

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

مسار: علم الاجتماع الاتصال



مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر تخصص علم الاجتماع الاتصال

الموسومة ب:

الاتصال السياسي عبر موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)

دراسة ميدانية على عينة من الفيسبوكيين.

تحت إشراف الأستاذة:

بوشي فوزية

من إعداد الطلبة:

- بوجلابة ميسوم

- تعمي حسين

الموسم الجامعي: 2018/2017

الإهداء:

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا
بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك.

تبعثرت أوراقى فأخذت أجمع أشناتها لأضمنها بكلمات إهداء ومحبة فوجدت أطيافا جميلة
تتراءى أمام ناظري وفي مخيلتي أناس أفاضل يعجز اللسان عن بيان فضلهم خلال
تحصيلي العلمي وخاصة أُمي الحنون وأبي العزيز أطال الله عمرهما وإلى أخوتي
وأخواتي الأعزاء

وإلى أصدقائي وأخص بالذكر: شلف يعقوب، بالفوضيل رضا، فراجي رابح، بن علي
أيوب، سي الطيب محمد، يوسف محمد أمين، صديقي محمد، بن جاب الله محمد، لاراشي
عبد الهادي، بن شهرة أحمد

و إلى كل من نسيهم قلبي وتفكرهم قلبي

ولي الشكر الجزيل للأستاذة بوشي فوزية التي تكبدت عناء الإشراف على هذا العمل ولم
تبخل علينا بنصائحها

إلى كل ساع للعلم و المعرفة

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدنا و عملنا المتواضع

الإهداء:

إلى الذين قال فيهما الله سبحانه و تعالى ((و بالوالدين إحسانا)) اعترافا بفضلهما ووفاء لبعض من حقوقهما علي، و تعبيراً عن شعوري بالامتنان العميق نحوهما ، ولقد وددت لو أن الشعور بالامتنان يصاغ فلائذ من شعر و نثر لطوقتهما بأجمل قلادة و كلمات الشكر كحقول الورد و الزهر تختصر كلها في قارورة عطر لقدمت لهما أكبر و أحلى قارورة.

و كل هذا المجهود لهما كأول ثمرة للخرس التي تعهداها.

إلى الذي تعهدني برعايته خلال مسيرتي الدراسية

إلى من لمست فيهم الأخوة و الوفاء

إلى الذي لمست فيه روح التسامح و حب التضحية

إلى الذي شاركني الحياة الأسرية و هموم الدنيا فكان نعم الصديق

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدنا و عملنا المتواضع

الحسين

الشكر:

الحمد لله عز وجل الذي وفقنا و أمدنا بالعون لإتمام هذا العمل و منحنا

الصبر و القوة و العزيمة لإنجازه بهذه الصورة

نتقدم بجزيل شكرنا و خالص تقديرنا و امتناننا إلى أستاذتنا :

د. بوشي فوزية

الذي تفضلت بالإشراف على هذه المذكرة ، و لم تتوان في تقديم كل توجيهاتها

و إرشاداتها القيمة و تشجيعها المتواصل طوال مدة الدراسة .

كما نتقدم بالشكر الجزيل لكل أساتذة علم الاجتماع بجامعة ابن خلدون-تيارت-

و في الأخير نتوجه بالشكر إلى كافة الزملاء و الزميلات في قسم علم الاجتماع

الفهرست

الصفحة	محتويات الدراسة
أ	كلمة شكر.
ج	الفهرست.
س	قائمة الجداول.
مقدمة عامة	
12	تمهيد.
14	1/ الدراسات السابقة:
14	1.1/ عرض للدراسات السابقة.
17	2.1/ تعقيب على الدراسات السابقة.
18	2/ إشكالية الدراسة.
19	3/ فرضيات الدراسة.
19	4/ أهمية الدراسة.
20	5/ أهداف الدراسة.
20	6/ مفاهيم الدراسة.
22	7/ الإجراءات المنهجية للدراسة:
22	1.7/ منهج الدراسة.
23	2.7/ الأدوات المنهجية للدراسة.
24	3.7/ المقاربة النظرية للدراسة.
24	8/ مجالات الدراسة.
24	1.8/ المجال المكاني.

24	2.8 / المجال الزمني.
25	3.8 / المجال البشري
25	9 / عينة الدراسة و خصائصها.
28	10 / صعوبات الدراسة.
الفصل الاول : مقدمة في دراسة الإتصال والإتصال السياسي	
30	1-1 / الإتصال ، تحديد مفاهيمي
30	1-1-1 / تعريف الإتصال
31	1-1-2 / التطور التاريخي للإتصال في المجتمع
32	1-1-2-1) مرحلة الإتصال عبر الرموز والإشارات
35	1-1-2-2) مرحلة الإتصال عبر وسائل الإعلام الحديثة
37	1-1-2-3) - مرحلة الإتصال عبر وسائل الإعلام الإلكترونية
38	1-1-3 / أهم مجالات ممارسة الإتصال
39	1-2) الإتصال السياسي: بحث في المفهوم ضمن الإطار السوسيو سياسي
39	1-2-1 / تعريف الإتصال السياسي
40	1-2-2 / نشأة و مراحل تطور الإتصال السياسي
40	أ- مرحلة الإتصال السياسي العمودي
41	ب- مرحلة الإتصال السياسي الافقي
41	1-2-3 / وظائف الإتصال السياسي
44	الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي و الفايسبوك
44	2-1-1 / تعريف مواقع التواصل الإجتماعي
44	2-1-2 / أهم مواقع التواصل الإجتماعي

45	2-1-3 / الأهمية السوسيوسياسية لمواقع التواصل الإجتماعي
45	2-1-3-1 (1) الأهمية في الحياة السياسية
46	2-1-3-2 (2) الأهمية في الإنتخابات
46	2-1-3-3 (3) الأهمية في حياة العامة
47	2-2 (2) الفايسبوك: قراءة في المفهوم والخصائص والوظائف الإجتماعية:
47	2-2-1 / تعريف الفايسبوك
47	2-2-2 /: خصائص الفايسبوك
49	2-2-3 /: الوظائف الإجتماعية للفايسبوك
الفصل الثاني: عرض نتائج الدراسة الميدانية	
51	1-1 / عرض وقراءة و تحليل نتائج الفرضية الأولى.
64	1-2 / عرض وقراءة و تحليل نتائج الفرضية الثانية.
75	2 /مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.
خاتمة عامة	
78	1 / النتائج العامة للدراسة.
78	2 /مناقشة فرضيات الدراسة.
85	3 /استنتاج عام للدراسة.
87	قائمة المراجع.
قائمة الملاحق.	

قائمة الجداول :

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(01)	توزيع المبحوثين حسب فئة الجنس	26
(02)	توزيع المبحوثين حسب الفئة العمرية	26
(03)	توزيع المبحوثين حسب المستوى الدراسي	27
(04)	توزيع المبحوثين حسب المستوى المعيشي	27
(05)	توزيع المبحوثين حسب مكان الإقامة	28
(06)	توزيع المبحوثين حسب ساعات استخدام الفايسبوك	28
(07)	توزيع المبحوثين حسب اعتبار الفايسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية و حرص المبحوثين على متابعة باستمرار أخبار السلطة السياسية	51
(08)	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين الفايسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية و حرص المبحوثين على متابعة باستمرار أخبار السلطة السياسية	52
(09)	توزيع المبحوثين حسب هل لديك الحرية في وضع المعلومات التي تراها مناسبة و تنشر معلومات تنتقد فيها السلطة السياسية	53
(10)	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين هل لديك الحرية في وضع المعلومات التي تراها مناسبة و هل تنشر معلومات تنتقد فيها السلطة السياسية	54
(11)	توزيع المبحوثين حسب تعرضك للمعلومات يجعلك تفكر في نفس اتجاهها و نشر معلومات تنتقد فيها السلطة السياسية	54
(12)	توزيع المبحوثين حسب ثققتهم بمصادقية معلومات الفايسبوك و تعرضهم لها يجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها	55
(13)	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين ثققتك بمصادقية المعلومات التي تنشر عبر الفايسبوك وتعرضك للمعلومات يجعلك تفكر في نفس اتجاهها	56

57	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين هل تعرضك للمعلومات يجعلك تفكر في نفس اتجاهها و نشر معلومات تنتقد فيها السلطة السياسية	(14)
57	توزيع المبحوثين حسب ثقتهم بمصداقية معلومات الفايسبوك وثقتهم بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية	(15)
58	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين مصداقية معلومات الفاسبوك بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية	(16)
58	توزيع المبحوثين حسب الاستعداد لتلقي المعلومات البديلة و الثقة بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية	(17)
59	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين الإستعداد لتلقي المعلومات البديلة و الثقة بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية	(18)
60	توزيع المبحوثين حسب مجرد الإحساس أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي بك إلى التشكيك بمصداقية أخبارها و الإيمان بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية	(19)
61	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين مجرد الإحساس أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي إلى التشكيك بمصداقية أخبارها و الثقة بالمعلومات التي تنشرها السلطة السياسية	(20)
62	توزيع المبحوثين حسب المعلومات التي تحظى بالقبول لديهم ومدى حرصهم على متابعة السلطة	(21)
63	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين المعلومات التي تحظى بالقبول لدى المبحوثين ومدى حرصهم على محاسبة السلطة	(22)
64	توزيع المبحوثين حسب كون الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين الساسة والمواطنين علاقتك بالسلطة السياسية	(23)
65	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين الساسة والمواطنين علاقتك بالسلطة السياسية	(24)
65	توزيع المبحوثين حسب كون الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و اعتبارهم انتقاد السلطة السياسية هو	(25)

	انحراف بالإعلام	
66	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام	(26)
67	توزيع المبحوثين حسب كون الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و الرغبة في تغيير السلطة السياسية	(27)
68	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و الرغبة في تغيير السلطة السياسية	(28)
68	توزيع المبحوثين حسب سماح الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام	(29)
69	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين سماح الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام	(30)
70	توزيع المبحوثين حسب سماح الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي يجب أن يحافظ عليه المواطن	(31)
71	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين سماح الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي يجب أن يحافظ عليه المواطن الذي ينشره عبر الفايسبوك	(32)
71	توزيع المبحوثين حسب غرضهم في إعادة نشرهم لمعلومات الفايسبوك	(33)
72	توزيع المبحوثين حسب زيادة النقاشات عبر الفايسبوك من قدرتك على تحليل الأحداث السياسية و الوظيفة الأبرز لمنشوراتك	(34)
73	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين زيادة النقاشات عبر الفايسبوك من قدرتك على تحليل الأحداث السياسية و الوظيفة الأبرز لمنشوراتك	(35)

73	توزيع المبحوثين حسب سماح هذه النقاشات باتخاذ القرارات السياسية و الرغبة في تغيير السلطة السياسية	(36)
74	التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين سماح النقاشات عبر الفايسبوك باتخاذ القرارات السياسية و رغبة المبحوثين في تغيير السلطة السياسية	(37)
74	توزيع المبحوثين حسب أسلوب النقاش السياسي المعتمد غالبا في الفايسبوك	(38)

مقدمة

تمهيد:

تمثل طبيعة العلاقة القائمة بين النظام السياسي ومختلف القوى التي يمثلها أفراد المجتمع أحد أهم المعايير في تقويم مستوى الإستقرار السياسي، وقدرة النظام السياسي ذاته على تحقيق أهداف المجتمع، ومع تطور النظم السياسية الحديثة لم تعد السلطة السياسية وحدها هي القوة المؤثرة في استقرار النظام السياسي وتحقيق أهدافه بل ظهر الرأي العام بوصفه قوة لها اعتبارها في اتخاذ القرارات وتحديد السياسات العامة في المجتمع، وأصبح لزاما على السلطة السياسية في الدولة الحديثة مراعاة أفراد مجتمعها في رسم سياستها بعد أن تكونت لديها القناعة الكاملة به، وبأنها تستمد قوتها وثباتها ووجودها من هذا المجتمع.

