- 4.80 مليار فرد في كل أرجاء العالم يستعملون الإنترنت حتى جويلية 2021، بزيادة قدرها 316 مليوناً أي (7.3%) عن عددهم في مثل هذه الفترة من العام الماضي، حيث يشكلون ما نسبته 60.9% من سكان العالم.
- 4.48 مليار فرد يستعملون شبكات التواصل الاجتماعي (بحسب إحصائيات جويلية 2021)، حيث يصل عددهم حالياً إلى ما نسبته 56.8% من سكان العالم.
- 520 مليون مستعمل جديد اشتركوا في وسائل التواصل الاجتماعي في الـ 12 شهراً الأخيرة من جويلية 2021.
- تشير الإحصائيات إلى أن 9 من كل 10 مستعملين للإنترنت مشتركين الآن في وسائل التواصل الاجتماعي كل شهر.
- تشير الإحصائيات إلى أن الشخص العادي يملك حسابات على الأقل في 9 شبكات تواصل مختلفة.
- يقضي الفرد العادي ما يقارب من ساعتين ونصف الساعة في استعمال وسائل التواصل الاجتماعي يومياً.
- 90% من مستعملي وسائل التواصل الاجتماعي يصلون إليها عبر هواتفهم الذكية.
- إذا افترضنا أن الأفراد ينامون ما بين 7 و 8 ساعات في اليوم، فإن الإحصائيات تشير إلى أنهم يمضون نحو 15% من وقت اليقظة يتصفحون وسائل التواصل الاجتماعي.
- يمضي العالم أكثر من 10 مليارات ساعة يومياً يستعمل وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا ما يعادل نحو 1.2 مليون سنة من عمر الوجود البشري.

1. أعداد المستخدمين:

نوضح في هذا العنصر عدد المستعملين النشطين في كل شهر لأشهر مواقع التواصل الاجتماعي

العالمية وفق إحصائيات 18 يوليو/تموز 2021:

- فيسبوك 2.85 مليار مستعمل نشيط في كل شهر
- يوتيوب 2.29 مليار مستعمل نشيط في كل شهر
- واتساب 2.00 مليار مستعمل نشيط في كل شهر
- إنستغرام 1.38 مليار مستعمل نشيط في كل شهر
- فيسبوك ماسنجر 1.30 مليار مستعمل نشيط في كل شهر
- تيك توك 732 مليون مستعمل نشيط في كل شهر
- تليغرام 550 مليون مستعمل نشيط في كل شهر
- سناب شات 514 مليون مستعمل نشيط في كل شهر
- باينتريست 478 مليون مستعمل نشيط في كل شهر
- تويتر 397 مليون مستعمل نشيط في كل شهر
- وي تشات (البديل الصيني لواتساب) 1.24 مليار مستعمل نشيط في كل شهر
- سينا ويبو (البديل الصيني لتويتر) 530 مليون مستعمل نشيط في كل شهر
- كيو كيو (البديل الصيني لفيسبوك ماسنجر) 606 مليون مستعمل نشيط في كل شهر

2. شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار:

حسب آخر التقارير و الإحصائيات العالمية التي استطعنا الوصول إليها كانت، فإن من يستخدمون

شبكات التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على الأخبار قد بلغت نسبتهم حسب النتائج التالية:

• فيسبوك 44%

• يوتيوب 29%

- واتساب 23%
- إنستغرام 15%
- تويتر 13%
- فيسبوك ماسنجر 12%
- تليغرام 6%
- تيك توك 4%
- لينكدإن 4%
- سناب شات 2%

ويبلغ عدد مشتركى ومستعملى الفيسبوك فى الوقت الحالى، حسب آخر تقرير عالمى الذى صدر سنة 2021 بعنوان "ديجيتال 2021" أكثر من 2.85 مليار مستعمل ومشارك، حتى أنه يوجد فى الجزائر 23 مليون مستعمل، وهذا الرقم يبقى دائماً مرشح للارتفاع بخاصة فى الدول العربية التى تشهد حراك اجتماعى وسياسى غير مسبوق، حيث ساهم الفيسبوك فى ظهوره.

إذا موقع الفيسبوك www.facebook.com بدأ أساساً كموقع للتعارف الاجتماعى، الذى يعتمد بشكل كبير على المحتوى المزود من قبل المستخدم، مثل الآراء والمدونات الشخصية و الصور الفوتوغرافية الرقمية وغيرها. فيما يعتبر الغرض الأساسى من الموقع هو التواصل بين أعضائه المسجلين به⁽¹⁾، لكن مع مرور الوقت تغير دور الموقع من مجرد الربط بين أعضائه وإبقائهم على تواصل دائم فيما بينهم، حيث أصبح يعتبر مصدراً إعلامياً يحصل من خلاله المستخدمون على مجموعة من المعلومات والأخبار.

(1) رضوان بلخيري: مرجع سابق. ص 49.

وبالتالي الموقع يثير قضية غاية في الأهمية وهي استطاعة شبكات التواصل الاجتماعي على إمداد المستخدمين بالأخبار، كنتيجة لقدرته على احتواء كم ضخم من المعلومات ونقلها بين المستخدمين بسرعة وفاعلية، ومن هذا فإن الموقع يعتبر بالنسبة للكثير منهم مساحة إعلامية يجدون فيها معلومات متنوعة. وقد أكد ذلك الدراسة التي أجرتها مؤسسة Mass-Relevance حول استخدام قناة CNN لصفحتها في الفيسبوك حيث " أن القناة ومن خلال صفحاتها تمكنت من نقل الأخبار و الأحداث، لاسيما السياسية منها وقت حدوثها مباشرة، حيث سجلت تفاعلا كبيرا من قبل جماهيرها، وقد حصلت الإدرجات الخمسة الأولى على 2500 معجب"⁽¹⁾.

وقد استطاع موقع الفيسبوك أن يربط التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال مع الممارسة السياسية، حيث أصبح متنفساً للكثير من الافراد الذين وجدو فيه مكاناً للتعبير عن آرائهم و مواقفهم السياسية التي لا يمكنهم التعبير والجهر بها عب الوسائل التقليدية، وأصبح الفيسبوك وسيلة وأداة للنضال السياسي وحشد الجماهير، خاصة في بلدان العالم الثالث التي تعاني دائما من قيود على العمل السياسي، وصار له دور فعال ومهم في الكثير من الثورات و التظاهرات عام 2011 ، كما حدث في تونس ومصر⁽²⁾.

سادساً: الفيسبوك و نماذج عن آليات التواصل بين أعضائه.

يعتبر المقصد الأساسي من الموقع هو التواصل بين أعضائه المسجلين به، وقد كون كل من 2.85 مليار شخص مسجل في الموقع صفحة خاصة به تضم معلومات وبيانات خاصة وصورا وآراء خاصة، وينشئ المستخدمون كذلك مجموعات للاهتمامات المشتركة وصفحات للمناسبات

(1) فوزي شريطي: القيم الاخبارية في إدراجات موقع الفيسبوك قناة الجزيرة أنموذجاً، مجلة الحكمة لدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد رقم 2 العدد 4 ، الجزائر 2014، ص199.

(2) نبيلة جعفري : دور الإعلام الجديد في انتفاضات الشعوب العربية شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً، مجلة الحكمة لدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد رقم 4، العدد 7 ،الجزائر 2016،ص66.

والفعاليات التي يودون أن يعلنوا عنها، ويعد الفيسبوك حالياً أهم مجتمع افتراضي على شبكة الانترنت.

أما من الناحية السياسية فإن للموقع تأثيره كبير على مستخدميه، و خير مثال على ذلك التعاون الذي حصل بين الموقع وقناة CNN الإخبارية في نقل وتغطية فعاليات تنصيب الرئيس الأميركي باراك أوباما، حيث بعد ساعة واحدة من تنصيبه، علق أكثر من 129 ألف من الزوار على عملية التنصيب على صفحة "الفيسبوك" الخاصة بـ CNN، حيث انظم للصفحة 25 مليوناً من مستخدمي الموقع.

ويوجد مثال آخر للدور السياسي الذي يلعبه الموقع، حيث استعمله مجموعة من المدونين المصريين يعملون في مجال التنمية، حيث قاموا بإطلاق حملة على موقع الفيسبوك بعنوان "خلي عندك صوت"، من أجل دفع المصريين لطلب بطاقتهم الانتخابية، وقد أنجزوا شريط فيديو مدته ثلاثون ثانية فكرته الأساسية حول شباب يتحدثون عن آرائهم في أحوال البلد، ولكن في الفيديو كلامهم لا يسمع لأنهم لا يملكون بطاقة الناخب..⁽¹⁾ وقد أكد هؤلاء المدونون على أنهم مستقلون ولا يتبعون لأي حزب أو جهة سياسية، بل غايتهم فقط تحسيس الشباب ودفعهم للمشاركة السياسية والتصويت في الانتخابات، ويقول شريف عبد العزيز أحد معدي الحملة أن الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً للإنترنت في مصر، ويعتبرون قادة رأي حيث يمكنهم التأثير على الأفراد من حولهم أيضاً وإقناعهم في استخراج البطاقة الانتخابية، ولذلك فالحملة على "الفيسبوك" تستهدف هذه الفئة المؤثرة وتستهدف هذه الحملة فئة الشباب الأكثر عزوفاً عن المشاركة السياسية، وحسب قوله فإن الحملة تجد صدى ورد فعل إيجابي على الموقع ويزداد عدد المشتركين بها، على الرغم من أنهم لا يستطيعون

(1) أحمد أمين فورار: مرجع سابق، ص 173-174.

قياس أعداد الأفراد الذين استجابوا واستخرجوا بطاقة الناخب، إلا أنهم لاحظوا عدد كبير من المشتركين شاركوا تجاربهم في الذهاب لاستخراج بطاقة الناخب على صفحة الحملة، الأمر الذي يشير لحدوث تفاعل إيجابي مع الحملة.⁽¹⁾

سابعاً: العلاقة بين وسائط الإعلام الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية

يطرح الباحث والأكاديمي نصر الدين العياضي مجموعة من التساؤلات و الاستفهامات حول علاقة وسائط الاتصال الجديدة بوسائل الإعلام التقليدية، حيث يقول في هذا الصدد: يزداد القلق على مستقبل الإعلام بعد تطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة، القلق الذي تفصح عنه الأسئلة التالية: هل سينتهي عصر الإعلام الرسمي بنهاية وسائل الإعلام الكلاسيكية ليحل محله الإعلام البديل؟ وإن حدث ذلك هل تفقد صفة البديل محلها في الإعراب لأن هذا الإعلام يصبح الوحيد في الميدان؟ وهل سيظل الإعلام البديل بديلاً للإعلام الرسمي؟، ويضيف أيضاً كيف نتعامل مع الإعلام البديل الذي يسحب الإعلام من قبضة احتكار المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية؟، وما مصير الخطاب الرسمي في ظل تطور الإعلام البديل⁽²⁾؟، وفي نفس السياق دائماً برز اختلاف في أوجه النظر بين الأكاديميين والباحثين في هذا المجال، فهناك من يرى أن علاقة وسائط الاتصال الجديد بالإعلام التقليدي هي علاقة صراع والبقاء فيه للأقوى، وأنه لا مكان فيه للإعلام التقليدي في المستقبل، حيث يرى هذا الطرف أن الصحافة الإلكترونية والتلفزيون التفاعلي والإذاعة التي يستمتع لها عبر شبكة النت قد فرضت سلوكيات اتصالية جديدة اتجاه وسائل الإعلام، و واقعا مغايراً عن الإعلام التقليدي الذي رأى العديد من الباحثين المختصين في دراسات

(1) المرجع السابق، ص 175.

(2) نصر الدين العياضي: الاتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل، دار الثقافة والإعلام بالشارقة، الإمارات، 2015، ص: 161.162.

الإعلام الجديد انه يتراجع ويتجه إلى زوال¹، في حين يرى الطرف الآخر أن العلاقة بينهما هي علاقة تكامل وتواصل والمستفيد من تكاملها هو الجمهور والمستخدم.

سنتعرف على الرأيين فيما يلي من هذا الفصل.

1. تراجع وسائل الإعلام التقليدية مقابل وسائط الإعلام الجديدة.

تثير مسألة تعدد قنوات البث إشكالية شائكة لوسائل الإعلام التقليدية، من قبيل: هل الانصهار الذي تعيشه وسائل الإعلام التقليدية يؤذن بأن وسائل الإعلام هذه متجهة نحو الاندثار؟ ربما هنا علينا العودة إلى ما قاله أحد خبراء مايكروسفت سنة 2008 من أنه، وبعد عشر سنوات، لن تكون هناك وسائل إعلام مكتوبة، قائلًا: "إننا لن نستهلك مستقبلًا وسائل الإعلام إلا عن طريق موفر خدمة إنترنت، لن يكون هناك صحف أو مجلات كل شيء سيتحول بثه على هيئة نسخة إلكترونية" قد تكون هذه النبوءة قد تحقق نصفها وهو أنه لم تعد هناك نسخ ورقية بحتة كما أن صحفًا ورقية قد تحولت كليًا إلى نسخ إلكترونية (2).

يرى البعض أن دلالات التحول هذه مرتبطة بسياق حضاري أضحى فيه التغيير سمة من سمات المجتمعات الحديثة، إذا هو يحيل أيضا إلى التحول من الحداثة (Modernity) إلى ما بعد الحداثة (Post-modernity)، ومن المحلية إلى العولمة، ومن الطور الصناعي إلى الطور ما بعد الصناعي، في هذا السياق الحضاري تمثل وسائط الاتصال الجديدة رمزا لديناميكية الحركة الشاملة، ومن جهة أخرى

¹ محمد مرواني: أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائط الميديا الجديدة، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مستغانم، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، قسم علم الاجتماع، 2019، ص، 138.

(2) جمال زرن: الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاتته، مركز الجزيرة للدراسات، متاح

على الرابط التالي: <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/03/170327082425295.html>

تاريخ الدخول : 25 ديسمبر 2018.

يحمل المفهوم حمولة إيديولوجية تحيل إلى أفضلية الحديث على القديم، ويحيل مفهوم وسائط الاتصال الجديدة إلى البعد التي والذي سبق وأن تطرقنا إليه، الذي ينطلق من رؤية استشرافية تعني بأن عالماً جديداً لا مكان فيه للقديم، وتستمد هذه الرؤية لوسائط الاتصال الجديدة من الاعتقاد القاطع في التنبؤ بالمستقبل⁽¹⁾، فمنذ أن ظهر التلفزيون في الخمسينيات من القرن الماضي وسؤال التكامل أو التناظر بين الوسائل الاتصالية يعاد إحيائه من جديد. فعندما تم اكتشاف التلفزيون في الخمسينيات من القرن الماضي كوسيلة إعلامية جديدة تعتمد على قوة الصورة والصوت والحركة قيل حينها إن هذا "العلاقة الخجول" سيقضي على الراديو (المذياع) وإمبراطورية الصحافة المطبوعة، وطرح آنذاك العالم الكندي مارشال ماك لوهان، صاحب نظرية الحتمية التكنولوجية في الإعلام، مفاهيم اتصالية جديدة تبين العلاقة الوثيقة بين هذه الوسائل التي قد يحدث ظهور إحداها إرباكاً شديداً في نفوس المتلقين⁽²⁾.

وفي هذا الصدد يقدم الباحث داني شيتشر في كتابه الإعلام يموت، ماذا يعني ذلك للديمقراطية، نظرة نقدية للمؤسسات الإعلامية في الولايات المتحدة، ووسائل الإعلام الجديدة التي تحاول أن تحل مكانها، رابطاً تلك العلاقة بسياق الممارسة الديمقراطية في الولايات المتحدة الأمريكية. ويقدم الكتاب الأعراض المرضية التي بدأت تصيب وسائل الإعلام التقليدية، والتي يمكن حصرها في تدهور نسب توزيع الصحف الكبرى، انخفاض نسبة مشاهدي القنوات التلفزيونية العريضة، الفوضى المتتالية، فقدان الصحافة لمصادقيتها، تمركز مصادر الأخبار في يد مجموعة صغيرة من الشركات الكبرى، وهيمنة ظاهرة الأخبار

(1). الصادق حمادي: الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي، بين الاتصال والانفصال، التلفزيون العمومي نموذجاً، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: 33، مصر، 2009، ص: 02.

(2). بسام أحمد شريف: مرجع سابق، ص، 90.

الموجهة حزبية أو اقتصادية كانت وغير ذلك من الإعراض ومن أبلغ الإحصاءات التي يذكرها الكتاب أن 70% من العاملين في وسائل الإعلام غير راضين عن حال الإعلام الأميركي⁽¹⁾.

في يوم السبت 26 مارس 2016، بعد ثلاثون عاماً من النشر الورقي، توقفت جريدة «ذي إنديبندنت» البريطانية عن الصدور في شكلها الورقي، حيث صدرت أمس مودعة، بطبعة أخيرة متميزة، وأعلنت الانتقال لعالم الإعلام الجديد أي الصحافة الإلكترونية فقط، وبسبب رئيسي هدد الصحيفة منذ سنوات هو تراجع المبيعات. وقد نشر في نفس اليوم صحفيو «ذي إنديبندنت» التي تأسست منذ أكتوبر 1986، صوراً حزينة على شبكات التواصل الاجتماعي يظهر فيها الإعلاميون وهم يقرعون على الطاولات، وهو تقليد قديم يستخدم لتوجيه التحية عند رحيل أحد الزملاء².

وقد كتب إيفجيني لبيديف مالك ورئيس مجلس الإدارة في الصحيفة متفائلاً: «قبل نحو ستة أعوام، اشترت عائلتي إحدى أهم الصحف العالمية، ومع أن مبيعاتها الورقية كانت تتراجع، فإن حضورها الإلكتروني ازداد بشكل هائل، ليصبح لديها اليوم أكثر من 3 ملايين قارئ على الموقع، ويمثل هذا نجاح الصحيفة الحقيقي». لكن المحرر السابق في هذه الصحيفة روجر آلتون صرح متشائماً و متخوفاً من زوال الصحافة التقليدية، حيث نشر عنه في الموقع الإخباري «هافنغتون بوست» التصريح التالي: «يمثل العدد الأخير لهذه الصحيفة العريقة تهديداً لمستقبل الصحافة الورقية في بريطانيا، وهو حتماً يوم حزين في عالم الصحافة».

(1) جمال زرن: البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 17، العراق، 2012، ص: 25.

² رنيم حنوش: «ذي إنديبندنت» البريطانية تودع نسختها الورقية، جريدة الشرق الأوسط، متاح على الرابط التالي:

<https://aawsat.com/home/article/60135>، تاريخ الزيارة: 2016/06/10.

وقد توقفت الصحيفة عن الصدور ورقيا كما ذكر أعلاه، بسبب أنها الأقل توزيعاً في المملكة المتحدة، متأخرة عن العديد من الصحف مثل «ذا صن» أو «دايلي مايل»، و«التايمز» و«ذا غارديان» أو «دايلي تلغراف»، حيث لم تعد قادرة على بيع أكثر من 40 ألف نسخة في حين بلغت مبيعاتها سنة 1989، أكثر من 420 ألف نسخة في اليوم متربعة على عرش الصحافة الورقية حينه.

وقد صدر بيان عن الشركة المالكة للصحيفة «إي إس آي ميديا» لوسائل الإعلام و جمهورها، قالت فيه أنها تشكر الموظفين، حيث تم التأكيد فيه على تبني الشركة لـ«مستقبل رقمي»، وذكر البيان صراحة: «لقد واجهنا خيارين؛ إما أن نواجه التراجع المستمر للنسخة الورقية أو تحويل المؤسسة الرقمية التي قمنا بإنشائها إلى مستقبل مستديم ومدر للنفع»¹.

كذلك نفس الأمر حدث في الولايات المتحدة وغيرها من البلدان إثر انخفاض في المبيعات والإعلانات على حد سواء، مما هدد بزوال الصحافة الورقية، فقد أجمع الخبراء أنه للتغلب على هذا التدهور هو التخلي عن الطباعات اليومية والنشر الورقي، وبالنسبة إلى المحرر والصحافي مارتن لانجيفلد، «ليست الصحف بحاجة إلى مطبوعات يومية بل بالأحرى إلى علامة يمكن الوثوق بها»⁽²⁾.

ونذكر على سبيل المثال أكبر صحيفة أمريكية «نيويورك تايمز» التي تعتبر من أكبر المتضررين من هذا التحول حيث تكبدت خسائر كبيرة جداً، إذ تجاوزت ديونها مليار دولار، وتراجعت أسهمها بنسبة 55% في العام 2015، مما اضطر القائمين على الصحيفة إلى تخفيض أجور ورواتب الموظفين بنسبة 5%، وقد تم كذلك تسريح عشرات المحررين. كذلك أوقفت صحيفة «الواشنطن بوست»

¹ رنيم حنوش: مرجع سابق، متاح على الرابط التالي: <https://aawsat.com/home/article/60135>، تاريخ

الزيارة: 2016/06/10.

(2). توماس اوربان: التخلي عن المطبوعات اليومية حل قد يسمح للصحف الورقية

السمود، <http://www.france24.com/ar/>، تاريخ الزيارة: 2016/02/17.

إصدار عددها الأسبوعي الخاص، الذي صدر قبل 27 عاماً نتيجة لانخفاض المبيعات، بينما توجهت صحف أخرى على غرار "لوس أنجلوس تايمز" إلى تسريح عدد هام من الموظفين¹.

وفي إسبانيا تتجه أكثر صحيفة إلبايس **El País*** توزيعاً في البلاد إلى وقف النسخة الورقية، والتحول نحو النسخة الإلكترونية وقد صرح رئيس تحرير إلبايس: أنطونيو كانو في رسالة وجهها إلى الموظفين: خطوة التحول من الورق إلى النسخة الرقمية هي جزء واحد فقط، وليست حتى الخطوة الأكبر من خطوات عدة سيكون على الصحف اتخاذها حتى نجد مكاننا الحقيقي في المستقبل، وواجهت إلبايس مشكلات ديون، عندما تراجعت عائدات الإعلانات في شكل حاد خلال الأزمة الاقتصادية، وشهد توزيعها تراجعاً مستمراً، وهبط بنسبة 15% سنة 2015، ليصل إلى نحو 220 ألف نسخة سنة 2016، لكن موقعها على الإنترنت شهد في المقابل زيادة لمستخدمي النسخة الرقمية بلغت 15.3% سنة 2015، ووصل عدد المتصفحين إلى 13.5 مليون شخص شهرياً⁽²⁾، وقد بلغ عدد متابعي الصحيفة على شبكة الفيسبوك حوالي 2.146.473 متابع سنة 2016.

وبالانتقال كذلك إلى الصحف المصرية حيث أشار رئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام بجامعة القاهرة في لقاء صحفي مع جريدة العين الإخبارية، إلى أن الصحف الورقية الحالية لم تستطع تخطي حاجز الـ 700 ألف نسخة يومياً في التوزيع، فيما استطاعت بعض الصحف توزيع قرابة المليون نسخة في ستينيات القرن الماضي³. و أن "المصري اليوم" تطبع 110 آلاف نسخة يومياً، يُباع نحو الثلثين منها فقط. أما جريدة الشروق، فقد انخفضت النسخ المطبوعة إلى 25 ألف نسخة يومياً، يباع منها 10 آلاف

¹ محمد الدليمي، عبد الرزاق، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل، الأردن، 2011، ص 220.

(2) أكبر صحيفة في إسبانيا ستودع الورق، جريدة الحياة اللندنية، متاح على الرابط التالي <http://www.alhayat.com/Articles/14325346/>، تاريخ الزيارة: 2016/04/04.

(3) وائل الغول: رغم الأزمات.. الصحافة الورقية في مصر تصارع من أجل البقاء، جريدة العين الإخبارية، متاح على الرابط التالي: <https://al-ain.com/article/99726>، تاريخ الزيارة: 2016/04/04.

نسخة فقط، وقصد تنشيط بيع النسخ الورقية اعتمدت الصحيفة على مقالات الرأي وعدد من الكتاب الذين تعاقدت معهم. وتراجعت أيضاً نسب التوزيع عند أحدث الصحف اليومية المستقلة على الساحة المصرية مثل جريدة "الوطن" التي باتت تطبع 65 ألف نسخة، يباع منها 40 ألف نسخة تقريباً.

وحسب رأي الباحث الأكاديمي في مجال الإعلام، الأمريكي «روبرت جي. بيكار» أن قيمة العمل الصحفي هو في استطاعته على توزيع معرفة الآخرين، وهو ما يفسر الآن مع ظهور المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث فقد مهني المعلومات احتكارها، ويمكن للجميع الآن بكل يسر وسهولة التواصل عبر وسائط الإعلام الجديد لنشر ما يرغبون من معلومات، ويضيف أيضاً أنه يجب علينا الآن إعادة اختراع الطريقة التي تنتج وتنتشر المعلومات في الإعلام التقليدي، فإما التكيف أو الموت، وقد أكد ذلك الصحفي والمسؤول عن المؤسسة الإعلامية **News Croup**، «فليب ماير» الذي يرى بأن الصحافة الورقية ستختفي من الوجود بحلول 2040⁽¹⁾.

وفي هذا الخصوص يعتبر العديد من الخبراء والباحثين في هذا المجال، ان وسائل الاعلام الحديثة ستؤثر على طريقة العمل التقليدية لوسائل الإعلام وقد تلغيها خاصة مع اتجاه أغلبها لنشر الأخبار عبر الانترنت مباشرة².

وعليه فإن وسائل الحديثة أوجدت أسلوباً وواقعاً جديداً للعمل الإعلامي بكل المقاييس؛ حيث ساهمت في نشر الإعلام بشكل رهيب، واخترقت جميع الحواجز سواء جغرافية أو زمانية، حتى أنها أوجدت تنوع لامتناهي من الرسائل والمضامين الإعلامية، ويتضح لنا أن هذه الوسائل الحديثة تملك

(1) .Héloïse Lhérété: **Internet tuera-t-il la presse ?**, Sciences humaines, N: 17, France, 2009. Disponible sur le lien : https://www.scienceshumaines.com/internet-tuera-t-il-la-presse_fr_24578.html
date d'accès 04/04/2016.

² محمد بن سعود بن خالد: مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع، التجربة السعودية، ورقة مقدمة لندوة الإعلام السعودي: سمات الواقع واتجاهات المستقبل، المنتدى الإعلامي الاول، الرياض 2003، ص12.

قدرات وإمكانيات الوصول والنفوذ لكل الجماهير، بحيث أتاحت فرصاً لا مثيل لها سواء في كثرة وغزارة المعلومات ومصادرها، أو كما أشرنا سابقاً في سرعة نقلها أو في استعمالها، حيث أثرت هذه التطورات على الصناعة الإعلامية ككل، ويقول **A. Brody Douglas** إذا كان التلفزيون يعتبر نافذة على العالم، فإن الإعلام الجديد يستطيع إيصال وربط المستخدم بالعالم مباشرة إذا كان متصل ومشارك بالإنترنت⁽¹⁾، أي أن جعل من الصعب على الإعلام التقليدي التفرد و السيطرة على العملية الإعلامية في الوقت الراهن، ومما سبق يتبين أن وسائل الإعلام التقليدي وقعت في مأزق البقاء والاستمرارية، هذا ما أفضى إلى تراجع دور الإعلام التقليدي حيث لم يعد في الوقت الحالي المصدر الوحيد للأخبار والمعلومات⁽²⁾.

وهناك أيضاً العديد من الإعلاميين يرون أننا في عصر نتراجع فيه مصداقية الإعلام التقليدي، فحسب الكاتب **Muzet. D** صاحب كتاب **Le mal info**، فإن المصداقية والموضوعية حالياً أصبحت ميزة من ميزات الإعلام الجديد وأن وسائل الإعلام التقليدية تفتقد لهذه الميزات، حيث أن الإعلام التقليدي دائماً ما كان متهم بالتحيز، ويرى الكاتب **Annie Gentes** أيضاً بأن الإعلام التقليدي هو المسبب المتهم الرئيسي في زعزعة الديمقراطية حول العالم، خاصة ما يمارسه من احتكارات مشبوهة مع الجامعات الضاغطة والسياسيين، وأفضل مثال فوز رئيس الوزراء الإيطالي السابق في العديد من الانتخابات مستعينا بما يمتلكه من مؤسسات إعلامية في كل من إيطاليا وأوروبا، ويعتمد الكاتب **Paul Virilio**، على هذا المثال حيث سماه بالانقلاب الإعلامي، وانتقد الإعلام التقليدي لافتقاده الحيادية والاستقلالية في

(1). رحيمة عيساني: الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 20، العراق، 2013، ص: 55.

(2). جلال الدين الشيخ زيادة: العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي، ورقة مقدمة على الملتقى الدولي: مؤتمر التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2015، ص: 10.

معالجة القضايا (1)، ومثال آخر يدعم هذا الطرح نجده في كتاب **أسطورة حرية الصحافة**، الذي ساهم في تأليفه و تقديمه الروائي الأمريكي **Gore Vidal** حيث فسر من خلاله حركة الميديا الأمريكية من خلال طريقة تغطيتها ومعالجتها للأحداث التي وقعت بعد هجمات 11 سبتمبر 2001، حيث أغرقت وسائل الإعلام الجماهير في الولايات المتحدة و حول العالم بالأكاذيب و الحقائق و المعلومات الزائفة والمبالغ فيها، حيث وظفت من أجل خدمة خطة سياسية رسمت مسبقاً في البيت الأبيض، حيث استعملت وسائل الإعلام آن ذاك مصطلحات من قبيل : أمة خيرة، ديمقراطية، محبة للسلام، تتعرض لهجوم من الإرهابيين الإسلاميين، الذين يكرهون أمريكا لما تتمتع به من حرية ورخاء (2).

أما الآن مع تطور وسائط الاتصال الجديدة و تأثيراتها على وسائل الإعلام التقليدية أصبح من الصعب عليها أي الاعلام التقليدي نشر مثل هذه الأكاذيب والحقائق المزيفة، وإنما حقاً نشعر بالتغيير الذي أحدثته هذه الوسائط الجديدة على طبيعة العمل التقليدي للمؤسسات الإعلامية، ويعترف كبار الإعلاميين في العالم فقد ذكر أوكارنز وشيستر مؤسس ومالك الشركة الإعلامية **vision Global**، أنه لعمود طويلة كان الصحفيون هم الذين يتحكمون في العملية الإعلامية من خلال التحكم فيما ينشر ويبث للجماهير من موضوعات وقضايا، أما الآن مع هذه الوسائط الجديدة لم يعد هذا الطرح ممكناً، حيث تحول المواطن إلى عنصر فعال في العملية الاتصالية يستطيع أن يعبر عن أيه وحتى التأثير في العملية الإعلامية، ما دام متصل بالإنترنت (3).

(1) إبراهيم بعزیز: مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2014، ص: 157.

(2) ياس خضير البياتي: يورانيوم الإعلام: حروب العصر بالتقنيات الرقمية، احتلال العراق نموذجاً، المكتب المصري للمطبوعات، مصر، 2006، ص: 203.

(3) ميرفت محمد عوف: المواطن الصحفي وحرية التعبير في فلسطين: غزة نموذجاً، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، فلسطين، 2015، ص: 25.24.

ويرى الباحث علي الخشيبان في مقال له في جريدة الرياض أن وسائط الاتصال والإعلام الجديدة قادرة على التأثير في التجمعات البشرية السلبية والمستسلمة لوسائل الإعلام وتحويلها إلى تجمعات متظاهرة إلكترونيا جاهزة للتحرك، حيث تستطيع إيصال المعلومة والرسالة إلى الجماهير في مواقعهم قبل عملية الوصول إلى فكرة التحرك والتجمع الفسيولوجي، فوجود هذه الجماهير افتراضياً في وسائط الإعلام الجديدة جعلهم أكثر تواسلاً مع بعض من أجل بناء خبرة إعلامية تعتمد تجاربهم الشخصية أولاً قبل مكوناتهم المعرفية، وهذا ما سوف يؤهلهم إلى تقديم عمل إعلامي ذي طعم فكري مختلف للمجتمع⁽¹⁾.

و في العام 2004 ادعى كل من وليامز وكاربنيني في بحث منشور أن نظرية وضع الأجندة قد انتهت وسقطت مع نظرية حارس البوابة. حيث استندا على التأثير الكبير الذي أحدثته وسائط الاعلام الجديدة في نشر فضيحة مونیکا لوينسكي - كلينتون، وقد أظهر في البحث أن وسائط الإعلام الجديدة أتاحت للجماهير مصادر غير محدودة و متنوعة من المعلومات السياسية، و قد قوضت حسب رأيهم فكرة وجود بوابات تعبر من خلالها المعلومات السياسية وبالتالي إذا اختفت هذه البوابات يختفي معها حراسها ، و عليه حسبهما فإن دور وسائل الإعلام في وضع وترتيب أجندة الجماهير حول القضايا السياسية قد ولى و انتهى. وأكد الباحثان أن طريقة معالجة هذه الفضيحة قد بين أن وسائل الإعلام الجديدة قد أضعفت إلى حد كبير سيطرة القوى السياسية و وسائل الإعلام التقليدية ترتيب و التحكم في القضايا السياسية⁽²⁾.

فوسائط الاتصال الجديدة الآن تشارك رفقة وسائل الإعلام التقليدية في وضع الأجندة الإعلامية: حيث تساهم في كثير من الأوقات في تسليط الضوء بقوة وبكثافة على العديد من القضايا و المواضيع

(1) علي الخشيبان: جيل الفطرة الإلكترونية، جريدة الرياض، العدد: 16044، المملكة العربية السعودية، 2012.

(2) حسني محمد نصر: مرجع سابق، ص 21.

المسكوت عنها وسائل الإعلام التقليدية، فتتحول بعد ذلك هذه القضايا والمواضيع إلى قضايا تشغل المجتمع.⁽¹⁾

وقد أيد هذا الطرح أيضا الباحث نصر الدين العياضي في مقال حول حرية الصحافة، حيث يطرح تساؤل حول ما إذا كان بإمكان الناس الآن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، ويؤكد بأن الإعلام الجديد يسعى جاهدا إلى إحداث ثورة في قواعد العمل الصحفي، حتى أن بعض المسؤولين من أعلى مستويات الدول الأجنبية أصبحوا يعبرون عن مواقفهم من القضايا الحساسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقعي شبكة تويتر وفيسبوك، التي باتت يعتبرها البعض مصدر مقبول وموثوق للمعلومات². ويشير الدكتور نصر الدين العياضي أيضاً إلى أن وسائل الإعلام التقليدية دخلت في تنافس مع شبكات التواصل الاجتماعي، والأكثر من ذلك فإن وسائل الإعلام التقليدية أصبحت مرغمة لكي تستثمر في هذه التكنولوجيا الجديدة، لذلك نجد أن أغلب إن لم نقل كل الصحف أصبحت لها مواقع وصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، ومنافذ من أجل التفاعل مع الجمهور واستخدام الجمهور كمادة ومصدر إخباري، ويشدد بأنه يجب أن تكون هناك سياسة وطنية جادة، للحفاظ على مكتسبات الصحافة المكتوبة، وتحديد آفاق الاستثمار في هذا المجال إلى 20 سنة مقبلة، خاصة أن الأمور قد تتغير بسرعة، خاصة وأن البحوث توصلت في مختلف أنحاء دول العالم إلى أن قارئ الصحافة الورقية الذي يموت لا يعوض، وبحسب الدكتور العياضي: أنه لو نقوم بمسح سوسيولوجي لقراء الصحافة سنجدهم أناسا متقدمين في السن³.

(1) فهد بن عبد الرحمان الشميمري: التربية الإعلامية-كيف نتعامل مع الاعلام؟، الرياض، 2010، ص: 186

(2) إيمان عبادي، فريال بن مزارى: الصراع و التكامل بين الصحافة الورقية و الصحافة الإلكترونية دراسة مسحية لمجموعة من الأدبيات العلمية، مجلة سوسيولوجيا، المجلد 1، العدد 3، الجزائر 2017، ص: 156.

(3) المرجع السابق، ص: 156.