وترتبط وسائل الإعلام بالقيم والنظم الإجتماعية والسايسية، فهو بأدواته يعد من أشكال العمل السياسي، وكما ان الممارسة السياسية اليومية تمس مجالات الحياة البشرية وتهم الرأي العام الداخلي والخارجي لذا فإن الإعلام بوسائله ينبغي فهمه على أساس سياسي لأنه يمارس بشكل يومي ويمس الحياة العامة للمجتمع ومن هنا برزت أهمية وسائل الإعلام وحاجة الدول لها ابتداء من المفهوم التقليدي لدور وسائل الاعلام الذي كان يقتصر على خدمة السلطة بجميع نشاطاتها، ودعم توجهاتها وتحسين صورتها أمام أفراد المجتمع إلى أن وصل الأمر إلى العمل بالمفهوم الحديث "المشاركة الديمقراطية عبر وسائل الاعلام، بفعل الإعلام الجديد الذي قام بتعزيز هذا الدور، فأصبح أداة في خدمة الأفراد ولسانها الناطق، و أوضاعها خاصة مع الحراك الاجتماعي الذي أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي. حيث أصبح الأفراد يستخدمون هذه الوسائل و في مقدمتها الفايسبوك،:

-لمناقشة القضايا السياسية التي أصبحت مكونة أساسية للنقاش العام، حيث أصبحت متداولة بين الأفراد.

_كوسيلة معارضة ضد النظام السياسي، وتعتبر ثورة مصر وتونس والثورات العربية الأخرى مثالا عن ذلك .

كوسيلة للاحتجاج ما يطلق عليه " الاحتجاج الرقمي" عن طريق تنظيم حملات الكترونية، و نذكر على سبيل المثال حملة " خليها تصدي" على خلفية ارتفاع أسعار السيارات.

و كأداة للتواصل السياسي مع الحكام حيث لعبت دورا مهما خلال الانتخابات الرئاسية الامريكية 2008 ، حيث استخدمها الرئيس الأسبق باراك أوباما خلال ترشحه آنذاك للتواصل مع الجمهور عبر صفحته.

فمع الفاييسبوك عرفت المشاركة السياسية زيادة في ممارستها، و بذلك بذلك الإعلام وسيلة في خدمة السلطة بل في خدمة الأفراد عن طريق ممارسة النشاط السياسي غير الرسمي و هو ما يطلق عليه في أدبيات الاتصال " الاتصال السياسي غير الرسمي".

و ارتكازا إلى ما سبق ذكره، وقع اختيارنا لموضوع دراستنا الحالية التي حاولنا فيه الإجابة عن التساؤل الجوهرى: هل يؤثر النشاط السياسي الذي يقوم به الافراد (الفاييسبوكيون) عبر الفاييسبوك على سياسة السلطة؟

و تحقيقا لذلك جاءت دراستنا مقسمة إلى:

_مقدمة عامة شملت: تناولنا فيه عرض لدراسات سابقة مشابهة لموضوعنا، وعرض لأهداف وأهمية وإشكالية الدراسة ، ووضع الفرضيات، وتحديد لمفاهيم الدراسة، كما قمنا بعرض المنهج الذي استخدمناه والأدوات التي اعتمدنا عليها ، و قمنا بعرض خصائص عينة بحثنا.

_قسم نظري: شمل فصلين هما:

-فصل أول: مقدمة في دراسة الإتصال والاتصال السياسي

-فصل ثاني: مواقع التواصل الاجتماعي و الفاييسبوك،

_قسم ميداني: شمل معطيات العمل الميداني: حيث عرضنا فيه نتائج الفرضيتين،.

_ و خاتمة عامة: شملت النتائج العامة التي تم التوصل إليها، و كذا مناقشتها في ضوء الفرضيات، و الاستنتاج العام.

1) الدراسات السابقة:

فيما يلي عرض لأهم الدراسات التي تناولت موضوع الاتصال السياسي ومواقع التواصل الاجتماعي.

- الدراسة المحلية*:

دراسة محمد أمين عبوب الموسومة ب " تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً - دراسة استكشافية وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر 2012 ".
حيث طرح القائم بالبحث في الإشكالية التساؤل الآتي:

- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مجتمعات افتراضية على شبكة الانترنت كوسيلة لتداول المعلومات بين مستخدميها؟ و تحقيقاً لذلك قام الباحث بمسألة 188 مفردة إناث، 233 مفردة ذكور من جنسيات مختلفة في الفترة الممتدة من جويلية إلى نوفمبر 2012 عن طريق استخدامه لأداة الاستمارة.
وأسفرت هذه الدراسة عن مجموعة من النتائج من أهمها:

- إن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يشككون في مصداقية المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت عامة والشبكات الاجتماعية خاصة، وأن عدد كبير من مستخدمي هذه الشبكات يقومون بنشر معلومات شخصية على هذه المواقع المفتوحة مع اقتناعهم بأنها ليست في مأمن داخلها، المعلومات المتداولة داخلها هي ذات طابع اجتماعي تمس اهتمامات الحياة العامة.

دراسة منصورى فاطمة الزهراء: "دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية" (دراسة حالة الحملة الانتخابية لحزب التجمع الوطني الديمقراطي خلال تشريعات 2012) مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

هدفت الدراسة إلى إبراز العلاقة بين الاتصال السياسي و المشاركة الانتخابية و تبيان الدور الذي تقوم به آليات الاتصال السياسي لتفعيل المشاركة الانتخابية .
حيث طرحت القائمة بالبحث الإشكال التالي: كيف يعمل الاتصال السياسي على تفعيل المشاركة الانتخابية؟

و استخدمت القائمة بالبحث المنهج الوصفي مع أداة المقابلة وكذا الملاحظة.
و توصلت إلى أهم النتائج التالية:

-نسبة المشاركة الانتخابية في تشريعات 2012 التي كانت بنسبة 43.14% هي نسبة هزيلة بالمقارنة مع الإمكانيات المسخرة من قبل الدولة في مجال الدعاية الانتخابية و

* اعتمدنا على مذكرات ماستر لندرة الدراسات المحلية المشابهة لدراستنا.

هذا يبين أن البرامج الانتخابية مهما كان حجمها و نوعيتها و ضخامة الوسائل المستعملة فيها لا تساهم بشكل كبير في تفعيل المشاركة الانتخابية و ذلك يرجع حسب المحليين أن الناخب الجزائري لا يثق بالمرشحين للانتخابات سواء كانوا أحرار أو ضمن الأحزاب و هذا من أكثر العوامل التي تؤدي إلى انخفاض المشاركة الانتخابية.

-وسائل الإعلام هي همزة وصل بين المرشحين من جهة و الناخبين من جهة أخرى لها دور فعال في توجيه الرأي العام نحو المشاركة الانتخابية في وقتنا الراهن أهم قنوات الاتصال السياسي و الأكثر قرب الأفراد و لكن دورها يكون أكثر فعالية كلما كانت تتميز بالحرية و الاستقلال عن السلطة و التزمت الحياد، لكن هذه الفاعلية تتلاشى إذ كانت تابعة للدولة و ليس لها استقلال خاصة الاستقلال المالي فتكون أداة لدى الحكام تخدم فقط مصالح صناع القرار و توجهاتهم.

دراسة غزال مريم و شعوبي نور الهدى: "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين"، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص اتصال و علاقات عامة ، جامعة قاصدي رابح، ورقلة.2014

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على حلقة من حلقات الإعلام الجديد و آفاقه الواسعة، و أشكاله المتنوعة و التعرف على مدى انتشار هذه المواقع في أوساط الطلبة و الفترة الزمنية في استعمال هذه المواقع .

التعرف على درجة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي و علاقته بالوعي السياسي على برامج التواصل الاجتماعي و تأثيرها على الطلبة في عصر العولمة و تكنولوجيايات الاتصال و الإعلام.

و قام القائمان بالبحث بطرح الإشكال التالي: كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين؟

واقترضا القائمان بالبحث تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة حسب استخدامهم لها، وقد اعتمدا على المنهج الوصفي و أداة الاستمارة والملاحظة.

وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

استطلاع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على فئة الطلبة التي هي أكثر تعرضا لهذه المواقع حسب العديد من الدراسات.

الطلبة الجامعيين الجزائريين يتعرضون لهذه المواقع بشكل متزايد كما أن الدراسة تؤكد وجود تأثير سياسي لهذه المواقع على مستخدميها من الفئة المعنية بالدراسة و رغم أن بهذا التأثير ايجابي في جوانبه إلا أن ذلك لا يعني وجود تأثيرات سياسية سلبية خاصة ينشر توجهات معينة داعمة للوحدة الوطنية و الهدف إلى الحفاظ على الهوية الوطنية على سبيل المثال السياسات المتصرفة و العنصرية نستطيع القول أن هذه الوسائل تمكن من تشجيع الطلبة على إبداء آرائهم بمختلف الدلالات السياسية و الاجتماعية و

الثقافية و على الاهتمام بالشأن السياسي العام حتى تتضح لهم الصورة السياسية من خلال تقديم الأخبار على المستوى المحلي و العالمي مما يؤدي إلى إدراك الطلبة لأهمية الوعي السياسي في حياتهم.

1-1-2- الدراسات العربية:

دراسة سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود الموسومة ب: "الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي" (دراسة ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودي)، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، السعودية، 2006.

هدفت إلى التعرف على طبيعة المضمون السياسي لوسائل الإعلام السعودي ومصادره، والتعرف على طبيعة القضايا والأفكار السياسية لدى الجمهور ومصادره بذلك وعلاقته بوسائل الاعلام السعودية، وكذلك معرفة مدى تلبية وسائل الاعلام السعودية لاهتمامات الجمهور السياسية والعوامل المؤثرة في ذلك.

وقام الباحث بطرح الإشكال الآتي:

تساؤلات خاصة بمضمون وسائل الاعلام نأخذ منها: ما الأهداف التي يسعى المحتوى السياسي لوسائل الاعلام لتحقيقها؟

تساؤلات خاصة بالجمهور، نأخذ منها: ما الأهداف التي يسعى الجمهور لتحقيقها من خلال التعرض للمحتوى السياسي في وسائل الاعلام؟

تساؤلات خاصة بالعلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور، نأخذ منها: ما مدى الاختلاف بين وسائل الاعلام في تلبية اهتمامات الجمهور؟

وقد اعتمد على المنهج الوصفي واعتمد على أداتين هما تحليل المحتوى والاستبانة، عينة الدراسة كانت داخل المملكة العربية السعودية والتي تكونت من الصحف والتلفزيون .

توصل الباحث إلى أهم النتائج التالية:

أن وسائل الإعلام شاركت في مناقشة القضايا السياسية أكثر من المسؤولين السياسيين والحكام.

دراسة حسن قطيم طماج المطيري الموسومة ب: "الإستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي" تويتر " من قبل الشباب الكويتي"، مكملة لنيل شهادة ماجيستر في الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط 2013.

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الاستخدامات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر، من قبل مستخدميه من الشباب الكويتي، وافترض القائم بالبحث : وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في طبيعة الاستخدامات الإعلامية لموقع تويتر -تعزى لعمر المبحوثين: وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند

مستوى الدلالة (0.05) في طبيعة الاستخدامات الإعلامية لموقع تويتر -تعزى لتاريخ استخدام الموقع ، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في طبيعة الاستخدامات الإعلامية لموقع تويتر -تعزى لجنس المبحوث. وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي في دراسته باستعمال أداة الاستبيان، وتوصل إلى أهم النتائج منها:

أن ذوي الاعمال الحرة يتمتعون بمشاعر حرية في التعبير أكثر من غيرهم من الفئات المهنية الأخرى، فموظفو الدولة أو المؤسسات بشكل عام قد يشعرون بنوع من الرقابة على أدائهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ، لذلك فهم أكثر حذرا في ذلك الأداء ، بعكس أصحاب الأعمال الحرة الذين يشعرون بالتححرر من الرقابة أو من الخوف من التأثير على أعمالهم ووظائفهم.

1-1-3- الدراسات الأجنبية:

-الدراسة الأولى:-

دراسة أوريا ميهاي بادو Horea Mihai Badau بعنوان "الاتصال السياسي وشبكات التواصل الاجتماعي": الانتخابات الرئاسية 2014 برومانيا، تحت مجهر تويتر والفايسبوك.

تهدف هذه الدراسة للتعرف على استخدامات الفاييسبوك في الاتصال السياسي (لدى السياسيين) في سياق الانتخابات الرئاسية التي يتم تنظيمها في رومانيا ما بين 02 و 16 نوفمبر 2014، ولبحث ذلك اعتمد على المنهج التحليلي باستخدام تقنية تحليل المضمون لحسابات تويتر والفايسبوك الخاصة بالمرشحين وقد توصلت في بحثها إلى أهم النتائج الآتية:

_مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مفضل للمرشحين لنشر محتويات حملاتهم.
_المنتخبين يعيشون سيناريوهات الحملة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على انها واقعية.

_طريقة نشر واستقبال المعلومات لا تعتمد على الاحتمالات العقلية بل العاطفية.
_الشعور بالوطنية ليس له تأثير كبير على مواقع التواصل الاجتماعي.

1-2-تعقيب على الدراسات السابقة:

إن أهم ما يمكننا أن نسجله كملاحظات على ما سبق ذكره من دراسات الآتي:
_تنوعت مواضيع بحثها ما بين:

- علاقة الاتصال بالمشاركة السياسية.

- علاقة الاتصال بالوعي السياسي.

_منها ما ركز على:

- الاعلام الحديث.

-الاعلام البديل.

_غالبيتها اعتمد فيها أصحابها على المنهج الوصفي التحليلي، و بعضها المنهج الوصفي و المسحي.(دراسة حسن قطيم طماج المطيري)

_غالبيتها اعتمد فيها أصحابها على الاستمارة كأداة دراسة، ما عدا دراسة واحدة استخدم فيها على المقابلة، و هي دراسة منصورى فاطمة الزهراء، وأخرى على تحليل المضمون هي:

_أما على مستوى النتائج، فقد أكدت غالبيتها على الدور الإيجاب لمواقع التواصل الاجتماعي في التقارب بين الشعوب من خلال تقديم الأخبار والمعلومات وتبادل النقاشات، والخروج عن سلطة الرقيب لإبداء الرأي وحرية الاختيار. و قد تم الاستفادة من هذه الدراسات لا سيما من حيث:

_الأدوات المنهجية: حيث جرى استخدامنا للمنهج الوصفي التحليلي، و الاستمارة.
_النتائج البحثية: حيث تم استغلال نتائج الدراسات السابقة في مناقشة نتائج بحثنا. هذا و قد تميزت دراستنا الحالية عن بقية الدراسات التي تم عرضها في كونها تناولت الاتصال السياسي الغير رسمي باستخدام أداة الفايسبوك.

(2) الإشكالية:

لقد أصبحت التطورات في مجال تكنولوجيا الاتصال تحتل مكانة بارزة في حياة البشر التي ساعدت على تقريب المجتمعات وربطها في منظومة كونية واحدة وقد تبلورت تقنيات الاتصال الحديثة وفتح إمكانيات جديدة في مجال التواصل فتعددت بذلك أشكاله ووسائله وتأثيراته ولقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما من خلال إعادة صياغة أنماط التفاعل الاجتماعي والذي يتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر الفضاء الإلكتروني فأصبحت بذلك ركيزة أساسية للإعلام الجديد من خلال إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو والتي تنصدرها كل من مواقع الفايسبوك ، تويتر ، اليوتيوب، والتي تعتبر الاكثر انتشارا على شبكة الأنترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها على المواقع الإلكترونية من خلال الالتحام بين المجتمعات وتقريب الرؤى مع الآخر والاطلاع على ثقافات الشعوب المختلفة والتعرف عليها كونه وسيلة اتصال ناجحة في التفاعل الاجتماعي.

و نظرا للتطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال و ثورة الجيل الثاني من الانترنت بمختلف وسائلها التي يأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية (الفايسبوك) أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار استطاعت أن تجعل الشباب يتعلقون بها بشكل كبير نظرا للخدمات المتعددة التي أتاحتها و التي تتعلق بالدرجة الأولى باهتماماتهم و تطلعاتهم

و من جهة أخرى فالأفراد على اتصال بمحيطهم يتأثرون بمجريات الأحداث السياسية و يشاركون فيها و لا يمكن للأفراد المشاركة في الأمور السياسية الا بوجود اتصال بينهم و بين النخبة الحاكمة أي ما يقوم به المترشحون من حملات تثبيت برامجهم السياسية المزعومة و تنحصر الدراسة هذه حول التعليقات التي يتبادلونها الأفراد فيما بينهم المعبر عن جانبه السياسي بموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

و انطلاقا من هذا نطرح الاشكال التالي:

التساؤل الرئيسي:

هل يؤثر الفعل السياسي الذي يقوم به الافراد (الفيسبوكيون) عبر الفيسبوك على سياسة السلطة؟

التساؤلات الفرعية:

هل يعمل التدفق المعلوماتي عبر الفيسبوك على التحرر من توجيه السلطة السياسية؟

-هل تعمل الحوارات الفيسبوكية على تجاوز الولاء التقليدي للسلطة؟

3) فرضيات الدراسة:

-يؤثر الفعل السياسي على التغيير في العملية السياسية.

الفرضيات الفرعية:

-تعمل المعلومات المتدفقة عبر الفيسبوك على التحرر من تحكم السلطة السياسية.

-تعمل الحوارات الفيسبوكية على تجاوز الولاء التقليدي للسلطة السياسية.

4) أهمية الدراسة:

تشير الأدلة العلمية التي تم استقراؤها من التراث النظري أن بحث ظاهرة الإتصال السياسي لم تبلغ مستوى النضج كسائر الأعمال البحثية.

وتتبع أهمية دراستنا الحالية من جوانب متعددة تدور جميعها حول محورين: أولهما محور أكاديمي بحث وثانيهما محور تطبيقي.

1- الأهمية الأكاديمية: وتتمثل في الجوانب الآتية:

-تجاوز النظرة التقليدية لوسائل الاتصال التي طالما تم النظر إليها أنها تقع تحت سيطرة الدولة وأنها الوسيط الأساسي بين الحكام والمحكومين من خلال بحث الفيسبوك، وسيلة اتصالية تحت سيطرة المواطنين.

-التطرق إلى الوظيفة السياسية للفيسبوك.

-بحث الاتصال السياسي في شبكة الإنترنت.

-دراسة الاتصال السياسي الأفقي الذي يتم بين المواطنين أنفسهم.

2- الأهمية التطبيقية: وتتمثل أهمية الجانب التطبيقي لهذه الدراسة بشكل أساسي في:

-توفير معلومات علمية عن مدى تأثير النشاط السياسي الذي يقوم به المواطن البسيط (الفايسبوكي) من خلال المناقشات وما يتعرض له من معلومات والحوارات التي تتم بينهم، على النشاط السياسي للحكام.

(5) أهداف الدراسة:

نهدف في دراستنا الحالية إلى مسألة جدلية قائمة بين مجال الاتصال ومجال السياسة من خلال البحث في مدى تأثير المتغير الأول، ألا وهو الإتصال في شكله الشبكي على المتغير الثاني: "السياسة". بكلام أكثر دقة، تأثير الإتصال الشبكي الممارس عبر الفاييسبوك من طرف المواطنين على الساسة الحكامة.

وثمة 03 ملاحظات منهجية لا بد من ابدائها، رفعا لكل لبس وتوضيحا لأفكار هذا البحث:

-الحديث عن الاتصال السياسي هنا يحيل على لغة الخطاب الإجرائي إلى الإتصال ذات الطبيعة الأفقية ، الإتصال الممارس من غير المشتغلين بالسياسة (المحكومين)

-الاتصال الإلكتروني وهو المتغير الظاهر.

-العملية السياسية التي يقع عليها التأثير هي المتغير الضمني.

(6) تحديد مفاهيم الدراسة:

(6-1)الاتصال السياسي:يعرف:

إصطلاحا: على انه النشاط الذي يحدث في البيئة السياسية سواء كان يتعلق بأعمال الحكومة و أساليب ممارستها للسلطة داخل حدود الدولة أو خارجها و هو ما يعكسه نشاط الساسة الذين يتخذون من وسائل الإتصال منابر لإيصال صوت السلطة إلى الشعب أو نشاط الإعلاميين الذين يشاركون السلطة صناعة القرار و المشاركة في العملية السياسية أو من خلال وظيفة مراقبة الحكومة و متابعة نشاطات رجالها و غالبا ما يلجأ هؤلاء الساسة و الإعلاميون إلى وسائل الإتصال الجماهيرية لتحقيق أهدافهم الإتصالية. و إجرائيا هو النشاط الاتصالي غير الرسمي الذي يقوم به الأفراد وتحديد الفاييسبوكيون بهدف التأثير على الفعل السياسي للدولة.¹

¹محمد بن سعود، مقدمة في الإتصال السياسي، مكتبة العبيكان للنشر، ط2، الرياض ، 1997، ص13.

6-2) الفايسبوك: يعرف:

إصطلاحاً: على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه إتسع ليضم كل الأشخاص.¹

وإجرائياً هو الحسابات الخاصة على شبكة الفايسبوك للمستخدمين من الأصدقاء.

6-3) الموقع الاجتماعي: يعرف:

إصطلاحاً: هي تلك المواقع الإلكترونية التي تتيح للفرد الاتصال بغيره، وتبادل الصور والفيديو والرسائل...، أي أنها مواقع تقرب الفرد من أصدقائه وزملائه وأحبابه، وتقضي على القيود الجغرافية والحدود المكانية، لأنها تسهل الوصول إلى المعلومات في كل المجالات سواء في الميدان العلمي، الثقافي، الاجتماعي، السياسي والترفيهي...، وهناك عدة مواقع إلكترونية للتواصل الاجتماعي يأتي في الصدارة من حيث التصفح موقع الفايسبوك ويليه التويتر.²

ويعرفها محمد عواد³ على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.³

وتعرفها هبة محمد خليفة، بأنها⁴ صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الموجودة على الأنترنت، تهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعضاً، وهي تشمل على مميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات.⁴

إجرائياً: هو الفايسبوك.

6-4) الولاء التقليدي: يعرف:

إصطلاحاً: ما يخلق مفهوم المواطنة الذي يؤدي إلى نشوء رابطة بين الفرد والدولة هي رابطة الجنسية التي تعد معياراً للتمييز بين الوطني والأجنبي وترتب التزامات متبادلة بين الفرد والدولة بشكل حقوق وواجبات متبادلة.⁵

إجرائياً: موالاة الفرد للسلطة واندماجه مع سياساتها.

¹ مؤيد يحي خضير، المكتبات الحديثة (الإلكترونية، الرقمية، الافتراضية) دار دجلة، ط1، عمان، 2014، ص213.