ونجد نفس الطرح عند الأستاذ العيد زغلامي، حيث يرى أن التوجهات الكبرى في العالم تدل إلى أن الصحافة الورقية بدأت تعرف استنزافا وانقراضا، وهذا ما سيحدث في الجزائر أيضاً مستقبلاً، ويؤكد الأستاذ أن صحافة المواطن ستقضي على الصحافة الورقية في الجزائر، حيث أصبح لكل فرد إشتراك في الفيسبوك وفي الكثير من شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى مما قلل من دور الصحافة الورقية التي أصبحت ثانوية، لكن حسب ستبقى هذه الصحافة تنشر إلى أن يتقلص عدد قرائها تدريجياً.¹

لذا ربما يمكننا القول بأن الإعلام التقليدي في الجزائر قد فقد جمهوره خاصة الصحافة المكتوبة التي فقدت قرائها الشباب بعد ظهور الإعلام الجديد حيث انخفضت مبيعاتها ولم يقتصر الأمر على الصحف العامة بل طال الجميع، حيث أحالتها شبكات التواصل الاجتماعي إلى مرحلة جديدة، تحول فيها الجمهور خاصة منه الشباب إلى هذه الشبكات بعد أن وجد فيها إعلاماً بديلاً عن وسائل الإعلام التقليدية.

2. الاندماج بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائط الإعلام الجديدة

ما من شك في أن الإعلام الجديد قد فرض واقعا إعلاميا جديدا بكل المقاييس؛ حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية، والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية، والمحتوى الإعلامية، بما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفوذ للجميع، وامتداده الواسع؛ بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة، في الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز وفوارق.²

¹ إيمان عبادي، فريال بن مزارى: مرجع سابق، ص: 156.

² رحيمة الطيب عيساني، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 20، 2013، ص 55

ومع تدفق التقنيات الاتصالية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية، ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة، وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت، والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال معلومة هي الأخرى، يقول برودي A. Brody Douglas: «بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم، فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالانترنت.»

وهو ما يبرز المساحات الحقيقية للصراع بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، والمتمثل وبشكل أوضح في ارساء قواعد جديدة في بناء المادة الإعلامية، تستند إلى فضاءات وشبكات معلوماتية تفتقد إلى المصدرية والمعالجة الفنية والعلمية للخبر والمعلومة خاصة، وكذا إلى الصياغة المؤسسة على المهنية والاحتراف ومراعاة أخلاقيات وأطر العمل الإعلامي وأساسياته المعرفية، لتطرح إشكالات وقضايا مؤرقة للمنتج الإعلامي وفعاليته في بناء مجتمع المعلومات، وقدرته على أن يصنع لنفسه إطاراً لمنظومة اجتماعية فاعلة ومؤثرة.

حيث ذهب الباحثة رحيمة عيساني إلى القول: بأنه على الرغم من وجود مساحات الصراع والمنافسة بين وسائط الاتصال الجديدة والإعلام التقليدي المذكورة سابقاً، فهي تدل بشكل واضح على حجم التحديات والصعوبات التي تقف في وجه وسائل الإعلام التقليدية لكي تستمر في النفاذ والاستحواذ على الجماهير، إلا أن الحقيقة المقابلة وهي المساحات الشاسعة الأخرى التي تتكامل فيها الميديا الجديدة مع الإعلام التقليدي، والتي تفرض علينا ومن باب الإنصاف الفكري والواقعي أن نقف لنستعرض هذه المظاهر كما تبرزها الأيدي البيضاء لتكنولوجيا الإعلام الجديد على مختلف وسائل الإعلام التقليدية⁽¹⁾.

(1). رحيمة عيساني: مرجع سابق، ص: 58-59.

وقد أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي للإعلام التقليدي الهروب من رقابة السلطة. وقد حدث هذا حسب خبر منشور في Journal of Democracy على سبيل المثال، حين أجبر هوغو شافيز رئيس فنزويلا تليفزيون راديو كاراكاس على وقف البث في ماي 2007، لكن المحطة استمرت في البث دون انقطاع من خلال موقع اليوتيوب⁽¹⁾.

إذا يمكن أن يكون الجديد مزيجا من إعلام التقليدي يتحول في سياق جديد " **an old medea in a new times**", ومن هذا المنطلق فإن الإعلام الكلاسيكي يعيد تشكيل ذاته استجابة إلى تحديات وسائط الاتصال الجديدة، فلا يظهر الإعلام الجديد في عالم بلا تجربة تاريخية متراكمة، فهو حالة اتصال بالإعلام القديم، إذن فالميديا الجديدة لا تولد من فراغ، إذ لا يمكن للإعلام الجديد أن يستثمر الإمكانيات إذا كان منقطعاً عن إرث التجارب التي تتيحها وسائط الإعلام القديمة، كما أن فهمنا لوسائط الاتصال الجديدة يتشكل من نظرتنا للإعلام الكلاسيكي، إذ نحن ننظر إلى الوسائط الإعلامية الجديدة من المرآة التي تعكس لنا تاريخ الإعلام كما دعا له من قبل مارشال ماك لوهان⁽²⁾، لما وضع في ستينات القرن الماضي اللبنة الأولى لنظريته الإعلامية الحديثة التي تعتبر وسائل الإعلام امتداداً لتكنولوجي لحواس الإنسان.

(1) لاري دياموند: شبكة المعرفة الانتخابية، متاح على الرابط التالي: [https://aceproject.org/ace-](https://aceproject.org/ace-ar/topics/me/meb/mab02e)

ar/topics/me/meb/mab02e تاريخ الدخول 10 جانفي 2019.

(2). الصادق حمامي: مرجع سابق، ص: 03.

ولقد كان مارشال ماك لوهان أول من تكلم عن نهاية واندثار الإعلام التقليدي المكتوب، لكن يبدو أنه لم يتوقع إلى أية درجة يمكن أن يكون فيها الاعلام الرقمي مزججا للإعلام التقليدي وكيف سيفرض عليها مراجعة أدوارها و موقعها. في الساحة الإعلامية¹.

وفي هذا الصدد يرى سامي زهران عن علاقة وسائط الاتصال الجديدة بالإعلام التقليدي، حيث يقول بأنه هناك مواجهة تثار بين أنصار الطرفين، حيث هناك فئة من المتحمسين للإعلام التقليدي لا يقبلون وسائط الاتصال الجديدة و يرفضونها بشدة، في حين هناك بعض المتحمسين لها، يتنبؤون بزوال بعض أنواع الإعلام التقليدي كالصحافة الورقية مثلا، وقد أكد أن العلاقة بين الإعلاميين الجديد والتقليدي علاقة تكاملية، وليست علاقة تصادم أو إقصاء، وأضاف بأن كل إعلام ظهر لم يبلغ ما قبله، فالتلفاز عندما ظهر لم يبلغ الإذاعة أو الصحافة، بل بقي لكل خصوصياته ومستخدموه ومعبوه⁽²⁾.

وإذا نظرنا إلى الأمر على المدى البعيد، لوجدنا أن المردودية الاقتصادية لوسائط الاتصال الجديدة لن تتأخر في الظهور، ومرد ذلك أن جماهير الانترنت تزداد يوما بعد يوم، وهو ما ينعكس على العائدات الإعلانية، فبعض المواقع الإعلامية استطاعت باعتماد استراتيجيات جديدة، أن تذهب في اقتناص الجماهير، فصحيفة **The Guardian** البريطانية مثلا، استطاعت أن تجذب ما يقارب 29.8 مليون مستخدم انترنت خلال شهر جانفي 2009، وهو ما يتجاوز بكثير توزيعها الورقي⁽³⁾.

توجد العديد من الأمثلة كذلك حول كيفية استغلال الإعلام التقليدي لشبكات التواصل الاجتماعي من أجل الاستمرار و تحقيق الأرباح، حيث نشر استطلاع للرأي شمل الصحفيين العاملين بصحيفة

¹ ربيحة نبار، كريمة مقاوسي: جدلية العلاقة بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية العدد 68، الجزائر، 2020، ص162.

⁽²⁾ احمد شريف، بسام ، وردة ،حمدي: سلطة وسائط الاتصال الجديدة على وسائل الإعلام التقليدية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 21، 2019 . ص 45.

⁽³⁾ . المرجع السابق، ص 45.

واشنطن بوست حول الأساليب التي يستطيع من خلالها الإعلام التقليدي أن يستمر رغم التنافسية الكبيرة لشبكات التواصل الاجتماعي، و الأساليب أيضا التي تمكنه من الاحتفاظ بحيويته وإنتاجيته، وقد توصلوا إلى أن تحقيق ذلك يمكن من خلال خلق توازن بين الارتباط المستمر والمبدع مع الجماهير باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من خلال تحرير ونشر المحتوى الاخباري بأشكال جديدة إبداعية وابتكارية تتلاءم مع جماهير وطرق وأساليب النشر في هذه الشبكات مع ضرورة التأكيد على صحة و مصداقية المعلومات المنشورة من قبل الصحيفة.¹

وهكذا مما سبق يتبين لنا أن هذه القنوات اتجهت إلى الاندماج مع بعض منصات وسائط الاتصال الجديدة، ليس فقط على مستوى البث فقط، بل على مستوى الإنتاج أيضا، في مقارنة جمهور القنوات التلفزيونية الكلاسيكية ومستخدمي الانترنت، ففي هذا الصدد نستحضر تجربة القناة التلفزيونية **art**، ومؤسسة **My space**، عبر برنامج **Twenty Show**، يقوم في هذا البرنامج أربعة ممثلين يتراوح سنهم بين 20 و 30 عام، بمساعدة مخرجين بتمثيل حياتهم اليومية، لتأخذ صيغة المذكرات في شريط فيديو، وتبث في حلقات على موقع **My Space**، حيث تستغرق كل حلقة 03 دقائق، وقد أثار بث كل حلقة على الموقع ردات فعل مستخدمي الانترنت، وحفزتهم على التعليق عليها تلقائيا، فقامت القناة بجمع الحلقات في طبعة تلفزيونية⁽²⁾.

وهناك العديد من التجارب الأخرى التي تحيل إلى الاندماج والتكامل بين وسائط الاتصال الجديدة والإعلام التقليدي نذكر منها ما يلي:

¹ فاطمة الزهراء السيد: ميكانيزمات التعايش والتنافس بين الصحافة الإلكترونية العربية ومنصات الإعلام الاجتماعي، مركز الجزيرة للدراسات، 2019، ص13. تاريخ الزيارة : أبريل 2019، متاح على الرابط التالي:

https://studies.aljazeera.net/sites/default/files/articles/mediastudies/documents/6f3cc2c2bc6440b197bd8a3b45a4a96d_100.pdf

⁽²⁾ نصر الدين العياضي: التلفزيون: ما يخفيه التطور التكنولوجي، مجلة الإذاعات العربية، العدد: 03، تونس، 2011، ص: 30.

1.2. مدونة سلام باكس

هو مدون عراقي واسمه الحقيقي سلام عدنان عبد المنعم الجنابي. وكان أحد أشهر المدونين خلال الغزو الأمريكي للعراق عام 2003 أصبح هذا المهندس المعماري الشاب الذي يكتب تحت اسم سلام باكس، معروفا في كافة أنحاء العالم، من خلال مدونته التي تقدم تقارير حول الأحداث خلال الحرب على العراق، حيث كان يكتب باللغة الانجليزية، ومصدرا للعديد من وسائل الإعلام العالمية، ففي الوقت الذي كان فيه سلام باكس ينقل واقع الحياة اليومية في بغداد خلال الحرب، جذبت كتاباته اهتمام وسائل الإعلام في كافة أنحاء العالم، في وقت كان الصحفيون الأجانب يجدون صعوبة في الوصول إلى المناطق والمصادر لتغطية أخبار الحرب، ونتيجة لمغامرته الصحفية قرر سلام باكس نشر كتاب بعنوان: **مدونة بغداد سنة 2003**، أعقبه كتاب آخر بعنوان: **أين رائد؟**، بالتعاون مع صحيفة الغارديان البريطانية، وتعتبر بذلك مدونة سلام باكس مثالا هاما يشير إلى تأثير المحتوى المطور من قبل المستخدمين على وسائل الإعلام العربية والعالمية⁽¹⁾.

2.2. برنامج مراقبون

مراقبون برنامج يبث على قناة فرانس 24، برنامج أسبوعي يتناول الأحداث من خلال شهادات مباشرة لأشخاص عايشوا الحدث، ويستعين بصور وأشرطة فيديو أرسلها مراقبون وهواة وتأكد فريق التحرير من صحتها، ومحتواه يصنعه هواة من ميادين وبلدان مختلفة، يتابع البرنامج آخر المستجدات الدولية بمشاركة "مراقبين" عايشوا الحدث عن قرب، فيه تسجيلات وصور وشهادات أرسلها مراقبون "هواة" حول العالم ويعمل فريق من الصحفيين في فرانس 24 على انتقائها والتحقق من صحتها وشرحها وترجمتها، وليس

(1) تقرير نظرة على الإعلام العربي 2009-2013؛ الإصدار الثالث، نادي دبي للصحافة، الإمارات العربية المتحدة،

هناك فئة عمرية محددة من تصنع محتوى البرنامج، لذلك يضع القائمون على البرنامج العديد من الشعات الجذابة لجلب و تحفيز الشباب من أجل المشاركة معهم⁽¹⁾.

كما أن للبرنامج صفحة على الفيسبوك تحت عنوان مراقبون - فرانس 24 ، تعنى بتغطية الأخبار العربية والدولية مستعينا بصور و تسجيلات أرسلها هواة⁽²⁾.

3.2. برنامج نقطة حوار

نقطة حوار هو منتدى لمشاهدي ومستمعي وزوار صفحات البي بي سي العربية إبتداء من سبتمبر 2010، اذ يمكنهم، من خلاله، المشاركة بالرأي في القضايا التي تحتل موقعا بارزا في قائمة اهتماماتهم. قد تكون هذه القضايا سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو رياضية، لكن ما يجمع بينها أنها تثير اهتمام قطاع واسع من جمهورها، ويرغبون في معرفة المزيد عنها، والاستماع لمختلف الآراء بشأنها. وهذا ما يقدمه منتدى "نقطة حوار"، لجمهور البي بي سي: حوار صريح ومفتوح حول موضوعات تهمهم بدون قيود، باستثناء عدم قبول أي مشاركة تخالف سياسة البي بي سي القائمة على رفض العنصرية والتحريض على الكراهية الطائفية والدينية والعرقية. كما أن برنامج نقطة حوار يبث عبر العديد من الوسائط في نفس الوقت حيث يبث عبر التلفزيون والاذاعة والانترنت.

كما تتعدد أيضا طرق المشاركة في البرنامج، إذ يمكن المشاركة من خلال الاتصال الهاتفي، أو المشاركة بالتعليق على الحوارات المنشورة على موقعنا، أو عبر صفحات البرنامج على مواقع التواصل الاجتماعي.

(1). برنامج مراقبون، <http://observers.france24.com/ar/static/about>، تاريخ الزيارة: 2018/12/25

(2) صفحة مراقبون- فرانس 24 على الفيسبوك متاح على الرابط التالي: تاريخ الزيارة

مدة البرنامج 51:30 دقيقة. يبث برنامج نقطة حوار على الساعة الرابعة مساءً بتوقيت جرينتش أيام الإثنين والأربعاء و الجمعة. ويعاد بثه العديد من المرات عبر الاذاعة وتلفزيون البي بي سي⁽¹⁾، وقد تجاوز عدد متابعي البرنامج على شبكة الفيسبوك مليوني متابع⁽²⁾.

4.2. برنامج أنا الشاهد Witness

إبتداء من يوم 17 ماي 2012 إنطلق برنامج أسبوعي يبث على قناة BBC عربي عنوانه أنا الشاهد، يعتمد أسلوب صحافة المواطن ويعرض قصصاً وشهادات يرويها مواطنون من أنحاء العالم وخاصة من العالم العربي يتناولون فيها حياتهم اليومية أو قضايا تخص مجتمعاتهم وبلدانهم، فكل من لديه تجربة شخصية أو صور أو فيديو يريد إرساله للبرنامج، حيث يقدم البرنامج لمتابعي الصفحة في الموقع الإلكتروني للقناة بالشكل التالي: "إذا كان لديك تجربة شخصية أو صور أو فيديو تريد إرساله للبرنامج ، يرجى استخدام الاستمارة في أسفل الصفحة أو مراسلتنا على عنوان البريد الإلكتروني التالي shahid@bbc.co.uk: أو عبر صفحة الفيسبوك الخاصة

بنا [https://www.facebook.com /BBCArabicShahid](https://www.facebook.com/BBCArabicShahid)

أو عبر تويتر. @BBCShahid⁽³⁾

(1) برنامج نقطة حوار: متاح على الرابط التالي:

https://www.bbc.com/arabic/tvandrudio/2011/01/000000_talking_point تاريخ الزيارة: 2018/12/25

(2). صفحة برنامج نقطة حوار على الفيسبوك متاح على الرابط التالي: <https://www.facebook.com/hewarbbc/> تاريخ الزيارة 2019/10/10

(3) أنا الشاهد، برنامج على بي بي سي: متاح على الرابط التالي:

https://www.bbc.com/arabic/tvandrudio/2013/05/000000_eye_witness تاريخ الزيارة: 2018/12/30

، ويبلغ عدد متابعي صفحة البرنامج على الفيسبوك: 1 675 633 ، ويذاع البرنامج كل خميس في الساعة الخامسة والنصف مساءً بتوقيت غرينتش، ويعتبر محتوى هذا صناعة كلية لصحافة المواطن⁽¹⁾.

5.2. تطبيق أنا أرى

إبتداء من 15 أوت 2015 دشنت قناة العربية رسمياً خدمة "أنا أرى" الإخبارية، وهي تطبيق خاص يستطيع من خلاله الناشطون والجمهور بصفة عامة إرسال صور ومقاطع فيديو ونصوص، تعرض - بحسب أهميتها - على قناتي العربية والحدث. ويضم التطبيق 9 أقسام، يستطيع المستخدم أن يشارك من خلالها عبر نشر ما يراه من حوله، أينما كان في العالم، وهذه الأقسام هي: سياسة، رياضة، مجتمع، ستايل، طعام، أفلام، تكنولوجيا، كوميديا، موسيقى. وقال محمد جمال، مدير "البودكاست" في قناة العربية والمشرف على مشروع "أنا أرى"، إن هذه الخدمة ترسخ مفهوم "المواطن الصحفي"، وتدعم الناشطين في كافة المجالات لإيصال ما يرونه من حولهم إلى الملايين من الأشخاص عبر منصات قناتي "العربية" و"الحدث" المتنوعة، ما بين التلفزيون ومواقع القنوات على الإنترنت، بالإضافة إلى الحسابات الرسمية للعربية والحدث على شبكات التواصل الاجتماعي⁽²⁾.

ونوّه جمال إلى أن التطبيق يضم عدة خصائص، منها "أحداث بالقرب مني"، حيث يستعرض المستخدم المشاركات التي يرسلها الأشخاص من حوله في المكان الذي يتواجد فيه حول العالم، وخاصية "المهام"، وهي ميزة تمكّن المستخدم من استلام إشعارات من فريق تحرير "أنا أرى" حول أحداث تدور في حدود المكان الذي يتواجد فيه، ليقوم بتغطيتها إن تمكن من ذلك.

(1) صفحة أنا الشاهد على الفيسبوك متاح على الرابط التالي:

https://www.facebook.com/pg/BBCArabicShahid/about/?ref=page_internal تاريخ

الزيارة: 2019/10/10

(2) أنا أرى، برنامج على العربية متاح على الرابط التالي: http://www.alarabiya.net/ar/ana-ara تاريخ الزيارة

2019/01/05

ويستطيع المستخدم من خلال التطبيق الإطلاع على المشاركات المميزة، التي تتجدد باستمرار، وكذلك متابعة أشخاص بعينهم تهمة مشاركاتهم، بالإضافة إلى التواصل المباشر مع فريق "أنا أرى" التحريري والفني، وكذلك مع قناتي "العربية" و"الحدث".⁽¹⁾

وتستفيد المؤسسات الإعلامية الكبرى أيضا من وسائط الاتصال الجديدة استفادة قصوى، وفي بعض الأحيان تفعل ذلك بطرق مبتكرة، وذلك باستخدام هذه الوسائط ليس من أجل عرض الأخبار والتفاعل مع المستخدمين فحسب بل كوسيلة للمشاركة في أبحاثها ودعم مطبوعاتها، ففي بريطانيا تتبنى صحيفة الغارديان فلسفة: احتضان لا استبدال، بما يتعلق بـ: **Twitter**، فتقوم باستخدام متابعيها للمشاركة في بحوثها، فمثلا أثناء فضيحة المصاريف البرلمانية التي حدثت في بريطانيا، طلبت صحيفة الغارديان من متابعيها على موقع **Twitter**، الخوض في 140.000 وثيقة متعلقة بتلك الفضيحة وتمكنت من استقطاب عشرات الآلاف من قرائها للتطوع للعمل على هذه التقارير.⁽²⁾

وبالتالي لا يمكن أن تلغي وسائل الإعلام الجديد الوسائل التقليدية، بل ستستمر في الاستفادة منها إلى أبعد الحدود بما يكفل لها المواكبة من جهة والمحافظة على خصوصياتها وتقاليدها من جهة ثانية، وأن مظاهر المنافسة الماثلة اليوم بين الإعلاميين هي أشبه بما حدث سابقا بين الوسائل التقليدية سابقا؛ بين التلفزيون والراديو، وبين التلفزيون والصحافة، وبين الصحافة والراديو، ويطالب أصحاب هذا الاتجاه في الوقت نفسه الوسائل التقليدية بالبحث عن الحلول التي تحد من الصراع والمنافسة بينها وبين وسائل الإعلام الجديد، وأن لا تنام على الحزير كما في السابق، فالمنافس اليوم قوي ومؤثر فعلا. كما يطالبونها

(1) المرجع السابق.

(2) تقرير نظرة على الإعلام العربي 2009-2013: مرجع سابق، ص: 70.

بالتفاعل مع وسائل الإعلام الجديد وتستفيد من قدراتها وإمكاناتها، وتتأقلم مع المتغيرات وتقبل بوجود الأشكال الجديدة لهذا الإعلام كالمدونات ومواقع الأخبار.⁽¹⁾

وفي الأخير نرى أن التغيير الجذري الذي أحدثته التكنولوجيا الرقمية، يملك دلالة أكثر، ولا يتمثل في انفصال المادة السمعية عن حاملها الكلاسيكي: التلفزيون والفيديو، فحسب، بل يتجلى في مسار التحول الذي تعيشه وسائل الإعلام الكلاسيكية المختلفة، لقد أعادت التكنولوجيا النظر عمليا في التقسيم الكلاسيكي لوسائل الإعلام حسب نمط اتصالها، وسائط مكتوبة، أو مسموعة أو سمعية بصرية، حيث اندمجت كلها في وسيلة واحدة، وقد أطلق أصحاب رؤية سوسيولوجية الاستخدام على هذا الشكل من الدمج مفهوم الهجانة **Hybridity**، والتي يقصد بها إنتاج مادة أو شيء جديد بتركيب عنصرين موجودين سابقان أو باستخدام أشياء موجودة، ويعتقدون أن الهجانة كانت ملازمة لظهور وتطور كل وسيلة إعلامية، والهدف ليس من الهجانة هنا بأنها ليست مختصرة في التركيب، بل لأنها تشكل مسارا من إحداث الانسجام والتناغم في الأشكال التعبيرية التي كانت تعزف منفردة في السابق، كما أن مفهوم الهجانة يدعوا إلى فهم المبتكرات التكنولوجية على ضوء استخدامها الاجتماعي، مما يعني الابتعاد عن فكرة الإلغاء أو التعويض، أي الفكرة التي تنص على أن الوسيلة الجديدة تلغي الوسيلة القديمة أو تعوضها⁽²⁾. وقد يعود التخلي عن بعض المطبوعات بالنفع على الموقع الإلكتروني للصحيفة، كما أنه قد يعزز التكامل بين النسخ الورقية وتلك الرقمية، إذ يصبح الموقع منصة لأخبار الساعة، في حين تتحول النسخ الورقية إلى مساحة للتحليل والتباحث، بحسب مارتن لانجفيلد.

وبالتالي فوسائط الاتصال الجديدة لا تمثل ثورة عارمة تعصف بالإعلام الكلاسيكي وبمؤسساته، كما أن وسائط الاتصال الجديدة لا تؤسس بالضرورة لبيئة إعلامية تتسم بحدائثة جذرية تقضي إلى القطيعة

(1) رحيمة عيساني: مرجع سابق، ص: 65.

(2) نصر الدين العياضي: التلفزيون: ما يخفيه التطور التكنولوجي، مرجع سابق، ص: 28.

بين إعلام كلاسيكي يجتر نماذج قديمة وبين وسائط جديدة تشتغل وفق نماذج مستحدثة، إن البيئة التواصلية التي نشهدها الآن، لا تشغل وفق منطق القطيعة بل هي تشكل تفاعلات الوسائط الكلاسيكية والوسائط الإعلامية الجديدة، ومن هذا المنظور فهي بيئة هجينة يتعايش فيها الحديث والقديم الذي بدوره أعاد تشكيل ذاته⁽¹⁾.

وهذا بالضبط ما عبر عنه رئيس تحرير صحيفة نيويورك تايمز في مطلع الألفية الثانية، حين قال انه ستحدث تغييرات حتمية في طبيعة الخدمات الصحفية، وأن وظيفة كل المؤسسات الإعلامية ليست في بيع الورق المطبوع بل في بيع الخدمات الإخبارية، مهما كان نوع الوسيط المستخدم في النقل أو كما قال: "نحن لا نبيع السفن ولكن نبيع خدمة النقل"؛ مما يعني أن الاستجابة المطلوبة من المواقع الإلكترونية أو غيرها من الوسائط الإعلامية التقليدية تكمن في قدرتها الأساسية على التحول للاتصال مع جماهيرها بأكثر الواجهات ثراء من الناحية الاتصالية².

ومما سبق يمكننا القول أن هناك حالة من التنافسية بين النمطين، مع وجود خصائص تفضيلية متزايدة لصالح الإعلام الجديد نتيجة خاصة لتطور تكنولوجيا الهواتف المحمولة مع وجود بعض الخصائص التي إذا أحسن الإعلام الكلاسيكي استغلالها، مثل القدرة على إحداث توازن بين التحقق من صحة وصدق المعلومات وسرعة استخدامها للوسائط الجديدة، فقد يؤدي ذلك إلى استعادة برقيتها وقوتها، وكذلك يجب بذل جهد أكبر في جذب المميزين من منتجي المحتوى عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وكخلاصة لما سبق نتفق مع طرح الدكتور جمال زرن - أستاذ الإعلام والاتصال بقسم الإعلام في جامعة قطر في مقال له منشور بمركز الجزيرة للدراسات الإعلامية، حيث استخلص فيه أن هناك توجه يوجي بميلاد مصطلح حديث هو "الإعلام التقليدي الجديد"، أي إنه تقليدي في تقديره للرأي العام

(1). الصادق الحمادي: مرجع سابق، ص: 27.

² فاطمة الزهراء السيد: مرجع سابق، ص 16.

والمصداقية والخصوصية والتحقق من صدق المعلومات وجديد باستعماله وسائط رقمية واستفادته من خصائصها في عمليات النشر والتحرر من عراقيل تكنولوجيا الإعلام التقليدي⁽¹⁾.

(1) جمال زرن: الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات، متاح على الرابط التالي: <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/03/170327082425295.html> تاريخ الزيارة : 25 ديسمبر 2018.

الفصل الثالث انعكاسات استخدام وسائل الإعلام الجديدة على
الوعي السياسي

تمهيد:

شهد التطور التكنولوجي في عصرنا الحالي ظهور نماذج جديدة من تقنيات وسائط الاعلام والاتصال وتطبيقاتها المتنوعة مع زيادات انتشار هذه الوسائط واستخداماتها المتعددة في مختلف المجالات من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث تشير احصائيات سنة 2018 أن هناك ثلاثة مليارات شخص حول العالم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، أي ما يعادل 40 % من سكان العالم. و حسب بعض الدراسات الحديثة فإنه يقضي الأفراد مستخدمو هذه المواقع يومياً حوالي ساعتين في المتوسط في تصفح والتفاعل من خلالها، وأن هناك حوالي نصف مليون من التغريدات والصورة تنتشر في كل دقيقة على موقع سناب تشات للمحادثة ، وهو ما أدى الى تغيرات في البنيات الثقافية والاجتماعية والسلوكية لدى الأفراد. وفي هذا الفصل سنركز على انعكاسات استخدام وسائل الإعلام الجديدة على الوعي السياسي لديهم.

أولاً: وسائل الإعلام الجديدة والمشاركة السياسية للأفراد.

تعد المشاركة السياسية من المفاهيم التي تدخل ضمن الابعاد المشكلة للثقافة السياسية والمواطنة والديموقراطية المجتمعية وهي تمثل الانشطة التي تنطلق من الارادة الحرة للأفراد المواطنين مثل التصويت في الانتخابات واختيار المسؤولين والحكام وهي تمتد الى مجالات حرية التعبير وحرية الترشح وتقلد المناصب والتدرج الى اعلى هذه المناصب كما تتضمن أساليب الشكوى والتظاهر والإضراب وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون.⁽¹⁾

(1) وديع العززي: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني.دراسة على طلبية الجامعات، جامعة صنعاء،اليمن، متاح على الرابط التالي: <https://www.researchgate.net/publication> تاريخ الزيارة 01 ماي 2019، ص 07.

حسب كل من آلان بيك وسينيمج (Beek & Senimngs) فإن مجالات المشاركة السياسية لها مفهوم أوسع ذلك بأنها " عملية تتكون من عدة جوانب في ممارسة المشاركة السياسية من خلال القواعد العامة السائدة والادوات المتاحة للمشاركة في تأسيس وعضوية الاحزاب والجمعيات والمنظمات بمختلف مجالاتها وبذلك الانخراط في البنية الوظيفية الاجتماعية والتأثير في مسار الاحداث وتبني الآراء حولها والمساهمة في حل المشكلات بالإضافة الى مراقبة ومتابعة المحيط والمؤسسات من خلال هيئات مختصة تعنى بمختلف القضايا (1).

و هناك أربع مراحل للمشاركة السياسية كما ذكرها الباحثون هي: (2)

- مرحلة الاهتمام السياسي: أي متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية.
- مرحلة المعرفة السياسية: بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أو القومي.
- مرحلة التصويت السياسي: ويتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية والمشاركة في التصويت.
- مرحلة المطالب السياسية: وتتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى و الالتماسات والاشتراك في عضوية الأحزاب والجمعيات التطوعية.

نستنتج بان دوافع المشاركة السياسية هي جملة من العوامل المشتركة تجمع بين علاقة التأثير والتأثر ضمن البيئة الاجتماعية وتفاعلاتها بين مختلف الافراد والتنظيمات والمؤسسات وهذا تبعا لطبيعة البناء الاجتماعي وقيمه وعاداته السائدة عبر التنشئة الاجتماعية التي تشكل معتقدات الافراد واتجاهاتهم وانماط ادراكهم وتصوراتهم لقضاياهم والمشكلات التي تتطلب المساهمة في ايجاد حلول لمعالجتها والتعاون بين

(1) وديع العززي: مرجع سابق، ص 07.

(2) المرجع السابق، ص 07.

الأفراد لتطوير مجتمعاتهم وتحقيق الأهداف التي تسعى إليها الدولة عبر هذه الآليات المشروعة للدفاع والمنافسة والتي تخدم المنظومة الاجتماعية وتعود بالفائدة على الأفراد.

لكننا لن نتحدث كثيراً في هذا الفصل عن المؤثرات والمحيطات السابق ذكرها بل سنركز فقط على وسائل الإعلام الجديدة ، خاصة شبكات التواصل الاجتماعي ومنها الفيسبوك الذي يعتبر المتغير الرئيسي في هذه الدراسة. إذاً كما قلنا سابقاً أن من أبرز آثار وسائل الإعلام الجديدة ، إسهامها البارز في زيادة المشاركة السياسية للأفراد حيث استفادت استفادة جمة من التقنيات المعاصرة في الحشد وتكريس الانتقال من مرحلة مجرد ملاحظ لما يجري في الساحة السياسية إلى مشارك فاعل في العملية السياسية. وهناك عدة مظاهر للمشاركة السياسية أفرزتها شبكات التواصل الاجتماعي، سنعرضها في مايلي:

ثانياً: مظاهر المشاركة السياسية التي أفرزتها شبكات التواصل الاجتماعي:

1. ظهور مفهوم "صحافة المواطن" المتلقي عندما يصبح مراسلاً:

ظهر مفهوم صحافة المواطن في البيئة الإعلامية منذ فترة وجيزة خلال العقد الأخير وهذا نتيجة لتطور وسائل الإعلام واستخداماتها التي طرحت تغييرات جوهرية على مستوى إنتاج وتداول المحتوى مع قوت الانتشار والتفاعل كما انها تتيح نشر المحتوى بشكل متزامن وبأشكال متنوعة في ان واحد كما يمكن تحديد طبيعة الجمهور المستهدف بدقة والسرعة الفائقة في اعادة معالجة النصوص والصور والفيديوهات الرقمية واسترجاعها وتخزينها بمساحات هائلة عبر الانترنت، كالمدونات، ومواقع التواصل الاجتماعي، وغيرها. ويمكن كذلك أن ينشر عبر وسائل الإعلام التقليدية، كالتقنوات التلفزيونية أو الإذاعية، وعبر المواقع الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام بصفة عامة.⁽¹⁾

(1) ابراهيم بعزیز: دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مراسل و ظهور صحافة المواطن، تونس : مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد رقم 3، 2011، ص47.

حيث ظهرت العديد من الفضاءات والتقنيات الحديثة التي تتيح إمكانية نشر وبث هذه المضامين دون

رقابة أو ضغط، على غرار "اليوتيوب" و"الفيسبوك" و"تويتر" و"المدونات الإلكترونية" (BLOGS).

ان التحديات التقليدية لصناعة المحتوى الاعلامي من خلال اقتصاديات كبرى وموارد بشرية هائلة

تقريبا بدأت تتلاشى أو صبحت لها بديل أقل تكلفة وأكثر مرونة بحيث يمكن توفر العديد من ادوات انتاج

ونشر المحتوى عبر الوسائط بطرق سهلة وبسيطة وفي متناول المواطن الصحفي الذي اصبح بدوره

يساهم في تشكيل الراي العام وتوجيهه بل انه ينافس في ذلك الكثير من وسائل الاعلام الثقيلة

وفي كثير من الأحيان يتولى أشخاص تصوير بعض الأحداث باستعمال الكاميرات الرقمية أو الهواتف

المحمولة، وبثها عبر شبكة الانترنت. ولعل أبرز مثال على ذلك، هو ما يتم نشره من فيديوهات حول

أحداث الثورات العربية الأخيرة أو ما يعرف بالربيع العربي.

وهكذا فقد أدت "صحافة المواطن" إلى تمكين المواطن العادي غير الممتن للصحافة في صناعة

المحتوى الإعلامي، لذلك فقد جاء هذا النوع من الصحافة ليعمل على زيادة المشاركة السياسية للأفراد،

وتخليص المواطن من الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام التقليدية، فأصبح بإمكانه التعبير عن رأيه

بكل حرية، والتغطية الإعلامية لقضاياه وشؤونه، وفقا لوجهة نظره الخاصة وبعيدا عن الخط السياسي

والانتماءات التي يمكن أن تؤثر على الوسيلة الإعلامية التقليدية.