² راضي زهير، استخدام موقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، عمان، ص23.

³ محمد عواد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2010، ص12.

⁴ نقلاً عن: حمل نجاة، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات القرابية، الفايسبوك نموذجاً، رسالة ماجستير جامعة ابن خلدون، تيارت، 2014، ص20.

⁵ السعيدان سلامة، الإنتماء بين المفهوم السليم والتصرف الذميمة، مجلة الحرس الوطني، العدد 138، الرياض، ص60.

6-5) التوجيه: يعرف:

لغة: على أنه تحديد الوجهة بدقة وإبصار القبلة بحدق ذلك أن لكل قاصد وجهته ولكل سائر قبلته قال تعالى " ولكل وجهة هو موليها " سورة البقرة الآية 148، فالوجهة كما يقول اللغويون هي القبلة وهي الموضع التي تتوجه إليه وتقصده حتى أنهم قالوا في حسن التدبير ظرف وجه الأمر. وعينه لذلك فإن المراد هنا من مفهوم التأثير التوجيهي أو تأثير التوجيه للبعد الفكري في إطار الإتصال بشكل عام و السياسي بشكل خاص.

إجرائيا: نعني رسم طريق من قبل السلطة للفرد يمضي عليها أي دستور يضمن حقوق وواجبات تلزمه باحترامه ومعاقة من يخالفه.

6-6) التأثير: و يعرف:

اصطلاحا:التغيرات التي تحدث على تصورات وآراء ومعارف واتجاهات وسلوك المتلقي نتيجة تعرضه للرسالة الاعلامية.¹

إجرائيا: التغيير في الاتجاهات بفعل الفايسبوك.

6-7) العملية السياسية:

وقد جرى توظيف هذا المفهوم كمتغير ضمنى يقع عليه التأثير، حيث تتضمن موضوع الدراسة متغيرين أولها الإتصال وهو المتغير العام والعملية السياسية وهو المتغير الضمين،، و نقصد بها سيرورة ممارسة حكم المحكومين بهدف تحقيق استقرار المجتمع.

6-8) الحوارات الفايسبوكية:

وتعني في دراستنا الحالية النقاشات التي تتم بين الفايسبوكيون عن طريق الخطاب أو الأيقونات.

6-9) المعلومات:

إجرائيا تعني الأخبار التي تنشر على حسابات المستخدمين من صور وفيديوهات ومقالات.

7/الإجراءات المنهجية للدراسة:

7-1/منهج الدراسة:

تتتمي دراستنا الحالية إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى إجراء قراءة وصفية، بمدى تأثير النشاط السياسي على نشاط الحكام وتتبع لتحقيق أهدافها والتثبت من صدق فرضياتها:

_المنهج الوصفي الذي يعرف على أنه "المنهج الذي يستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات من الأفراد أو سلوكيات عينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما، بما يسمح بتعميم

¹ جيهان رشتي، نقلا عن رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام، ط 1، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص.147.

نتيجة المسح على المجتمع الذي سحبت منه العينة"، ويتجلى استخدامنا لهذا المنهج من خلال وصف وتفسير تأثير الاتصال السياسي غير الرسمي الإلكتروني باستخدام الفايبروك على العملية السياسية. _المنهج المسحي بإجراء مسح للعينة.

7-2) الأدوات المنهجية للدراسة:

7-2-1) الاستمارة:

اعتمدنا في دراستنا الحالية على الاستمارة الإلكترونية كأداة رئيسية ، وتعرف الاستمارة على أنها " تقنية مباشرة للتقصي العلمي، تستعمل إزاء الأفراد، و تسمح باستجوابهم بطريقة موجهة، و القيام بسحب كمي يهدف لإيجاد علاقات رياضية، و القيام بمقارنات رقمية"¹.

وقد مر بناء الاستمارة بعدد من الخطوات هي:

-الخطوة الأولى: الاستفادة من نتائج الدراسة الاستطلاعية، ونظريات الإعلام والسلطة لا سيما النظرية السلطوية.

وفي خطوة (02) قمنا بصياغة أسئلة الاستمارة التي جاءت على شكل مقياس، مع وضع بعين الاعتبار أهداف البحث وتساؤلات الدراسة الأساسية والفرضيات التي تسعى إلى التحقق من صدقها.

خطوة 03: تم عرض الاستمارة على عدد من الأساتذة حيث قد أبدوا ملاحظتين أساسيتين هما:

_بناء استمارة بدلا من مقياس.

_تقسيم الاستمارة إلى محورين هما: محور خاص بالعملية الاتصالية ومحور خاص بالعملية السياسية، إلى جانب محور البيانات الشخصية للمبحوثين.

و قد أخذت هذان الملاحظتان بعين الاعتبار.

خطوة 04: جرى اختبار أولي للاستمارة على عينة مكونة من 10 مبحوثين (فايسبوكيون) وقد أفادنا ذلك في:

- حذف بعض الأسئلة المفتوحة التي ثبت عدم جدواها لعدم الإجابة عليها من طرف غالبية المبحوثين.

-إضافة إجابات بدائل لبعض الأسئلة المفتوحة.

موريس أنجلس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: صحراوي و آخرون، دار النهضة للنشر، الجزائر، ط 2 ، 2008 ، ص 204.

وبعد ذلك ظهرت الاستمارة في شكلها النهائي متضمنة أسئلة مغلقة (غالبيتها) وأسئلة مفتوحة (سؤالين) موزعة على محورين أساسيين هما: محور العملية الاتصالية، و محور العملية السياسية.

وجرى تطبيق الاستمارة عن طريق إرسال دليل الاستمارة إلكترونياً على المحادثات الخاصة messenger

7-2-2) المقابلة الموجهة:

التي جاءت ثانوية وشملت مرحلة البحث الاستطلاعي وكان ذلك أمراً ضرورياً بغية توفير معلومات يمكن الإستفادة منها لبناء الإستمارة وكذا تعديل تساؤلات الدراسة.

7-3) المقاربة النظرية للدراسة:

تنطلق في بحث موضوع دراستنا الحالية من نموذج الحكم الاجتماعي (تغير الاتجاهات): الذي وضعه كارل هوفلاند ومظهر شريف، الذي يعنى بدراسة دور الاتصال الشخصي والجماهيري في تغيير الاتجاهات ، ويقوم هذا النموذج على تغيير الإتجاهات التي تعني: مجموعة من الفئات والأحكام التي تعلمها الفرد ويستخدمونها في تقييم المنبهات بشكل إيجابي أو سلبي.

ومن أبرز معطيات هذا النموذج العلمي:

أ- اتصال المعلومات بذات الفرد أو أهميته هو العامل الأهم في استعداد المتلقي للتغيير، جدية المعلومات ليس هي المعيار للقبول بل درجة اتصاله بذاته، كلما زاد اتصال الموضوع بذات الفرد كلما كان من الصعب تغيير اتجاهه حياله وكان مجال الرفض كبيراً.

ب- الأفراد الذين لا يتصل الموضوع بذاتهم يكونون أكثر استعداداً للتغيير والإقناع وكان مجال القبول كبيراً، الأفراد المعتدلين في اتجاههم أكثر استجابة للتغيير.

ج- عندما يكون الموضوع هاماً عند أفراد معينين فإنهم لا يرونه من جانب واحد وهو الجانب الذي يتفق مع مواقفهم ويرفضون المعلومات البديلة والتي تفسر الجوانب الأخرى. وكلما قلت أهمية الموضوع عند الفرد زادت درجة استعداده لقبول معلومات تذكره وجوانب أخرى في الموضوع.

عندما يصبح الفرد مستعداً للاستماع إلى المعلومات والمواقف البديلة يصبح تغيير اتجاهاته احتمالاً.

وسائل الإعلام سوف يزداد تأثيرها في إتجاهات الأفراد إذا كان المتلقي يؤمن بصدق الرسالة وصدقية القائم بالاتصال.¹

¹رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام، ط 1، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 107.

8)مجالات الدراسة:

بناء الحديث في مجال الدراسة: المجال المكاني، عينة البحث، المجال الزمني.

8-1)المجال المكاني:

حددنا بحث الدراسة الميدانية في البداية في المجال الإلكتروني (الفايسبوك) باعتباره وسيلة اتصال موضوع الدراسة، وعلى ضوء ذلك تحدد هذا المجال في الحسابات الخاصة للقائمين في البحث في شبكة الفايسبوك (حساب خاص بميسوم ، حساب خاص بالحسين)

8-2)المجال الزمني:

استغرق بحث الدراسة الميدانية للبحث خلال الفترة من 2017/11/20 إلى 2018/05/29

حيث تم خلال الفترة الممتدة من 2018/04/23 إجراء البحث الاستطلاعي وخلالها قمنا بتجريب أولي لدليل استمارة البحث على عدد من المبحوثين الإلكترونيين (10) للثبوت من جدارة هذه الأداة وقدرتها على تحقيق أهدافها وإجراء التعديلات المطلوبة، على ضوء نتائج هذا الإطار ثم نضع الاستمارة في وضعيتها الأساسية ، وخلال الفترة 2018/05/02 حرى تفريغ البيانات وتبويبها وتحليلها ومناقشتها على ضوء الفرضيات وكتابة التقرير النهائي للدراسة الميدانية وهذا ما سيشار إليه في الفصل الميداني .

8-3)المجال البشري:

يتحدد المجال البشري للبحث الحالي في الفايسبوكيون من أصدقاء وإجابة على التساؤل المفتوح ما هو العدد الأمثل الذي يكفل تمثيل مجتمع البحث استقر الرأي على الاعتماد على العينة المسحية التي بلغ عدد مفرداتها 80 فرد لمجتمع البحث 90- (10 أفراد تم استبعادهم) لتطبيق الاختبار الأولي عليهم.

09)عينة الدراسة وخصائصها:

تعد مرحلة تحديد عينة الدراسة من مراحل البحث العلمي المهمة، وأهم خطوات البحث الميداني، والعينة هي " مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام نتائجها وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي"¹

وبما أن دراستنا تتناول الاتصال السياسي عبر الفايسبوك ، فقد اخترنا العينة القصدية ، المشكلة من الفايسبوكيون،تم سحبها عن طريق المسح، وتعرف العينة القصدية أو العمدية وهي " التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات

¹محمد خليل عباس وآخرون، مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار المسيرة، ط3، الأردن ، 2011، ص217.

وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلاً صحيحاً، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة".¹ وبذلك جاءت عينة دراستنا قصدية مسحية، وقد تميزت بالخصائص التالية:
* من حيث متغير الجنس:

الجدول رقم 01: يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	34	41.3
انثى	47	58.8
المجموع	80	100

يتضح من خلال الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، حيث قدرت نسبة هذه الأخيرة بـ 41.3% للذكور و 58.8% للإناث

* من حيث متغير السن:

الجدول رقم 02: يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن

الفئة العمرية	التكرار	النسبة %
من 20 إلى 25	58	72.5
من 26 إلى 30	15	18.8
من 31 إلى 35	04	5.0
35 فما فوق	03	3.8
المجموع	80	100

يمثل بيانات الجدول رقم (02) توزيع المبحوثين حسب السن، بالنسبة لفئة السن من 20 إلى 25 سنة البالغ عدد مفرداتها 58 أي ما يعادل نسبة 72.5%، أما بالنسبة لفئة السن من 26 إلى 30 سنة البالغ عدد مفرداتها 15 ونسبته 18.8%.

فئة السن من 31 إلى 35 سنة عدد مفرداتها 04 بنسبة 65% أما بالنسبة لفئة السن 35 فما فوق فقد بلغ عدد مفرداتها 03 أي بنسبة 3.8%.

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، بن عكنون، الجزائر، 2003، ص 197.

*من حيث متغير المستوى التعليمي:

الجدول رقم 03: يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
12.5	10	متوسط
25	20	ثانوي
62.5	50	جامعي
100	80	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (03) توزيع المبحوثين حسب المستوى الدراسي، بالنسبة للمستوى التعليمي المتوسط بلغ عدد مفرداته 10 ونسبته المئوية هي 12.5%، أما بالنسبة للمستوى التعليمي الثانوي البالغ عدد مفرداته 20 ونسبته 25%، وبالنسبة للمستوى الجامعي فبلغ عدد مفرداته 50 أي مايعادل نسبة 62.5%.

*من حيث متغير المستوى السوسيواقتصادي:

الجدول رقم 04: يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى السوسيواقتصادي

النسبة %	التكرار	المستوى المعيشي
35	28	جيد
61	49	متوسط
3.8	03	ضعيف
100	80	المجموع

يمثل الجدول رقم (04) توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى السوسيواقتصادي أو المعيشي، فيتضح أن نسبة 35% من أفراد العينة مستواهم المعيشي جيد ، و 61% مستواهم المعيشي متوسط، و38% من أفراد العينة مستواهم المعيشي ضعيف.

*** من حيث متغير مكان الإقامة:**

الجدول رقم 05: يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة

مكان الإقامة	التكرار	النسبة %
حضري	62	77.5
شبه حضري	14	17.5
ريفي	04	05
المجموع	80	100

يمثل الجدول رقم (05) توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة، بالنسبة لمكان الإقامة الحضري بلغ عدد مفرداته 62 بنسبة 77.5%، وبالنسبة لمكان الإقامة شبه الحضري بلغ عدد مفرداته 14 بنسبة 17.5%، أما بالنسبة لمكان الإقامة الريفي بلغ عدد المفردات 04 بنسبة 05%.

*** من حيث معدل استخدام الفايسبوك**

الجدول رقم 06: يمثل توزيع المبحوثين حسب معدل استخدام الفايسبوك

التكرار	النسبة %
أقل أو يساوي 02 سا	12
من 2 سا إلى 4 سا	20
أكثر من 4 سا	48
المجموع	80

يمثل الجدول رقم (06) توزيع المبحوثين حسب متغير معدل استخدامهم للفايسبوك، فأتضح أن نسبة 15% من أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك بشكل متقطع، أقل أو يساوي 02 سا في اليوم، و 25% منهم يستخدمونه بشكل منتظم من 02 سا إلى 03 سا، و استخدام المبحوثين للفايسبوك أكثر من 04 سا بلغت نسبتهم 60% من إجمالي أفراد العينة استخدام مفرط.

10/ صعوبات الدراسة:

- لا تكاد تخلو أي دراسة أكاديمية من الصعوبات والعوائق التي تعترض الباحث حول الموضوع الذي يريد دراسته، وتمثلت الصعوبات التي واجهتنا في دراستنا،
- قلة المراجع التي تعالج موضوع الإتصال السياسي.
- إنعدام دراسات سابقة حول موضوع الإتصال السياسي عبر الفايسبوك أو المشابهة لها لا سيما المحلية منها .

الفصل الأول: مقدمة في
دراسة الاتصال والاتصال
السياسي

تمهيد:

في هذا الجانب سنتطرق لما يخص الاتصال بشكل عام وأهم المجالات الممارس فيها الاتصال والاتصال السياسي بشكل خاص من تعاريف نشأة مراحل تطوره عبر التاريخ، ووظائفه وخصائصه.

الفصل الأول : مقدمة في دراسة الاتصال والاتصال السياسي

1-1) الاتصال ، تحديد مفاهيمي:

1-1-1) تعريف الاتصال: يعرف الاتصال على أنه عملية نقل وتبادل المعلومات بين طرفين متصلين، فهو عملية تبادل الخبرات ونقل المعلومات والآراء والاتجاهات والمواقف والأحداث من فرد إلى فرد.¹

ويتميز الاتصال بكونه:

أ- ظاهرة اجتماعية: يندرج تحتها كل الأنشطة التي يمارسها الإنسان في حياته.

ب- عملية: وهذا يعني بأنه "سلسلة من العمليات والأحداث المستمرة المتحركة دائماً اتجاه هدف ما، ذلك أن الاتصال ليس كيانا جامدا وثابتا...، ولكنه عملية ديناميكية يتم إستخدامها لنقل المعاني والقيم الاجتماعية والخبرات."²

ويتضمن الاتصال كعملية عدد مت العناصر الأساسية هي:

1- القائم بالاتصال: وهو المتصل الأول.³

2- الرسالة: و" هي المعلومات أو الآراء التي ينقلها القائم بالاتصال إلى الآخر عن طريق الرموز التي قد تكون لفظية عن طريق الكلام تسمى حينها الاتصال اللفظي ورموز غير لفظية عن طريق الحركات والإشارات أو الإيماءات وحينها سمي بالاتصال غير اللفظي".⁴

3- المتلقي: وهو المتصل الثاني، " مستقبل الرسالة الذي قد يكون فردا أو جماعة أو جمهور".

¹ رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام (من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة)، ط 01، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 03.

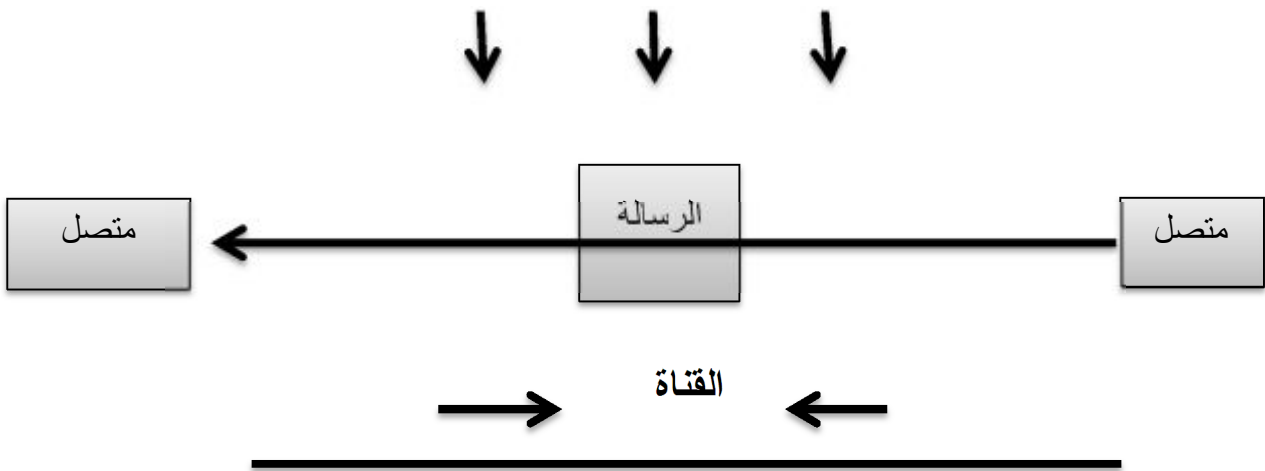
² المرجع نفسه ، ص 36.

³ لمرجع السابق، تأثيرات وسائل الإعلام، ص. 02.

⁴ المرجع نفسه، ص 03

- 4- الوسيلة: هي "تلك الأداة التي يتم عن طريقها نقل الرسالة".
- 5- رجوع الصدى: أو التغذية المرتدة، وهو "الأثر الذي يتحقق عند تلقي الرسالة، لذلك نجد Steven¹ يعرف الاتصال على انه استجابة الكائن الحي المميزة إزاء عرض".
- 6- سياق الاتصال: و" هو الظرف الذي يتم فيه الاتصال".
- 7- التشويش: وهو "العنصر السلبي الذي يتخلل عملية الاتصال وتؤثر على نجاحها". ويمكن تمثيل هذه العناصر الاتصالية من خلال المخطط الآتي:

التشويش



الشكل (01) مخطط يبين العناصر الأساسية للاتصال

ج- المشاركة: حيث تشير كلمة الاتصال communication في الاستخدام إلى معنى الانتشار والمشاركة والشروع ، ويكون في العقول أنه تنشر الفكرة على أكثر ن فرد².

د- تبادلي: حيث لا وجود لمرسل ومستقبل ، بل لمرسل متصل ومتصل متصل، فالمرسل هو في الوقت ذاته مستقبل للرسالة، والمستقبل هو مرسل للرسالة.

1-1-2) التطور التاريخي للاتصال في المجتمع:

يعود الحديث عن التطور التاريخي لعملية الاتصال إلى الحديث عن نشأة وتطور وسائله وتأثيراتها على المجتمعات التي استخدمتها، وعملا بالتفسير التاريخي الذي قدمه مارشال ماكلوهان يمكننا تقسيم مراحل تطور الاتصال في المجتمعات إلى:

¹ أبو الأصبع، ص108.

² المرجع السابق، تأثيرات وسائل الإعلام، ص03.

1-1-2-1) مرحلة الاتصال عبر الرموز والإشارات:¹

اللغة المكتوبة بالرموز:

إن دراسة تاريخ العصور القديمة تعكس لنا مدى استخدام القدماء للرموز والإشارات، والتي تعد اللغة الأولى للتعامل والاتصال والتفاهم بصورة عامة، فلقد استخدم المصريون القدامى أول لغة مكتوبة في التاريخ عن طريق استخدام الرموز والصور والإشارات، ولقد شاركهم في ذلك أيضا أصحاب الحضارات الشرقية القديمة مثل الحضارة الهندية والصينية ، فنشأة اللغة المكتوبة كانت بالرموز، وكانت البداية الأولى لنشأة اللغة التي ظهرت في الحضارات القديمة والتي استخدمت للتعبير عن الأشياء أو المعاني المتعارف عليها آنذاك.

صور المصريون القدامى كل من الأسد والشمس والقمر والشجر والمطر والبحر والسماء.... وغيرها في رموز محددة، كما كان لاستخدام الأصوات والإشارات أثر كبير على تطور وسائل الاتصال ، حيث كانت عملية إحداث أصوات معينة تعبر عن معاني محددة، وهذا بالطبع ما تعلمه الإنسان البدائي من الحيوانات والطيور التي كان يلاحظها ويقلدتها بصورة كبيرة كما كان يستخدم الإنسان الأصوات للإشارة إلى أشياء محددة يريد أن يعبر عنها وينقلها إلى الطرف الآخر خاصة في المراحل الأولى التي لم يكن قد عرف فيها الإنسان بعد الكتابة، كما لا تزال الكثير من اللغات وعناصر الكتابة الحديثة تستخدم الرموز والصور كما هو موجود في اللغة الصينية في الوقت الحاضر.

وعليه فإن مرحلة عصر الرموز والإشارات كما حددها علماء الاتصال والإعلام في السنوات الأخيرة، تعد من المراحل الهامة التي يمكن بها من التعرف على طريقة الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعسكرية والثقافية والحضارية التي كانت موجودة في العصور القديمة ، حتى تلك العصور السابقة على نشأة الحضارات أو ما يعرف بالحياة المستقرة عموما ، ولا تزال لغة الرموز والإشارات مدونة على الحفائر والآثار القديمة .

وقد بدأ الإنسان يستخدم اللغة منذ أكثر من 35 ألف سنة تقريبا ، وأصبحت أساليب الكلام والخطابة واستخدام الكلمة كمفردة لغوية نوع من التعبير الاتصالي بين الأفراد والجماعات والمجتمعات ، وجاءت محاولات الإنسان الأولى لتطوير وسائل الاتصال الخاصة به، وذلك عندما سعى لاستبدال لغة الرموز والإشارات أو ما يعرف بالكتابة المصورة إلى

¹ عبد الله محمد عبد الرحمان، سيبيولوجيا الاتصال والإعلام: النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، دار المعرفة الجامعية د ط، كلية الآداب ، جامعة بيروت العربية، ص 15.