2. الديمقراطية الرقمية"التكنولوجيا وظاهرة رقمنة السياسة":

لقد شهدت السنوات الأخيرة من القرن الماضي جدلا واسعا بين الباحثين في مجالات الاتصال

السياسي والرأي العام والإعلام الرقمي، حول تأثيرات التقنيات الحديثة في العملية الديمقراطية. وفي هذا

الصدد طرح كل من "هاكر" (Haker) و"ديك" (Dijk) مصطلح الديمقراطية الرقمية " Digital

"Democracy" عام 2000، وقبلهما طرح الباحث "أرترن" (Arteren) عام 1987 مصطلح

"الديمقراطية عن بعد" "Tele Democracy"، والذي يعني استخدام تقنيات الاتصال في تسيير عملية

تدفق المعلومات والآراء والاتجاهات السياسية ما بين قادة الرأي والمواطنين في مجتمع معين.⁽¹⁾

كما طرح "أوجدن" (Ogden) عام 1994 مصطلح "الديمقراطية عبر شبكات الحواسيب الآلية" "

Democracy Cyber"، لإبراز دور الشبكة العالمية للمعلومات في تكريس وتفعيل الحوار المجتمعي

الديمقراطي، وإرساء خطاب سياسي رشيد، فضلا عن تفعيل المشاركة السياسية عبر شبكة الإنترنت.⁽²⁾

ويعتقد الباحثون أن الشبكة العالمية للمعلومات تتسم بالمباشرة والتفاعلية، وتتطوي بدورها على آليات

عدة للنقاش وتبادل الآراء عبر البريد الإلكتروني، وخدمة الدخول على الحواسيب عن بعد (Tele Net)

وخدمات نقل الملفات (FTP) وخدمات التخاطب والمحادثة، فضلا عن تطبيقات الويب 2.0 الحديثة

ومواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر ويوتيوب وغيرها، ومن ثم فإن كل هذه الوسائل والآليات

تجعل من الشبكة العالمية للمعلومات، داعما للفلسفة الليبرالية القائمة على حرية التعبير وانسيابية

المعلومات والشفافية والمكاشفة وغيرها من سمات الديمقراطية، الأمر الذي يستحق معه إضافة صفة

"الرقمية" جنبا إلى جنب مع كلمة الديمقراطية في الواقع السياسي المعاصر.⁽³⁾

يسود اتفاق بين الباحثين في مجالات الاتصال السياسي والرأي العام والإعلام الرقمي، أن مفهوم

الديمقراطية الرقمية إنما يندرج ضمن إطار توظيف الإعلام الرقمي في خدمة القضايا السياسية، وتفعيل

القنوات الاتصالية بين النخب السياسية والرأي العام، فضلا عن تطوير آليات صنع السياسات، وتكريس

(1) خالد صلاح الدين علي: الديمقراطية الرقمية: تطبيقاتها العالمية وآفاق مستقبلها في الوطن العربي في إطار تحليل

النظم العامة، تونس، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد رقم 3، 2011، ص 57.

(2) علي سردوك: دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الحق في التعبير والمعرفة في العالم العربي، الجزائر: جامعة

قسطنطينة 2، مجلة دراسات، عدد رقم 7، 2017، ص 161.

(3) خالد صلاح الدين علي: الديمقراطية الرقمية: مصطلح يجسد التفاعل بين السياسة والإعلام الرقمي، مكة المكرمة:

جامعة أم القرى، مجلة منار الجامعة، 2010، ص 11.

الأدوار الإيجابية للفرد والجماعات في عمليات صنع القرار بشأن القضايا المهمة في المجتمع خلال فترة أو فترات زمنية معينة⁽¹⁾.

وفي ضوء القراءة الموضوعية للواقع العربي المعاصر تبدو الثورات الشعبية التي شهدتها العديد من البلدان العربية مؤخرًا، بمثابة أداة التغيير والتحول نحو الديمقراطية والعدالة الاجتماعية وتكريس قيم المجتمع الحديث. ويمكن للدول العربية التي تسعى إلى تكريس الشفافية وإقرار حقوق الإنسان وقيم المواطنة أن تتبنى ممارسات الديمقراطية الرقمية، لتحقيق الالتفاف حول الأولويات الوطنية الضرورية لتحقيق التنمية الشاملة بتلك الدول.

ويبدو في هذا الصدد الأهمية البالغة للاستفادة من التجارب الدولية في هذا الشأن وبخاصة الديمقراطيات العريقة، فضلًا عن الديمقراطيات الناشئة التي نجحت في الاستفادة من مخرجات الديمقراطية الرقمية بوصفها نمطًا بارزًا للديمقراطية المباشرة القادرة على إشاعة الرضا والتوافق الاجتماعي لدى مختلف قطاعات المجتمع.

وهناك تجربة رائدة تم طرحها من قبل خبراء الديمقراطية الرقمية في الاتحاد الأوروبي لتكريس الاستفادة من الإعلام الرقمي، وسميت هذه التجربة باسم "برنامج الدعم الإعلامي الرقمي للممارسات الديمقراطية". وقد تضمن برنامج الدعم الإعلامي الرقمي (The Digital Media Advocacy) للنظم السياسية المتطلعة إلى الديمقراطية عددًا من المحاور المهمة التي كان ينبغي لتلك النظم تبنيها واتخاذ قرارات مواتية بشأنها، وصولًا إلى تحقيق الاستفادة القصوى من تطبيقات الديمقراطية الرقمية في إشاعة الاستقرار السياسي بتلك النظم. وقد شملت تلك المحاور على مايلي:

- وضع التشريعات والأطر التنظيمية الداعمة لممارسة الديمقراطية الرقمية.

(1) علي سردوك: مرجع سابق، ص 161.

- إقرار وتبني المعايير المهنية والضوابط الأخلاقية للإعلام الجديد.
- تشجيع مبادرات مؤسسات المجتمع المدني في تكريس حريات التعبير والجدل البناء حول السياسات عبر الفضاء الافتراضي للإعلام الجديد.
- تطوير البنية الأساسية التي تكفل إعلاما اجتماعيا جديدا يدعم الاستقرار السياسي، ويساهم بفعالية في عملية التطوير والتنمية الاجتماعية.
- احترام خصوصية مستخدمي المواقع الالكترونية السياسية، وعدم ممارسة أي نمط من أنماط الحجب أو الرقابة على رسائلهم الالكترونية طالما التزمت بالمعايير المهنية والأخلاقية للإعلام الرقمي.
- تنفيذ برامج التوعية لمستخدمي الشبكة والمعروفة "بمحددات الوعي الإعلامي بالوسائل الرقمية" (Digital Media Literacy).⁽¹⁾

3. اختفاء وظيفة "حارس البوابة":

يبدو أن الإعلام الجديد قد سلب سلطة القائم بالاتصال، وقوّض أركان نظرية حارس البوابة (Gate Keeper)، فأصبح من غير الممكن التحكم في مضامينه، ومن غير الممكن، أو من الصعب جدا، ممارسة الرقابة على الرسائل الإعلامية. لذلك، فإن الحرية التي لم يتمتع بها القائم بالاتصال والصحفي في وسائل الإعلام التقليدية، قد توفرت وأُتيحت بشكل كبير للجماهير المستخدمة والمنتجة في ذات الوقت لمضامين إعلامية، لذلك فإن عملية النشر في نمط صحافة المواطن تقوم على نموذج "النشر ثم الغرلة والتنقيح"، عكس ما كان من قبل مع الصحافة التقليدية القائمة على نموذج "الغرلة والتنقيح ثم النشر"، وبالتالي فإن صحافة المواطن لا تملك عقبات النشر التي يعاني منها الإعلام التقليدي، وهو ما جعل

⁽¹⁾ علي سردوك: مرجع سابق، ص163.

الإعلام الجديد قادرا على مراوغة حراس بوابة الإعلام التقليدي، أي أن الجمهور يتوجه مباشرة إلى الخبر ويتحصل على المعلومة دون المرور عبر الصحفي، ويقوم بنشرها دون المرور عبر وسائل الإعلام التقليدية، ويقوم بنشرها وتوزيعها دون المرور عبر دور النشر والمطابع.⁽¹⁾

وعليه فالواسطة التي كانت بين الجمهور ووسائل الإعلام قد ألغيت بفعل انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة في أوساط الجماهير بشكل كبير، حيث يقول الكاتب "jim Hall": «لقد تم إزالة الواسطة التي كانت بين الصحفيين المحترفين والجمهور، فالأدوار التي كانت تقوم بها الصحافة الاحترافية، كحارس البوابة، وكمحدد الأولويات (Agenda-Setting)، وكمغربل للأخبار (News Filter)، كل هذه الأدوار وضعت على المحك بما أن المصادر الصحافية الأولية قد أتاحت للجماهير. وبالتالي فإن الجمهور المتلقي قد تخلص تقريبا من كل أنواع الوساطات التي كان يقوم بها حارس البوابة، سواء كان صحفيا أو رئيس تحرير أو ناشر.⁽²⁾ و هكذا تحول الإعلام الجديد إلى فضاء مفتوح للتعبير دون قيد أو شرط فالكل فيه سواسية، سواء كان صاحب موهبة أو صاحب إدعاء، والجمهور الواعي هو القادر وحده على الفرز وإسقاط الأدعاء من أجندة الاهتمام والمتابعة.

4. تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل "التفاعلية":

ترتكز المنطلقات الأساسية للتكنولوجيا الرقمية حول مفهوم التفاعلية باعتبارها احد اهم مميزاتها حيث تكتسب صحافة المواطن خصوصية رجع الصدى الانبي وهذا ما يكرس مفهوم الجمهور النشط عبر الاعلام الرقمي حيث يمكنه الانتقاء والتعبير على مختلف المواضيع المطروحة بمختلف الطرق واشكال التعبير المتاحة فلم يعد فقط يستعمل وسائل الإعلام لاستهلاك مضمينها ووسائلها، بل تعدى الأمر

(1) John V. Pavlik: *op.cit*, p145

(2) ابراهيم بعزيز: دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مراسل و ظهور صحافة المواطن، مرجع سابق، ص 59.

للمشاركة الفعلية في بناء هذا المضمون وبكل حرية، لذلك فإن ما يميز هذا الجمهور أنه يستعمل وسائل الإعلام ويتعرض لها في ذات الوقت الذي يساهم في محتواها، كما أنه يملك هامشا من الحرية أكبر بكثير من الصحفيين التقليديين، فكم من أفراد قاموا بنشر مقالات وروبورتاجات وصور على شبكة الأنترنت كانت ممنوعة من النشر في الوسائل الأخرى.⁽¹⁾

ويقول الكاتب "نسيم الخوري": «يتلاقى الكاتب والقارئ في فضاء من الصناعة الكتابية من دون حدود، ويعتبر انقلاب السلطات أو تبادلها بينهما، من أرقى الأدوار التي تلعبها الصحافة الإلكترونية، إذ يغدو المتلقي ساكنا حيا يتعامل مع الطبعة الإعلامية وكأنها وسيلته الإعلامية الخاصة، تمنحه سلطات جديدة يستطيع أن يمارسها عن طريق اشتراكه بالتحريك أو الانتقاد، أو بإضافة الأفكار، أي أن يصبح فاعلا ومنفعلا ومرسلا جديدا يقلق المرسل الأساسي، ويكمله أو يدحضه».⁽²⁾

ويقول الكاتب "Collen Mihal": «لقد تغيرت العلاقات الاجتماعية في ظل ممارسة "صحافة المواطن"، عبر إسقاط المفاهيم التقليدية المتعلقة بمن هو مستهلك لمضمون الإعلام ومن هو منتج، كما عززت قدرة الفرد في القيام بأدوار جديدة، ومكنت من لم يكونوا جزءا من عملية الإنتاج الإعلامي من المشاركة بأرائهم وتعبيرهم الخلاق».⁽³⁾

ان كل ذلك ادى الى تلاشي الفجوة بين صانع الرسالة والجمهور المتلقي وهو ما كان سائدا من قبل عبر الاعلامي التقليدي بل اصبح مستخدمو وسائل الاتصال يتبادلون الادوار كمتلقين ومنتجين للمحتوى في نفس الوقت .

(1) المرجع السابق ، ص 52.

(2) نسيم الخوري: الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، سلسلة أطروحات الدكتوراه، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2005، ص 435.

(3) Colleen Mihal :Democracy, Citizens' Media, And Resistance , A Study Of The New River Free Press, Master of Arts, Department of Communication, Virginia Polytechnic Institute and State University, 2004, p 30.

و بالإضافة الى السرعة القياسية في انتاج المحتوى وتداوله والتفاعل بشكل غير محدود فقد تعرض مفهوم الجمهور الى تغير بنيوي بسبب تفتت الرسالة الاعلامية والاجماهيرية في تلقي المحتوى الذي اصبح متاحا بشكل فردي وفي وكل وقت.

5. الإعلام الجديد كسلطة خامسة "سلطة المواطن":

السلطة الرابعة - هذا المصطلح الذي أطلقه منذ منتصف القرن التاسع عشر المؤرخ الاسكتلندي توماس كارليل، على الصحفيين مقابل رجال الدين والنبلاء والعامّة، قائلاً إن الصحفيين هم الحزب الرابع أي السلطة الرابعة الأكثر تأثيراً من كافة السلطات الأخرى والمتمثلة في الإعلام التقليدي بوسائله القديمة- ليست قادرة على الصمود الآن بحسب العديد من الكتاب والباحثين أمام اجتياح سلطة جديدة يطلق عليها اسم السلطة الخامسة، التي تشمل مختلف وسائل الإعلام الجديدة. هذه الأخيرة جاءت نتيجة "الافرازات الإعلامية للويب 2.0" و "صحافة المواطن"، نظراً لتأثيرها المتعاظم على الشؤون السياسية والإدارية لمختلف البلدان، ولأنها تتيح ليس فقط للصحفيين فرصة نشر ما هو ممنوع، وما قد يضايق السلطة والنظام القائم، بل تتيح أيضاً للأفراد والمواطنين العاديين - بمن فيهم أولئك الذين يمثلون الشرائح المهمشة وغير الممثلة في المجتمع - إمكانية التعبير بحرية عن انشغالاتهم، وإيصال آرائهم واقتراحاتهم للحكام. وهو الشيء الذي أثار مخاوف الأنظمة الشمولية المستبدّة، فقامت في بعض الأحيان بحجب مواقع و مدونات الكترونية، بل قامت حتى باعتقال بعض المدونين الذين تم التعرف على هويّاتهم، والزج بهم في السجون بسبب كتاباتهم (مثل ما حدث في إيران، والصين والكثير من بلداننا العربية).⁽¹⁾

ورغم ذلك فإن "صحافة المواطن" لا يمكن التحكم فيها ومراقبتها كما هو الحال مع الصحافة التقليدية، لأنه حتى وأن تم حجب موقع أو مدونة في بلد معين ومنعه من النشر، فإن التقنيات الحديثة تتيح إمكانية

(1) ابراهيم بعزیز: دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مراسل و ظهور صحافة المواطن، مرجع سابق، ص 54.

بث الموقع من بلد آخر أو نقل مضامينه إلى موقع الكتروني آخر، لذلك يمكن القول أن رقابة السلطة على وسائل الإعلام قد تلاشت، لاسيما مع التطبيقات والتقنيات الاتصالية التي تتطور وتستحدث باستمرار، وربما قد تكون هذه الحرية اللامتناهية للتعبير عبر شبكة الانترنت من بين الأسباب التي جعلت عدة بلدان وأنظمة دكتاتورية تتماطل في إيصال الربط بالشبكة في أقطارها، وحرمان مواطنيها من استعمالها.⁽¹⁾ إذاً الإعلام الجديد يمكن أن يشكل عامل ضغط كبير على الدول لتغيير سياستها وطبيعتها حكمها وأنظمتها، كما يحدث حالياً في الكثير من الدول العربية و التجربة الجزائرية الأخيرة بعد ثورة 22 فيفري 2019 خير دليل على هذا الوضع الجديد.

ثالثاً: نماذج غير عربية في تأثير الإعلام الجديد على العملية السياسية

و بغض النظر عن أهداف وسياقات ما جرى في مصر وتونس وحركة احتلوا وول ستريت، فقد أعرب العديد من المنظرين على اعتبار وسائل الإعلام الجديدة قوة للتعبير الديمقراطي وتحرير الطاقات الفكرية للشعوب، هذه هي الثورة الأولى التي قفزت على الساحة العالمية بفضل وسائل الإعلام الجديدة⁽²⁾. إلا أنه لا بد من الإشارة أنه توجد العديد من التجارب الأخرى كان تأثيرها بالغ القوة في الوقت الذي كانت فيه الدول العربية تعيش مرحلة الاستخدام التواصلي الترفيهي لشبكات التواصل وغيرها من المواقع، ففي هذا الصدد سنحاول عرض بعض التجارب الأخرى متبعين الترتيب الزمني لحدوثها:

1. حالة صربيا 2000 :

لقد قامت حركة أوتبور المتمثلة في طلاب جامعة بلغراد بصربيا في أكتوبر سنة 2000، باستخدام شبكة الانترنت للاتصال فيما بينهم والإعلام والتعبئة للدعوة إلى التغيير الديمقراطي وإسقاط

(1) المرجع السابق: ص 54.

(2) Nthony Downey : **Uncommon Grounds: New Media and Critical Practices in North Africa and the Middle East** , I.B.Tauris, London, 2014,p: 40.39.

الرئيس " سلوبودان ميلوسوفيتش " خاصة وهو متهم بجرائم ضد الإنسانية وقد نجحت هذه الحركة في إسقاطه وتقديمه للمحاكمة خلال 2001. ⁽¹⁾ وكان سرخا بوبوفيتش أحد مؤسسي جماعة المقاومة اللاعنفية الصربية أوتبور، حيث نجحت هذه الحملة ضد الرئيس الصربي عندما استولى آلاف المتظاهرين على البرلمان الصربي. وفي نوفمبر 2011 ، أدرجت مجلة السياسة الخارجية Srdja Popovic كأحد "أفضل 100 مفكر عالمي" لعام 2011 لإلهام المتظاهرين في الربيع العربي، وقد رشح لنيل جائزة نوبل للسلام سنة 2012 ثم بعد ذلك سنة 2014 أدرج اسمه كقائد عالمي للشباب.

2. حالة الفلبين 2001:

ترجع حيثيات القضية إلى توجيه اتهامات للرئيس الفلبيني "جوزيف استرادا " Joseph Estrada مقترنة بأدلة ملموسة، هذه الأخيرة التي تم التصويت على تجاهلها في الكونغرس الفلبيني من قبل الموالين له، الأمر الذي أثار الفلبينيين بعد إعلان القرار، فقاموا بالترتيب للاحتجاج، بداية بتوزيع رسالة نصية مفادها "ارتد الأسود واذهب إلى أسدا"، تمكنت هذه الرسالة النصية من حث أكثر من مليون شخص في ميدان إيبافنيو دي لوس سانتوس Epifanio de los Santos ، أين تسببوا في شلل حركة المرور، انتهت باعتقاله من قبل الشرطة الفلبينية، خاصة بعد صدور قرار المحكمة بالقبض عليه بتهمة نهب الاقتصاد⁽²⁾.

(1) Shirky , C :**The Political Power of Social Media, foreign affairs**,America. Retrieved 01/06/2019 from : <https://www.foreignaffairs.com/articles/2010-12-20/political-power-social-media>

(2) Shirky , C : **op.cit.**

وبذلك يعتبر جوزيف استرادا أول رئيس دولة في التاريخ يطيح به حشد ذكي، ومنذ ذلك الحين أصبحت تكنولوجيا التحرر تضطلع بدور محوري في جميع الحالات التي خرج فيها الأفراد إلى الشارع بأعداد غفيرة من أجل الديمقراطية أو الإصلاح السياسي⁽¹⁾.

3. حالة الصين 2003

في مارس 2003 أوقفت الشرطة في مدينة قوانجتشو بإقليم كانتون في الصين، الشاب صن جيجانغ البالغ من العمر 27 سنة، وطلبت رؤية وثيقة إقامته وبطاقة هويته، وعندما لم يتمكن من تقديم المطلوب، أرسل إلى مركز اعتقال، وبعد ثلاثة أيام، لقي حتفه في مستوصف المركز، وقيد سبب الوفاة على أنه نوبة قلبية، لكن التشريح الذي سمح به والده أظهر أنه تعرض لضرب وحشي، ووصلت قصة الشاب المتوفي إلى صحيفة: نافانج دوشي باو، وأكدت تحقيقاتها أن صن تعرض للضرب حتى الموت أثناء اعتقاله مما أدى إلى تأجيل الرأي العام الصيني، وقامت المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي بتداوله ونشره والتعليق عليه، ما حول غرف المحادثة ونشرات الأخبار إلى ساحات لرأي عام غاضب، وبدأت تنتشر قصص أخرى من قبل أشخاص تم اعتقالهم مسبقاً كتعاطف معه، الأمر الذي دفع صناع القرار السياسي نهاية إلى إغلاق أكثر من 800 مركز اعتقال عام 2003.⁽²⁾

وفي سنة 2008 أيضاً اندلعت احتجاجات ومظاهرات كبرى في الصين في إقليم سيشتوان عقب الزلزال المدمر الذي ضرب المنطقة، وكان المتظاهرون من الآباء والأمهات، لا سيما الأمهات، الذين فقدوا أطفالهم نتيجة انهيار المدارس التي بنيت بشكل رديء، نتيجة تواطؤ بين شركات البناء والحكومة

(1) دايموند لاري: **تكنولوجيا التحرر**، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية ، دراسات مترجمة، العدد 58، الإمارات، 2013 ، ص: 43.

(2) Diamond .L .(2010) : **Liberation Technology**, Journal Democracy, Vol21, No3
Retrieved 01/06/2019 from: <https://www.journalofdemocracy.org/wp-content/uploads/2012/01/Diamond-21-3.pdf>.

المحلية، فقبل وقوع الزلزال، كان الفساد في صناعة البناء والتشييد في البلاد سرا، ولكن عندما انهارت المدارس، بدأ المواطنون في تبادل العديد من الوثائق حول الفساد وتنظيم أنفسهم من خلال أدوات التواصل الاجتماعي، وقدمت النتائج المترتبة على الفساد الحكومي وضوحا على نطاق واسع، الذي تحول من سر إلى حقيقة عامة.

4. حالة اسبانيا 2004:

لقد كانت مواقف رئيس الوزراء الاسباني خوسي ماريا إزنار من مشاركته في التحالف ضد العراق سنة 2003 مع الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، عاملا أساسيا في زيادة نسبة المعارضة الشعبية له، وفي عام 2004 وبعد تفجيرات مدريد التي اتهم فيها مباشرة الباسك الانفصاليين، تسبب في غليان الشارع الذي نظم مظاهرات حاشدة تم التنسيق لها عن طريق الرسائل النصية، الأمر الذي عجل بالإطاحة به، وعودة الاشتراكيين للحكم تحت قيادة خوسيه لويس ثاباتيرو.⁽¹⁾

5. حالة أوكرانيا 2004:

لقد أدى تزوير الانتخابات الأوكرانية عام 2004 إلى غضب المعارضة واتهامها لحكومتها بتزويرها للانتخابات، أين قاموا بتنظيم احتجاجات عن طريق التعبئة السياسية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وركزوا على استخدام الرسائل النصية لتنظيم المواطنين في ميدان التظاهر بالتناوب لصعوبة تواجدهم في وقت واحد، حيث أتاحت هذه الاحتجاجات للمعارضين فرصة للحصول على الأصوات التي مكنتهم من اختيار رئيس جديد إضافة إلى تعديل الدستور.⁽²⁾

(1) Diamond .L : **op.cit.**

(2) Hale.H . Sasse. G «Ukraine: Democracy in Danger», Journal Democracy, Vol21, No3

Retrieved 01/06/2019 from: <https://www.journalofdemocracy.org/wp-content/uploads/2012/01/Diamond-21-3.pdf>.

6. حالة روسيا البيضاء 2006:

في هذه السنة خرج المحتجون في مظاهرات ضد فوز الرئيس الكسندر لوكاشينكو بعهدة رئاسية جديدة، هذا الأخير يحكم البلاد منذ 1994، حيث لعبت فيها شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في عملية التنظيم والتأطير.

7. حالة أستراليا 2007:

تعتبر الانتخابات الأسترالية لعام 2007 نموذجاً للحملات الإلكترونية، حيث استخدمت شبكات التواصل الاجتماعي بفعالية لتعميم الأخبار والمعلومات ورصد رجوع الصدى، ما ازد بشكل ملحوظ من نسب التصويت وتفعيل مشاركة الأحزاب السياسية في الانتخابات، أين تم تخصيص صفحات خاصة للسياسيين والتواصل مع النشطاء من خلالها، هذا إضافة إلى الاستخدام المكثف لموقع اليوتيوب لنشر مقاطع لمرشحي السياسة فرادى ومناظرات ما عمل على زيادة نسبة المتابعة والمشاركة.⁽¹⁾

8. حالة كولومبيا 2008:

ذكرت إريك شون Eric Shawn على شبكة فوكس نيوز في ديسمبر 2008، "خرج اثنا عشر مليون شخص إلى الشوارع" في 190 مدينة حول العالم في فيفري 2008 احتجاجاً على مجموعة إرهابية في كولومبيا تدعى اختصاراً فارك (القوات المسلحة الثورية الكولمبية)، وكلها في استجابة لدعوة تنظيم أويسكار موراليس لهذا الحدث في مجموعة فيس بوك بعنوان "مليون صوت ضد القوات المسلحة الثورية الكولمبية"⁽²⁾.

(1) Macnamara, J « **E-Electioneering: Use of new media in the 2007 Australian federal election**», University of Technology, Retrieved 02/06/2019 from:

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.466.1919&rep=rep1&type=pdf>

(2) بول، ليفنسون: أحدث وسائل الإعلام الجديدة. تأليف بول ليفنسون. ترجمة هبة ربيع، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2015، ص 39.

9. حالة إيران 2009:

إثر إعلان فوز الرئيس آنذاك محمود أحمدي نجاد- في جولة الإعادة للانتخابات الرئاسية يوم 12 يونيو/حزيران 2009- بولاية ثانية على حساب المرشح موسوي؛ حشدت المعارضة في شوارع العاصمة طهران قرابة خمسة ملايين متظاهر رفعوا "الشعارات الخضراء" "ومن هنا جاء وصف حركتهم) من تلوين الكف إلى ربطة العنق وأسورة السواعد والرايات، وهتفوا بشعاري: "أين صوتي؟" و"من سرق صوتي أيها الدكتاتور؟"، متهمين السلطات بتزوير الانتخابات لصالح نجاد⁽¹⁾. وقد استخدم هؤلاء المتظاهرون وسائل الإعلام الجديدة لفضح ممارسات قوات الأمن الإيرانية القمعية في فض تلك المظاهرات.

10. حالة مولدافيا 2009:

في سنة 2009 أيضاً مثل حالة إيران ، فاز الحزب الشيوعي بالانتخابات البرلمانية المولدافية بالأغلبية وهو حزب الرئيس المولدافي فلاديمير فورونين، لكن قطاع عريض من الشباب لم يرضوا بالنتيجة واعتبروها مزورة، وعلى إثر ذلك خرج عشرات الآلاف من المواطنين للاحتجاج على نتيجة الانتخابات، واستخدم المتظاهرون في ذلك كل من الرسائل النصية وشبكات التواصل الاجتماعي كالتويتر والفيسبوك، وقد قامت الحكومة بقطع الانترنت، من أجل تحجيم وتقليل دور وسائط الاتصال الجديدة في الحشد والتعبئة⁽²⁾.

11. حالة تايلاند 2010:

(1) موسوعة الجزيرة للدراسات، متاح على الرابط التالي: <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/events>

تاريخ الزيارة 2019/01/05.

(2). Ellen Barry: Protests in Moldova Explode, With Help of Twitter, The New York Times,

http://www.nytimes.com/2009/04/08/world/europe/08moldova.html?_r=1, Dat of Aces:

05/01/2019.

في تايلندا من العام 2010، شارك آلاف المتظاهرين المناهضين للحكومة في مسيرة بالعاصمة التايلاندية بانكوك، استعدادا لخطوتهم التالية الرامية إلى إغلاق العاصمة والحيلولة دون إجراء الانتخابات التشريعية القادمة حتى الإطاحة برئيسة الوزراء ينغلوك شيناواترا، حيث استعان هؤلاء بشبكات التواصل الاجتماعي في عملية التأطير وكشف ممارسات قوات الشرطة⁽¹⁾. ولعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا مهما ووسيطا أساسيا في نقل المعلومات في هذه الأحداث، حيث تم نشر صور الجنود وهم يطلقون النار على المتظاهرين وغيرها من الممارسات.⁽²⁾

مما سبق يتضح أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تمتلك قوة لا يمكن الاستهانة بها، بحيث يمكن اعتبارها : التكنولوجيا التي ساعدت على التحرر في القرن الواحد والعشرين، ولم يسبقها أي نموذج من نماذج الاتصال السابقة في تاريخ البشر ساهم في ديمقراطية الاتصالات إلى هذه الدرجة، كما لا توجد تكنولوجيا في التاريخ نمت بمثل هذه السرعة⁽³⁾.

و يشرح الفيلسوف الأمريكي الشهير دوغلاس كلينر أهمية الإعلام الجديد في ثورات المستقبل، حيث يقول: "يجب على ناشطي الديمقراطية الجذرية النظر إلى الاحتمالات التي تقدمها من أجل المقاومة، وتعزيز التعليم والعمل والتنظيم السياسي وخوض النضال، فإذا أرادت القوى التي تناضل من أجل الديمقراطية والعدالة الاجتماعية أن تشارك في معارك المستقبل الثقافية والسياسية، يجب أن تبتكر السبل

(1). Shirky, Clay: **op.cit**, p: 3.2.

(2) Carthew, A . (2010) : **Thaksin's Twitter revolution — How the Red Shirts protests 23 increase the use of social media in Thailand** , in Behnke, P. Social Media and Politics: Online social networking and political communication in Asia (Konrad Adenauer Foundation: Singapore), Retrieved 06/01/2019 from :

https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=8176a4af-5ab3-f969-1f07-4aaca7069dc3&groupId=252038

(3). رونالد ديبرت ، رافال هوزينسكي: **التحرر أم التحكم، مستقبل الفضاء الإلكتروني، الإمارات، دراسات مترجمة، العدد: 58، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، 2013، ص: 65.**

لاستخدام التقنيات الجديدة لتقديم جدول أعمال ديمقراطي وبيئي جذري، وتعزيز اهتمامات المقومعين، وبالتالي فإن الثقافة التقديرية السيبرنيتية Cyberculture، تقدم نفسها كأحد أدوات الثقافات السياسية الثورية في المستقبل، وهي شكل من أشكال التنظيم وسبيل لممارسة موضوعية⁽¹⁾.

تمكن مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة من الضغط على الأنظمة الدولية والعربية خاصة وإجبارها على الاهتمام بقضايا لم تكن تصل إلى دائرة الاهتمام في أوقات سابقة، حتى أنهم تمكنوا من طرح مواضيع جريئة وأثروا على صناع القرار وحثهم على اتخاذ إجراءات لحل هذه المشاكل، والسبب في هذه القوة كما اشرنا لذلك سابقاً، هو تمكنهم من تدويل العديد من القضايا المحلية والوطنية وإعطائها صبغة عالمية باستخدام هذه الشبكات، هذه الأخيرة أي شبكات التواصل الاجتماعي لم تعد تخاطب الجمهور فحسب، بل تحولت كأداة في يد الجماهير، موجهة بطرق مباشرة وغير مباشرة لصناع القرار والحكومات، كذلك صناع القرار بدورهم تحولوا من مستخدم إلى متلقي من أجل ضبط المعلومات التي يحتاجونها لسياسة وإدارة هذه الجماهير، من خلال العملية المتبادلة بين القيادات والرأي العام، من هنا نجد أن نظرة صناع القرار والحكومات لشبكات التواصل الاجتماعي فيها نوع من الحذر، فهو بالنسبة لهم إيجابي طالما يمدهم بالمعلومات ويسهل ترويج سياساتهم، وحذر لأنه قد يستخدم من قبل الجماهير و المعارضة ضدهم².

رابعاً: دور الإعلام الجديد في التغيير السياسي في العالم العربي

شهد العالم العربي عدة اثار متنوعة بعد الثورة المعلوماتية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال في مختلف المجالات ومنها خاصة التغييرات في طبيعة الممارسات السياسية وما يتعلق بالنظام السياسي

⁽¹⁾ جون فوران: مستقبل الثورات، إعادة التفكير بالتغيير الجذري في عصر العولمة، لبنان، ترجمة: تانيا بشارة، دار الفارابي، 2007، ص: 18.

² جون فوران: مرجع سابق، ص: 21-22.

السائد في علمنا العربي وطبيعة الممارسات الحزبية والانتخابية على غرارة تلك الحاصلة في المجتمعات الأوروبية والأمريكية وإن كانت تختلف عنها نوعا وكما بحيث أصبحت وسائل الاتصال تمثل تحديا حقيقيا ليس فقط بالنسبة للحكومات والانظمة التي لا تعترف بالممارسة الديمقراطية بل أيضا هي تحدي بالنسبة للشعوب في تكريس وترسيخ قيم العدالة والمساوات والحريات ورفع القيود عن ممارسات المشاركة السياسية بما يتيح الفضاء الجديد لتكنولوجيا المعلومات التي ازداد انتشارها في المنطقة العربية وهذا في حد ذاته قد كان من بين التحديات الحقيقية في تطوير بنية المجتمعات تقنيا ومعرفيا، خاصة في ظل ظهور فاعلين جدد "المدونين" وبداية تشكل فضاء عام جديد "الشبكة الالكترونية". وتتأطر هذه الاتجاهات بدرجة انتشار تقنيات الاتصال الجديدة في المجتمعات العربية وبطبيعة أنظمتها السياسية وما يطرحه ذلك من سؤال الحرية⁽¹⁾.

لقد أدت مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك وتويتر دورا كبيرا في دفع الجماهيري نحو المطالبة بمزيد من الحريات ورفع القيود عن حرية التعبير والممارسة السياسية وقد تحولت هذه المطالب الى تحركات فعلية واقعية تمثلها الاحتجاجات والتظاهرات التي وصلت الى اوجها مع ثورات الربيع العربي كم تم تسميتها خاصة في الدول العربية التي تشهد تراجعاً في الممارسة الديمقراطية وهو ما كان بارزا عبر مواقع التواصل بحيث يتم فضح العديد من هذه الممارسات القمعية والفساد السائد عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد كانت ذريعة لإشعال تلك الاحتجاجات التي انتشرت بشكل متسارع متجاوزة الحدود الجغرافية للدول من الغرب الى الشرق.

لقد مثلت مواقع التواصل الاجتماعي اداة للوعي السياسي ومتابعة الاحداث الراهنة من مختلف المصادر عن قرب من المشهد والحدث رغم التضيق من طرف الحكومات على مراقبة نشر المحتويات

(1). محمد بن هلال: الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، لبنان، سلسلة كتب المستقبل العربي، العدد: 69،

عبر هذه الشبكات وتابعت النشاط عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما قامت بقطع الاتصال عبر الانترنت لمنع تداول الاخبار والمعلومات وتنظيم الاحتجاجات ومنع انتشارها من طرف المعارضة الراضة لأداء السلطة الحاكمة والمطالبة برحيلها بحيث تم تسمية هذه الثورات بثورة الفيسبوك لما له من دور في تحريك هذه الاحتجاجات واتساع رقعتها⁽¹⁾.

لقد كان هناك جدل واسع حول دور وسائط الاتصال الجديدة في مجريات التغيير السياسي، ولكن هناك إجماعاً ناشئاً يفيد بأن كل ما جرى في تونس ومصر وغيرها من الدول جاءت نتيجة للظلم الممتد الذي تعرضت له قطاعات واسعة من سكان تلك الدول وكان سيحدث في كافة الأحوال في مرحلة ما، وكان لدور وسائط الاتصال الجديدة دوراً محورياً في العديد من الجوانب نذكر منها:

أن الظلم السائد هو الذي هيأ الأسباب لثورات الربيع العربي من خلال التأثير في الرأي العام وقد ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي في ذلك حيث ضمت أناس متشابهين في طريقة التفكير؛ وقد حصل ذلك قبل سنوات عديدة من اندلاع المظاهرات وثورات الربيع العربي، حيث كان النشاط الرقمي يستخدمون الإعلام الاجتماعي «لجمع الناس الذين يحملون وجهات النظر نفسها حول النظام وينظمون المظاهرات ويبنون حركة يمكن نشرها في أوقات الأزمات لمواجهة النظام». وكان معظم هؤلاء الناشطين، الذين كانوا يكتبون المدونات في البداية، يخلقون «فضاء عاماً بديلاً» يمكن عن طريقه المعارضة ومشاركة المعلومات «كوسيلة لمناورة بنى الدولة السلطوية»⁽²⁾.

(1). رانيا مكرم: التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي، مصر، المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية، 2014، ص: 05.

(2). ميرفي كاريل: جيل تويتر، شباب الربيع العربي يعيد صياغة مستقبله، لندن، مجلة العرب الدولية، العدد: 1568، 2011، ص: 34.

- ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي على إبراز دور الجماهير العربية وتفوقها على قياداتها، إذ ساهمت هذه الشبكات في انطلاق الانتفاضات والاحتجاجات الشعبية من القاعدة لا من القمة، أي من الجمهور لا من القيادات، أو زعامات تاريخية أيديولوجية، أو حزبية، دينية، وغيرها، وامتلكت أدوات تفاعل غير مسبوق، لدرجة أمكن القول، أنها تجاوزت قدرات الدولة على قمعها، كما أدت وسائل الاتصال الجديدة دورا مركزيا في التنظيم والتنسيق وتنفيذ المظاهرات، إذا قامت هذه الوسائط بتنسيق التواصل بين القيادات الميدانية، والفئات المشاركة في الحملات الاحتجاجية، كما أصبحت بمثابة أدوات للتواصل والتشابك والتنسيق، كما عملت شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل عقل جمعي عربي، تشكلت ملامحه في استنساخ آليات ومطالب الاحتجاج، ونقل الخبرات عبرها في مواجهة الأنظمة الاستبدادية، الأمر الذي أدى وجود اتفاقا وتنسيقا في بعض آليات التغيير، كاستنساخ الشعارات المطالبة بإسقاط النظام⁽¹⁾.

وقد طرح العديد من المفكرين والباحثين التساؤل التالي: ولو لم تكن وسائل الاتصال الجديدة موجودة، أكان من الممكن أن يظهر ما يسمى ربيعا عربيا؟، فكانت إجابة العديد منهم، بأن العالم العربي يضم ناشطين ديمقراطيين منذ أمد طويل، ولكن لم يسبق لأي منهم أن أطاح دكتاتورا، بالرغم من وصول البث الإذاعي والتلفزيوني إلى كافة الدول العربية منذ مدة طويلة⁽²⁾.

ووفق تقرير لمعهد التنبؤ الاقتصادي لعالم البحر الأبيض المتوسط الصادر سنة 2011، فإن وسائل الاتصال الجديدة كانت بمثابة أرضية للمقاومة في خدمة الثورات، بعد أن لعبت دورا لا يستهان به على صعيد نشر المعلومة، واعتبرت صحيفة الغارديان البريطانية هي الأخرى أن مواقع التواصل

(1) أحمد عبد الله عبد الجبار وآخرون: دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، العدد: 44، العراق، 2012، ص: 216.

(2) فيليب هوارد، حسين مزمل: مصر وتونس، دور وسائل الإعلام الرقمية، الإمارات، دراسات مترجمة: 58، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، 2013، ص: 218.

الاجتماعي لعبت دورا محوريا من خلال مستخدميها اللذين كانوا يستعينون بالهواتف لتسجيل التظاهرات وانتهاكات الأجهزة الأمنية، ثم يقومون بعرض هذه الصور ومقاطع الفيديو على شبكة الانترنت، مما جعل العالم وكأنه في قلب الحدث⁽¹⁾.

وترى دينا مقلد: أن الثورات العربية قامت بأسلحة لا يسهل نزعها وهي مواقع التواصل الاجتماعي.. لكن ورغم أن الوسائط التقنية أتت في المطلق من الولايات المتحدة الأمريكية، فإن المتظاهرين الذين خرجوا في تونس ومصر ويخرجون في اليمن وسوريا وليبيا وغيرها لم يكونوا على الأجندة الدبلوماسية الخاصة بالولايات المتحدة التي أقامت علاقات مهمة مع قيادات الدول التي يثور شعوبها وتغاضت كثيرا عن ديكتاتورية وفساد تلك الأنظمة، اليوم يبدو من الاستسهال والاستخفاف تعميم مقولة أن هذه الثورات هي ثورات وسائل التواصل الاجتماعي، فهذا الربيع العربي صنع بأسلحة ليس من السهل نزعها ونسبتها لأحد حتى ولو كان مخترعها الأصلي، أن يمد المتظاهرون بوسائط تساعد على التواصل وعلى نقل صوتهم إلى العالم ليس كافيا لتسبب ثوراتهم إلى أحد غيرهم، صحيح أن هذه الثقافة الغربية قدمت للشباب وسائط للتواصل لكنها لم ولن تستطيع أن تقدم لهم الأفكار والآراء والاحباط من فساد الأنظمة و استبدادها، هذه الأفكار ليست وليدة اللحظة كما يريد أن يصورها البعض، بل هي تراكمات لسنوات عديدة⁽²⁾.

جدول رقم 07: عدد مستخدمي موقع الفيسبوك في بعض الدول العربية سنة 2010-2011.

الدولة	عدد مستخدمي الفيسبوك لسنة	عدد مستخدمي الفيسبوك	عدد السكان لسنة	نسبة مستخدمي
	2010		2011	الفيسبوك بالنسبة لعدد

(1) مصعب حسام الدين قتلوني لطفي: ثورات الفيسبوك: مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، شركة المطبوعات، ط 1، بيروت 2014، ص: 96.

(2) دينا مقلد: مرة جديدة، إنها ليست ثورة الفيسبوك، المملكة المتحدة، مجلة المجلة، العدد: 1566، ، 2011، ص: 34.

السكان 2011		لسنة 2011		
17.55%	10,373,957	2.356.520	1.707.800	تونس
5.49%	84,474,427	6.586.260	4.313.180	مصر
3.98%	6,545,619	310.563	240.080	ليبيا
0.74%	24,255,928	340.800	158.280	اليمن
1.07%	22,505,091	356,247	241,859	سوريا
34.27%	807,131	302.940	265.020	البحرين
7.55%	32,381,283	3.203.440	2.283.780	المغرب

المصدر: تقرير الإعلام الاجتماعي العربي العدد الأول 2011 والموقع المتخصص في احصائيات الشبكات الاجتماعية في

العالم: <http://www.socialbakers.com/>

فمن خلال الجدول السابق نلاحظ أنه هناك زيادة معتبرة في عدد مستخدمي الفيسبوك سنة 2011، مقارنة بسنة 2010، فقد وصل عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم العربي إلى 27.711.503 مستخدم حتى شهر أفريل 2011، بعد أن كان 21.377.282 مستخدم حتى شهر جانفي 2011، ما يعني أنه قد تضاعف تقريبا بنفس الفترة من العام 2010، حيث وصل عدد المستخدمين حوالي 14.791.972⁽¹⁾، ولكن اختلفت نسبة هذه الزيادة من دولة الى أخرى نتيجة عوامل وأسباب سياسية وقانونية وتكنولوجية عدة، والأمر الملاحظ أيضا أنه بالرغم من الدور الكبير الذي لعبته وسائط الاتصال الجديدة، في عملية التغيير السياسي في العديد من الدول العربية إلا أن نسبة عدد مستخدمي الموقع مقارنة بعدد السكان تبقى جد ضئيلة، والبحرين الدولة الوحيدة التي يكل عدد مستخدمي الفيسبوك ما

(1). تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: الإعلام الاجتماعي والحراك المدني، تأثير الفيسبوك وتويتر، الإمارات، الإصدار الثاني، كلية دبي للإدارة الحكومية، 2011، ص: 09.

نسبته 34.27% من عدد السكان، بالإضافة الى تونس التي يشكل فيها عدد مستخدمي الفيسبوك ما نسبته 17.55% من عدد السكان، ونستج من خلال الجدول أيضا أن استخدام الفيسبوك ودور في عملية التغيير قد اختلف من دول الى أخرى، وهذا ما تؤكد نسبة استخدام الموقع مقارنة بعدد السكان، فمثلا اليمن لم يكن للفيسبوك دور كبير مقارنة بدوره في كل من تونس ومصر، فقد وصل عدد مستخدمي الموقع 0.74% من عدد السكان، إذن نحن أمام ظاهرة وثقافة جديدة طورتها شريحة من الشباب العربي تكيفت مع أدوات التواصل الإلكتروني، التي أتاحت بدورها نمطا جديد من قدرة التواصل الفريد، وعبر هذه الوسائط يتم بلورة رأي عام وشعارات بحرية واسعة جدا، بعيدا عن القيود والرقابة والمواقف المسبقة، لتتنقل بعد ذلك هذه الحشود من الشباب الثائرين التي سبق وأن تعارفت عبر الساحات والفضاء الافتراضية، إلى شوارع و ميادين حقيقية على الأرض، وكأنها نظمت نفسها بنفسها بصورة مسبقا وبصورة وسرعة باغتت وارعبت أجهزة وجيوش الأنظمة وأذهلت الشعوب المقهورة نفسها وزرعت فيها الأمل من جديد⁽¹⁾.

ومن ناحية أخرى، يبدو أن هذه الاحتجاجات قد أدت إلى زيادة عدد مستخدمي فيسبوك في المنطقة، فقد شهدت جميع البلدان التي وقعت فيها الاحتجاجات معدل نمو إيجابي، فعندما تقارن معدل النمو في كل بلد أثناء فترة الاحتجاجات وبعدها مع المعدل خلال فترة مشابهة قبل الاحتجاجات، نلاحظ أن معدلات النمو قد تضاعفت بل وصلت إلى ثلاثة أضعاف في بعض البلدان، و من المؤكد أن الأرقام في حد ذاتها لا توضح طبيعة الاستخدام، فقد يكون الاستخدام سياسيا، مع وجود بعض المستخدمين لفيسبوك، لا علاقة لهم بالاحتجاجات الشعبية وإنما يستخدمون لأغراض أخرى، ولكن تزامن النمو السريع

(1) خالد المعيني: كي لا تسرق الثورات، دراسات موضوعية في ربيع الثورات العربية، لبنان، ط1، منشورات ضفاف،

في عدد مستخدمي الفيسبوك مع انطلاق الاحتجاجات في بلد يشير إلى علاقة بين هذا النمو الاستخدام السياسي للفيسبوك⁽¹⁾.

وبالرغم من انخفاض نسبة عدد مستخدمي الفيسبوك في مصر والتي وصلت إلى 5.49% من عدد السكان، إلا أن الشباب المصري نجح في حشد وتفعيل مشاركة جماهيرية مليونية في القاهرة والمدن الكبرى، ووصلت إلى أكثر من ثمانية ملايين مواطن في أحد أيام الاحتجاجات، التي تمكنت في الأخير في تحقيق أهم أهدافها، ومن هنا تبرز قوة التجربة المصرية في سياق التجارب العالمية في استخدام الواقع الافتراضي والتشبيك في الحشد والممارسة السياسية⁽²⁾، فقد سهلت الثورة الرقمية عملية التعبئة السريعة والواسعة النطاق، وظهر ما يسمى الحشود الذكية وهي شبكات هائلة من الأفراد الذين يتواصلون بسرعة وبقليل من الهرمية والتوجيه من أجل التجمع والاحتشاد في موقع معين⁽³⁾، لقد ازدادت القدرة على الحشد مع هذه الوسائط، فالرسالة الواحدة يمكن إيصالها إلى مليون شخص أو أكثر من دون تكلفة.

إذا هذه الوسائط أي شبكات التواصل وفرت بيئة اتصالية جديدة ساعدت على التغيير السياسي. فالعمل السياسي دائما ما يحتاج إلى اتصال و تفاعل بين الأفراد والمنظمات سواء كانت أحزاب أو سلطات، ومن ثم فوسائل التواصل الاجتماعي قد ساهمت في عملية المشاركة السياسية وقدمت للجميع فرصة الآراء والأفكار. وهذا ما ساهم في فتح المجال لعملية المشاركة السياسية والتواصل بين

(1) تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: الإعلام الاجتماعي والحراك المدني، مرجع سابق، ص: 06.

(2) أمجد المالكي وآخرون: الانفجار العربي الكبير في الأبعاد الثقافية والسياسية، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسة، قطر، 2012 ص: 134.

(3) دايموند لاري: مرجع سابق، ص: 57.

الشباب. فالسياسة تحتاج إلى اتصال والاتصال يحتاج إلى وسائل وإلى سيولة المعلومات والأخبار والحوار والنقاش، أي بمعنى آخر فضاء عام يلتقي فيه الناشطون والفاعلون السياسيون⁽¹⁾.

وبالنسبة لموقع تويتر فقد قدر عدد مستخدمي تويتر سنة 2011، حوالي: 6.567.280 في حين بلغ عدد مستخدمي تويتر النشطين حوالي 1.150.292 مستخدم بنهاية مارس 2011، وبلغ عدد التغريدات التي أنتجها المستخدمون النشطون في الربع الأول من العام 2011، حوالي: 22.750.00 تغريدة، وقدر عدد رسائل التويت يوميا بـ: 252.00، و175 رسالة تويت كل دقيقة وثلاثة رسائل تويت تقريبا كل ثانية. وكانت أكثر الواصفات استخداما للمواضيع الشائعة في المنطقة العربية في الربع الأول من العام 2011، #egypt وقد وردت 1.4 مليون في رسائل التويت التي أنتجت في هذه الفترة، و#jan25 وردت 1.2 مليون مرة في رسائل التويت، و#Libya وردت 990.000 مرة في رسائل التويت، و#bahrain وردت 640.000 مرة، و#portest، وردت 620.000 مرة⁽²⁾.

وأما بالنسبة لمستخدمي يوتيوب فقد ارتفع سنة 2011 مقارنة بسنة 2010، ففي مصر ازداد رفع مقاطع الفيديو بنسبة 150%، وارتفعت عدد مرات المشاهدة بنسبة 220%، وفي تونس ازداد رفع مقاطع الفيديو بنسبة 240%، وارتفعت عدد مرات المشاهدة بنسبة 100%، وفي اليمن ازداد عدد مرات المشاهدة بنسبة 150%⁽³⁾.

ويمكن القول أن وسائل الإعلام الاجتماعية قد لعبت ثلاثة أدوار رئيسية في الربيع العربي: أولاً أنها كانت مركزاً في الديمقراطية تشكيل النقاشات والجدل السياسي، ثانياً: هناك زيادة كبيرة في الحديث

(1) محمد قيراط: الشبكات الاجتماعية والتعبئة السياسية، جريدة البيان الإماراتية،

http://www.albayan.ae/opinions/articles/2012-03-02-1.1603047، تاريخ الزيارة: 2019/06/02.

(2) تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، الإعلام الاجتماعي والحراك المدني، تأثير الفيسبوك وتويتر، مرجع سابق، ص: 16.

(3) تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: واقع الإعلام الاجتماعي في العالم العربي، عaman بعد الحراك الشعبي، الإمارات، كلية دبي للإدارة الحكومية، 2013، ص: 23.

حول مواضيع الديمقراطية والمواضيع المتعلقة بالثورة، تسبق هذه المواضيع الأحداث على الأرض، وثالثاً: أنها سهلت نشر الأفكار الديمقراطية عبر الحدود الدولية، حيث كان الجمع بين النشاط السياسي في العالم الحقيقي والنشاط التقني في العالم الافتراضي هو الذي حول دور وسائل الإعلام الاجتماعية في مصر وغيرها من الدول إلى أداة فعالة من أجل تحقيق تغيير سياسي واجتماعي⁽¹⁾.

ولعل الحديث عن الشباب لا يقتصر على تواجد الذكور فقط في حراكهم ضد الأنظمة العربية باستخدام وسائل الاتصال الجديدة، وإنما حضر العنصر النسوي بكيفيات وصور بارزة ووازنة، إلى درجة أن أسماء ظهرت بينهن، سواء من خلال مواقعهن على شبكات التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية التي أطلقنها، أو من خلال المجهودات التنظيمية لتحريك المتظاهرين وتأيير المحتجين، فقد برزت أسماء من أمثال تواكل كرمان في اليمن، فدوى سليمان في سورية، المصرية أسماء محفوظ⁽²⁾، ومن خلال الجدول التالي نستعرض نسب استخدام الاناث والذكور لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في بعض الدول العربية.

جدول رقم 08: يوضح توزيع الفئات العمرية والنوعية لمستخدمي الفيسبوك في العالم العربي فيفري

2012.

الدولة	نسبة الفئة العمرية المستخدمة للفيس بوك (13 الى 44)	نسبة مستخدمي الفيسبوك الذكور	نسبة مستخدمي الفيسبوك الاناث
تونس	93 %	58 %	42 %
مصر	95 %	64 %	36 %

(1) خالد عبد الرحيم السيد، وآخرون: الإعلام العربي في عالم مضطرب، دار الشرق للطباعة والنشر والتوزيع، قطر، 2012، ص: 249.

(2) محمد نور الدين أفاية: القوى الاجتماعية الثورة، لبنان، مجلة المستقبل العربي، العدد: 398، 2012، ص: 135-136.

ليبيا	% 93	% 66	% 34
اليمن	% 96	% 79	% 21
المغرب	% 95	% 62	% 38
البحرين	% 93	% 60	% 40
السعودية	%94	%69	%31
الجزائر	%94	%68	%32
الامارات	%93	%67	%33
الاردن	%95	%58	%42
لبنان	%91	%55	%45
العراق	%94	%74	%26
الكويت	%91	%66	%34
فلسطين	%96	%62	%38
قطر	%93	%69	%31
عمان	%94	%69	%31

المصدر: الموقع الإلكتروني المتخصص في احصائيات الشبكات الاجتماعية في العالم:

<http://www.socialbakers.com/>

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الشباب هم الفئة العمرية الأكثر استخداما لموقع الفيسبوك، بنسب متقاربة بين جل الدول العربية محل الدراسة، وهذا مرده أن الاحتجاجات والمظاهرات التي عرفتها المنطقة العربية عام 2011، كان وقودها الشباب لتعم بعد ذلك كافة شرائح المجتمع، لقد قيل الكثير عن أدوار الشباب في إشعال فتيل الثورات، وهذا دور مشهود لهم باستحقاق، بل وقدموا بسببه تضحيات كبيرة،

كما أن هذه الأحداث سمحت ببروز نخبة جديدة شابة متسلح بأدوات تواصل جديدة، وبوسائل تأثير مغايرة، بل ذهب البعض إلى حد استبعاد أو إنكار كل المجهودات الفكرية التي بذلها مثقفون ومفكرون عرب طيلة عقود، والإعلاء من شأن نمط مثقف جديد يمتلك بديلاً لصورة المثقف العربي حتى الآن، لقد جسد شباب التغيير صورة المثقف العضوي الذي يجمع بين النظرية والممارسة، فقد عملوا على صوغ مجال عام جديد، فنمط اشتغاله وتحركه لا يتطلب جرائد و مقرات، ووسائل إعلام قديمة، وإنما يبتكر كلمات أمر ولغات، و أشكال تنظيم لها سيولة خاصة في التواصل مع أوسع عدد ممكن من الناس، فالمثقف الجماعي الشبابي الجديد قد فجر ثنائية النخبة والجمهير، لأن إنتاجه شوارعي مفتوح على الجموع المنخرطة في الحركية الجماهيرية⁽¹⁾، وعلى إثر ذلك ذهب مجموعة من الباحثين العرب إلى إطلاق مصطلح الجيل العربي الرقمي Arab Digital Generation، على مجموعة من الشباب العربي الذي يقبل بكثافة على استخدام أدوات المعلومات والاتصالات، مع امتلاكهم مهارات وخبرات تدعم حضورهم في فضاء المعلومات، ومن أهم سمات الجيل الرقمي العربي بأنهم يتميزون بنشاطهم الرقمي، وحضورهم المميز في فضاء المعلومات، مع امتلاكهم لأكثر من حساب على منصات شبكات التواصل الاجتماعي، حيث اكتسبوا نضجاً سياسياً، وتحددت ملامح شخصياتهم نتيجة معاشتهم الأحداث المهمة التي عصفت بالوطن العربي، وتوفرت لهم فرصة للمشاركة بالفعل الرقمي الناشط أثناء ثورات الربيع العربي بصورة مباشرة أو غير مباشرة⁽²⁾.

وبالرغم من إحتقائية الكثيرين سواء بدور وسائط الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في المنطقة العربية، إلا أنه بالمقابل يوجد العديد من الكتاب والباحثين والمفكرين يرون أنه هناك مبالغة كبيرة

(1) محمد نور الدين أفاية: مرجع سابق، ص: 138.

(2) حسن مظفر الروز: فضاء التواصل الاجتماعي العربي، جماعته المتخيلة وخطابه المعرفي، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، 2016، ص: 101.

في الحديث عن دور وسائط الاتصال الجديدة في التأثير على العملية السياسية في العالم العربي، وأن دور مجموعات الفيسبوك و التويتر في غالب الأحيان هو رزمي لا يتعدى حدود الشكليات، حيث أن النشاط السياسي عبر هذه الوسائط ليس بالضرورة يؤدي إلى تغيير سياسي فعلي، فأصحاب هذا الرأي يعتقدون أن وسائط الاتصال الجديدة لعبت دورا مكملا للدور الأساسي الذي قام به الشارع، وفي هذا الصدد يرى المفكر العربي الدكتور "عزمي بشارة" أن مواقع التواصل كان لها تأثير كبير في ثورة تونس، لكنه رفض التهويل من تأثيرها وقال "لو جلس الجميع على فيسبوك لما قامت الثورة، لقد أصبح كل من لديه فيسبوك يظن أن له دورا كبيرا في صناعة التاريخ.. هذه المواقع قامت فقط بدور التعبئة الأيديولوجية في الثورات"، وأعرب تشارلي بيكيت، مدير مركز بوليس للأبحاث في لندن عن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تجميع الناشطين، والتنسيق بينهم ولكنه رفض القول بأن تكون هي من خلقت الثورة، وأضاف أيضا بأن: مواقع التواصل الاجتماعي على لا تخلق ثورات، بل يخلقها الفقر والغضب والحكام المستبدون، لكن في هذه الحالات شاهدنا كيف عملت مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت على تنظيم الناس والترويج للرسالة، وكانت وسيلة للهجوم على من هم في السلطة، ولإبلاغ العالم الخارجي أن الناس هنا غاضبون ومتحمسون، لذلك أعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت كانت فعالة بصورة ملحوظة في وقت قصير جدا⁽¹⁾، وأكد ذلك أيضا يقظان النقي في كتابه الموسوم: الإعلام والعولمة والديمقراطيات، جاء فيه: بالرغم الدور الذي لعبته وسائط الاتصال الجديدة خلال ثورات "الربيع العربي" والذي دفع الإعلام القديم إلى مراجعة دوره ودفع بعض الأنظمة العربية إلى التغيير، يرفض الكاتب أن توصف هذه الثورات بثورة الفيسبوك، معتبرا ذلك "سوء توصيف للوضع"، ثم إن أول استعانة بوسائل

(1) ابتسام بدري: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وإحداث التغيير في دول الحراك العربي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 47، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017، ص:40.

الإعلام الاجتماعية للتعبير عن الاحتجاجات ودعوة الجماهير إلى المطالبة بحقوقهم وإسقاط الحكومات يعود تاريخها إلى 2001/01/16 والذي أدى إلى ترك الرئيس الفليبيني جوزيف استرادا الحكم⁽¹⁾.

ويضيف آخرون أن وسائل الاتصال الجديدة رغم أهميتها في تشجيع حرية الرأي والتعبير، إلا أنها لا تصنع التغيير، ولا يمكن أن تكون بديلا عن الوسائل التقليدية للاحتجاج، ويستدل أصحاب هذا الرأي على أن هذه المواقع وغيرها من المواقع الإلكترونية والإخبارية المستقلة، كانت ممنوعة في تونس، ويلاحق أصحابها والمشترون فيها ويزجون في السجون، ومع ذلك خرج مئات الآلاف من الناس إلى الشوارع، وكسروا كل الحواجز، ووجدوا أنفسهم في حالة تفوق في سرعتها جميع وسائل الاتصال الإلكتروني، ويعتبر المفكر العراقي والمدير العالم لمركز دراسات الوحدة العربية خير الدين حسيب: أنه هناك مبالغة في دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق هذه الثورات والانتفاضات، وأكد أن دور هذه الوسائل في المساعدة على إشعال فتيل هذه الأحداث، إلا أن تلك الثورات والانتفاضات ما كانت لتضم كل هذه الفئات الاجتماعية، لولا تراكم الوعي بضرورة الإصلاحات الجذرية والتي ساهمت فيها العديد من الأسباب والدوافع المحركات⁽²⁾.

فتكديس المدونات ومواقع الانترنت لا معنى له، لو لم تبلغ حدة الانسداد الأفق السياسي وتقاوم مظاهر الفقر والظلم والتسلط ذروتها، ولو لم يبلغ غياب العدالة وانتشار الفساد حد الشطط، ولو لم تطلق أيدي الشرطة في عمليات قمع المعارضة واستبعادها ومطاردتها، ولو لم يبلغ تهمة سبل التعبير والعمل أمام حملة الشهادات العليا حده، ليجولهم إلى أشخاص محبطين ومنتحرين، وكذلك لو لم يبلغ غياب التنمية الحقيقية وعدم محاسبة الفاسدين، لولا ذلك كله، لما كان هناك زلزالا حتى ولو دام إبحارنا في

(1) نهى بلعيد: الإعلام الجديد والتغيير السياسي في زمن الثورات العربية، المرصد العربي للصحافة، متاح على الرابط التالي: <http://ajo-ar.org/>، تاريخ الزيارة: 2019/06/10.

(2) مصعب حسان الدين لطفي قتلوني: مرجع سابق، ص: 113.112.

المواقع الإلكترونية خمسين سنة ضوئية، فالدول العربية التي تستثمر 501 ترليون دولار في اقتصاد الدول الغربية ولا تستثمر لتنمية اقتصادها الوطني إلا القليل، ليست في حاجة إلى الفيسبوك، ليجعل شعوبها تتمر وتدرك ارتهانها وتخلفها وتبعيتها. فالأوضاع المزرية التي جثمت على كاهل المواطن العربي والتي ناهزت الخمسة والخمسين عاماً، كانت السبب المباشر لانفجار الاحتجاجات في تونس ومصر واليمن⁽¹⁾. ليس بالضرورة أن يكون الانترنت والمواقع الاجتماعية عاملاً ناشراً للديموقراطية، يقول يفغيني موروزوف محاضراً في قاعة كاين في جامعة واشنطن أمام حشد من الطلاب والمهتمين فعلى العكس من أولئك المبشرين والمواقع الاجتماعية المبشرين بعصر الوسائط المعلوماتية كنيي جديد لإله الديموقراطية، يعدد موروزوف كيف أن السلطات والحكومات تستخدم هي أيضاً هذه الأدوات ولكن لتقويض الحريات وملاحقة وتعقب المعارضة، فخلال الثورة الخضراء في إيران عام 2009 لاحقت الحكومة الإيرانية والمخابرات أعداد الثائرين ونجحت في اعتقال عدداً كبيراً منهم، لمجرد تطوير برنامج بسيط للتعرف على الوجوه، في الصور التي نشرها الثوار على موقع Filker⁽²⁾. لكننا نرى أن "يفغيني موروزوف" قد بالغ في التقليل من شأن شبكات التواصل الاجتماعي في نشرها للوعي السياسي، ويعد استخدامها - أي شبكات التواصل الاجتماعي- في انتفاضات الربيع العربي مثلاً ملموساً على مساهمتها في هذه الثورات و الانتفاضات. كما عبّر عن ذلك الكثير من المحللين السياسيين و الباحثين في هذا المجال الذين ذكرناهم سابقاً. كما أننا نتوقع ثبوت فرضيات هذه الدراسة، التي ستدعم هذا التوجه.

(1) محمد علي الكبسي: كيمياء الربيع التونسي والعربي، قطر، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2014، ص:

51.

(2) (د،ن) الشبكة العربية لدراسة الديمقراطية: الربيع العربي، ثورات الخلاص من الاستبداد، دراسة حالات، لبنان، الشرق

للكتاب، 2013، ص: 481.

خامساً: دور الفيسبوك في الحراك الشعبي و تحريك مطالب الاصلاح في الجزائر

حسب رأي الدكتور نصر الدين لعياضي⁽¹⁾ هناك اتجاهين أساسيين لدراسة أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الربيع العربي : الأول وهو ما سنكتفي بذكره في هذا العنصر حيث راح يبحث عن جذورها "الرقمية"، مستأنسا، ولو ضمنا، بأطروحات الفيلسوف الكندي مارشال مكلوهان، التي تؤمن بالدور الحاسم للتكنولوجيا في تشكّل الدولة المركزيّة، وفي إحياء القوميات، واندلاع الحروب. ومنها انطلق هذا الاتجاه في التأكيد على قدرة شبكة الإنترنت على تحرير الأشخاص من الأنظمة الاستبداديّة كما أشرنا لذلك في العنصر السابق. وحبّتهم في ذلك أن إزاحة الرئيسين زين العابدين بن علي في تونس وحسني مبارك في مصر عن سدة الحكم كذلك إحباط الترشح للعهدّة الخامسة لبوتفليقة ما كانت لتتحقق لولا "فيسبوك" و"تويتر".

1. دور الفيسبوك في الحراك الشعبي الجزائري

ويعتبر الفيسبوك أهم شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر نظرا لعدد مستخدميه، ومدى تأثيره على حياة وتوجهات الأفراد وآرائهم، حيث أصبح عالما افتراضيا فتح المجال على مصراعيه لمختلف الأفراد والجماعات. حيث مع مرور الزمن وتطور تطبيقات وخدمات هذه الوسيلة ساعد هذا كله في تطور التفاعل وتعمقه أكثر فأكثر، حيث ساعد في بناء شخصيات افتراضية ، و الانخراط ضمن مجموعات مختلفة التوجهات والاهتمامات.⁽²⁾

وعلى إثر الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر منذ 22 فيفري من سنة 2019 ونتائجه، تحول فضاء الفيسبوك لدى الجزائريين إلى مصنع سياسي لتفريخ الرؤى والآراء السياسية، ونشر الأخبار بمختلف

(1) نصر الدين لعياضي: الحراك الجزائري و"فيسبوك"، العربي الجديد، متاح على الرابط التالي:

<https://www.alaraby.co.uk/amp//opinion> تاريخ الزيارة: 2019/06/05.

(2) سكيّنة العابد: الفيسبوك والحراك الشعبي الجزائري من التفاعل الاجتماعي إلى التفاعل السياسي، كندا، مجلة أصوات الشمال، <http://www.aswat-elchamal.com/ar/?p=98&a=60458>، تاريخ الدخول 2019/04/25.

وسائطها: نصا وصوتا وصورة، حتى يمكن القول أنه يشهد تسييسا مطلقا، بأن أصبح منبرا حرا للنقاش السياسي خصوصا مع بدايات الحراك حينما تخلت معظم القنوات على تغطيته خوفا أو انتظارا أو تحسبا لتداعياته التي لم يستطع العديد من الإعلاميين وقنواتهم من التكهن بها.

وأبرز ما أنتجه هذا الفضاء هو بروز النخب السياسية أو ما يمكن تسميته بنخب الفيسبوك، حيث انخرطت معظم الشخصيات السياسية والعامّة ضمن خطاب الفيسبوك بغية تسويق أفكارها، أو بهدف إدارة دفة الحراك وتوجيهه، وقد تجلّى هذا عبر ما يلي:

-المواجهات الفايسبوكية.

-النقاش الفاسبوكي.

-التغطيات الفايسبوكية (الفيديوهات)

-الفكر والتفكر الفايسبوكي

كما أسس الوضع السياسي الراهن لبناء فضاء أخلاقي (أخلقة الفيسبوك) بمحاولات زرع القيم والحث عليها كقيمة السلمية والسلام، وقيمتي الحرية والمسؤولية، الوعي، الحوار، الوحدة والاتحاد، وغيرها من قيم كلها تدل دلالة مطلقة على إشراقه الوعي لدى مستخدمي الفيسبوك من الجزائريين في هذه الفترة، بعدما كان متهما بنشر أفكار التعريب والعولمة والثقافة الجماهيرية التي تركز التسطيح والعبثية.⁽¹⁾

كذلك استطاع المتظاهرون أن يعبروا عن قدرة فعلية في الابتكار في الميدان من خلال مستوى الخطاب الاحتجاجي نفسه، إلى الافتراضي، باستغلال الفيسبوك كأرضية لخلق إعلام بديل عن الإعلام الرسمي، ولم يكن هذا الواقع وليد اللحظة بل سبقهم في ذلك العديد من الأصوات- كما أشرنا إلى ذلك سابقاً- التي اتخذت من شبكات التواصل الاجتماعي منصة للمجاهرة بأرائها وإسماع صوتها للمجتمع، فقد كان البودكاستر الجزائري أول المنتفضين معتمداً صحافة

(1) سكيينة العابد: المرجع السابق.

المواطن كوسيلة لكسر النمطية الموجودة في المجتمع، ولجذب انتباه الجماهير، بفيديوهات تعددت مشاهداتها العشر ملايين مشاهدة لعل أشهرها فيديو "مانسوطيش" لليوتبر "DZjocker"، عام 2017 والذي عبر فيه عن عدم رضاه عن العملية الانتخابية في الجزائر كون الانتخابات لا تفرز مرشحين مؤهلين لتقديم حلول لواقع البلد، ولعل قدرة "البودكاستر" في جذب الجماهير تعود إلى قدرتهم في ابتكار وسائل الإقناع والتواصل خاصة باعتمادهم على الفيديو والصورة إضافة إلى اختيارهم لموقع اليوتيوب كمنصة لرسائلهم، كون الموقع يتخطى الحدود الزمانية والمكانية ليصبح تناول قضاياهم تجربة عالمية يتشاركونها مع المجتمعات الأخرى⁽¹⁾

2. قوة الفيسبوك في تحريك مطالب الإصلاح في الجزائر.

هناك الكثير من المميزات و الخصائص جعلت للفيسبوك القوة في التأثير و التغيير، سبق و تكلمنا عنها في هذا الفصل أو في الذي قبله، لكننا في هذا العنصر سنركز على ثلاث مميزات أساسية ذكرها الباحث و الكاتب الأكاديمي نديم منصوري⁽²⁾ :

1.2. ميزة الاتصال السريع:

من أهم مميزات الفيسبوك نقل الخبر بسرعة فائقة وآنية، إمكانية التفاعل مع الخبر و التعليق عليه، تبادل الرسائل و الأفكار و الآراء، نقل الصور و الفيديوهات و التعليق عليها.. فأى حدث يحصل في الشارع لا يحتاج إلا بضع دقائق ليصبح محورا للنقاش مدعم بالصور و الفيديوهات و التصريحات و البيانات، ولتتوالى بعدها ردود الفعل و التعليقات و الاقتراحات و الدعوات للاحتجاج و التظاهر ومن ثم

(1) عادل خالدي: كيف ساهم الإعلام الاجتماعي في حراك الجزائر،

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/669> تاريخ الزيارة: 2019/06/05.

(2) نديم، منصوري: الفيسبوك محرك الثورة، قراءة سوسيولوجية، محاضرة أقيمت في الجمعية اللبنانية لعلم الاجتماع، بيروت، 2011/04/14.

نقل المحور النقاشي الافتراضي إلى أرض الواقع بعد تحديد الزمان و المكان و الشعارات بما يتناسب مع حجم الحدث و ظروف نشأته.

كما أن هذه الميزة التواصلية ألغت الحواجز الجغرافية و الزمانية و جعلت الفضاء السايبري فضاءا مشتركا للحوار بالرغم من اختلاف الأمكنة و الأزمنة، لأن الفاييس بوك يسمح للحوارات أن تحدث في لحظات مشتركة بين المستخدمين على الرغم من اختلاف الأوقات و الأزمنة المحسوبة بين الأمكنة المتباعدة.

كما أن ما يميز الفاييسبوك أنه وسيط تواصلية و تفاعلي يجعل من كل مشترك متلق للخبر و صانعه في وقت واحد، مما يسمح لأي متصفح أن يتابع الأحداث ليس في بلده و حسب بل في أي بلد في العالم و التعرف على مجريات الأحداث لحظة بلحظة مدعومة بالصور و الفيديوهات و التعليقات أينما كان و في أي وقت.

كما ان سرعته في نقل الأخبار يسمح للأحزاب و القوى الفاعلة في تحريك التظاهرات و توصيل آرائها و صوتها بسرعة كبيرة تخدم التحركات الشعبية و تساعد على تحقيق أهدافها.

2.2. شبابي:

من خلال متابعة الإحصاءات التي يشير إليها موقع Socialbakers حول استخدامات الفاييس بوك إحصائيا في أكثر من مئتي دولة يتبين أن الفيسبوك في العالم العربي هو تقنية شبابية بإمتياز، ففي مصر 95% من مستخدمي الفاييس بوك تتراوح أعمارهم ما بين 13 و 44 سنة، وكذلك في اليمن 96%، في فلسطين 96%، العراق 94%، تونس 93%، ليبيا 93%، البحرين 93% و في الجزائر 94%... هذا ما يدل أن من يتحاور و يتفاعل و يشارك و يتحرك في الفضاء السايبري هم الشباب، هذا ما يجعل ثورتهم ناجحة، لأن أي ثورة تغييرية تحتاج إلى قدرات و حماس الشباب، وقد ساهم الفاييس بوك في أن يكون أداة ثورية لهذه الفئات العمرية.