استخدام الكتابة بالكلمات والتي يسعى منذ البداية للتعبير عنها بالصوت ، كما كانت الكلمات صوراً لم يحاول الإنسان القديم أن ينطقها واستمر هذا الحال لفترات زمنية طويلة، ولكن ما لبث أن استخدم الإنسان الصوت المسموع والذي تطور بعد ذلك ليصبح لغة منطوقة، وبعد ذلك تم تطوير هذه اللغة إلى لغة مكتوبة ومدونة، وقد بدأت حروف هذه اللغة على أنها نوع من الرموز والصور والإشارات وهذا ما يظهر عندما نحلل التراث اللغوي القديم في كل من الحضارات الفرعونية والصينية والهندية القديمة، وانتشرت لغة الخطابة أيضاً في شبه الجزيرة العربية ومنطقة الشرق الأوسط والأدنى وهذا ما ظهر عندما برع العرب في العصر الجاهلي بفنون الشعر والخطابة وأصبح وسيلة للاتصال الشفوي. ومما لا شك فيه فإن أفضل لغة قد حفظت دون معرفة حروفها أو تعلم كلماتها هي لغة القرآن الكريم التي تم حفظها بواسطة "محمد" صلى الله عليه وسلم عن طريق الوحي الذي نزل به "جبريل" عليه السلام، وتطورت الخطابة السياسية والدينية والثقافية والقانونية خلال ظهور الدولة الإسلامية والتي تعد جزءاً من مكونات الاتصال الثقافي والسياسي والديني في المجتمعات العربية والإسلامية حتى الوقت الحاضر.¹

الخطابة:

كما نشير إلى دور بلاد الإغريق وفلاسفتهم وحكمائهم وخطبائهم في تأسيس أسس الخطابة وأساليبها وتقنياتها العلمية التي ظهرت كنوع من المرافعات القانونية في القضايا، كما أن لها استخدام سياسي، حيث كانت الخطبة جزءاً من البيان والخطب التي تلقى في العزاء والمناسبات الدينية، وتعتبر وسيلة هامة للاتصال التلقائي والسياسي والقضائي وتسمح بنقل القيم الروحية والثقافية والسياسية والقانونية، ولقد تطورت الخطابة كأسلوب للإقناع والجدل والمناقشة كما حدث في المدارس الفلسفية والتنشئة الإغريقية القديمة، وهذا ما جعل فلاسفة اليونان القدامى مثل أرسطو وأفلاطون وسقراط قد برعوا في هذا الأسلوب الإتصالي لدى جماهيرهم ومحبيهم.

وكل هذا يعني تدوين الإنسان للرموز والإشارات أو الكتابة المصورة أو الرمزية، التي كانت سواء عن طريق الرسم على جدران المعابد والكهوف من الداخل، أو النقش على الحجر من الخارج لأن عملية الكتابة ظهرت قبل اكتشاف الورق الذي نعرفه اليوم، ومع اكتشاف هذا الأخير تطورت الكتابة بشكل ملحوظ، حيث تم صناعة الورق بواسطة الصينيون وذلك في عصر الإمبراطور الصيني "هوتو" الذي عين أحد الكتاب الكبار لمدة ثلاثين عاماً لاكتشاف مادة يمكن الكتابة عليها، وبعد عدة تجارب استخدم فيها الحرير والياق أخرى للكتابة عليها ولكن لم تفلح هذه التجارب إلا على مادة الورق الحالية ولقد

¹المرجع نفسه، ص 18.

ظل سر اختراع الورق لفترة طويلة يحتفظ به الصينيون حتى فتح العرب لمدينة سمرقند على حدود الصين الغربية، و تم تعليم العرب وإتقانهم هذه الصناعة و أصبحت العديد من العواصم العربية مركزا لإنتاج الورق مثل مدينة دمشق كما تم نقل صناعة الورق بواسطة العرب إلى البلاد المفتوحة سواء في شمال إفريقيا وبلاد الأندلس ومنها انتقلت هذه الصناعة كاختراع جديد إلى بقية الدول الأوروبية، وذلك خلال القرن الثاني عشر الميلادي، وكانت عملية انتشار الورق في الكتابة على نطاق واسع ظهرت خلال القرنين الرابع عشر و الخامس عشر وانتقلت بعد ذلك إلى الولايات المتحدة في القرن السابع عشر.¹

الطباعة:

وبعد أن عرف الإنسان الكتابة كان يقوم بكتابة الكتب او عملية التدوين بصورة يدوية ، حتى عملية نسخ الأوراق والكتب وغيرها من المخطوطات كانت تتم بصورة تقليدية تامة ، ظهرت الطباعة خلال القرن الخامس عشر لتكون بمثابة أعظم وسيلة اتصال قد عرفها الإنسان لأنها أحدثت تطورات هائلة في الحياة الثقافية والحضارية بصورة عامة، ومعها تم تحديد حجم الكتب وإعدادها ، ولم يمنع ذلك من ظهور بعض المحدثين في الكتابة الذين أتقنوا هذه العملية بصورة رائعة، كما أدت عملية الكتابة إلى غلاء سعر المادة المكتوبة أو الكتاب عموما، وهذا ما جعل عملية اقتناء المواد العلمية "المخطوطات" ليست في متناول الجميع. وقبل ظهور عملية الطباعة بمفهومها الحديث، ظهرت شبه محاولات آلية وذلك خلال العصور الوسطى، حيث استخدم الرومان آلة خاصة للكتابة والنقش وخاصة عند سكهم للنقود، وتطورت الكتابة المطبوعة خلال القرن الرابع عشر عندما عرف نوع من الكتابة يسمى "أكسل وجرافي" والمشتق من الكلمة الإغريقية "أكسلون" والفعل جرافين وتعني "يكتب"، كما قد استخدمت الصين هذا النظام من الكتابة المطبوعة على الألواح الخشبية وذلك عام 768م والتي كانوا يحفرون عليها العديد من الكلمات أو الرسوم خلال القرن الحادي عشر طور الصينيون أسلوب آخر للطباعة وذلك عن طريق عملية الرسم والحروف والأشكال ولقد انتشر هذا الأسلوب في كوريا خلال القرنين الثالث والرابع عشر ميلادي، وانتقلت الطباعة إلى أوروبا بعد ذلك خلال القرن الثالث عشر ذلك عن طريق الكتابة المطبوعة على الألواح الخشبية، وفي عام 1440م تم اختراع المطبعة الآلية بواسطة " جوتنبرغ " في ألمانيا ويعتبر كثير من المؤرخين هذا الاختراع بداية العصر الحديث لظهور إحدى وسائل الاتصال، كما حدث خلال القرن الثامن عشر أيضا تطورات سريعة عن طريق استخدام الطاقة "البخارية" وذلك بواسطة العالم الألماني "فريدريك كونيغ" ومساعدته "باور" وإنشاء أول مطبعة تعمل بالبخار وذلك في لندن.

¹المرجع نفسه ، ص 23.

وفي عام 1876م حدث آخر تطور في مجال الطباعة، حيث اخترعت آلة صف الحروف أوماتيكيا، وذلك عن طريق الضرب على مفاتيح كتابة السطور، ثم تصب عليه الرصاص المنصهر لتطبع بعد ذلك نسخة رصاصية من السطر، ثم توالى بعد ذلك عمليات الطباعة الإلكترونية التي حدثت كثيرا من عمليات الكتابة وصف الحروف وفصل الالوان وطبع الصور ونقلها كما تم تطوير الطباعة عن طريق استخدام الحسابت التقليدية والآلية والتي عملت على تطوير وسائل الاتصال بصورة عامة.¹

1-1-2-2) مرحلة الاتصال عبر وسائل الإعلام الحديثة:²

يؤكد معظم المتخصصين في وسائل الاتصال والإعلام في الوقت الحاضر أننا نعيش مرحلة جديدة من مراحل التطور الاتصالي خاصة بعد أن تعددت وسائل هذا الاتصال، واتسمت بالتعقيد التكنولوجي الذي ساهم في تقدم هذه الوسائل وانتشارها بين المجتمعات الحديثة كما باتت في متناول الجميع ولم تعد هناك خصوصيات ثقافية أو حضارية ولاسيما بعد انتشار وسائل الاتصال المختلفة وأصبحت تغطي كافة الكرة الأرضية ككل، وعليه سنذكر أهم وسائل الاتصال التي ظهرت خلال القرنين الماضيين(القرن التاسع عشر والعشرون) وهي:

-**التلغراف:** الذي يعد أحد الوسائل الاتصالية التي ظهرت في السنوات الاخيرة من القرن الثامن عشر، والتي شهدت تقنيات معقدة، وقد تم اختراع التلغراف الجوي من قبل "كلود شاب" في فرنسا وتم استخدامه الذي يستطيع أن يوصل الإرسال الآلي للأصوات القصيرة والطويلة، كما يستطيع عامل التلغراف ان يرسل أو يستقبل في الدقيقة الواحدة عشرون كلمة، وكرست الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية في بادئ الأمر استعماله لأغراض الدولة فقط، واعتبرته معظم الدول من الإختراعات الهامة والسرية لفترة طويلة، ولكن ما لبث ان انتشر بعد ذلك لخدمة الاتصالات الفردية. وتطور بعد ذلك التلغراف الجوي واستبدل بالتلغراف الكهربائي وكان ذلك في محطة "سان جارمان" بفرنسا عام 145 وذلك لاستخدام الدولة في بادئ الامر إلا ان عملية إرسال التلغرافات وسيرتها أصبحت مكفولة للجميع وذلك بعد عملية تشغيل الإرسال ذاته.

-**التلفون:** مع تزايد الحاجات الاجتماعية و الاقتصادية والسياسية والثقافية عموما تطورت وسائل الاتصال الجماهيري ن وهذا ما جعل مخترعو وسائل الاتصال في محاولة لتلبية هذه الحاجات والمتطلبات الوظيفية الجديدة لها، ففي عام 1872 جاء "الكندر جراهام" ليثبت ان الأسلاك العارية والكابلات الأرضية لا تنقل فقط إشارات التلغراف التي

¹المرجع نفسه ، ص 26

²المرجع نفسه ، ص 29

اخترعها "صموئيل موريس" بل أيضا المحادثات والمكالمات البشرية " التيليفون " وهذا ما جعل "توماس إديسون" في عام 177 أن يخترع سماعة التلفون عن كطريق دراسة ذبذبة الأصوات وتثبيت إبرة بها لقياس هذه الذبذبات، وبعد محاولات عدة لقياس هذه الذبذبات سواء تثبيتها (الإبرة) على لوح من البراقين ثم القصدير، ثم الشمع وذلك بهدف سماع الأصوات وهذا ما توصل إليه بالفعل مما أحدث ثورة في عالم الاتصالات وأدى ذلك إلى رواج الحركة التجارية والاقتصادية والثقافية.¹

-**الراديو:** إن عملية اكتشاف الراديو لم تأت من فراغ بقدر ما جاءت بعد أن تطورت أيضا علوم متعددة منها علم الفيزياء والرياضيات والفلك وغيرها، وهذا ما أثر عموما على نشأة التلغراف ثم التلفون وبعد ذلك كل من الراديو والتلفزيون والأقمار الصناعية والحاسوب والانترنت وغيرها. ففي عام 1896 اكتشف "ماركوني" النقاط النقط والشروط التي يمكن إرسالها وذلك بدون استخدام الأسلاك والكابلات، وأجرى العديد من التجارب على اللاسلكي (الراديو) وأصبح بالإمكانية نقل المحادثات البشرية بغير أجهزة للإرسال، والذي تم استخدامها في مختلف الأغراض الاقتصادية والتجارية والسياسية والترفيهية والتعليمية والثقافية والأمنية في نفس الوقت، كما جاءت عملية انتشار استخدام الراديو بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة، ولم يعد استخدامها مقصورا على الجهات الرسمية، ولاسيما بعد ان استطاع الكثير من الهواة معرفة سر هذا الاختراع والعمل على صنعه بسهولة، وعموما أصبح الراديو من أهم نظم إرسال المعلومات التي تم تطويرها بصورة سريعة نتيجة هذه الاختراعات الجديدة.

-**السينما والتلفزيون:**²

يعتبر التلفزيون من وسائل الاتصال الجماهيري المسموعة والمرئية ومشاركة بالطبع في ذلك السينما، ولقد سعى الإنسان منذ بداية الاتصال عن طريق استخدام الصور والرموز والإشارات التي رسمها في النقوش على جدران المعابد والمقابر والكهوف، ولكن توالت الاختراعات التي تتدرج أيضا تحت وسائل الاتصال مثل اختراع آلة التصوير، كما حدث في الولايات المتحدة الأمريكية مع منتصف القرن التاسع عشر، وتم إخراج الصور وإعادة نسخها ثم ظهرت بعد ذلك السينما فأدت إلى زيادة قوة استخدام الصورة وأهميتها مع إضفاء اللون والكلام والحركة عليها، ثم ظهر بعد ذلك التلفزيون ليتفوق على السينما كوسيلة اتصال جماهيرية علاوة على وضع الصورة والحركة على شاشات صغيرة لعرضها على الجمهور وأضحت ممثلة في التلفزيون ليكون من أكثر وسائل الاتصال شعبية واتصالا جماهيريا ويرجع الفضل إلى اختراع التلفزيون إلى العالم البريطاني "

¹المرجع نفسه، ص 32

²المرجع نفسه، ص 34.

جون بيرد " الذي توصل إلى هذا الاختراع عام 1924 وذلك بعد محاولات عدة لتطبيق العديد من النظريات العلمية الدقيقة واستطاع التوصل بدقة إلى نظريات الإرسال والاستقبال التلفزيوني الموجودة حالياً.

1-1-2-3) مرحلة الاتصال عبر وسائل الإعلام الإلكترونية:

مع تطور وتعزيز وسائل الاتصال على مر المراحل تم الانتقال إلى ثورة الإلكترونيات التي شهدتها المجتمعات البشرية خلال النصف الأخير من القرن العشرين، فترجع النشأة التاريخية الأولية للحاسوب (الكومبيوتر) إلى بداية العام 1920 وذلك عندما استخدم الإنسان الحاسبات الآلية الضخمة ولكن تطورت هذه التكنولوجيا الحديثة بعد تطور علم الفيزياء والرياضيات والفلك وتقنيات الإرسال والاستقبال، ونظم تحرير وإرسال المعلومات ولاسيما بعد الحرب العالمية الثانية، حيث ساعدت الظروف الاقتصادية والتجارية وعمليات الإنتاج الصناعي على تطور نظم الحاسبات الآلية، ولقد صنع أول كمبيوتر إلكتروني عام 1942 ولكنه طور عام 1971 ولكن لم تظهر استخدامات الكمبيوتر الشخصي من الناحية التجارية إلا في عام 1985 كما جاءت عملية تطوير نظم الإلكترونيات لتضيف أبعاداً تكنولوجية أخرى على تطوير الحاسوب، ولقد اتسعت استخداماته في الوقت الحاضر، لتشمل النواحي التعليمية، والثقافية والتجارية، والاقتصادية والصناعية وأعمال الملاحظة البحرية والطيران والطرق والمواصلات والاتصالات المختلفة بالإضافة إلى استخداماته المتعددة في كافة مجالات وسائل الاتصال الأخرى مثل الطباعة والصحافة والإذاعة والتلفزيون والأقمار الصناعية وغيرها ويضيف أبعاداً ثقافية واجتماعية وحضارية جديدة لكل من الأفراد العاديين والمؤسسات والدول القومية ذاتها.¹

ومن أحدث تكنولوجيا الاتصال الجماهيري التي تختم بها البشرية القرن العشرين هو نظام الأنترنت أو شبكة المعلومات لتضاف إلى محصلة الإنتاج الإتصالي المتطور، ظهرت على وجه الخصوص خلال السنوات الأخيرة من هذا القرن، كما تعكس في الوقت ذاته قدرة العقل البشري على عمليات التحديث والتجديد والتطوير المستمر والتطلع إلى تكنولوجيا متطورة ومعقدة وتشمل في نفس الوقت مجموعة من الاتصالات البشرية والتكنولوجية بصورة شاملة، وهذا ما يتمثل في نظام الأنترنت الذي يشمل وسائل الاتصالات المطبوعة والمكتوبة والسلكية واللاسلكية والتلفزيونية والمسموعة والمرئية وغيرها، كما يوفر على الإنسان عامل الوقت والجهد والتكاليف، التي تحدث خلال عمليات الاتصال واكتساب الثقافات والأخبار في سرعة ودقة متناهية، كما يستخدم من أجل الدعاية والإعلان والمعاملات التجارية والاقتصادية والترفيهية وغيرها، فالأنترنت

¹ المرجع نفسه، ص 39.

كأحد تكنولوجيا الاتصال تعكس بوضوح عن مدى استمرارية سعي الجنس البشري لاكتساب و اقتناء المزيد من تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وجعلها بأكثر فاعلية وكفاءة وفائدة للبشرية ككل.

1-1-3) أهم مجالات ممارسة الاتصال:

تتعدد مجالات ممارسة الاتصال في المجتمع حيث نجد منها ما يتعلق ب:

- **المجال الاجتماعي:** ويسمى بالاتصال الاجتماعي، و هو "مجموعة الأنشطة التي يمارسها الإنسان في مجال العلاقات الاجتماعية والتي تؤدي إلى إكسابه خبرات تربوية واجتماعية تساهم في بناء شخصيته وتحقق ذاته ضمن دائرة المجال المنتمي إليه".¹

- **مجال التعليم:** ويطلق عليه بالاتصال التربوي 'حيث يلعب دورا هاما في تسهيل الاتصال بين المعلمين والاولياء، وبين المعلمين والتلاميذ، والتعامل مع مجالس الإدارة".²

- **المجال المؤسسي:** ويطلق عليه الاتصال التنظيمي أو المؤسسي وهو "أحد المهام والوظائف التي تساعد المنظمة في تنفيذ استراتيجياتها العامة، وفق طرق وسياسات موضوعية للوصول إلى تحقيق الاهداف المسطرة فيها ، و استراتيجيات الاتصال الداخلي قريبة جدا من تلك المعدة للاتصال الخارجي وهي تعرف على أنها: نقل ونشر المعلومات والمعرفة بين الموظفين لزيادة وعيهم وتنمية روح الانتماء وتفعيل مشاركتهم لتعزيز أدائهم المؤسسي".³

- **المجال السياسي:** ويطلق عليه بالاتصال السياسي و هو " نشاط اتصالي رسمي تقوم به أجهزة الدولة أو غير رسمي تقوم به المؤسسات والجماعات والأفراد بهدف التأثير على أنشطة الدولة".⁴

- **المجال الثقافي:** وسمي الاتصال الثقافي، يعرف على أنه "عبارة عن التفاعل الذي يتم بين أعضاء من مختلف الثقافات مهما تراوحت ضالة هذه الاختلافات ، وهو يشمل ثقافات عادة شخصا متصلا من ثقافة ما وتلق (متصلا به) من ثقافات أخرى".⁵

¹http// : www . bouhoot.blogspot.com

² http// : www . classique.uqua.ca, p4, le 12/02/2010.

³ Fanenng nguyen thanh. La communication –une dtrategie au service de l'entreprise. Les edition economica. Paris.1991. pp. 72-73.

⁴مرجع سابق، مقدمة في الإتصال السياسي، ص64.

⁵ http// : www . bouhoot.blogspot.com

و" يأخذ الاتصال الثقافي مكانة في الثقافة ، إذ يتفاعل المتصل مع المتصل به باعتبارهما عضويين في ثقافتين ، أكثر من انتماءهما إلى أمة، فهما يتأثران بما تعلمتا من الثقافة أكثر من الانتماء القومي". فمثال ذلك حديث أستاذ قادم من بلد ما إلى طالبة في جامعة جزائرية ويتميز هذا النوع من الاتصال بكونه:

-أقل رسمية.

-توفر سبل التفاهم.

-اتصال مباشر في الغالب.

1-2) الاتصال السياسي: بحث في المفهوم ضمن الإطار السوسيوسياسي:

1-2-1/تعريف الاتصال السياسي: يعرف الاتصال السياسي على انه "النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة أو الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب والذي يعكس أهداف سياسية محددة تتعلق بقضايا إلى البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال رسائل الاتصال المتعددة"¹.

وفيما يلي عرض لعدد من التعاريف التي قدمها الباحثين، نذكر منها:

***تعريف ميدو:** "هو الرموز و الرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي أو المؤثرة فيه، حيث يركز ميدو على الرموز والرسائل".

***تعريف تشافي:** الاتصال السياسي هو "أثر الاتصال ووظيفته في العملية السياسية"².

***تعريف بليك وهارد سن:** الاتصال السياسي هو "الاتصال المؤثر تأثيرا حقيقيا أو ممكنا في الحياة السياسية أو الوجود السياسي بصفة عامة".

***تعريف سيكدسون:** الاتصال السياسي هو "أية عملية نقل الرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع".

***تعريف دينتون و وودوارد:** الاتصال السياسي هو "المناقشة العامة حول السلطة ومصادر الدخل العام في المجتمع".

***تعريف ماكنير:** الاتصال السياسي هو " اتصال هادف يتعلق بالسياسة" ويشرح ما كنير هذا التعريف الموجز بقوله إنه يشتمل على:

¹محمد بن سعود، مقدمة في الإتصال السياسي، مكتبة العبيكان للنشر، ط02، الرياض ، 1997، ص13.

²المرجع نفسه ، ص13

أ- كل مستويات الاتصال التي يستخدمها الساسة أو المشتغلون بالسياسة بغية الوصول إلى غاية محددة و أهداف مقصودة.

ب-الاتصال الموجه إلى هؤلاء الساسة من غير المشتغلين بالسياسة كالناخبين وكتاب الأعمدة الصحفية وغيرهم.

ج-اتصال يتعلق مضمونه بأشخاص الساسة و المشتغلين بالسياسة وغيرهم ممن لا تنطبق عليهم هذه الصفة، ويتعلق أيضا بنشاطاتهم التي تنظمها التقارير الإخبارية و الافتتاحيات وغيرها من وسائل مناقشة وسائل الإعلام للسياسة و السياسيين.