3.2. قدرته على التعبئة:

يستطيع المستخدم من خلال الفايسبوك أن يستثمر جيدا قدرته على تعبئة الجمهور من خلال المميزات التي يتنوع بها (النص، الرسالة القصيرة، الصورة، الفيديو، التعليقات، الإعجاب بفكرة Like، إنشاء صفحات خاصة حول أي فكرة أو حدث Events...) وقد استفاد شباب الثورة من كل هذه الخدمات حيث رفعوا الشعارات التي تحرك روح الثورة و الغضب و الاحتجاج في نفوس المتظاهرين، وعملوا على نشر الصور والفيديوهات التي تنقل الأحداث بلحظتها و تحافظ على نبض الشارع و حماسيته. وحرصوا على توحيد جمهورهم الافتراضي من خلال طلب توحيد الصورة التعريفية للمشارك Profile من أجل زيادة الشعور بالتوحد على أنهم شخص واحد في الفضاء العالمي، ونشروا المقالات التي تساهم في زيادة وعي الجمهور و كشف فضائح الأنظمة السابقة و الطبقة الحاكمة لجهة سرقة أموال الدولة أو ارتكاب الجرائم بحق المواطنين أو عقد الاتفاقيات بما يخدم مصالحهم الشخصية. ساعد ذلك على توعية الجمهور المغترب عن وطنه الأم، مما عزز روح التضامن بين المواطنين على كافة أشكالهم .

كخلاصة لهذا الفصل يمكننا التأكيد على أن شبكات التواصل الاجتماعي قد خلقت جدلا واسع

حول أدوارها و تأثيراتها في الأحداث السياسية ومجرياتهما في عموم العالم و خاصة الوطن العربي.

الفصل الرابع: تفريغ و تحليل نتائج الدراسة

تمهيد:

القسم الميداني في البحوث العلمية يعتبر مكمل و مدعم للخلفية النظرية لأي دراسة، من خلال ما يمكن الوصول إليه من نتائج ومعلومات علمية وعملية قيمة، تبين و تعلق وتشرح الظاهرة المدروسة وهذا بعد إتباع أسلوب ومنهج ملائم، و جمع بيانات ذات مصداقية باعتماد و تبني الأدوات و الأساليب المنهجية المناسبة. ومن خلال هذا الفصل التطبيقي سوف نتعرف على أهم نتائج دراستنا الميدانية التي إستهدفنا فيها التعرف على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" باعتباره نوع من الإعلام الجديد، بحيث نريد معرفة تأثيراته على الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، من خلال درجة اعتماد الشباب عليه في تكوين اتجاهاتهم السياسية.

وعليه فإننا في هذا الفصل سنقوم بتحليل البيانات و تفسير النتائج باستخدام الأساليب الإحصائية التالية: النسب المئوية و التكرارات و المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، معامل الارتباط Spearman.

أولاً: تفريغ وتحليل نتائج الدراسة الميدانية.**المحور الأول: وصف الخصائص الديموغرافية للمبحوثين و تحليلها**

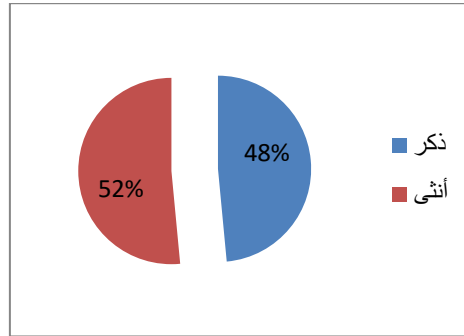
استخدامنا الإحصاء الوصفي لاستخراج التكرارات و النسب المئوية لأسئلة المحور الأول من الاستمارة و التي لها علاقة بالخصائص الشخصية للمبحوثين، وهي كما تبينها الجداول الموالية.

جدول رقم 09: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	194	%48
أنثى	206	%52
المجموع	400	%100

من خلال النسب المتضمنة في الجدول أعلاه المتعلقة بتوزيع افراد العينة حسب متغير الجنس، نلاحظ أن نسبة الإناث بلغت 52% مقابل 48% للذكور، وقد جاءت النسبتين متقاربتين ، وهو ما يعطي تمثيل جيد جداً لكلا الجنسين. ويتضح ذلك أكثر من خلال الشكل الموالي.

شكل رقم 02: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



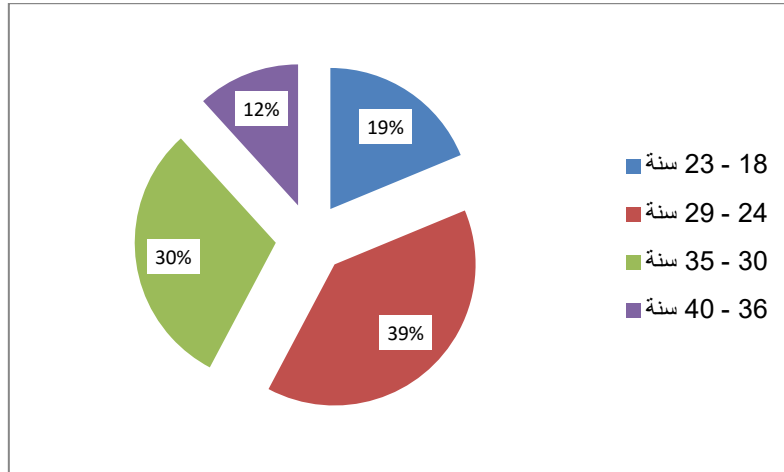
جدول رقم 10: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
19%	75	18 - 23 سنة
39%	156	24 - 29 سنة
30%	122	30 - 35 سنة
12%	47	36 - 40 سنة
100%	400	المجموع

من خلال النسب المتضمنة في الجدول أعلاه المتعلقة بتوزيع افراد العينة حسب متغير السن، نلاحظ أن نسبة الفئة العمرية من 24 - 29 سنة بلغت 39%، أما نسبة الفئة العمرية من 30 - 35 سنة بلغت 30% في حين بلغت نسبة الفئة العمرية من 18 - 23 سنة بلغت 19%، أما نسبة الفئة العمرية من 36 - 40 سنة بلغت 12%.

ومن خلال ما سبق ذكره نستنتج أنه هناك تمثيل جيد ومقبول لكل الفئات العمرية، وهذا ما يعطينا إجابات متعددة ومتنوعة حول دور الإعلام الجديد في إنماء الوعي السياسي للشباب الجزائري. والشكل الموالي يوضح ذلك.

شكل رقم 03: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن



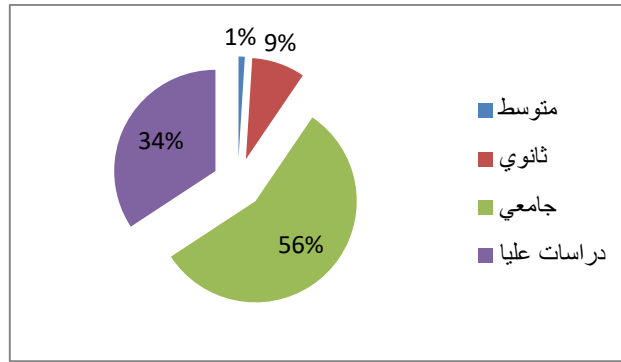
جدول رقم 11: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
1%	4	متوسط
9%	34	ثانوي
56%	225	جامعي
34%	137	دراسات عليا
100%	400	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم 11 نلاحظ أنّ أغلبية أفراد عينة الدراسة هم إطارات جامعيون مؤهلون للإجابة على التساؤلات المطروحة في استمارة الاستبيان، حيث بلغ من كان مستواهم العلمي جامعي 56% و يليهم المستوى العلمي دراسات عليا 34%. هذه النتيجة منطقية تفسر أنّ أغلب الشباب المهتم بالقضايا السياسية على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي هم من الفئة الجامعية. كما لا يخفى علينا أنه في هذه السنة 2019 يكاد يبلغ عدد الطلبة المسجلين في كل الجامعات والمراكز الجامعية و المدارس

العليا مليوني (2) طالب، وهناك تقديرات تقول بأن هذا العدد سيرتفع إلى ثلاث ملايين ونصف (03.5) في آفاق 2030. كما أن عدد الخريجين من الجامعات والمدارس العليا يرتفع كل سنة. حيث يتضح لنا من خلال هذه النتائج أيضاً أن التعليم في الجزائر يعد أحد أهم القطاعات التي تولي لها الدولة أهمية بالغة من كافة الجوانب، سواء من خلال الموازنة التي ترصدها للتعليم سنويا أو من خلال الطاقة البشرية الكبيرة التي يضمها القطاع. ويتضح ذلك أكثر من خلال الشكل الموالي.

شكل رقم 04: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



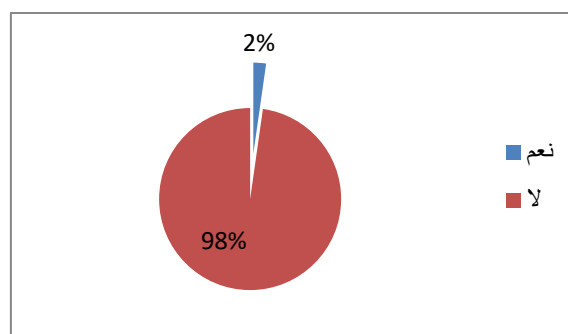
جدول رقم 12: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الانتماء لحزب سياسي

النسبة المئوية	التكرار	الانتماء لحزب سياسي
2%	9	نعم
98%	391	لا
100%	400	المجموع

من خلال نسب الجدول رقم 12 يتضح لنا أنّ معظم أفراد عينة الدراسة لا ينتمون لأحزاب سياسية بنسبة 98%، و قد وجدنا من خلال اطلاعنا على العديد من نتائج الدراسات العربية في هذا المجال أن نسب العزوف في كافة الدول العربية متقاربة من 01% إلى 06%. هذه نتيجة صادمة حقيقة تدل على فشل الأحزاب السياسية سابقا في جذب الشباب للانخراط في العمل السياسي و هذا ما اتضح أيضا في إجابات المبحوثين عينة الدراسة على الكثير من العبارات التي تقيس ذلك. حيث اتضح أن الشباب لا يتقنون تماما

- في الأحزاب السياسية و لا يفضلون الانخراط في صفوفها. ونرى أن من بين أسباب فشل الأحزاب في استقطاب الشباب هو وجود مشاكل مستقلة و عميقة داخل الأحزاب لم تستطع أن تتخطاها ومن بينها:
- النرجسية المضخمة لقياداتها حيث أصبحت هذه الأحزاب عاجزة عن طرح و تقديم قيادات تتوفر فيهم صفات رجال الدولة.
 - حتى الأحزاب السياسية تعاني من غياب الديمقراطية أيضاً، وعدم حرصها على شروط العمل الحزبي الديمقراطي ، المنظم والعصري المنفتح.
 - الأحزاب لم تنشئ مراكز بحثية خاصة بها وليس لديهم أي اهتمام بعلم الاجتماع الانتخابي كما أن هذه الأحزاب ليست منفتحة على خبرات الباحثين و الخبراء المتخصصين في مختلف الميادين لتدعيم إمكاناتها ومهارات رؤسائها على استيعاب وفهم المجتمع والواقع ومن ثم البحث عن اقتراحات وحلول وبرامج واقعية بإمكانها إقناع مناضليها ومن بعد ذلك إقناع الناخبين.
 - ويرى أيضا الدكتور زهير بوعمامة أستاذ العلوم السياسية بجامعة عنابة في حوار له مع قناة DW سنة 2012، أن ذلك يعود إلى "غياب النقاش السياسي بين الطبقات السياسية المختلفة من ناحية وغياب أيضا النقاش السياسي أيضاً مع المجتمع من ناحية أخرى، إضافة إلى ضيق هامش الحرية السياسية، والتضييق الممنهج للممارس على العديد من الشخصيات والقوى الحزبية.
 - وإذا لم تدرك وتفهّم الأحزاب السياسية ضروريات المرحلة والواقع ستبقى غير قادرة عن جذب واستقطاب الشباب هذه الطاقات الحية القادرة على إحداث التغيير.
 - والشكل الموالي يوضح حجم التباين الهائل الموجود في النسب.

شكل رقم 05: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الانتماء لحزب سياسي



استخدامنا الإحصاء الوصفي لاستخراج كل من : التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين على كل عبارات المحاور التالية من الاستمارة وهي كما تظهرها الجداول التالية الموالية.

المحور الثاني: الشباب والفيديو في حالة عدم الاستقرار

يوضح هذا المحور المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع العبارات الستة (06) الموجهة لأفراد العينة بهدف اختبار الفرضية التالية: " يكون الشباب أكثر اعتماداً على الفيديو من أجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي، في حالة عدم الاستقرار". وهي موضحة في الجداول الموالية (من الجدول رقم 13 إلى غاية الجدول رقم 19)

جدول رقم 13: إجابات المبحوثين على عبارة: الخوف من المستقبل دفعك إلى البحث في الفيديو عن معلومات حول الواقع السياسي.

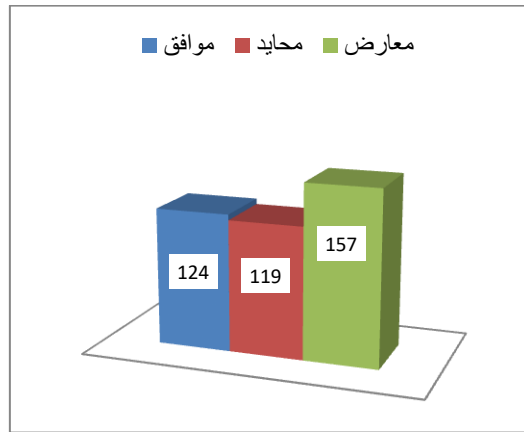
العبارة رقم (05)	الخوف من المستقبل دفعك إلى البحث في الفيديو عن معلومات حول الواقع السياسي			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	بنود التقييم	معارض	محايد			
التكرارات	157	119	124			
النسب المئوية	39.3	29.8	31	2.21	0.814	متوسط

يتضح من خلال الجدول أعلاه رقم 13 أنه هناك بعض الاختلاف البسيط في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص ارتباط الخوف من المستقبل و البحث في الفيديو عن معلومات حول الواقع

السياسي، حيث يرون بأن تصفحهم للفيديو لا يؤثر فيه الخوف من المستقبل وهو ما تمثله نسبة 39.3% وفي المقابل نجد نسبة 31% يرون بأن الخوف من المستقبل يدفعهم بالفعل الى البحث في الفيديو عن معلومات حول الواقع السياسي، كما نجد فئة ممثلة بنسبة 29.8% لم تعبر عن رأيها فيما يخص هذه العبارة. كما ذكرنا في البداية أنه يوجد اختلاف بسيط لصالح من يعارضون هذه العبارة لكن الجداول الموائية ستجيب عن هذه الفرضية بشكل أدق و أفضل.

كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة "الخوف من المستقبل دفعك إلى البحث في الفيديو عن معلومات حول الواقع السياسي" هي متوسطة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.21 وقيمة الانحراف المعياري 0.814. والشكل الموائي يوضح ذلك أكثر.

شكل رقم 06: إجابات المبحوثين على عبارة: الخوف من المستقبل دفعك إلى البحث في الفيديو عن معلومات حول الواقع السياسي.



جدول رقم 14: إجابات المبحوثين على عبارة: أثناء تصفحك للصفحات السياسية تعطي الأولوية للقضايا الطارئة على القضايا المستمرة.

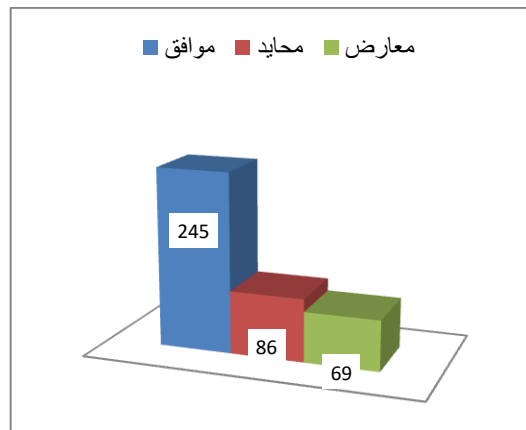
العبارة رقم (06)	أثناء تصفحك للصفحات السياسية تعطي الأولوية للقضايا الطارئة على القضايا المستمرة			بنود التقييم التكرارات
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	
	موافق	محايد	معارض	
	245	86	69	

النسب المئوية	17.3%	21.5%	61.3%	2.65	0.643	مرتفع
---------------	-------	-------	-------	------	-------	-------

يتضح من خلال الجدول أعلاه رقم 14 أن 61.3% من أفراد عينة الدراسة يهتمون بالقضايا الطارئة على حساب القضايا المستمرة أثناء تصفحهم للصفحات السياسية في الفيسبوك، وهذا يدل على عدم استقرار في المجتمع وخوف من المستقبل، في حين أن من يرفضون هذا الطرح نسبتهم 17.3% بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 21.5% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن أفراد العينة يعتمدون على الفيسبوك في معرفة القضايا السياسية التي تعنيهم، كما يدل على سرعة تداول المعلومات وانتشارها على صفحات الفيسبوك وقوة التفاعل معها عكس وسائل الإعلام التقليدية. كما يدل أيضا على زيادة الاعتماد على الفيسبوك في الحصول على المعلومات، و يدل أيضا على انتقاء دور حارس البوابة في الفيسبوك إلا في حدود تحكم بعض المؤسسات على صفحاتها الخاصة. ومن خلال نتائج هذا الجدول اقتربنا أكثر من الإجابة على الفرضية الأولى للدراسة. كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة " أثناء تصفحك للصفحات السياسية تعطي الأولوية للقضايا الطارئة على القضايا المستمرة " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.65 وقيمة الانحراف المعياري 0.643. و الشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 07: إجابات المبحوثين على عبارة: أثناء تصفحك للصفحات السياسية تعطي الأولوية للقضايا الطارئة على القضايا المستمرة.



جدول رقم 15: إجابات المبحوثين على عبارة: الخوف من النظام دفعك إلى التعبير عن رأيك في الفيسبوك.

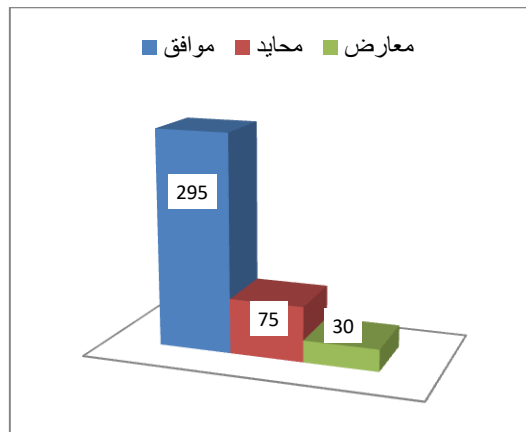
العبارة رقم (07)	الخوف من النظام دفعك إلى التعبير عن رأيك في الفيسبوك			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	بنود التقييم	معارض	محايد			
التكرارات	30	75	295	1.91	0.835	متوسط
النسب المئوية	7.5%	18.8%	73.8%			

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص ارتباط الخوف من محاسبة النظام لهم و التعبير عن رأيهم في الفيسبوك ، حيث يرون بأن التعبير عن رأيهم في الفيسبوك يؤثر فيه الخوف من النظام وهو ما تمثله نسبة 73.8% وفي المقابل نجد نسبة 7.5% يعارضون ها الطرح، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 18.8% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

من خلال هذه النتائج نستنتج أنه مع ظهور صفحات التواصل الاجتماعي أصبح فضاء الفيسبوك حاضن لحرية الرأي و التعبير. فمع الفيسبوك انتهت حقبة سيطرت الأنظمة في آراء الناس من خلال وسائل الإعلام الكلاسيكية، وخير مثال على ذلك: أنه حين استقبال ضيوف في أي برنامج إعلامي ، فإنه يتم الاتفاق سلفا على المواضيع و النقاط التي يجب الحديث فيها، ويتم وضع خطوط حمراء لا يمكن تجاوزها. أما الآن تغيرت الأمور مع وسائط الاتصال الجديدة، حيث وجدت الأنظمة نفسها اليوم أمام الأمر الواقع. وكما يفسر الباحث نايجل ووربيرتن: «ظهر صحافة المواطن في الوقت الحاضر أظهر أن أي فرد متصل بالإنترنت ويملك معرفة باستخدام الكمبيوتر، كل هذا يمكنه من الوصول للجماهير العريضة، دون تحكم أو سيطرة من طرف أي وسيط فيما يريد قوله».

كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة " الخوف من النظام دفعك إلى التعبير عن رأيك في الفيسبوك " هي متوسطة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 1.91 وقيمة الانحراف المعياري 0.835. والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 08: إجابات المبحوثين على عبارة: الخوف من النظام دفعك إلى التعبير عن رأيك في الفيسبوك.



جدول رقم 16: إجابات المبحوثين على عبارة: عدم ثقتك في النظام الحالي دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.

العبارة رقم (08)	عدم ثقتك في النظام الحالي دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك			بنود التقييم
	موافق	محايد	معارض	
درجة الموافقة	308	67	25	التكرارات
المتوسط الحسابي	77%	16.8%	6.3%	النسب المئوية
الانحراف المعياري	0.769	2.44		
مرتفع				

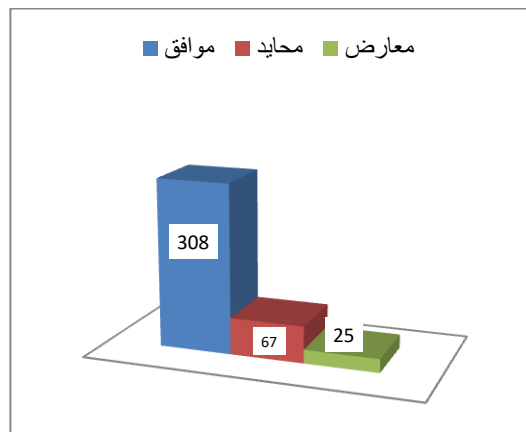
يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص ارتباط عدم الثقة في النظام الحالي و الاعتماد على الفيسبوك من أجل الحصول على المعلومات السياسية، حيث يرون بأن الاعتماد على الفيسبوك يؤثر فيه عدم الثقة في النظام الحالي وهو ما تمثله نسبة 77% وفي المقابل نجد نسبة 6.3% يعارضون ها الطرح، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 16.8% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

ومن هذه النتائج يمكننا القول أن زمن التضليل الإعلامي قد انتهى، فالأنظمة في عصر الفيسبوك لا تستطيع أن تمارس التضليل الإعلامي، ولن تستطيع التضيق على حرية التعبير، إذ بإمكان أي مستخدم

لفيسبوك اليوم أن يبحث عن معلومات حول الواقع السياسي وأن يدون على صفحته في الفيسبوك ما يريد، وبهذا تجد الأنظمة اليوم نفسها أمام واقع جديد ولى فيه عصر السيطرة على المعلومات. ومن خلال نتائج هذا الجدول و النتائج السابقة اقتربنا أكثر من الإجابة على الفرضية الأولى للدراسة.

كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة " عدم ثقتك في النظام الحالي دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.44 وقيمة الانحراف المعياري 0.769 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 09: إجابات المبحوثين على عبارة: عدم ثقتك في النظام الحالي دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.



جدول رقم 17: إجابات المبحوثين على عبارة: تنفر من وسائل الإعلام التقليدية لعدم وجود حيز للتعبير عن معتقداتك السياسية.

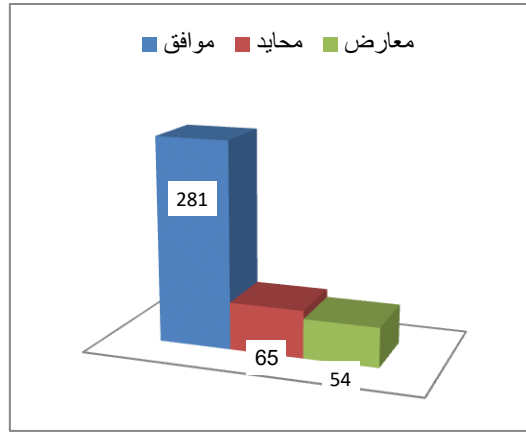
العبارة رقم (09)	تنفر من وسائل الإعلام التقليدية لعدم وجود حيز للتعبير عن معتقداتك السياسية			بنود التقييم
	موافق	محايد	معارض	
درجة الموافقة	281	65	54	التكرارات
الانحراف المعياري	0.576	2.70	%70.3	النسب المئوية
المتوسط الحسابي			%16.3	
مرتفع			%13.5	

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن 70.3% من أفراد عينة الدراسة ينفرون من وسائل الإعلام التقليدية لأنها في رأيهم لا توفر مساحة لعرض معتقداتهم السياسية، في حين أن من يرفضون هذا الطرح نسبتهم 13.5% بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 16.3% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

وتتفق هذه النتائج مع تصريح للدكتور وائل عواد الذي يشتغل كاتب وصحفي خبير في شؤون الشرق الأوسط، لموقع قناة DW بأن: «العديد من وسائل الإعلام العربية لم تصل بعد إلى المستوى المقبول في الحياد والموضوعية وأنه يوجد للكثير منها أجنادات خاصة تخدم النظام الحاكم والجهات المالكة والمسيطرة عليها». على نقيض الفيسبوك الذي يمثل حسب رأي المبحوثين مجالاً نموذجياً لحرية الرأي، التعبير، ونشر الأفكار، حيث يمكن للمستخدمين أن يعبروا عن آرائهم وطرح ومناقشة أفكارهم المشتركة، ويعتبر الفيسبوك أهم وأقوى منصة وأكثر استخداماً بين الشباب للتعبير عن آرائهم وممارسة حقوقهم وحيرياتهم، فضلاً عن كونه وسيلة إعلامية أكثر حرية وانتشاراً وذبوعاً وتفاعلية، لذلك نجد أفراد العينة يعتمدون عليه لتوفيره حرية و مساحة أكبر للتعبير عن معتقداتهم السياسية دون قيود تذكر عكس وسائل الإعلام التقليدية.

نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " تنفر من وسائل الإعلام التقليدية لعدم وجود حيز للتعبير عن معتقداتك السياسية " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.70 وقيمة الانحراف المعياري 0.576 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 10: إجابات المبحوثين على عبارة: تنفر من وسائل الإعلام التقليدية لعدم وجود حيز للتعبير عن معتقداتك السياسية.



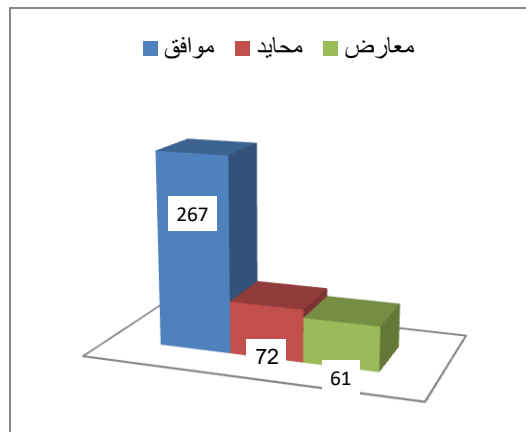
جدول رقم 18: إجابات المبحوثين على عبارة: عدم ثقتك في وسائل الإعلام التقليدية دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدم ثقتك في وسائل الإعلام التقليدية دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك			بنود التقييم
			موافق	محايد	معارض	
			267	72	61	التكرارات
مرتفع	0.576	2.70	%66.8	%18	%15.3	النسب المئوية

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه رقم 18 أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص ارتباط عدم الثقة في وسائل الإعلام التقليدية والاعتماد على الفيسبوك من أجل الحصول على المعلومات ، حيث يرون بأن الاعتماد على الفيسبوك سببه عدم الثقة في وسائل الإعلام التقليدية وهو ما تمثله نسبة %66.8 وفي المقابل نجد نسبة 15.3% يعارضون هذا الطرح، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 18% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة. وتتفق هذه النتائج مع دراسة أجراها المجلس الثقافي البريطاني ومركز جون جيرهارت للإعمال الخيرية والمشاركة المدنية في الجامعة الأمريكية بالقاهرة، حيث استهدفت الدراسة فئة الشباب في ثلاث دول من دول الربيع العربي في تونس وليبيا ومصر. حيث توصلت إلى نتائج مهمة منها أن "الشباب لا يتقنون في وسائل الاعلام في بلدانهم أي أن مستويات الثقة منخفضة بشكل كبير وخطير في هذه البلدان محل الدراسة".

كما تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج استطلاع آخر أجراه معهد بيو ، حيث توصلوا إلى أن 69 في المائة من الأميركيين أجابوا بأن الحكومة الفدرالية الأمريكية تحجب عنهم المعلومات المهمة عمداً، بينما أجاب 61 في المائة منه بأن وسائل الإعلام تتجاهل أحداثاً مهمة عمداً. نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " عدم ثقتك في وسائل الإعلام التقليدية دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك " هي مرتفعة وهو ما تعبّر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.70 وقيمة الانحراف المعياري 0.576 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 11: إجابات المبحوثين على عبارة: عدم ثقتك في وسائل الإعلام التقليدية دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك.



الجدول رقم 19: جدول مركب خاص بالشباب والفيسبوك في حالة عدم الاستقرار

الاستجابات							عبارات المحور الثاني: الشباب والفيسبوك في حالة عدم الاستقرار	رقم العبارة
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	معارض		
متوسط	5	0.814	2.21	124	119	157	ت	05
				31	29.8	39.3	%	
مرتفع	3	0.643	2.65	245	86	69	ت	06

				61.3	21.5	17.3	%	تعطي الأولوية للقضايا الطارئة على القضايا المستمرة	
متوسط	6	0.835	1.91	295	75	30	ت	الخوف من النظام دفعك إلى التعبير عن رأيك في الفيسبوك	07
				73.8	18.8	7.5	%		
مرتفع	4	0.769	2.44	308	67	25	ت	عدم ثقتك في النظام الحالي دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك	08
				77	16.8	6.3	%		
مرتفع	2	0.611	2.66	281	65	54	ت	تنفر من وسائل الإعلام التقليدية لعدم وجود حيز للتعبير عن معتقداتك السياسية	09
				70.3	16.3	13.5	%		
مرتفع	1	0.576	2.70	267	72	61	ت	عدم ثقتك في وسائل الإعلام التقليدية دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك	10
				66.8	18	15.3	%		
مرتفع	/	0.708	2.42	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام					

يشير الجدول المركب أعلاه رقم 19 الذي يحتوي على عبارات المحور الثاني: اعتماد الشباب على الفيسبوك في حالة وجود عدم استقرار في المجتمع إلى أن قيمة المتوسط الحسابي العام هي (2.42) في حين بلغ الانحراف المعياري (0.708) و تدل هذه النتيجة على أن الموافقة مرتفعة لأفراد عينة هذه الدراسة على أغلب عبارات هذا المحور ، كما يظهر لنا حسب النتائج أن قيم المتوسط الحسابي تتراوح ما بين 1.91 و 2.70 حيث كانت أعلاها للعبارة رقم عشرة (10) " عدم الثقة في وسائل الإعلام التقليدية تدفع الأفراد إلى الاعتماد على الفيسبوك " في حين جاءت العبارة رقم (07) " الخوف من النظام يدفعك إلى التعبير عن رأيك في الفيسبوك " في المرتبة الأخيرة.

من خلال هذه النتائج في هذا الجدول يتبين لنا أن الشباب عينة الدراسة يستعملون الفيسبوك من أجل الحصول على المعلومات والمعارف السياسية ومن أجل التفاعل أيضا مع هذه المعلومات وإبداء آرائهم حولها في أوقات عدم الاستقرار الذي تمر به الدولة، وقد توصلنا إلى هذه النتائج من خلال ما لاحظناه من إجابات للمبحوثين في الجدول أعلاه، حيث كانت أجوبتهم جميعها موافقة للعبارات التي فيها الاهتمام بالمواضيع الطارئة، وعبارات عدم الثقة في النظام ووسائل الإعلام ، كذلك نجد موافقة لعبارة النفور من وسائل الاعلام التقليدية و الخوف من النظام.

مما سبق يمكننا أن نؤكد صحة الفرضية الأولى للدراسة: "يكون الشباب أكثر اعتماداً على الفيسبوك من أجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي، في حالة عدم الاستقرار".

المحور الثالث: الاحتياجات ودرجة الاعتماد على الفيسبوك.

يوضح هذا المحور المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع العبارات السبعة (07) الموجهة لأفراد العينة بهدف اختبار الفرضية التالية: "يكون موقع الفيسبوك مهماً للشباب وتزداد درجة اعتمادهم عليه من أجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي في حالة إشباعه لاحتياجاتهم". وهي موضحة في الجداول الموالية (من الجدول رقم 20 إلى غاية الجدول رقم 27)

جدول رقم 20: إجابات المبحوثين على عبارة: استخدامك للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية الحالية:

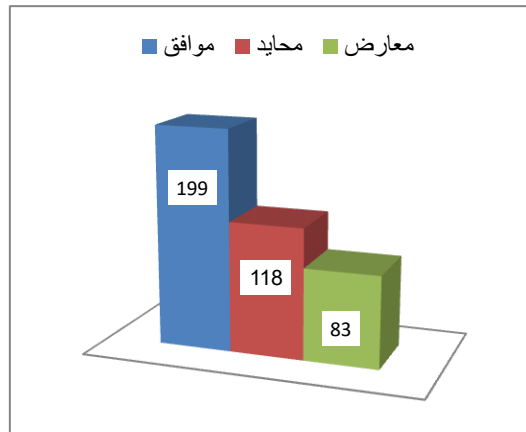
العبارة رقم (11)	استخدامك للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية الحالية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	بنود التقييم	معارض	محايد			
التكرارات	83	118	199			
النسب المئوية	20.8%	29.5%	49.8%	2.56	0.718	مرتفع

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة موافقة لعبارة استخدامهم للصفحات السياسية أدى بهم إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية بنسبة 49.8%، أما من يعارض هذه العبارة بلغت نسبتهم 20.8%، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 29.5% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

من خلال نتائج هذا الجدول ونتائج العديد من الباحثين في دراسات مشابهة، فإنهم أجمعوا على تحول الفيسبوك إلى إعلام بديل وأن ملامحه تبدو واضحة حالياً.

نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " استخدامك للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية الحالية " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.56 وقيمة الانحراف المعياري 0.718 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 12: إجابات المبحوثين على عبارة: استخدامك للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية الحالية:



جدول رقم 21: إجابات المبحوثين على عبارة: زادت ثقافتك السياسية أكثر منذ أن أصبحت تتصفح الصفحات السياسية

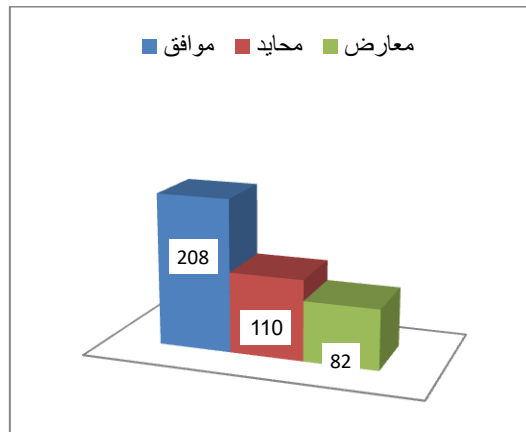
العبارة رقم (12)	زادت ثقافتك السياسية أكثر منذ أن أصبحت تتصفح الصفحات السياسية			بنود التقييم
	موافق	محايد	معارض	
درجة الموافقة	208	110	82	التكرارات
المتوسط الحسابي	52%	27.5%	20.5%	النسب المئوية
الانحراف المعياري	0.745	2.51		
مرتفع				

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص ارتباط زيادة الثقافة السياسية و الاعتماد على الصفحات السياسية في الفيسبوك، حيث يرون بأن ثقافتهم السياسية زادت بعد تصفح الصفحات السياسية وهو ما تمثله نسبة 52% وفي المقابل نجد نسبة 20.5% يعارضون هذا الطرح، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 27.5% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

يتضح لنا أن الفيسبوك أصبح يلبي ويشبع حاجيات مستخدميه وهو بحق وسيلة الاتصال المؤثرة في الأحداث اليومية بحيث أتاح الفرصة للجميع، سواء كانوا شباب أو باحثين لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم السياسية والاجتماعية وما يرغبون في نقله متجاوزين في ذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة لا رقيب لها.

كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة " زادت ثقافتك السياسية أكثر منذ أن أصبحت تتصفح الصفحات السياسية " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.51 وقيمة الانحراف المعياري 0.745 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 13: إجابات المبحوثين على عبارة: زادت ثقافتك السياسية أكثر منذ أن أصبحت تتصفح الصفحات السياسية



جدول رقم 22: إجابات المبحوثين على عبارة: الاستخدام المكثف للصفحات السياسية ولد لديك رغبة في الانتخاب

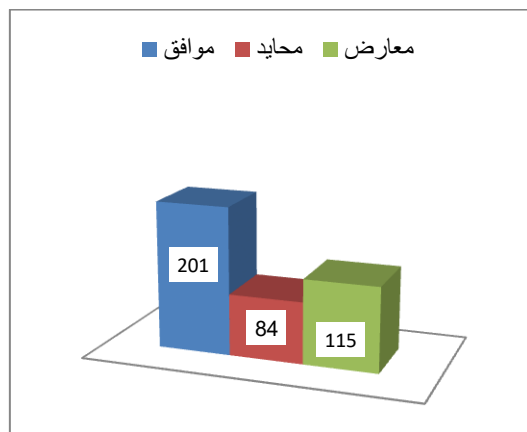
العبارة رقم (13)	الاستخدام المكثف للصفحات السياسية ولد لديك رغبة في الانتخاب			بنود التقييم
	موافق	محايد	معارض	
العبارة رقم (13)	201	84	115	التكرارات
متوسط	0.788	1.71	%50.3	النسب المئوية

يتضح من خلال الجدول أن 50.3% من أفراد عينة الدراسة لديهم رغبة في الانتخاب بسبب استخدامهم المكثف للصفحات السياسية في الفيسبوك، في حين أن من يرفضون هذا الطرح نسبتهم 28.8% بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 21% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن متابعة الصفحات السياسية قد يؤدي بالفرد إلى المشاركة في العملية السياسية. و يمكننا القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي و خاصة الفيسبوك أصبحت من المؤسسات المسؤولة عن التنشئة السياسية للفرد، بطبيعة الحال بعد الأسرة ، المدرسة، الجامعة ومؤسسات المجتمع المدني. ويبرز دور الفيسبوك هنا من خلال فتح المجال لمشاركة كافة الأفراد دون استثناء سيما الشباب في العملية السياسية حيث تؤدي هنا الصفحات المهمة بالشأن السياسي دور التوعية بأهمية المشاركة السياسية ومدى تأثير صوتهم و قدرتهم على التأثير في الساحة السياسية وأن لهم دور فعال في الحياة السياسية.

نلاحظ أيضا ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " الاستخدام المكثف للصفحات السياسية ولد لديك رغبة في الانتخاب " هي متوسطة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 1.71 وقيمة الانحراف المعياري 0.788 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 14: إجابات المبحوثين على عبارة: الاستخدام المكثف للصفحات السياسية ولد لديك رغبة في الانتخاب



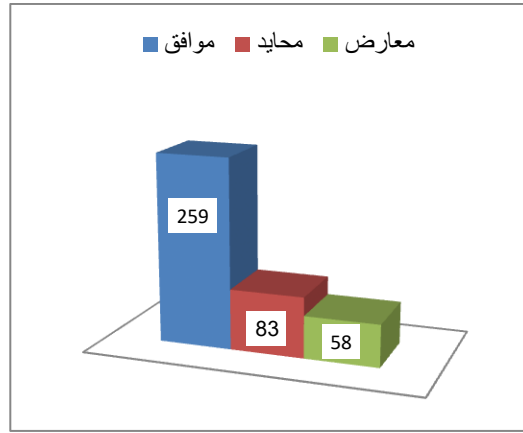
جدول رقم 23: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم بتسجيل الإعجاب على المنشور السياسي في الصفحات السياسية

العبارة رقم (14)	تقوم بتسجيل الإعجاب على المنشور السياسي في الصفحات السياسية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	بنود التقييم	معارض	محايد			
التكرارات	58	83	259			
النسب المئوية	14.5%	20.8%	64.8%	2.31	0.792	متوسط

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص تسجيل الإعجاب على المواضيع المنشورة في الصفحات السياسية هي موافقة بنسبة 64.8% وفي المقابل نجد نسبة 14.5% لا يقومون بذلك، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 20.8% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة. كما هو معلوم فإنه توجد علاقة طردية قوية جدا تربط بين تفاعل المستخدمين مع أي منشور في الفيسبوك ووصوله إلى الكثير من المستخدمين. وبلغه أخرى، كلما زاد عدد مرات التفاعل مع المنشور عن طريق الإعجاب، التعليق، المشاركة والنقر على عناصر المنشور: (صورة، فيديو، رابط موقع، رابط) زاد عدد مرات ظهور المنشور أمام مزيد من المستخدمين، مما يؤدي إذن إلى انتشار المواضيع المهمة بالشأن السياسي، وهذا ما لاحظناه في الآونة الأخيرة.

نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة "تقوم بتسجيل الإعجاب على المنشور السياسي في الصفحات السياسية" هي متوسطة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.31 وقيمة الانحراف المعياري 0.792 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 15: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم بتسجيل الإعجاب على المنشور السياسي في الصفحات السياسية



جدول رقم 24: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم بإعادة نشر ومشاركة المواضيع السياسية التي تتناسب مع توجهاتك

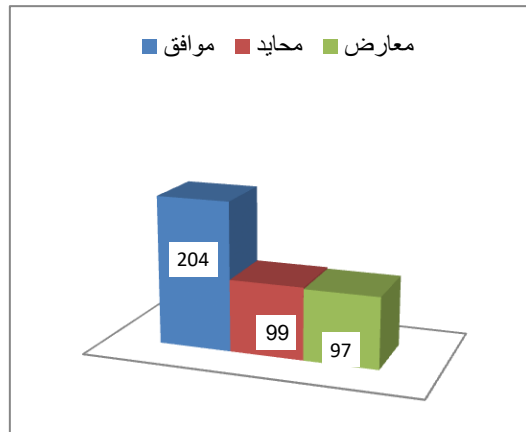
العبارة رقم (15)	تقوم بإعادة نشر ومشاركة المواضيع السياسية التي تتناسب مع توجهاتك			بنود التقييم
	موافق	محايد	معارض	
درجة الموافقة	204	99	97	التكرارات
الانحراف المعياري	0.863	2.21	%51	النسب المئوية
المتوسط الحسابي			%24.8	
متوسط			%24.3	

يتضح من خلال الجدول أن 51% من أفراد عينة الدراسة يقومون بإعادة نشر و مشاركة المواضيع السياسية التي تتناسب مع توجهاتهم ، في حين أن من يرفضون هذا الطرح نسبتهم 24.3% بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 24.8% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن أفراد عينة الدراسة يتفاعلون مع المضامين السياسية في الفيسبوك. كما قلنا سابقا فإنه كلما تفاعل المستخدم مع منشورات صفحة معينة (صفحات سياسية) زاد عدد مرات ظهور باقي منشورات هذه الصفحة أمام المستخدم نفسه، بمعنى أنه ليس فقط المنشور الذي تفاعل معه المستخدم سيستفيد من التفاعل والانتشار، بل جميع منشورات الصفحة سيتأثر ظهورها إيجابيا أمام المستخدم نفسه. أي زيادة ظهور المواضيع السياسية للمستخدمين.

نلاحظ أيضا ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " تقوم بإعادة نشر ومشاركة المواضيع السياسية التي تتناسب مع توجهاتك " هي متوسطة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.21 وقيمة الانحراف المعياري 0.863 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر .

شكل رقم 16: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم بإعادة نشر ومشاركة المواضيع السياسية التي تتناسب مع توجهاتك



جدول رقم 25: إجابات المبحوثين على عبارة: الاستخدام المكثف للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة الأوضاع في البرلمان الحالي

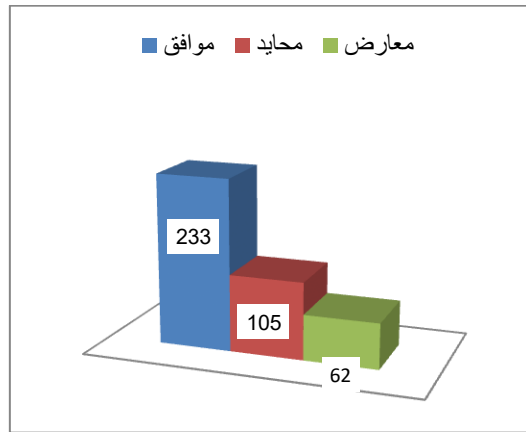
العبارة رقم (16)	الاستخدام المكثف للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة الأوضاع في البرلمان الحالي			بنود التقييم
	موافق	محايد	معارض	
التكرارات	233	105	62	
النسب المئوية	58.3%	26.3%	15.5%	
مرتفع	0.735	2.50		

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص العلاقة بين الاستخدام المكثف للصفحات السياسية و معرفة الأوضاع في البرلمان الحالي كانت إيجابية وهو ما تعبر عنه بالموافقة بنسبة 58.3% وفي المقابل نجد نسبة 15.5% يعارضون ذلك، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 26.3% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

ومن خلال نتائج هذا الجدول يتضح لنا وجود تأثير واضح يعكس أنماط التفاعل الاجتماعي بين الشباب و الفيسبوك، ومن خلال درجة الموافقة على هذه العبارة فقد اتضح لنا قدرة موقع الفيسبوك على توصيل المعلومات، الآراء والأفكار للأفراد المستخدمين.

نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " الاستخدام المكثف للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة الأوضاع في البرلمان الحالي " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.50 وقيمة الانحراف المعياري 0.735 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 17: إجابات المبحوثين على عبارة: الاستخدام المكثف للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة الأوضاع في البرلمان الحالي



جدول رقم 26: إجابات المبحوثين على عبارة: من خلال تصفحك للصفحات السياسية أصبحت لديك فكرة عن البرامج الانتخابية لكل مترشح

العبارة رقم (17)	من خلال تصفحك للصفحات السياسية أصبحت لديك فكرة عن البرامج الانتخابية لكل مترشح			بنود التقييم
	موافق	محايد	معارض	
درجة الموافقة	30	89	281	التكرارات
الانحراف المعياري	0.826	2.26	%7.5	النسب المئوية
المتوسط الحسابي			%22.3	
متوسط			%70.3	

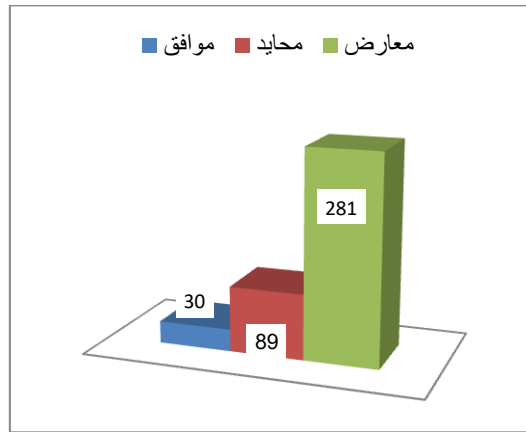
يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة معارضة لعبارة الصفحات السياسية قدمت لهم فكرة عن البرامج الانتخابية للمترشحين للرئاسيات بنسبة 70.3%، أما من يؤيد هذه

العبرة قليل جدا حيث بلغت نسبتهم 7.5% ، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 22.3% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبرة.

تؤكد نتائج هذا الجدول ضعف وعجز الأحزاب السياسية في استغلال شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، في الترويج لبرامجها وعرض حلولها للواقع الحالي، خاصة أنا الشباب الآن أصبح يعتمد على الفيسبوك كمصدر للمعلومات.

نلاحظ درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبرة " من خلال تصفحك للصفحات السياسية أصبحت لديك فكرة عن البرامج الانتخابية لكل مترشح " هي متوسطة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.26 وقيمة الانحراف المعياري 0.826 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 18: إجابات المبحوثين على عبارة: من خلال تصفحك للصفحات السياسية أصبحت لديك فكرة عن البرامج الانتخابية لكل مترشح



الجدول رقم 27: جدول مركب خاص بالاحتياجات ودرجة الاعتماد على الفيسبوك

الاستجابات							عبارات المحور الثالث: الاحتياجات ودرجة الاعتماد على الفيسبوك	رقم العبرة
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	معارض		
مرتفع	1	0.718	2.56	199	118	83	استخدامك للصفحات السياسية	11

				20.8	29.5	49.8	%	أدى بك إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية الحالية	
مرتفع	2	0.745	2.51	208	110	82	ت	زادت ثقافتك السياسية أكثر منذ أن أصبحت تتصفح الصفحات السياسية	12
				52	27.5	20.5	%		
متوسط	7	0.788	1.71	201	84	115	ت	الاستخدام المكثف للصفحات السياسية ولد لديك رغبة في الانتخاب	13
				50.3	21	28.8	%		
متوسط	4	0.792	2.31	259	83	58	ت	تقوم بتسجيل الإعجاب على المنشور السياسي في الصفحات السياسية	14
				64.8	20.8	14.5	%		
متوسط	6	0.863	2.21	204	99	97	ت	تقوم بإعادة نشر ومشاركة المواضيع السياسية التي تتناسب مع توجهاتك	15
				51	24.8	24.3	%		
مرتفع	3	0.735	2.50	233	105	62	ت	الاستخدام المكثف للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة الأوضاع في البرلمان الحالي	16
				58.3	26.3	15.5	%		
متوسط	5	0.826	2.26	30	89	281	ت	من خلال تصفحك للصفحات السياسية أصبحت لديك فكرة عن البرامج الانتخابية لكل مترشح	17
				7.5	22.3	70.3	%		
متوسط	/	0.781	2.29	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام					

الجدول المركب أعلاه رقم 27 الذي يحتوي على عبارات محور الاحتياجات ودرجة الاعتماد على

الفيسبوك، يشير إلى أن قيمة المتوسط الحسابي العام بلغت (2.29) في حين بلغ الانحراف المعياري

(0.781) وهذا يدل على الموافقة المتوسطة لأفراد العينة على عبارات هذا المحور ، كما لاحظنا أن قيم

المتوسط الحسابي تراوحت بين 1.71 و 2.56 حيث كانت أعلاها للعبارة الحادية عشرة (11) "استخدامك

للصفحات السياسية في الفيسبوك أدى بك إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية الحالية " بينما

جاءت العبارة الثالثة عشر (13) " كثرة استخدام الصفحات السياسية ولد لديك رغبة في الانتخاب " في

المرتبة الأخيرة.

مما سبق من نتائج في هذا الجدول نستخلص أن الفيسبوك صار من أكثر الوسائل والوسائط التي يعتمد

عليها الشباب أفراد عينة الدراسة بغية الحصول على مختلف المعلومات والمعارف حول واقعهم السياسي،

ويتضح حسب إجابات المبحوثين عينة الدراسة في هذا المحور فإن الفيسبوك يشبع و يحقق احتياجاتهم،

حيث رأينا ستة عبارات من أصل سبعة عبارات كانت ايجابية، أي أن الفيسبوك يعد وسيلة للوصول إلى المعلومات والمعاف وأنه بالفعل يلبي احتياجاتهم.

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية: " يكون موقع الفيسبوك مهماً للشباب وتزداد درجة اعتمادهم عليه من أجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي في حالة إشباعه لاحتياجاتهم".

المحور الرابع: القنوات البديلة ودرجة الاعتماد على الفيسبوك

يوضح هذا المحور المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع العبارات العشرة (10) الموجهة لأفراد العينة بهدف اختبار الفرضية التالية: " تزداد درجة اعتماد الشباب على موقع الفيسبوك في حالة ضعف القنوات البديلة في تزودهم بمعلومات حول الواقع السياسي". وهي موضحة في الجداول الموالية (من الجدول رقم 28 إلى غاية الجدول رقم 38)

جدول رقم 28: إجابات المبحوثين على عبارة: أعتد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على معلومات سياسية

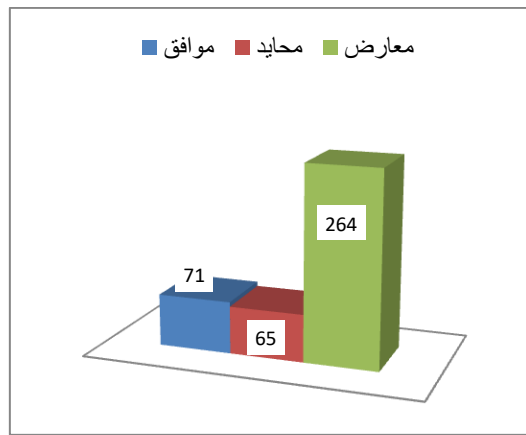
العبارة رقم (18)	أعتد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على معلومات سياسية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	بنود التقييم	معارض	محايد			
التكرارات	264	65	71			
النسب المئوية	66%	16.3%	17.8%	2.42	0.745	مرتفع

يتضح من خلال الجدول أعلاه رقم 28 أن هناك وجهات نظر معارضة من أفراد عينة الدراسة فيما يخص علاقة وسائل الإعلام التقليدية و الحصول على المعلومات السياسية، حيث يرون بأن وسائل الإعلام التقليدية لا توفر لهم معلومات حقيقية عن الواقع السياسي، وهو ما تمثله نسبة 66% وفي المقابل نجد نسبة 17.8 % يرون بأن وسائل الإعلام التقليدية تزودهم بمعلومات سياسية حقيقية حول الواقع السياسي ، كما نجد فئة ممثلة بنسبة 16.3 % لم تعبر عن رأيها فيما يخص هذه العبارة.

على الرغم من أن العديد من الدراسات قد أثبتت أنه لا يمكن الاعتماد فقط على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات لأسباب عديدة. أبرزها أن مصادر الأخبار والمعلومات في وسائل الإعلام التقليدية تحظى بمصداقية وثقة أكبر من قبل الجماهير، لأنها حسب أيهم تصدر من مؤسسات إعلامية قانونية معلومة ومعروفة لجماهيرها، وأن هذه المؤسسات تعتمد على وكالات أنباء ومراسلين صحفيين متخصصين ومؤهلين لممارسة مهنة الصحافة، لكن رغم أن هذه المعايير غير متوفرة ومتاحة لشبكات التواصل الاجتماعي متمثلة هنا في الفيسبوك، إلا أن نتائج هذا الجدول يمكن تفسيرها بانعدام الثقة في وسائل الإعلام التقليدية في الجزائر، وهذا ما يحتاج إلى مراجعة عاجلة من قبل القائمين على هذه الوسائل لتدارك ما يمكن إدراكه قبل فوات الأوان وفقدان ما تبقى لها من مصداقية.

كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة " أعتد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على معلومات سياسية " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.42 وقيمة الانحراف المعياري 0.745. والشكل الموالي يوضح ذلك أكثر.

شكل رقم 19: إجابات المبحوثين على عبارة: أعتد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على معلومات سياسية



جدول رقم 29: إجابات المبحوثين على عبارة: تنمي وسائل الإعلام التقليدية روح المشاركة السياسية

العبارة رقم (19) تنمي وسائل الإعلام التقليدية روح المشاركة السياسية المتوسط الانحراف درجة

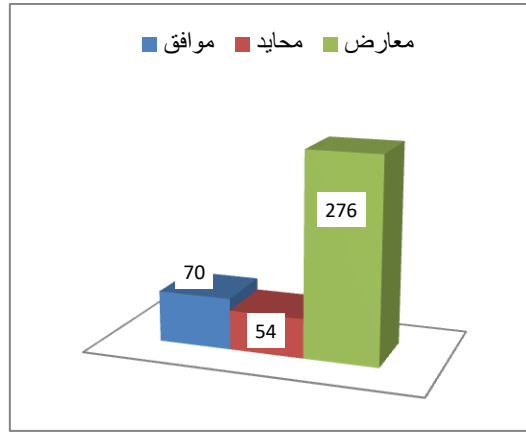
بنود التقييم	معارض	محايد	موافق	الحسابي	المعياري	الموافقة
التكرارات	276	54	70			
النسب المئوية	%69	%13.5	%17.5	1.37	0.620	ضعيف

يتضح من خلال الجدول أنه هناك جهات نظر معارضة من أفراد عينة الدراسة فيما يخص تنمية وسائل الإعلام التقليدية لروح المشاركة السياسية لدى الشباب، حيث يرون بأن وسائل الإعلام التقليدية لم تدفعهم للاشتراك و الانخراط في العمل السياسي وهو ما تمثله نسبة 69%، وفي المقابل نجد نسبة 17.5 % يرون بأن وسائل الإعلام التقليدية ولدت لديهم الرغبة في ذلك أي الانخراط في العمل السياسي، كما نجد فئة ممثلة بنسبة 13.5 % لم تعبر عن رأيها فيما يخص هذه العبارة.

من خلال نتائج هذا الجدول فإننا نرى أن أمام وسائل الإعلام التقليدية تحديات ضخمة من أجل مواكبة التطور الحاصل في شبكات التواصل الاجتماعي، والمنافسة الشرسة التي تواجهها من النشر الإلكتروني على هذه الشبكات ، وأنه لم يتبقى لها الكثير من الوقت لربط الثقة و التواصل مع جمهورها كما قلنا سابقاً.

كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة " تنمي وسائل الإعلام التقليدية روح المشاركة السياسية " هي ضعيفة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 1.37 وقيمة الانحراف المعياري 0.620. والشكل الموالي يوضح ذلك أكثر.

شكل رقم 20: إجابات المبحوثين على عبارة: تنمي وسائل الإعلام التقليدية روح المشاركة السياسية



جدول رقم 30: إجابات المبحوثين على عبارة: قامت وسائل الإعلام التقليدية بتغطية المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة باحترافية

العبارة رقم (20)	قامت وسائل الإعلام التقليدية بتغطية المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة باحترافية			بنود التقييم
	موافق	محايد	معارض	
التكرارات	141	111	148	
النسب المئوية	35.3%	27.8%	37%	
ضعيف	0.778	1.51		

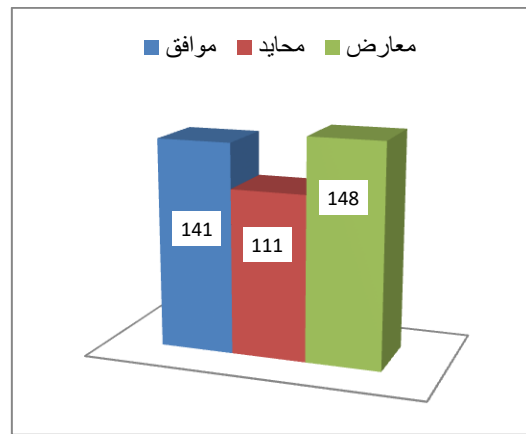
يتضح من خلال الجدول أنه هناك بعض الاختلاف البسيط في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص الاحترافية في تغطية المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة من قبل وسائل الإعلام التقليدية، حيث كانت النسب متقاربة كتالي المعارضون 37% وفي المقابل نجد نسبة 35.3% موافقون على هذه العبارة، كما نجد فئة ممثلة بنسبة مهمة 27.8% لم تعبر عن رأيها فيما يخص هذه العبارة. كما ذكرنا في البداية أنه يوجد اختلاف بسيط لصالح من يعارضون هذه العبارة.

ربما يرجع هذا التقارب في النتائج إلى أن وسائل الإعلام تداركت الخطأ الذي وقعت فيه من البداية حينما لم تغطي تلك المظاهرات الضخمة المناوئة للعهد الخامسة، وخصصت أوقاتها وصفحاتها في الحديث عن مواضيع وقضايا هامشية، عكس المواضيع و الاحداث المتواجدة بقوة في صفحات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، حيث وتحت ضغط الشارع و الواقع الجديد أصبحت تواكب كل تلك المظاهرات والأحداث ولو متأخرة، ومن هذه النتائج تبين لنا أنه لم يعد باستطاعة وسائل الإعلام التقليدية تجاهل

المواضيع التي تجذب وتهم الشباب ولم يعد بإمكانها التغافل والتغاضي عن مقاطع الفيديو والصور للمواطنين أو أي معلومات أخرى تتدفق عبر الفيسبوك.

كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة " قامت وسائل الإعلام التقليدية بتغطية المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة باحترافية " هي ضعيفة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 1.51 وقيمة الانحراف المعياري 0.778. والشكل الموالي يوضح ذلك أكثر.

شكل رقم 21: إجابات المبحوثين على عبارة: قامت وسائل الإعلام التقليدية بتغطية المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة باحترافية



جدول رقم 31: إجابات المبحوثين على عبارة: وسائل الإعلام التقليدية ساهمت في تحفيز الشباب على الخروج في مظاهرات ضد العهد الخامسة

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	وسائل الإعلام التقليدية ساهمت في تحفيز الشباب على الخروج في مظاهرات ضد العهد الخامسة			بنود التقييم
			موافق	محايد	معارض	
			70	54	276	التكرارات
ضعيف	0.775	1.48	%17.5	%13.5	%69	النسب المئوية

يتضح من خلال الجدول أنه هناك وجهات نظر معارضة تماماً من أفراد عينة الدراسة فيما يخص:

مساهمة وسائل الإعلام التقليدية في تحفيزهم للخروج في مظاهرات ضد العهد الخامسة ، وهو ما تمثله

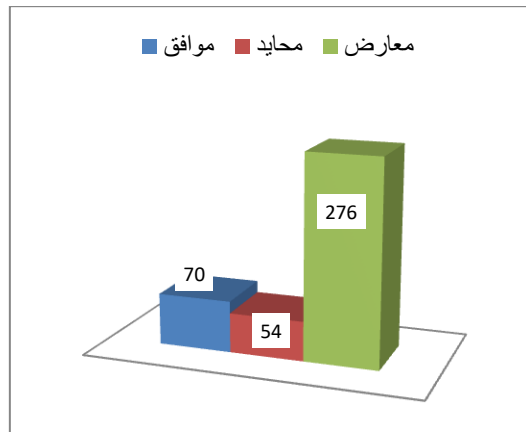
نسبة 69% وفي المقابل نجد نسبة 17.5% يرون بأن وسائل الإعلام التقليدية ساهمت في تحفيزهم

للخروج ضد العهدة الخامسة، كما نجد فئة ممثلة بنسبة 13.5 % لم تعبر عن رأيها فيما يخص هذه العبارة.

من خلال نتائج هذا الجدول اتضح لنا أنه على غرار كل الدول العربية التي خرجت في مظاهرات ضد الأنظمة الحاكمة، الشباب الجزائري أيضاً اعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك في التحفيز، التنظيم والدعوة للخروج إلى الشارع، هذه النتيجة منطقية حيث كما قلنا سابقاً في الجداول السابقة واللاحقة جاء هذا نتيجة لضعف مصداقية وسائل الإعلام التقليدية.

كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة "وسائل الإعلام التقليدية ساهمت في تحفيز الشباب على الخروج في مظاهرات ضد العهدة الخامسة" هي ضعيفة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 1.48 وقيمة الانحراف المعياري 0.775. والشكل الموالي يوضح ذلك أكثر.

شكل رقم 22: إجابات المبحوثين على عبارة: وسائل الإعلام التقليدية ساهمت في تحفيز الشباب على الخروج في مظاهرات ضد العهدة الخامسة



جدول رقم 32: إجابات المبحوثين على عبارة: وسائل الإعلام التقليدية تغطي التظاهرات المؤيدة للعهد الخامسة فقط

العبارة رقم (22)	وسائل الإعلام التقليدية تغطي التظاهرات المؤيدة للعهد الخامسة فقط	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
بنود التقييم	معارض	محايد	موافق	

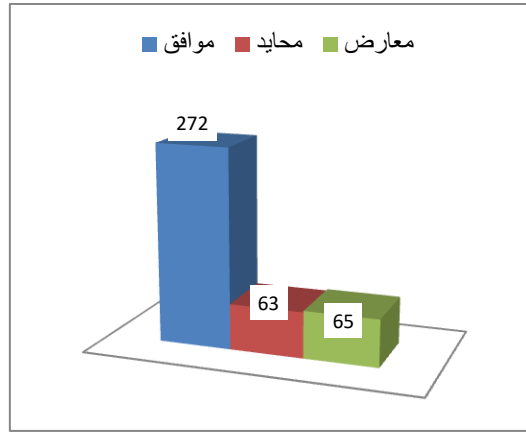
			272	63	65	التكرارات
متوسط	0.850	1.98	%68	%15.8	%16.3	النسب المئوية

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص العبارة التي تقول بأن وسائل الإعلام التقليدية تغطي التظاهرات المؤيدة للعهد الخامسة فقط كانت إيجابية وهو ما تعبر عنه بالموافقة بنسبة 68% وفي المقابل نجد نسبة 16.3% يعارضون ذلك، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 15.8% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

حتى نكون موضوعيين في تفسير نتائج هذا الجدول، صحيح أنه في البداية نظن أن الإعلام التقليدي فشل في التماهي مع ضخامة وقوة الحدث، وربما أو بالأحرى يرجع ذلك لتعرض وسائل الاعلام لضغوطات من قبل السلطة، حيث تجاهلت في البداية تغطية المظاهرات، واكتفت بنقلها على أساس أنها مطالب اجتماعية، وقد نقلت في الوقت نفسه الاجتماع الذي حدث في القاعة البيضاوية لترشيح بوتليقة لولاية رئاسية خامسة، بطريقة توحى بأنه حدث ضخم. كما هو معلوم وحتى لا نظلم وسائل الإعلام فإن السلطة مازالت تستعمل الإشهار للضغط عليها، وانه إن لم تستطع وسائل الإعلام إيجاد حل لهذا الإشكال أي الإشهار فإنها لن تتخلص من سلطة النظام و ستبقى رهينة بيد أي نظام يملك مصادر الاشهار.

نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " وسائل الإعلام التقليدية تغطي التظاهرات المؤيدة للعهد الخامسة فقط " هي متوسطة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 1.98 وقيمة الانحراف المعياري 0.850 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 23: إجابات المبحوثين على عبارة: وسائل الإعلام التقليدية تغطي التظاهرات المؤيدة للعهد الخامسة فقط



جدول رقم 33: إجابات المبحوثين على عبارة: اعتمدت فقط على الفيسبوك في معرفة أوقات و أماكن المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة

العبارة رقم (23)	اعتمدت فقط على الفيسبوك في معرفة أوقات و أماكن المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة			بنود التقييم
	موافق	محايد	معارض	
درجة الموافقة	358	29	13	التكرارات
الانحراف المعياري	0.759	2.51	%89.5	النسب المئوية
المتوسط الحسابي			%7.3	
مرتفع			%3.3	

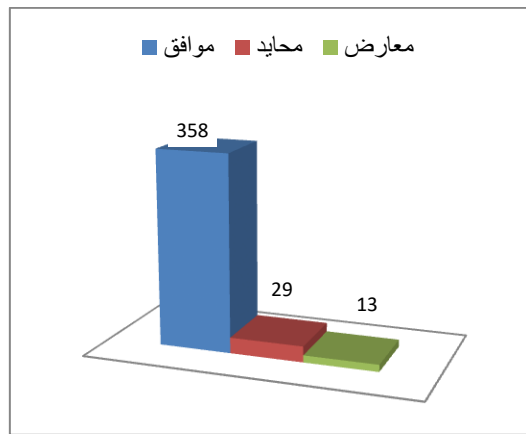
يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب أفراد عينة الدراسة اعتمدوا على الفيسبوك لمعرفة أوقات و أماكن المظاهرات وهو ما عبروا عنه بنسبة %89.5 وفي المقابل نجد نسبة 3.3 % يعارضون ذلك، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة %7.3 لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

حسب هذه النتائج فإن الحراك الشعبي والمظاهرات ارتبطت بالفيسبوك بشكل قوي عبر تقنيات عديدة خاصة خاصة البث المباشر للأحداث التي يوفرها موقع "الفيسبوك" حيث قام النشطاء بنقل المظاهرات صوتا وصورة ومن كل مكان، مما مكن الناس من معرفة كل التفاصيل والمعلومات عن أوقات و أماكن حدوث المظاهرات والتجمعات . ومن خلال هذه النتائج أيضا نستنتج أن سرعة تدفق المعلومات في الفيسبوك و الرقابة الصعبة على هذه المواقع ساهم في انتشار هذه المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.

وهنا نلاحظ تحول الفيسبوك إلى المصدر الأول للمعلومات، ومن خلال هذه النتيجة و بعض النتائج السابقة نقرب أكثر للإجابة عن الفرضية الرابعة لهذه الدراسة.

نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " اعتمدت فقط على الفيسبوك في معرفة أوقات و أماكن المظاهرات المناوئة للعهددة الخامسة " هي مرتفعة وهو ما تعبّر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.51 وقيمة الانحراف المعياري 0.759 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 24: إجابات المبحوثين على عبارة: اعتمدت فقط على الفيسبوك في معرفة أوقات و أماكن المظاهرات المناوئة للعهددة الخامسة



جدول رقم 34: إجابات المبحوثين على عبارة: الفيسبوك يعطي حرية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفيسبوك يعطي حرية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى			بنود التقييم
			موافق	محايد	معارض	
			359	28	13	التكرارات
مرتفع	0.429	2.86	%89.8	% 7.0	%3.3	النسب المئوية

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص العبارة التي نقول بأن الفيسبوك فيه حرية أكبر من وسائل الإعلام التقليدية كانت إيجابية وهو ما تعبّر عنه بالموافقة بنسبة 89.8% وفي المقابل نجد نسبة 3.3% يعارضون ذلك، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 7% لم تعبّر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

ومن خلال نتائج هذا الجدول ونتائج دراسات سابقة وما أشرنا إليه في الفصل الثالث من هذه الدراسة يبدو أن الإعلام الجديد حقيقة قد سلب السلطة من القائم بالاتصال، وهدم أسس وأركان نظرية حارس البوابة (Keeper Gate)، فأصبح من المستحيل التحكم في مضامينه ومواضيعه، ومن غير الممكن، أو من الصعب جداً، ممارسة الرقابة على الرسائل الإعلامية في هذه الوسائط الجديدة، و بالتالي فإن صحافة المواطن لا تجد عقبات للنشر مثل العقبات والمشاكل التي تعاني منها وسائل الإعلام التقليدية، وهو ما يجعل الإعلام الجديد قادراً على مراوغة حراس بوابة الإعلام التقليدي، أي أن الجمهور يتمتع بحرية أكبر في الفيسبوك، أي أن الجمهور يتوجه مباشرة إلى الخبر ويتحصل على المعلومة دون المرور عبر الصحفي، ويقوم بنشرها وتوزيعها دون المرور عبر دور النشر والمطابع. و هكذا تحول الإعلام الجديد إلى فضاء مفتوح للتعبير دون قيود أو شروط. فالكثير من الأفراد و الصحفيين قاموا بنشر مقالات وروبورتاجات وصور على شبكات التواصل الاجتماعي بكل سهولة وقد كانت هذه المواضيع ممنوعة من النشر في الوسائل الأخرى.

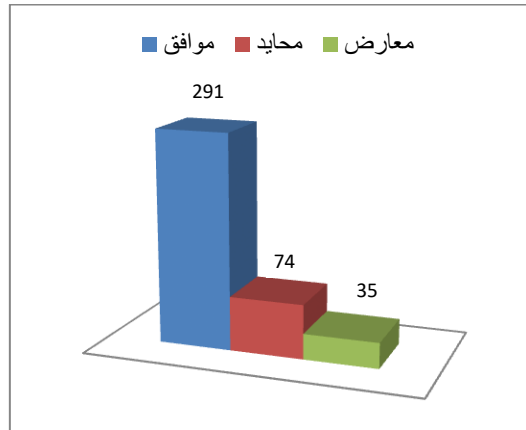
نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة "الفيسبوك يعطي حرية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى" هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.86 وقيمة الانحراف المعياري 0.429 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 25: إجابات المبحوثين على عبارة: الفيسبوك يعطي حرية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى

ما يميز هذه الجماهير أنها تستعمل وسائل الإعلام وتتعرض لها في ذات الوقت الذي تساهم في صناعتها، لذلك نجد في شبكات التواصل الاجتماعي الآن أهم المواضيع التي تهتم المواطن في حياته اليومية، خاصة في هذه الفترة المواضيع المتعلقة بالحراك و المظاهرات...إلخ. كما قلنا سابقا هذه الخاصية لا يمكن إيجادها إلا في شبكات التواصل الاجتماعي.

كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة " الفيسبوك يوفر أهم مواضيع الساعة ذات الشأن المحلي الجزائري " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.86 وقيمة الانحراف المعياري 0.426. والشكل الموالي يوضح ذلك أكثر.

شكل رقم 26: إجابات المبحوثين على عبارة: الفيسبوك يوفر أهم مواضيع الساعة ذات الشأن المحلي الجزائري



جدول رقم 36: إجابات المبحوثين على عبارة: الفيسبوك هو أفضل وسيلة في تكوين حرية الرأي و التعبير

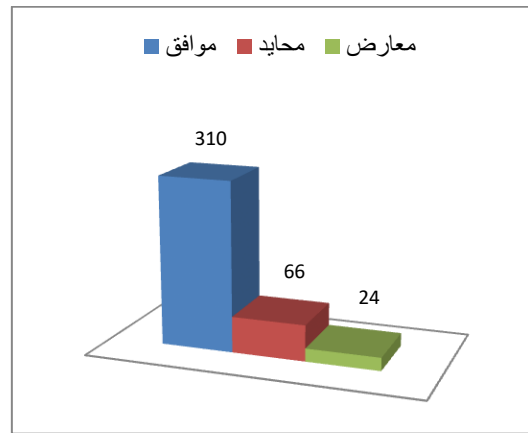
العبارة رقم (26)	الفيسبوك هو أفضل وسيلة في تكوين حرية الرأي و : التعبير			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	بنود التقييم التكرارات	معارض	محايد			
النسب المئوية	6%	16.5%	77.5%	2.64	0.637	مرتفع

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص العبارة التي تقول بأن الفيسبوك أفضل وسيلة في تكوين حرية الرأي والتعبير كانت إيجابية وهو ما تعبر عنه بالموافقة بنسبة 77.5% وفي المقابل نجد نسبة 6% يعارضون ذلك، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 16.5% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

من خلال نتائج هذا الجدول ومن خلال نتائج الدراسات السابقة التي اطلعنا عليها في هذا المجال تبين لنا أن الفيسبوك يساهم في زيادة المشاركة السياسية للأفراد، وتخليص المواطن من الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام التقليدية، فأصبح بإمكانه التعبير عن رأيه بكل حرية وجرأة، ففي الفيسبوك يمكنه من إبداء رأيه وفقاً لوجهة نظره الخاصة بعيداً عن الخط السياسي والانتماءات التي يمكن أن تؤثر عليه لو استعمل وسيلة إعلامية تقليدية.

نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " الفيسبوك هو أفضل وسيلة في تكوين حرية الرأي و التعبير " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.64 وقيمة الانحراف المعياري 0.637 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر

شكل رقم 27: إجابات المبحوثين على عبارة: الفيسبوك هو أفضل وسيلة في تكوين حرية الرأي و التعبير



جدول رقم 37: إجابات المبحوثين على عبارة: هناك تعبئة كافية عبر الفيسبوك حول ضرورة التغيير السياسي في الجزائر

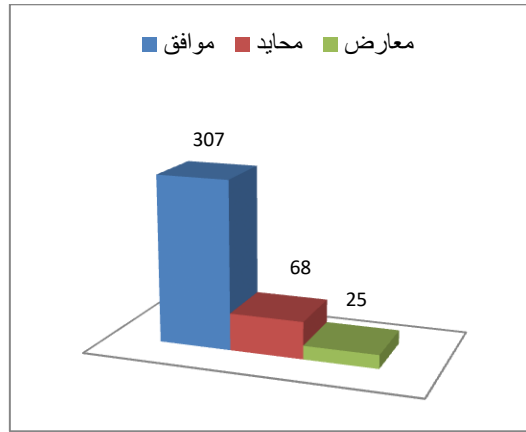
العبارة رقم (27)	هناك تعبئة كافية عبر الفيسبوك حول ضرورة التغيير السياسي في الجزائر			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	بنود التقييم	معارض	محايد			
التكرارات	307	68	25			
النسب المئوية	6.3%	17%	76.8%	2.71	0.569	مرتفع

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص العبارة التي تقول بأن هناك تعبئة كافية عبر الفيسبوك حول ضرورة التغيير السياسي في الجزائر كانت إيجابية وهو ما تعبر عنه بالموافقة بنسبة 76.8% وفي المقابل نجد نسبة 6.3% يعارضون ذلك، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 17% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

من خلال هذه النتائج تبين أن من أبرز آثار الفيسبوك، إسهامه البارز في زيادة المشاركة السياسية للأفراد، حيث استفادوا استفادة مباشرة من التقنيات المعاصرة في الفيسبوك، خاصة عندما يتحول الفرد من مجرد ملاحظ لما يجري في الساحة السياسية إلى مشارك فاعل في العملية السياسية. فالفيسبوك يمكن أن يشكل عامل ضغط كبير على الدول لتغيير سياستها وطبيعتها وأنظمتها، كما يحدث حالياً في الكثير من الدول العربية و التجربة الجزائرية الأخيرة بعد ثورة 22 فيفري 2019 خير دليل على هذا الوضع الجديد.

نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " هناك تعبئة كافية عبر الفيسبوك حول ضرورة التغيير السياسي في الجزائر " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.71 وقيمة الانحراف المعياري 0.569 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 28: إجابات المبحوثين على عبارة: هناك تعبئة كافية عبر الفيسبوك حول ضرورة التغيير السياسي في الجزائر



الجدول رقم 38: جدول مركب خاص بالقنوات البديلة ودرجة الاعتماد على الفيسبوك

الاستجابات							عبارات المحور الرابع: القنوات البديلة ودرجة الاعتماد على الفيسبوك	رقم العبارة
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	معارض		
مرتفع	6	0.745	2.42	71	65	264	ت	18
				17.8	16.3	66	%	
ضعيف	10	0.620	1.37	70	54	276	ت	19
				17.5	13.5	69	%	
ضعيف	8	0.778	1.51	141	111	148	ت	20
				35.3	27.8	37	%	
ضعيف	9	0.775	1.48	70	54	276	ت	21
				17.5	13.5	69	%	
متوسط	7	0.850	1.98	272	63	65	ت	22
				68	15.8	16.3	%	
مرتفع	5	0.759	2.51	358	29	13	ت	23
				89.5	7.3	3.3	%	

المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة									
مرتفع	1	0.426	2.86	359	28	13	ت	24	الفيسبوك يعطي حرية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى
				89.8	7	3.3	%		
مرتفع	1	0.426	2.86	291	74	35	ت	25	الفيسبوك يوفر أهم مواضيع الساعة ذات الشأن المحلي الجزائري
				72.8	18.5	8.8	%		
مرتفع	4	0.637	2.64	310	66	24	ت	26	الفيسبوك هو أفضل وسيلة في تكوين حرية الرأي و التعبير
				77.5	16.5	6	%		
مرتفع	3	0.569	2.71	307	68	25	ت	27	هناك تعبئة كافية عبر الفيسبوك حول ضرورة التغيير السياسي في الجزائر
				76.8	17	6.3	%		
متوسط	/	0.658	1.94	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام					

يشير الجدول المركب أعلاه رقم 38 الذي يحتوي على عبارات محور القنوات البديلة ودرجة الاعتماد

على الفيسبوك: إلى أن قيمة المتوسط الحسابي العام هي (1.94) وقد بلغ الانحراف المعياري (0.658)

و يدل هذا على الموافقة المتوسطة للشباب أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا المحور ، كما نلاحظ في

هذا الجدول بأن قيم المتوسط الحسابي تراوحت بين 1.37 و 2.86 حيث كانت أعلاها للعبارتين الرابعة

والعشرون والخامسة والعشرون (24 و 25) " الفيسبوك يعطي حرية أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى

" والعبارة " الفيسبوك يوفر أهم مواضيع الساعة ذات الشأن المحلي الجزائري" بينما جاءت العبارة التاسعة

عشر (19)" تنمي وسائل الإعلام التقليدية روح المشاركة السياسية " في المرتبة الأخيرة.

ويتضح لنا حسب إجابات الشباب المبحوثين في هذا المحور أن الشباب عينة الدراسة يتبنون ويعتمدون

على المعلومات المستقاة من الفيسبوك لعدم قدرة وسائل الإعلام الأخرى التقليدية على منافسة الإعلام

الجديد أي شبكات التواصل الاجتماعي في تزويدهم بالمعلومات والمعارف حول الواقع السياسي، وفي ظل

هذا العجز فإنه أي الفيسبوك يعتبر هو المصدر الوحيد للحصول على المعلومات للشباب أفراد عينة

الدراسة.

ومما سبق نستنتج أن اعتماد الشباب عينة الدراسة على الفيسبوك جاء نتيجة لعدم توفر البديل عنه، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة: "تزداد درجة اعتماد الشباب على موقع الفيسبوك في حالة ضعف القنوات البديلة في تزويدهم بمعلومات حول الواقع السياسي".

المحور الخامس: التأثير بالفيسبوك نتيجة الخبرات والظروف الاجتماعية

يوضح هذا المحور المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع العبارات الخمسة (05) الموجهة لأفراد العينة بهدف اختبار الفرضية التالية: "قد يكون سبب تأثر الشباب بالمعلومات السياسية التي يقدمها موقع الفيسبوك، نتيجة لخبراتهم السابقة ونتيجة لظروف الاجتماعية المحيطة". وهي موضحة في الجداول الموالية (من الجدول رقم 39 إلى غاية الجدول رقم 44)

جدول رقم 39: إجابات المبحوثين على عبارة: تكون أرائك حول المترشحين من خلال ثقافتك و مستواك العلمي

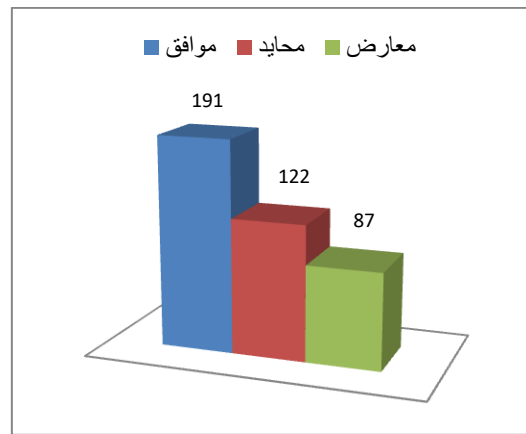
العبارة رقم (28)	تكون أرائك حول المترشحين من خلال ثقافتك ومستواك العلمي			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	بنود التقييم	معارض	محايد			
التكرارات	87	122	191			
النسب المئوية	21.8%	30.5%	47.8%	2.70	0.577	مرتفع

يتضح من خلال الجدول أن 47.8% من أفراد عينة الدراسة يوافقون العبارة أي أرائهم حول المترشحين للانتخابات تكون بناء على ثقافتهم و مستواهم التعليمي، في حين أن من يرفضون هذا الطرح نسبتهم 21.8% بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 30.5% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

من خلال نتائج هذا الجدول يتبين أن أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن مستواهم التعليمي والثقافي هو الذي يحدد اتجاههم من برامج الأحزاب السياسية، وكما هم معلوم فإن التعليم يلعب دورا هاما في المساهمة في تكوين شخصية الفرد وإكسابه لبعض المعارف السياسية و التوجهات الفكرية، وبما أن أغلب

أفراد عينة الدراسة جامعيون، فإننا لا ننسى هنا الدور البارز للجامعة بحيث هي من تزود طلبتها بالمعلومات و المعارف المختلفة بحيث تسهم في تنمية وعيهم بمختلف القضايا السياسية. نلاحظ أيضا ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " تكون أرائك حول المترشحين من خلال ثقافتك و مستواك العلمي " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.70 وقيمة الانحراف المعياري 0.577 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 29: إجابات المبحوثين على عبارة: تكون أرائك حول المترشحين من خلال ثقافتك و مستواك العلمي



جدول رقم 40: إجابات المبحوثين على عبارة: الظروف الاجتماعية هي التي تدفعك لنشر و التفاعل مع التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة

العبارة رقم (29)	الظروف الاجتماعية هي التي تدفعك لنشر و التفاعل مع التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة			بنود التقييم
	موافق	محايد	معارض	
التكرارات	318	67	15	
النسب المئوية	%79.5	% 16.8	%3.8	
متوسط	0.793	2.26		

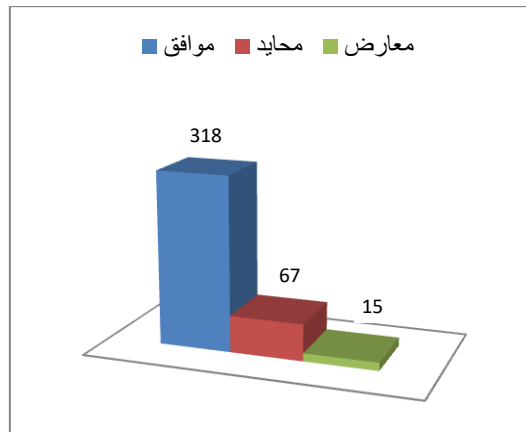
يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص العبارة التي تقول بأن الظروف الاجتماعية السيئة التي يعيشونها هي التي تدفعهم للنشر و التفاعل في الفيسبوك مع المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة كانت إيجابية، وهو ما تعبر عنه بالموافقة بنسبة %79.5 وفي

المقابل نجد قلة من أفراد عينة الدراسة بنسبة 3.8 % يعارضون ذلك، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 16.8% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

تتفق نتائج هذا الجدول مع ما قاله عبد الرحمن الكواكبي في أن التنشئة السياسية في آخر مراحلها: " تتمثل في تربية الظروف المحيطة و تربية الهيئة الاجتماعية وتربية القانون أو السير السياسي وتربية الانسان نفسه". من خلال هذه المقولة نستنتج أن الظروف الاجتماعية التي يعانيها الفرد في حياته الاجتماعية لها تأثير بالغ في مواقفه و تصرفاته.

نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " الظروف الاجتماعية هي التي تدفعك لنشر و التفاعل مع التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة " هي متوسطة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.26 وقيمة الانحراف المعياري 0.793 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 30: إجابات المبحوثين على عبارة: الظروف الاجتماعية هي التي تدفعك لنشر و التفاعل مع التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة



جدول رقم 41: إجابات المبحوثين على عبارة: قناعتك بضرورة التغيير هي التي تدفعك للمشاركة في التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة

العبارة رقم (30)	قناعتك بضرورة التغيير هي التي تدفعك للمشاركة في التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
بنود التقييم	معارض محايد موافق			

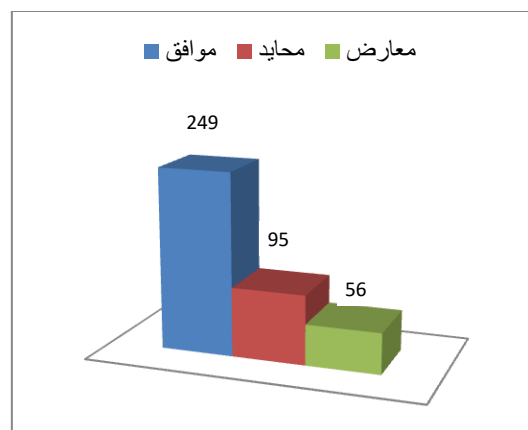
التكرارات	249	95	56
النسب المئوية	62.3%	23.8%	14%
مرتفع	0.509	2.75	

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص العبارة التي تقول بأن قناعتهم وأرائهم الشخصية هي التي تدفعهم للمشاركة في المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة ، وهو ما تعبر عنه بالموافقة بنسبة 62.3% وفي المقابل نجد البعض أفراد عينة الدراسة بنسبة 14% يعارضون ذلك، بينما نجد فئة ممثلة بنسبة 23.8% لم تعبر عن رأيها بخصوص هذه العبارة.

نتائج هذا الجدول تتفق تماما مع الجدولين السابقين، حيث تبين أن الخبرة ، المستوى التعليمي ، المستوى الثقافي و الظروف الاجتماعية المحيطة بالفرد لها هي أيضا تأثير بالغ في دفع الأفراد للمشاركة في المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة والمطالبة بالتغيير، لكن حسب رأينا لا يمكن أن نهمل دور شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك حيث لعبت دور الوسيط بين كل المتظاهرين، كما أشرنا لذلك في النتائج السابقة.

نلاحظ ن درجة الموافقة في هذا الجدول حول هذه العبارة " قناعتك بضرورة التغيير هي التي تدفعك للمشاركة في التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة " هي مرتفعة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 2.75 وقيمة الانحراف المعياري 0.509 والشكل الموالي يوضح النتائج أكثر.

شكل رقم 31: إجابات المبحوثين على عبارة: قناعتك بضرورة التغيير هي التي تدفعك للمشاركة في التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة



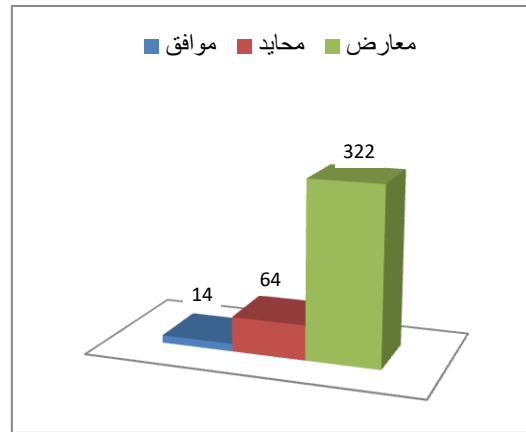
جدول رقم 42: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم الأحزاب السياسية بتسويق أفكارها باحترافية

العبارة رقم (31)	تقوم الأحزاب السياسية المعارضة بتسويق أفكارها باحترافية			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	بنود التقييم	معارض	محايد			
التكرارات	322	64	14			
النسب المئوية	80.5%	16%	3.5%	1.51	0.728	ضعيف

يتضح من خلال الجدول أنه هناك وجهات نظر معارضة من أغلب أفراد عينة الدراسة فيما يخص العبارة التالية: أن الأحزاب السياسية المعارضة للنظام تقوم بتسويق أفكارها باحترافية، وهو ما تمثله نسبة 80.5% وفي المقابل نجد نسبة ضئيلة 3.5% يرون بأن الأحزاب السياسية المعارضة تسوق برامجها و أفكارها باحترافية، كما نجد فئة ممثلة بنسبة 16% لم تعبر عن رأيها فيما يخص هذه العبارة. ومن خلال نتائج هذا الجدول يتبين لنا فشل الأحزاب المعارضة في تسويق أفكارها وبرامجها ويرجع ذلك للكثير من الأسباب، نذكر بعضها: الزعامة مثلاً وحب القيادة والسيطرة وهذا ما يتسبب دائماً في فشل المبادرات التي تطلقها المعارضة من حين لآخر من أجل لتوافق والعمل المشترك فيما بينها، كما أن من بين الأسباب هو أن هذه الأحزاب دائماً ما تلجأ إلى تعليل إخفاقاتها وفشلها منذ فتح باب التعددية الحزبية، حيث توجه دائماً أصابع الاتهام إلى النظام الحاكم و أحزاب الموالاتة على أساس أنها تمارس جميعاً مختلف أنماط التزييف النسبي أو شبه الكلي للإنتخابات.

كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة " تقوم الأحزاب السياسية المعارضة بتسويق أفكارها باحترافية " هي ضعيفة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 1.51 وقيمة الانحراف المعياري 0.728. والشكل الموالي يوضح ذلك أكثر.

شكل رقم 32: إجابات المبحوثين على عبارة: تقوم الأحزاب السياسية المعارضة بتسويق أفكارها باحترافية



جدول رقم 43: إجابات المبحوثين على عبارة: لديك ثقة في المعلومات المقدمة من طرف الاحزاب السياسية المعارضة

العبارة رقم (32)	لديك ثقة في المعلومات المقدمة من طرف الأحزاب السياسية المعارضة			بنود التقييم
	موافق	محايد	معارض	
	14	64	322	التكرارات
ضعيف	0.497	1.23	%3.5	النسب المئوية

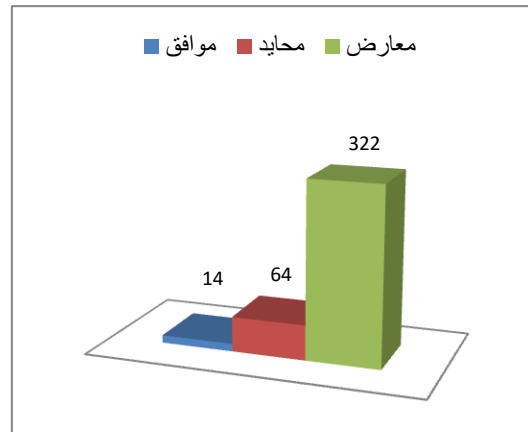
يتضح من خلال الجدول أن أغلب أفراد عينة الدراسة ليست لديهم ثقة في المعلومات و الوعود المقدمة من طرف الأحزاب السياسية المعارضة للنظام، وهو ما تمثله نسبة 80.5% وفي المقابل نجد نسبة ضئيلة جدا 3.5% لديهم ثقة في هذه المعارضة، كما نجد فئة ممثلة بنسبة 16% لم تعبر عن رأيها فيما يخص هذه العبارة.

من خلال نتائج هذا الجدول و الجدول السابق يتبين لنا حجم الهوة الموجودة ما بين الشعب و الأحزاب، وإنه إذا لم تتدارك هذه الأحزاب الوضع فإنها ستتدثر لصالح شخصيات وطنية قد تكون غير متحيزة، مثل ما حصل في الانتخابات الرئاسية التونسية والجزائرية الأخيرة بحيث فاز فيها مرشحين من دون الاعتماد على الأحزاب.

وعليه فإننا نرى من خلال نتائج جداول هذا المحور أن هناك خبرات و مؤثرات كثيرة تساهم في التأثير بالمعلومات السياسية المقدمة في الفيسبوك.

كما نلاحظ ن درجة الموافقة حول هذه العبارة " لديك ثقة في المعلومات المقدمة من طرف الأحزاب السياسية المعارضة " هي ضعيفة وهو ما تعبر عنه قيمة المتوسط الحسابي 1.23 وقيمة الانحراف المعياري 0.497. والشكل الموالي يوضح ذلك أكثر .

شكل رقم 33: إجابات المبحوثين على عبارة: لديك ثقة في المعلومات المقدمة من طرف الاحزاب السياسية المعارضة



الجدول رقم 44: جدول مركب خاص بالتأثر بالفيسبوك نتيجة الخبرات والظروف الاجتماعية

الاستجابات							عبارات المحور الخامس: التأثير		رقم العبارة
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق	محايد	معارض	بالفيسبوك نتيجة الخبرات والظروف الاجتماعية		
مرتفع	2	0.577	2.70	191	122	87	ت	تكون أرائك حول المترشحين من خلال ثقافتك و مستواك العلمي	28
				47.8	30.5	21.8	%		
متوسط	3	0.793	2.26	318	67	15	ت	الظروف الاجتماعية هي التي تدفعك لنشر و التفاعل مع التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة	29
				79.5	16.8	3.8	%		
مرتفع	1	0.509	2.75	249	95	56	ت	قناعتك بضرورة التغيير هي التي تدفعك للمشاركة في التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة	30
				62.3	23.8	14	%		

31	تقوم الأحزاب السياسية المعارضة بتسويق أفكارها باحترافية	ت	322	64	14	1.51	0.728	4	ضعيف
		%	80.5	16	3.5				
32	لديك ثقة في المعلومات المقدمة من طرف الاحزاب السياسية المعارضة	ت	322	64	14	1.23	0.497	5	ضعيف
		%	80.5	16	3.5				
المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام									
						2.09	0.620	/	متوسط

يشير الجدول المركب رقم 44 السابق الذي يتضمن عبارات محور التأثر بالفيسبوك نتيجة الخبرات والظروف الاجتماعية: إلى أن قيمة المتوسط الحسابي العام هي (2.09) في حين بلغ الانحراف المعياري (0.620) وهو ما يدل على الموافقة المتوسطة لأفراد عينة الدراسة على عبارات هذا المحور ، كما نلاحظ أن قيم المتوسط الحسابي تراوحت بين 1.23 و 2.75 حيث كانت أعلاها للعبارة رقم ثلاثون(30) " قناعتك بضرورة التغيير هي التي تدفعك للمشاركة في التظاهرات المناوئة للعهد الخامسة " بينما جاءت العبارة الثانية والثلاثون (32) " لديك ثقة في المعلومات المقدمة من طرف الاحزاب السياسية المعارضة " في المرتبة الأخيرة.

من خلال نتائج هذا الجدول المركب نستنتج أن المستوى التعليمي ، قناعات أفراد عينة الدراسة بضرورة التغيير والظروف الاجتماعية السيئة التي يعيشون فيها و عدم ثقتهم أيضا بما تقدمه هذه الأحزاب السياسية المعارضة و عدم احترافيتها في تعاملها مع المواطنين، كل هذا أدى بهم إلى التفاعل والتأثر بالمضامين السياسية على صفحات الفيسبوك.

أي أن أفراد عينة الدراسة يتأثرون بما يقدمه الفيسبوك نتيجة لخبراتهم السابقة و نتيجة لظروفهم الاجتماعية أي أن أفراد عينة الدراسة من خلال الإجابة على عبارات هذا المحور أكدوا على أنهم ليسوا متلقي سلبي، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الرابعة: " قد يكون سبب تأثر الشباب بالمعلومات السياسية التي يقدمها موقع الفيسبوك، نتيجة لخبراتهم السابقة ونتيجة لظروف الاجتماعية المحيطة".

خلاصة:

يمكننا القول أننا في نهاية هذا الفصل الرابع (نتائج الدراسة الميدانية) استطعنا الإجابة على إشكالية الدراسة وفرضياتها الأربعة، بحيث تحققنا من صحة الفرضيات، أما خلاصة النتائج العامة للدراسة تجدونها في الصفحة الموالية.

النتائج العامة للدراسة

ثانياً: النتائج العامة للدراسة:

- أفراد العينة يعتمدون على الفيسبوك في معرفة القضايا السياسية التي تعنيهم.
- سرعة انتشار المعلومات في صفحات الفيسبوك ودرجة التفاعل معها مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، ويدل أيضا على زيادة الاعتماد على الفيسبوك في الحصول على المعلومات.
- يتضح أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص ارتباط الخوف من محاسبة النظام لهم و التعبير عن رأيهم في الفيسبوك ، حيث يرون بأن التعبير عن رأيهم في الفيسبوك يؤثر فيه الخوف من النظام وهو ما تمثله نسبة 73.8%.
- نستنتج أنه مع ظهور صفحات التواصل الاجتماعي أصبح فضاء الفيسبوك الحاضن للحرية. فمع الفيسبوك انتهى زمن تحكم الأنظمة في آراء الناس في وسائل الإعلام التقليدية.
- زمن التضليل الإعلامي قد انتهى، فالأنظمة في عصر الفيسبوك لا تستطيع أن تمارس التضليل الإعلامي، ولن تستطيع التضييق على حرية التعبير، إذ بإمكان أي مستخدم 196 ألفي سبوك اليوم أن يبحث عن معلومات حول الواقع السياسي وأن يدون على صفحته في الفيسبوك ما يريد، وبهذا تجد الأنظمة اليوم نفسها أمام واقع جديد انتهى فيه زمن احتكار المعلومات و الحكم.
- 70.3% من أفراد عينة الدراسة ينفرون من وسائل الإعلام التقليدية لأنها في رأيهم لا توفر مساحة لعرض معتقداتهم السياسية.
- الفيسبوك يمثل مجالا مثالياً لحرية التعبير، ونشر الأفكار والآراء، حيث يسمح للمستخدمين التعبير عن آرائهم وطرح أفكارهم المشتركة، ويعد الفيسبوك منبرا قويا ومؤثرا والأكثر استخداماً للتعبير عن الرأي وممارسة الإنسان لحقوقه وحياته، فضلا عن كونه النافذة الإعلامية الأكثر

- حرية وانتشارا وذيوعاً وتفاعلية، لذلك نجد أفراد العينة يعتمدون عليه لتوفيره حرية و مساحة أكبر للتعبير عن معتقداتهم السياسية دون قيود تذكر عكس وسائل الإعلام التقليدية.
- الاعتماد على الفيسبوك سببه عدم الثقة في وسائل الإعلام التقليدية وهو ما تمثله نسبة 66.8%.
 - من خلال النتائج السابقة نستنتج أن الشباب عينة الدراسة يلجؤون 197 ألفي سبوك من أجل الحصول على المعلومات السياسية و التفاعل أيضا مع هذه المعلومات وإبداء آرائهم حولها في حالة عدم الاستقرار الذي تمر به الدولة، وهذا ما لحظناه في إجابات المبحوثين حول العبارات السابقة بحيث كانت إجاباتهم كلها موافقة للعبارات التي فيها الاهتمام بالقضايا الطارئة، عدم الثقة في وسائل الإعلام التقليدية و النظام، النفور من هذه الوسائل و الخوف من النظام.
 - من خلال نتائج هذه الدراسة ونتائج العديد من الباحثين في دراسات مشابهة، فإنهم أجمعو على تحول الفيسبوك إلى إعلام بديل وأن ملامحه تبدو واضحة حالياً.
 - يتضح لنا أن الفيسبوك أصبح يلبي ويشبع احتياجات مستخدميه وهو بحق وسيلة الاتصال المؤثرة في الأحداث اليومية بحيث أتاح الفرصة للجميع، سواء كانوا شباب أو باحثين لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم السياسية والاجتماعية وما يرغبون في نقله متجاوزين في ذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة لا رقيب لها.
 - يمكننا القول بأن شبكات التواصل الاجتماعي و خاصة الفيسبوك أصبحت من المؤسسات المسؤولة عن التنشئة السياسية للفرد، بطبيعة الحال بعد الأسرة ، المدرسة، الجامعة، مؤسسات المجتمع المدني. ويبرز دور الفيسبوك من خلال فتح المجال لمشاركة جميع الأفراد دون استثناء خصوصا الشباب في العملية السياسية حيث يؤدي دور التوعية بأهمية المشاركة السياسية ومدى تأثير صوتهم و قدرتهم على التأثير في الساحة السياسية وأن لهم دور فعال في الحياة السياسية.

- يتضح لنا من خلال النتائج أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص تسجيل الإعجاب على المواضيع المنشورة في الصفحات السياسية هي موافقة بنسبة 64.8%، وكما هو معلوم فإنه توجد علاقة طردية قوية جدا تربط بين تفاعل المستخدمين مع أي منشور في الفيسبوك ووصوله إلى الكثير من المستخدمين. وبلغة أخرى، كلما زاد عدد مرات التفاعل مع المنشور عن طريق الإعجاب، التعليق، المشاركة والنقر على عناصر المنشور: (صورة، فيديو، رابط موقع، رابط) زاد عدد مرات ظهور المنشور أمام مزيد من المستخدمين، مما يؤدي إذن إلى انتشار المواضيع المهمة بالشأن السياسي، وهذا ما لحظناه في الآونة الأخيرة.
- من خلال هذه النتائج نستنتج أن أفراد عينة الدراسة يتفاعلون مع المضامين السياسية في الفيسبوك. كما قلنا سابقا فإنه كلما تفاعل المستخدم مع منشورات صفحة معينة (صفحات سياسية) زاد عدد مرات ظهور باقي منشورات هذه الصفحة أمام المستخدم نفسه، بمعنى أنه ليس فقط المنشور الذي تفاعل معه المستخدم سيستفيد من التفاعل والانتشار، بل جميع منشورات الصفحة سيتأثر ظهورها إيجابيا أمام المستخدم نفسه. أي زيادة ظهور المواضيع السياسية للمستخدمين.
- ومن خلال نتائج الدراسة يتضح لنا وجود تأثير واضح يعكس أنماط التفاعل الاجتماعي بين الشباب و الفيسبوك، ومن خلال درجة الموافقة على العبارة رقم 16 فقد اتضح لنا قدرة موقع الفيسبوك على توصيل المعلومات، الآراء والأفكار للأفراد المستخدمين.
- تؤكد نتائج الدراسة ضعف وعجز الأحزاب السياسية في استغلال شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، في الترويج لبرامجها وعرض حلولها للواقع الحالي، خاصة أنا الشباب الآن أصبح يعتمد على الفيسبوك كمصدر للمعلومات.

- من خلال نتائج هذه الدراسة نستنتج أن الفيسبوك أصبح من أكثر الوسائل التي يعتمد عليها الشباب عينة الدراسة من أجل الحصول على مختلف المعلومات حول الواقع السياسي، وأنه حسب إجابات المبحوثين يحقق و يشبع احتياجاتهم.
- على الرغم من أن العديد من الدراسات قد أثبتت أنه لا يمكن الاعتماد فقط على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات لأسباب عديدة. أبرزها أن مصادر الأخبار والمعلومات في وسائل الإعلام التقليدية تحظى بمصداقية وثقة أكبر، لأنها تصدر من مؤسسات قانونية معلومة ومعروفة لجمهورها، وأنها تعتمد على وكالات ومراسلين متخصصين مؤهلين لممارسة العمل الصحفي، وعلى الرغم من أن هذه المعايير غير متاحة لموقع الفيسبوك، إلا أن نتائج هذه الدراسة يمكن تفسيرها بانعدام الثقة في وسائل الإعلام التقليدية في الجزائر، وهذا ما يحتاج إلى مراجعة عاجلة من قبل القائمين على هذه الوسائل لتدارك ما يمكن إدراكه قبل فوات الأوان وفقدان ما تبقى لها من مصداقية.
- وتبين بعض النتائج أن وسائل الإعلام تداركت الخطأ الذي وقعت فيه من البداية حينما لم تغطي تلك المظاهرات الضخمة المناوئة للعهد الخامسة، وفضلت الحديث عن مواضيع هامشية، عكس ما كان موجود في شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، حيث وتحت ضغط الشارع أصبحت تواكب كل تلك المظاهرات والأحداث ولو متأخرة، وقد اتضح الآن أنه لم يعد بإمكان وسائل الإعلام تجاهل الشارع ولا مقاطع فيديو وصور المواطنين أو أي معلومات أخرى تتدفق عبر الفيسبوك.
- من خلال نتائج الدراسة اتضح لنا أنه على غرار كل الدول العربية التي خرجت في مظاهرات ضد الأنظمة الحاكمة، الشباب الجزائري أيضاً اعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة

- الفيسبوك في التحفيز، التنظيم والدعوة للخروج إلى الشارع، هذه النتيجة منطقية حيث كما قلنا سابقا في الجداول السابقة واللاحقة جاء هذا نتيجة لضعف مصداقية وسائل الإعلام التقليدية.
- حتى نكون موضوعيين في البداية نظن أن الإعلام التقليدي فشل في التماهي مع ضخامة الحدث، وربما يرجع ذلك لتعرض هذه الوسائل لضغوطات من الطرف السلطة، حيث تجاهلت في البداية تغطية المظاهرات، واكتفت بنقلها على أساس أنها مطالب اجتماعية، ونقلت في الوقت نفسه الاجتماع الذي حدث في القاعة البيضاوية لترشيح بوتفليقة لولاية رئاسية خامسة، بطريقة توحي بأنه حدث ضخم. كما هو معلوم وحتى لا نظلم وسائل الإعلام فإن السلطة مازالت تستعمل الإشهار للضغط عليها، وانه ما لم تجد وسائل الإعلام حل لهذه المعضلة فإنها ستظل رهينة بيد أي نظام يأتي بعد بوتفليقة.
- حسب نتائج الدراسة فإن الحراك الشعبي والمظاهرات ارتبطت بالفيسبوك بشكل متين عبر تقنيات عديدة خاصة تقنية البث المباشر للأحداث التي يوفرها موقع "فيس بوك" حيث قام النشطاء بنقل المظاهرات صورة وصوتا من كل مكان، مما مكن الناس من معرفة كل التفاصيل والمعلومات عن مواعيد و أماكن المظاهرات . ومن خلال هذه النتائج أيضا نستنتج أن سرعة تدفق المعلومات في الفيسبوك و الرقابة الصعبة على هذه المواقع ساهم في انتشار هذه المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة.وهنا نلاحظ تحول الفيسبوك إلى المصدر الأول للمعلومات.
- ومن خلال نتائج هذه الدراسة ونتائج دراسات سابقة وما أشرنا إليه في الفصل الثالث من هذه الدراسة يبدو أن الإعلام الجديد حقيقة قد سلب سلطة القائم بالاتصال، وقوض أركان نظرية حارس البوابة (Keeper Gate)، فأصبح من غير الممكن التحكم في مضامينه، ومن غير الممكن، أو من الصعب جدا، ممارسة الرقابة على الرسائل الإعلامية، وبالتالي فإن صحافة المواطن لا تملك عقبات النشر التي تعاني منها وسائل الإعلام التقليدية، وهو ما جعل الإعلام

الجديد قادرا على مراوغة حراس بوابة الإعلام التقليدي، أي أن الجمهور يتمتع بحرية أكبر في الفيسبوك.

- من خلال نتائج هذه الدراسة و ما أشرنا إليه سابقا في الفصل الثالث في العنصر المتعلق بالتفاعلية تبين أن هناك تحول في أهم عنصرين من عناصر العملية الاتصالية ألا وهما: المرسل والمستقبل. فقد أصبح الجمهور الذي كان يستقبل سابقا الرسائل والمضامين الإعلامية يشارك بشكل أساسي وفعال في صناعتها وبتثها، ولم يعد فقط يستعمل وسائل الإعلام لاستهلاك مضامينها ووسائلها، بل تعدى الأمر للمشاركة الفعلية في بناء هذا المضمون وبكل حرية، لذلك فإن ما يميز هذا الجمهور أنه يستعمل وسائل الإعلام ويتعرض لها في ذات الوقت الذي يساهم في محتواها، لذلك نجد فيه أهم المواضيع التي تهتم المواطن في حياته اليومية، خاصة في هذه الفترة المواضيع المتعلقة بالحراك و المظاهرات...إلخ. كما قلنا سابقا هذه الخاصية لا يمكن إيجادها إلا في شبكات التواصل الاجتماعي.

- من خلال نتائج هذه الدراسة ومن خلال نتائج الدراسات السابقة التي اطلعنا عليها في هذا المجال تبين لنا أن الفيسبوك يساهم في زيادة المشاركة السياسية للأفراد، وتخليص المواطن من الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام التقليدية، فأصبح بإمكانه التعبير عن رأيه بكل حرية وجرأة، ففي الفيسبوك يمكنه من إبداء رأيه وفقا لوجهة نظره الخاصة بعيدا عن الخط السياسي والانتماءات التي يمكن أن تؤثر عليه لو استعمل وسيلة إعلامية تقليدية.

- من خلال نتائج هذه الدراسة تبين أن من أبرز آثار الفيسبوك ، إسهامه البارز في زيادة المشاركة السياسية للأفراد، حيث استفادوا استفادة مباشرة من التقنيات المعاصرة في الفيسبوك، خاصة عندما يتحول الفرد من مجرد ملاحظ لما يجري في الساحة السياسية إلى مشارك فاعل في العملية السياسية. فالفيسبوك يمكن أن يشكل عامل ضغط كبير على الدول لتغيير سياستها وطبيعتها

حكمها وأنظمتها، كما يحدث حالياً في الكثير من الدول العربية و التجربة الجزائرية الأخيرة بعد ثورة 22 فيفري 2019 خير دليل على هذا الوضع الجديد.

- وحسب إجابات المبحوثين في هذه الدراسة تبين أن الشباب عينة الدراسة يعتمدون على المعلومات المستقاة من موقع الفيسبوك لعدم قدرة وسائل الإعلام التقليدية على المنافسة وعلى تزويدهم بالمعلومات حول الواقع السياسي، وفي ظل هذا العجز فإنه أي الفيسبوك في هذا الوقت هو المصدر الوحيد للحصول على المعلومات لأفراد عينة الدراسة.
- أفراد عينة الدراسة يؤكدون على أن مستواهم التعليمي والثقافي هو الذي يحدد اتجاههم من برامج الأحزاب السياسية، وكما هم معلوم فإن التعليم يلعب دوراً هاماً في المساهمة في تكوين شخصية الفرد وإكسابه لبعض المعارف السياسية و التوجهات الفكرية، وبما أن أغلب أفراد عينة الدراسة جامعيون، فإننا لا ننسى هنا الدور البارز للجامعة بحيث هي من تزود طلبتها بالمعلومات و المعارف المختلفة بحيث تسهم في تنمية وعيهم بمختلف القضايا السياسية.
- يتضح لنا من خلال نتائج الدراسة أن أغلب وجهات نظر أفراد عينة الدراسة فيما يخص العبارة التي تقول بأن الظروف الاجتماعية السيئة التي يعيشونها هي التي تدفعهم للنشر و التفاعل في الفيسبوك مع المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة كانت إيجابية، وهو ما تعبر عنه بالموافقة بنسبة 79.5%، من خلال هذه النتيجة نستنتج أن الظروف الاجتماعية التي يعانيها الفرد في حياته الاجتماعية لها تأثير بالغ في مواقفه و تصرفاته أيضاً.
- هذه النتيجة تتفق تماماً مع النتيجتين السابقتين، حيث تبين أن الخبرة ، المستوى التعليمي ، المستوى الثقافي و الظروف الاجتماعية المحيطة بالفرد لها هي أيضاً تأثير بالغ في دفع الأفراد للمشاركة في المظاهرات المناوئة للعهد الخامسة والمطالبة بالتغيير، لكن حسب رأينا لا يمكن أن

نهمل دور شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك حيث لعبت دور الوسيط بين كل المتظاهرين، كما أشرنا لذلك في النتائج السابقة.

من خلال نتائج هذه الدراسة نستنتج أن المستوى التعليمي ، فئات أفراد عينة الدراسة بضرورة التغيير، الظروف الاجتماعية السيئة التي يعيشون فيها، عدم ثقتهم أيضا بما تقدمه هذه الأحزاب السياسية المعارضة و عدم احترافيتها في تعاملها مع المواطنين، كل هذا أدى بهم إلى التفاعل والتأثر بالمضامين السياسية على صفحات الفيسبوك ،أي أن أفراد عينة الدراسة يتأثرون بما يقدمه الفيسبوك نتيجة لخبراتهم السابقة و نتيجة لظروفهم الاجتماعية أي أن أفراد عينة الدراسة من خلال الإجابة على عبارات المحور الخامس أكدوا على أنهم ليسوا متلقي سلبي.

خاتمة الدراسة

خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء و البحث في موضوع شبكات التواصل الاجتماعي، وتأثيراتها على حياة الشباب السياسية، والذي يعتبر حقيقة موضوع الساعة لما له من تأثير بالغ الأهمية على حياتهم الاجتماعية و السياسية ، والأحداث التي مرت بها الجزائر في الآونة الأخيرة من حراك و مظاهرات أكدت لنا هذا الدور المهم في عملية التغيير وإنماء الوعي السياسي لدى المجتمع، خاصة الشباب بعد جمود وسكون دام لسنوات طويلة.

وقد أردنا في هذه الدراسة البحث في تأثيرات الفيسبوك على الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، من خلال درجة اعتماد الشباب عليه في تكوين اتجاهاتهم السياسية. واستطعنا في الجانب النظري في الفصل الثاني، جمع معلومات والاطلاع على العديد من الدراسات التي وضحت خصوصيات الفيسبوك ضمن وسائط الإعلام الجديد، كما أجبنا في نهاية الفصل الثاني على أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تعتبر بديلا عن وسائل الإعلام التقليدية، حيث نؤيد هذا الطرح الذي نتفق فيه مع الدكتور الصادق الحمامي، في دراسته: "الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي بين الاتصال والانفصال، التلفزيون العمومي نموذجا" وقد توصلنا أيضاً إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تؤسس بالضرورة لوسط إعلامي يتسم بحدثة جذرية يفضي إلى القطيعة بين الإعلام الكلاسيكي الذي يجتر نماذج قديمة وبين الوسائط الجديدة التي تعمل وفق نماذج حديثة، بمعنى أن البيئة الإعلامية التي نعيشها الآن، لا تعمل وفق منطق القطيعة بل هي تخلق التفاعلات بين وسائل الإعلام الكلاسيكية ووسائل الإعلام الجديدة، ومن هذا الجانب إذا هي بيئة هجينة بين الحديث والقديم الذي استطاع إعادة تشكيل ذاته.

كما جمعنا في الفصل الثالث العديد من المعلومات والمعطيات التي بينت التأثير البالغ لاستخدام الفيسبوك على اكتساب الشباب للمعارف و الوعي السياسي.

كما أننا استطعنا أن نؤكد في الدراسة الميدانية على أن موقع الفيسبوك قادر على تحقيق أكبر قدر من التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، حيث يزداد هذا التأثير عندما يقوم بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وتأكدنا أيضا من أن هذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير.

كما أجبنا على كل فرضيات الدراسة:

- توصلنا إلى أن الشباب يكونوا أكثر اعتماداً على الفيسبوك من أجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي، في حالة عدم الاستقرار، وهذا ما لحظناه في إجابات المبحوثين في الفصل الرابع، حيث كانت إجاباتهم كلها موافقة للعبارات التي فيها الاهتمام بالقضايا الطارئة، عدم الثقة في وسائل الإعلام التقليدية و النظام، النفور من هذه الوسائل و الخوف من النظام...إلى غير ذلك من العبارات.

- تحصلنا أيضا على معلومات ونتائج تؤكد أن موقع الفيسبوك مهماً للشباب حيث يعتبر وسيلة للحصول على المعلومات وأنه بالفعل يلبي احتياجاتهم. وبالتالي تزداد درجة اعتمادهم عليه من أجل الحصول على معلومات حول الواقع السياسي.

- وتوصلنا أيضا أن درجة اعتماد الشباب الجزائري على موقع الفيسبوك قد زادت في هذه الفترة الحساسة من تاريخ الجزائر المعاصر، وذلك لضعف وسائل الإعلام التقليدية في تزويدهم بمعلومات حقيقية حول الواقع السياسي و فقدانها للمصداقية عند الشباب.

- كما أننا توصلنا إلى أن الشباب الجزائري يتأثر بما يقدمه الفيسبوك نتيجة أيضاً لخبراته السابقة و نتيجة لظروفه الاجتماعية أي أن الشباب الجزائري ليس متلقي سلبي، وهذا ما توصلنا إليه في الفرضية الرابعة: " قد يكون سبب تأثر الشباب بالمعلومات السياسية التي يقدمها موقع الفيسبوك، نتيجة لخبراتهم السابقة ونتيجة لظروف الاجتماعية المحيطة". وقد توصلنا إلى هذه النتيجة من

خلال إجابات الشباب في الدراسة، حيث استنتجنا أن المستوى التعليمي ، قناعات أفراد عينة الدراسة بضرورة التغيير والظروف الاجتماعية السيئة التي يعيشون فيها و عدم ثقتهم أيضا بما تقدمه هذه الأحزاب السياسية المعارضة و عدم احترافيتها في تعاملها مع المواطنين، كل هذا أدى بهم إلى التفاعل والتأثر بالمضامين السياسية على صفحات الفيسبوك.

و من خلال كل ما سبق يمكننا الإجابة على إشكالية الدراسة في أنه يمكن للفيسبوك أن يزيد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري.

قائمة المصادر والمراجع

الكتب والموسوعات:

1. البياتي، ياس خضير: يورانيوم الإعلام: حروب العصر بالتقنيات الرقمية، احتلال العراق نموذجا، المكتب المصري للمطبوعات، مصر، 2006.
2. السيد، خالد عبد الرحيم ، وآخرون: الإعلام العربي في عالم مضطرب، دار الشرق للطباعة والنشر والتوزيع، قطر، 2012.
3. الشميمري، فهد بن عبد الرحمان: التربية الإعلامية-كيف نتعامل مع الاعلام؟، الرياض، 2010.
4. العياضي، نصر الدين: الاتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل، دار الثقافة والإعلام بالشارقة، الإمارات، 2015.
5. المعيني، خالد: كي لا تسرق الثورات، دراسات موضوعية في ربيع الثورات العربية ، ط1، منشورات ضفاف، لبنان، 2014.
6. المقدادي، خالد غسان يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
7. بلخيري، رضوان: مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الجزائر، جسور لنشر والتوزيع الجديد.
8. بن مرسل، محمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
9. بن هلال، محمد: الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، سلسلة كتب المستقبل العربي، العدد: 69، لبنان، 2012.
10. بوحوش، عمار و محمود، محمد: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1995.

11. خليل، علي شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
12. دليو، فضيل: التكنولوجيا الجديدة والاتصال: المفهوم -الاستعمالات - الأفاق، ط01، عمان، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010،
13. (د،ن) ،الشبكة العربية لدراسة الديمقراطية: الربيع العربي، ثورات الخلاص من الاستبداد، دراسة حالات، لبنان ، الشرق للكتاب، 2013.
14. شفيق، حسنين: الإعلام الإلكتروني، القاهرة، دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع، 2005.
15. شفيق، حسنين: الإعلام التفاعلي، دار فن للطباعة النشر و التوزيع ، 2010.
16. صالح، عصام الدين مصطفى: الصحافة في مهب الإعلام البديل وحرية تداول المعلومات، دار الفكر الجامعي، ط1، الاسكندرية 2019.
17. عبد الرزاق، محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل، الأردن، ط1، 2011.
18. عبد الله، مي ، شين، عبد الكريم: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الاتصال، ط01، بيروت: دار النهضة العربية، 2014.
19. عبد المجيد إبراهيم، مروان: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، عمان، دار الوراق، 2000.
20. عدلي العبد، عاطف: تصميم و تنفيذ استطلاعات و بحوث الرأي العام : الأسس النظرية و النماذج التطبيقية، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002.
21. فوران، جون: مستقبل الثورات، إعادة التفكير بالتغير الجذري في عصر العولمة، ترجمة: تانيا بشارة، دار الفارابي، لبنان، 2007.

22. قتلوني، مصعب حسام الدين لطفي: ثورات الفيسبوك: مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في

التغيير، شركة المطبوعات، ط 1، بيروت 2014.

23. لارامي و فالي: البحث في الاتصال - عناصر منهجية - ترجمة فضيل دليو وآخرون، مخبر علم

الاجتماع ، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2004.

24. ليفنسون، بول. أحدث وسائل الإعلام الجديدة. تأليف بول ليفنسون. ترجمة هبة ربيع ، دار الفجر

للنشر و التوزيع، القاهرة، 2015.

25. محمد الدليمي، عثمان: مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب، دار غيدا للنشر والتوزيع، عمان

2019.

26. محمد الصاوي، محمد مبارك: البحث العلمي : أسسه وطريقة كتابته، القاهرة، المكتبة الأكاديمية،

1992.

27. مكاوي، حسن عماد، ليلي حسين السيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 6 ، القاهرة، الدار

المصرية اللبنانية، 2006.

28. منصورى، نديم: سوسيولوجيا الانترنت، منتدى المعارف، لبنان، 2014.

29. هتيمي، حسين محمود: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع،

ط1، الأردن، 2015.

30. ويمر، روجر ، دومينيك، جوزيف : مناهج البحث العلمي، ترجمة صالح خليل أبو اصبع، دمشق:

دار صبرا، 1988.

الجرائد والمجلات العلمية:

1. أفاية، محمد نور الدين: القوى الاجتماعية الثورة، لبنان، مجلة المستقبل العربي، العدد: 398، 2012.
2. الخشبيان، علي: جيل الفطرة الإلكترونية، جريدة الرياض، العدد: 16044، المملكة العربية السعودية، 2012.
3. العابد، سكيئة: الفيسبوك والحراك الشعبي الجزائري من التفاعل الاجتماعي إلى التفاعل السياسي، كندا، مجلة أصوات الشمال، <http://www.aswat-elchamal.com/ar/?p=98&a=60458>
4. العياضي، نصر الدين: التلفزيون: ما يخفيه التطور التكنولوجي، مجلة الإذاعات العربية، العدد: 03، تونس، 2011.
5. العياضي، نصر الدين: الحراك الجزائري و"فيسبوك"، صحيفة وموقع عربي الجديد، متاح على الرابط التالي <https://www.alaraby.co.uk/amp//opinion> :
6. الغول، وائل: رغم الأزمات. الصحافة الورقية في مصر تصارع من أجل البقاء، جريدة العين الإخبارية، متاح على الرابط التالي: <https://al-ain.com/article/99726>
7. الفطاطة، محمود: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين، الفيسبوك نموذجا، المركز الفلسطيني للتمية والحريات الإعلامية، فلسطين، 2011.
8. الناصري، سلام خطاب: وسائل الإعلام الجديد والوعي السياسي لدى الشباب، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 30، العراق، 2015.
9. أكبر صحيفة في إسبانيا ستودع الورق، جريدة الحياة اللندنية، متاح على الرابط التالي <http://www.alhayat.com/Articles/14325346/>

10. بدري، ابتسام: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وإحداث التغيير في دول الحراك العربي ، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 47، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017.
11. بسام ، احمد شريف، حمدي، وردة: سلطة وسائط الاتصال الجديدة على وسائل الإعلام التقليدية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 21، 2019.
12. بعزیز، ابراهيم: دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مراسل و ظهور صحافة المواطن، تونس : مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد رقم 3، 2011.
13. بنت مثنى أبو طالب، زينب: شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي، المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، العدد التاسع، ماي 2013.
14. جعفري، نبيلة: دور الإعلام الجديد في انتفاضات الشعوب العربية شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجا، مجلة الحكمة لدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد رقم 4، العدد 7، الجزائر 2016.
15. حمامي، الصادق: الإعلام الجديد والإعلام الكلاسيكي، بين الاتصال والانفصال، التلفزيون العمومي نموذجا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: 33، مصر، 2009.
16. حمراني، آمنة: دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي في الوطن العربي - دراسة وصفية-. مجلة الآداب والعلوم الإنسانية ، 2013.
17. حنوش، رنيم: « ذي إندبندنت » البريطانية تودع نسختها الورقية، جريدة الشرق الأوسط، متاح على الرابط التالي: <https://aawsat.com/home/article/60135>
18. ذو الفقار، شيماء: دور وسائل الإعلام الاجتماعية في التعبئة السياسية قبيل ثورة 25 يناير، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثالث، يناير - يونيو، 2011.

19. زرن، جمال: البيئة الجديدة للاتصال أو الإيكوميديا عن طريق صحافة المواطن، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 17، العراق، 2012.
20. سردوك، علي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الحق في التعبير والمعرفة في العالم العربي، الجزائر: جامعة قسنطينة 2، مجلة دراسات، عدد رقم 7، 2017.
21. سكي، سوسن، سبتي، فايزة: تطبيقات الإعلام الجديد في مجال التعليم العالي - المدونات التعليمية الإلكترونية نموذجاً - مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 24، أكتوبر 2016.
22. شرقي، إسماعيل: دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي السياسي في الوطن العربي - دراسة وصفية - مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 6، العدد الأول، 2021.
23. شريطي، فوزي: القيم الاخبارية في إدراجات موقع الفايبيوك قناة الجزيرة أنموذجاً، مجلة الحكمة لدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد رقم 2 العدد 4، الجزائر، 2014.
24. شيخاني، سميرة: الإعلام الجديد في عصر المعلومات: مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول، دمشق، 2010.
25. عبادي، إيمان، بن مزاري، فريال: الصراع و التكامل بين الصحافة الورقية و الصحافة الإلكترونية دراسة مسحية لمجموعة من الأدبيات العلمية، مجلة سوسيولوجيا، المجلد 1، العدد 3، الجزائر 2017.
26. عبد الجبار، أحمد عبد الله وآخرون: دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، العدد: 44، العراق، 2012.

27. علي، خالد صلاح الدين: الديمقراطية الرقمية : تطبيقاتها العالمية وآفاق مستقبلها في الوطن العربي في إطار تحليل النظم العامة، تونس ، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد رقم 3، 2011.
28. علي، خالد صلاح الدين: الديمقراطية الرقمية: مصطلح يجسد التفاعل بين السياسة والإعلام الرقمي، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، مجلة منار الجامعة، 2010.
29. عيساني، رحيمة: الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 20، العراق، 2013.
30. غزالي، محمد، صابر لامية: انعكاسات الاعتماد على شبكات الإعلام الاجتماعي في تحصيل المعرفة العلمية - دراسة ميدانية في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، عدد 27، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
31. قيراط، محمد: الشبكات الاجتماعية والتعبئة السياسية، جريدة البيان الإماراتية، <http://www.albayan.ae/opinions/articles/2012-03-02-1.1603047>
32. كاريل، ميرفي: جيل تويتر، شباب الربيع العربي يعيد صياغة مستقبله، مجلة العرب الدولية، العدد: 1568، لندن، 2011.
33. مقلد، دينا: مرة جديدة، إنها ليست ثورة الفيسبوك، مجلة المجلة، العدد: 1566، المملكة المتحدة، 2011.
34. نبار، ربيعة ، مقاوسي، كريمة: جدلية العلاقة بين الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد، مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية العدد 68، الجزائر، 2020.

المذكرات والرسائل الجامعية:

1. إبراهيم، أحمد طه محمد: دور المضامين السياسية على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تنمية الوعي السياسي للمراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2016.
2. البديري، أسماء: الإعلام الجديد و الحركات الاجتماعية تحليل أنثوجرافي للنصوص المدونة على الموقع الرسمي لحركتي "كفاية" و "شباب 6 أفريل" رسالة ماجستير منشورة، مجلة كلية البنات، العدد 18، الجزء 3، جامعة عين شمس، 2016.
3. الرعود عبد الله ممدوح، مبارك: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر وتونس من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2011.
4. القحطاني، صالح بن علي آل شايح: إسهامات الإعلام الإلكتروني الجديد في تعزيز البرامج الإعلامية بالدفاع المدني السعودي، أطروحة دكتوراه، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2012.
5. بسام، أحمد شريف: دور وسائط الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في العالم العربي الجزائر "أنموذجاً" دراسة وصفية تحليلية على عينة من الطلبة الجامعيين المستخدمين لمواقع الشبكات الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 3، كلية الإعلام، قسم الإعلام، 2017.
6. بعزيز، إبراهيم: مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 03، قسم الإعلام والاتصال، 2014.

7. بن جميل الميمان، أحمد: **توظيف المؤسسات الأمنية لوسائل الإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي في مجالات التوعية الأمنية بالمملكة العربية السعودية**، أطروحة دكتوراه، جامعة نايف للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، 2015.
8. بن عون، منى: **الشبكات الاجتماعية وتفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري: دراسة تحليلية ميدانية لعينة من الشباب الجامعي - جامعة تبسة نموذجاً -**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة باجي مختار عنابة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2017.
9. بن قفة، سعاد، **المشاركة السياسية في الجزائر - أليات التقنين الأسري نموذجاً (1962-2005)**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة محمد خيضر - بسكرة، قسم العلوم الاجتماعية، 2012.
10. حسانين، أسامة محمد عبد الرحمن: **دور الفيسبوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري**، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الاطفال، 2014.
11. حسين، جيهان حسن أمين: **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي - دراسة حالة لشباب ثورة 25 يناير**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، معهد الدراسات التربوية، قسم تعليم الكبار، 2014.
12. رفاعي، أحمد محمد حسن: **العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2014.

13. صيشي، يسري: دور الإعلام الجديد في ترتيب أولويات النخبة تجاه القضايا السياسية الراهنة- دراسة حول عينة من الأساتذة بالجامعة الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة، قسم الاتصال والعلاقات العامة، 2019.

14. غمري، أحمد محمد منير أمين: دور الشبكات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2016.

15. فورار، أحمد أمين: أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسية للطلاب الجامعي- دراسة استطلاعية لعينة من الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 03، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2011.

16. محمد عزوز، هويدا: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الشباب المصري نحو القضايا السياسية بعد ثورة 25 يناير، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنوفية كلية الآداب، قسم الإعلام، 2014.

17. مرواني، محمد: أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائط الميديا الجديدة، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مستغانم، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، قسم علم الاجتماع، 2019.

18. مكارم، عبد الحكيم عبد الله عمر: دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي"- دراسة ميدانية على طلاب الجامعات اليمني، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2009.

أعمال الملتقيات و المؤتمرات:

1. خالد، محمد بن سعود بن: مصادر المعلومات الإعلامية بين التقليد والواقع، التجربة السعودية، ورقة مقدمة لندوة الإعلام السعودي: سمات الواقع واتجاهات المستقبل، المنتدى الإعلامي الاول، الرياض 2003.
2. زيادة، جلال الدين الشيخ: العلاقة بين الإعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي، ورقة مقدمة على الملتقى الدولي: مؤتمر التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2015.
3. كاتب، سعود صالح: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، التحديات والفرص، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، المملكة العربية السعودية، 2011.
4. محمد نصر، حسني: اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة، ورقة مقدمة إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 2015.
5. هميسي، رضا: الإعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الأمن الوطني، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي العلمي: دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب، المملكة العربية السعودية، 2014.

مواقع الانترنت ومراكز الدراسات:

1. انا أرى، برنامج على العربية متاح على الرابط التالي: <http://www.alarabiya.net/ar/ana-ara>
2. أنا الشاهد، برنامج على بي بي سي: متاح على الرابط التالي: https://www.bbc.com/arabic/tvandradio/2013/05/000000_eye_witness
3. اوربان، توماس : التخلي عن المطبوعات اليومية حل قد يسمح للصحف الورقية الصمود، متاح على الرابط التالي: <http://www.france24.com/ar/>

4. الجزيرة نت، أرباح فيسبوك ترتفع نحو 94% خلال الربع الأول، متاح على الرابط التالي:
<https://www.aljazeera.net/ebusiness>
5. الخوري، نسيم: الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، سلسلة أطروحات الدكتوراه، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005.
6. الروز، حسن مظفر: فضاء التواصل الاجتماعي العربي، جماعته المتخيلة وخطابه المعرفي، لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية، 2016.
7. السيد، فاطمة الزهراء: ميكانيزمات التعايش والتنافس بين الصحافة الإلكترونية العربية ومنصات الإعلام الاجتماعي، مركز الجزيرة للدراسات، 2019، ص13. متاح على الرابط التالي:
https://studies.aljazeera.net/sites/default/files/articles/mediastudies/documents/6f3cc2c2bc6440b197bd8a3b45a4a96d_100.pdf
8. الدلقموني، رماح : وسائل التواصل الاجتماعي حقائق وأرقام، الجزيرة نت ، متاح على الرابط:
<https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology>
9. العززي، وديع: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني.دراسة على طلبه الجامعات، جامعة صنعاء ،اليمن، متاح على الرابط التالي:
<https://www.researchgate.net/publication>
10. الفطافطة، محمود: الإعلام الجديد رقابة ناعمة وحرية بلا قيود، مجلة تسامح، العدد34، مركز رام الله لدراسات حقوق الإنسان، فلسطين، 2011.
11. الكبسي، محمد علي: كيمياء الربيع التونسي والعربي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر، 2014.
12. المالكي، أحمد وآخرون: الانفجار العربي الكبير في الابعاد الثقافية والسياسية، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسة، قطر، 2012.
13. برنامج مراقبون، <http://observers.france24.com/ar/static/about>.

14. برنامج نقطة حوار: متاح على الرابط التالي:
https://www.bbc.com/arabic/tvandrudio/2011/01/000000_talking_point
15. بلعيد، نهى: الإعلام الجديد والتغيير السياسي في زمن الثورات العربية، المرصد العربي للصحافة، متاح على الرابط التالي: <http://aio-ar.org/>.
16. تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: الإعلام الاجتماعي والحراك المدني، تأثير الفيسبوك وتويتر، الإصدار الثاني، كلية دبي للإدارة الحكومية، الإمارات، 2011.
17. تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: واقع الإعلام الاجتماعي في العالم العربي، عامان بعد الحراك الشعبي، كلية دبي للإدارة الحكومية، الإمارات، 2013.
18. تقرير نظرة على الإعلام العربي 2009-2013، الإصدار الثالث، نادي دبي للصحافة، الإمارات العربية المتحدة، 2010.
19. دياموند، لاري: شبكة المعرفة الانتخابية، متاح على الرابط التالي:
<https://aceproject.org/ace-ar/topics/me/meb/mab02e>
20. ديبيرت، رونالد، هوزينسكي، رافال: التحرر أم التحكم، مستقبل الفضاء الإلكتروني، الإمارات، دراسات مترجمة، العدد: 58، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، 2013.
21. زرن، جمال: الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات، متاح على الرابط التالي:
<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/03/170327082425295.html>
22. صفحة أنا الشاهد على الفيسبوك متاح على الرابط التالي:
https://www.facebook.com/pg/BBCArabicShahid/about/?ref=page_internal
23. صفحة برنامج نقطة حوار على الفيسبوك متاح على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/hewarbbc/>

24. صفحة مراقبون- فرانس 24 على الفيسبوك متاح على الرابط التالي:
<https://www.facebook.com/pg/FRANCE24.Observers.Arabic/about/?ref=page>
25. عادل خالدي: كيف ساهم الإعلام الاجتماعي في حراك الجزائر،
<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/669>
26. عبد المقصود، نها. (نوفمبر 2018). نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: الأسس والمنطلقات، المعهد المصري للدراسات، تاريخ الزيارة 5 فيفري 2020، من <https://eipss-eg.org>
27. لاري، دايmond: تكنولوجيا التحرر، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، دراسات مترجمة، العدد 58، الإمارات، 2013.
28. محمد عوف، ميرفت: المواطن الصحفي وحرية التعبير في فلسطين: غزة نموذجاً، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، فلسطين، 2015.
29. مركز المحاسب للاستشارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، دار المحاسب للنشر والتوزيع، الرياض 1438، هجري.
30. مكرم، رانيا: التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي، المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية، مصر، 2014.
31. موسوعة الجزيرة للدراسات، متاح على الرابط التالي:
<https://www.aljazeera.net/encyclopedia/events>
32. هوارد، فيليب، زممل، حسين: مصر وتونس، دور وسائل الإعلام الرقمية، دراسات مترجمة: العدد:58، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الإمارات، 2013.
33. هينسليف، غابي: شبكة المعرفة الانتخابية، متاح على الرابط التالي:
<https://aceproject.org/ace-ar/topics/me/meb/mab02e>

مراجع باللغة الأجنبية:

1. Balle , Francis: **dictionnaire des medias**, la rousse, paris,1998.
2. Barry, Ellen : **Protests in Moldova Explode, With Help of Twitter**, The New York Times,
http://www.nytimes.com/2009/04/08/world/europe/08moldova.html?_r=1
3. Carthew, A . (2010) :**Thaksin’s Twitter revolution — How the Red Shirts protests 23 increase the use of social media in Thailand** , in Behnke, P. Social Media and Politics: Online social networking and political communication in Asia (Konrad Adenauer Foundation: Singapore).https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=8176a4af-5ab3-f969-1f07-4aaca7069dc3&groupId=252038
4. Deuze,M. and Paulussen,S: **online journalism in the Low Countries: Basic, Occupational and Professional Characteristics of Online Journalists in Flanders and the Netherlands**, European Journal of Communication, vol: 17, N: 02, london, 2002.
5. Downey, Nthony :**Uncommon Grounds: New Media and Critical Practices in North Africa and the Middle East** , I.B.Tauris, London, 2014.
6. H, Hale. G, Sasse. «**Ukraine: Democracy in Danger**», Journal Democracy, Vol21, No3.from: <https://www.journalofdemocracy.org/wp-content/uploads/2012/01/Diamond-21-3.pdf>
7. J, Macnamara. « **E-Electioneering: Use of new media in the 2007 Australian federal election**», University of Technology.
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.466.1919&rep=rep1&type=pdf>
8. Kemp, Simon .(11 FEBRUARY, 2021) .**datareportal** من. تاريخ الزيارة
،2021datareportal.com: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>

9. L, Diamond.(2010) : **Liberation Technology**, Journal Democracy, Vol21, No3. from: <https://www.journalofdemocracy.org/wp-content/uploads/2012/01/Diamond-21-3.pdf>
- 10.Lhéréte, Héloïse: **Internet tuera-t-il la presse ?** ,Sciences humaines, N: 17, France, 2009. Disponible sur le lien : https://www.scienceshumaines.com/internet-tuera-t-il-la-presse_fr_24578.html
- 11.Mihal ,Colleen :**Democracy, Citizens' Media, And Resistance** , A Study Of The New River Free Press, Master of Arts, Department of Communication, Virginia Polytechnic Institute and State University, 2004.
- 12.Pavlik, John V: **Journalism and New Media**.New York, Columbia University Press, 2001
- 13.Philip N. Howard and Muzammil M. Hussain: **Democracy's Fourth Wave, Digital Media and the Arab Spring**, Oxford Studies in Digital Politics, USA, 2013.
- 14.Shirky , C :**The Political Power of Social Media, foreign affairs**,America. from : <https://www.foreignaffairs.com/articles/2010-12-20/political-power-social-media>
- 15.Yin Zhang, and Tung Tang Shing: **Why and How Facebook Satisfies You: Collective Self-Esteem, Emotional Openness, Communication Apprehension as Predictors of Facebook Uses and Gratifications**, Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Boston, 2009.

ملاحق الدراسة

جامعة باجي مختار - عنابة
كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث

بعد التحية والتقدير

في إطار تحضير أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال الموسومة بـ:
**الإعلام الجديد وإنماء الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، دراسة لعينة من مستخدمي
الفيسبوك"**

نرجو من سيادتكم المحترمة التفضل بالإجابة بعناية على هذه الاستمارة، ووضع علامة (X) أمام
الخانة المناسبة، ونحيطكم علما بأن المعلومات التي تدلون بها تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط مع
خالص التقدير والشكر لتعاونكم في انجاز هذه الدراسة.

إعداد الطالب:

عثمانية عبد القادر

السنة الجامعية 2020/2019

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1/ الجنس:

ذكر أنثى

2/ السن:

18 إلى 23 سنة 24 إلى 29 سنة 30 إلى 35 سنة 36 إلى 40 سنة

3/ المستوى التعليمي:

إبتدائي متوسط ثانوي جامعي دراسات عليا

4/ الإنتماء لحزب سياسي:

نعم لا

المحور الثاني: الشباب و الفيسبوك في حالة عدم الاستقرار

الرقم	العبارات	موافق	محايد	معارض
05	الخوف من المستقبل دفعك إلى البحث في الفيسبوك عن معلومات حول الواقع السياسي			
06	أثناء تصفحك للصفحات السياسية تعطي الأولوية للقضايا الطارئة على القضايا المستمرة			
07	الخوف من النظام دفعك إلى التعبير عن رأيك في الفيسبوك			
08	عدم ثقتك في النظام الحالي دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك			
09	تنفر من وسائل الإعلام التقليدية لعدم وجود حيز للتعبير عن معتقداتك السياسية			

			عدم ثقتك في وسائل الإعلام التقليدية دفعك إلى الاعتماد على الفيسبوك	10
المحور الثالث: الاحتياجات و درجة الاعتماد على الفيسبوك				
الرقم	العبارة	موافق	محايد	معارض
11	استخدامك للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة المترشحين للانتخابات الرئاسية الحالية			
12	زادت ثقافتك السياسية أكثر منذ أن أصبحت تتصفح الصفحات السياسية			
13	الاستخدام المكثف للصفحات السياسية ولد لديك رغبة في الانتخاب			
14	تقوم بتسجيل الإعجاب على المنشور السياسي في الصفحات السياسية			
15	تقوم بإعادة نشر ومشاركة المواضيع السياسية التي تتناسب مع توجهاتك			
16	الاستخدام المكثف للصفحات السياسية أدى بك إلى معرفة الأوضاع في البرلمان الحالي			
17	من خلال تصفحك للصفحات السياسية أصبحت لديك فكرة عن البرامج الانتخابية لكل مترشح			
المحور الرابع: القنوات البديلة و درجة الاعتماد على الفيسبوك.				
الرقم	العبارة	موافق	محايد	معارض
18	أعتمد على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على			

			تقوم الأحزاب السياسية المعارضة بتسويق أفكارها باحترافية	31
			لديك ثقة في المعلومات المقدمة من طرف الاحزاب السياسية المعارضة	32