وفي قراءة تحليلية لهذه التعاريف نجدها تركز على:

***النشاط السياسي:** وهو مضمون العملية الاتصالية السياسية.

***القائم بالاتصال:** وهم الساسة و الإعلاميون أو عامة أفراد الشعب .

***الهدف :** يتضمن الأثر المقصود من الرسالة سواء كان متعلقا بوظيفة التأثير من الرأي العام أم في عملية التنشئة السياسية.

***الوسيلة:** وهي كل وسيلة اتصالية تجسد النشاط السياسي الذي تمارسه الحكومة أو الإعلاميون أو أفراد الشعب.

1-2-2) نشأة و مراحل تطور الاتصال السياسي:

إن البحث عن جذور الاتصال يدعونا إلى بحث علوم الاتصال و السياسة و نعتبر هذه الجهود عند الفلاسفة الإغريق و في كتابات الفكر السياسي القديم التي اتسمت بإعطاء قدر كبير من الاهتمام بالنظام السياسي و إهمال عملية الاتصال بين أفراد المجتمع ، و لكن هذا لا يعني أن الفلاسفة الإغريق لم يهتموا بموضوع الاتصال و علاقته بالسياسة، فنجد بهذا الصدد كتاب أرسطو (السياسة و الخطابة) بين أفراد المجتمع ،حيث نظر أرسطو للإنسان باعتباره كائن سياسي و الدولة في نظره ما هي إلا شركة بين قوم يعيشون وفق قانون التكامل لكن نجد أن الاهتمام الواضح بموضوع الاتصال السياسي لم يكن بارزا في هذه المرحلة.¹

أ- **مرحلة الاتصال السياسي العمودي:** وتقابل مرحلة الإعلام الحديث (الإعلام الجماهيري) حيث يتصف المجتمع الغربي بالأبوية أو البطريقية على مختلف المستويات

¹سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود ،الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي ،رسالة دكتوراه، السعودية ،2006،ص69.

منها: مستوى الإعلام والاتصال، حيث هيمنة السلطة الأبوية ليس في الأسرة فقط ، بل على مختلف المؤسسات الاجتماعية منها المؤسسات الإعلامية، وتتجلى نزعة الهيمنة في هذا الإطار في أن هذه المؤسسات هي مملوكة للدولة أو تخضع (ثباتها) فيكون الحاكم هو محور العملية الاتصالية ما يجعل العلاقة بين الحاكم والمحكومين هي علاقة هرمية من فوق إلى أعلى، يتم التعبير عنها بالتحكم والتوجيه: توجيه المعلومات عن طريق الغريلة المتاحة للمحكومين غير وسائل الاتصال الجماهيرية ما يعبر عن حالة من الامتثال القشري الصامت المبني على التوجيه.

ب- **مرحلة الاتصال السياسي الأفقي:** وتقابل هذه المرحلة مرحلة الإعلام الجديد، وما أحدثه من تغيرات على مستوى العملية الاتصالية حيث أصبح بفضل من حق الأفراد المشاركة في العملية الاتصالية ولم يعد هذا الفرد مستهلكا للإعلام بل مشاركا ومحاورا فيه.

1-2-3) وظائف الاتصال السياسي:

يعد هارولد لا زويل¹ من الأوائل الذين اهتموا بتحديد الوظائف التي يقوم بها الاتصال في المجتمع بصفة عامة وقد حددها بثلاث وظائف أساسية تتمثل:

1- **وظيفة المراقبة:** توفر هذه الوظيفة المراقبة اللازمة لاتخاذ القرارات وخاصة منها القرارات السياسية، وتمكن من تجميع المعلومات المتعلقة بالبيئة الداخلية و الخارجية حيث يقوم الاتصال بدور سياسي في المجتمع من خلال وضع الكثير من البرامج السياسية وتحديد المطالب السياسية للمجتمع.

2- **وظيفة الترابط:** يرى لا زويل أن وظيفة الاتصال تكمن في تحقيق الترابط في المجتمع وتمكين الأفراد من تفسير ما يجري من أحداث وتوجيه سلوكهم، فالاتصال دور مهم في توجيه الرأي العام الذي من خلاله تستطيع الحكومات الديمقراطية القيام بمهامها. -نقل الميراث يحافظ على المرجعية العامة للمجتمع ويعمل على نقل القيم الاجتماعية من جيل إلى آخر ويعمل على توحيد المجتمع عن طريق بناء قاعدة أوسع من القيم والعادات و التقاليد ويرى أن الإخلال بهذه الوظيفة يلحق الضرر بالمجتمع.²

-كذلك نجد غابريال ألموند اهتم بوظيفة الاتصال في المجتمع بصفة خاصة وبوظيفة الاتصال في النظام السياسي فقد تشبه هذه الوظيفة بالدورة الدموية، حيث شبه الاتصال بالدم في قيامه بوظائفه، والاهتمام لا يتصرف إلى الدم(الاتصال) لكنه يتجه على ما يحمله الدم من تغذية للنظام.³

¹ محمد عبد الغني هلال ،مهارات التوعية والإقناع، المركز والتوجيه والتنمية ، مصر ، 1998، ص12.

²المرجع السابق،الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، ص57.

³المرجع نفسه ، ص59.

3- نقل التراث:

- ما تقوم به وسائل الإعلام من نشر أو نقل للمعرفة والثقافة والقيم والتقاليد الاجتماعية من جيل إلى جيل ومن مكان إلى آخر.
- التعريف بالتنشئة لتحقيق أهداف المجتمع من التنشئة الاجتماعية، والتي تتمثل في توفير رصيد مشترك من المعرفة بين أفراد المجتمع يمكنهم من أن يعملوا كأعضاء ذوي فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه.
- دعم التكامل والوعي الاجتماعيين، ويؤدي إلى المشاركة الفعالة في الحياة الاجتماعية.
- وتدخل هذه الوظيفة في إطار الوظائف الاجتماعية والتعليمية لوسائل الإعلام، وهي وظيفة تهتم بتأهيل الفرد وتنشئته تنشئة متسقة مع أهداف المجتمع ومثله وقيمه.
- ويلاحظ على وظائف الإعلام عند لا زويل، أنه لم يشر إلى وظيفتين أساسيتين من وظائف الإعلام في المجتمع وهما وظيفة الترفيه ووظيفة الإعلان.
- ويرجع بعض الباحثين عدم اهتمام لا زويل بوظيفتي الترفيه والإعلان إلى أن لا زويل لم يشهد العصر الذهبي لوسائل الإعلام¹

وتتداخل الوظائف التي يحققها الاتصال مع تلك التي يقدمها الاتصال السياسي وهو الأمر الذي جعل الباحثون يجدون صعوبة في تحديد وظائف الاتصال السياسي، وعموماً يمكن تحديد وظائف هذا الأخير في الآتي:

- **الإعلام:** وهو جمع وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات، الصور أو الرسائل و الآراء و التصرف اتجاهها بهدف الوصول و التمكن من اتخاذ قرارات سليمة.
- **التمثيل السياسي:** "يشير إلى العلاقة القائمة بين أهل السلطة السياسية و أولئك الذين تمارس هذه السلطة عليهم"².
- **التعبئة الجماهيرية:** حيث يستطيع المستخدم من خلال الفاسبوك أن يستثر جيداً خدمته على تعبئة الجمهور من خلال المميزات التي يتنوع بها (النص ، الرسالة القصيرة، الصورة ، الفيديو، التعليقات، الإعجاب بفكرة، إنشاء صفحات خاصة حول أي فكرة أو حدث)³
- **تحقيق الديمقراطية:** من خلال حرية التعبير عن الرأي.⁴
- **خلق روح النقاش والحوار:** توفير الحقائق اللازمة وتبادلها لتوضيح مختلف وجهات لنقل العلاقات بين المجتمعات.⁵

¹ عبد اللطيف حمزة: الإعلام و الدعاية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ط 1، 1984، ص58.

² <http://www.al-fadjr.com!ar!index.php?news:28394%3fprint>

³ المرجع نفسه .

⁴ المرجع السابق، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي، ص72.

⁵ المرجع نفسه، ص72.

ونذكر أهم الوظائف السياسية التي يقوم الاتصال:
-وظيفة التنشئة السياسية: تقوم وسائل الاتصال بهذه الوظيفة عن طريق تقديمها للمعلومات حول البيئة السياسية حيث أن التنشئة السياسية هي عملية مستمرة عبر مراحل الإنسان.¹

-التسويق السياسي: ويعرف التسويق كونه لا يعد و كونه تطبيقا لمبادئ التسويق و أسسه و أساليبه على الحياة السياسية ،فأطراف العملية السياسية يستخدمون هذه المبادئ في

اتصالاتهم السياسية خصوصا في الحملات الانتخابية.²

-التأثير على الرأي العام : حيث أن معالجة القضايا و الأحداث تؤثر كثيرا في إدراك الناس لهذه الأحداث ، فهي تزود أفراد المجتمع بكافة المعلومات عن البيئة السياسية.

-الرقابة على الحكومة : حيث تلعب وسائل الاتصال دور الرقيب عموما.

-المساعدات في صنع القرارات: فقد أثبتت الدراسات الأمريكية أن لوسائل الإعلام تأثير كبير على القرارات السياسية وذلك لسببين:

أ-أنها تعطي الشعبية أو تمنعها عن صانع القرار .

ب-صانع القرار يعتقد أنها هامة فهو ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس اتجاه سياسته وقراراته.³

¹ عبد الغفار رشاد العقبي، الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي، مكتب الآداب ، مصر ، 2007،ص100.
²المرجع نفسه،ص106.

³المرجع السابق، الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي،ص80-81.

الفصل الثاني: مواقع
التواصل الاجتماعي
والفايسبوك

2-1) مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها:

2-1-1) تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

ارتبط ظهور مواقع التواصل الاجتماعي بظهور الجيل الثاني من الويب 0.2 الذي أحدث ثورة عالم الانترنت وشكل ما أصبح يعرف بالمجتمع الافتراضي .

و يتضمن مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي معنا سيولوجيا و آخر تكنولوجيا.

أ-فأما المعنى السوسولوجي و يشير إلى ان مواقع التواصل الاجتماعي هي " مجموعة من العلاقات بين وحدات اجتماعية وأنها مواقع تقدم خدمات تتمحور حول بناء علاقات اجتماعية".

ب-المعنى التكنولوجي فيشير إلى كونها أنها مواقع إلكترونية، حيث عرفها كل من، أليسون و بولد اللذان يريان أن " مواقع التواصل الاجتماعي هي صنف من المواقع يقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الويب تتيح للأفراد بناء ملامح متاح للعموم أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد "ويعرفها أستاذي M. Kaplan على أنها مجموعة من التطبيقات على الانترنت تشتغل على فلسفة التسويق Michael Henlein وتقنيات الويب¹² والتي تتيح امكانية تبادل المحتويات بين المستخدمين² .

2-1-2) أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

2-1-1-2) الفيسبوك: الموقع الذي استأثر بقبول وتجاوب الكثير من الناس خصوصا الشباب وفي جميع أنحاء العالم ، فهناك من استفاد منه للتواصل بالصور والملفات والمحادثة مع الأصدقاء وله العديد من الاستخدامات والمميزات التي جعلته يحتل المرتبة الأولى من بين مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا من خلال سهولة الاستخدام وتنوع أغراض استخدامه.³

2-1-2-2) موقع تويتر: هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت، تم تطويره عام 2006، ويتيح للمستخدمين فتح حساب الشخصي وكتابة الرسائل على غرار تحديث الحالة ويتيح أيضا وضع الروابط على الشبكة بطول 140 حرف على الأكثر، وهذه

¹مرجع سابق، كيف نفكر في الشبكات الاجتماعية، ص 18-22.

²بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ، ورقة مقدمة في ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع

8. نوفمبر 2012 - عشر بعنوان " ثقافة التغيير". كلية الآداب / جامعة فيلادلفيا، عمان ،

³ Kittiwongvival wasinee and rakanngan pimompha .face booking your dreams . master thesis . shool of sustainable development of society and technology. Maladrdalen university .? sweden 2010.

الرسائل القصيرة التي تسمى تويتر تذهب على الفور إلى صفحة المستخدم إلى المستخدمين الآخرين لديهم اشتراك في حساب تويتر مع ذلك المستخدم.¹

2-1-2-3) اليوتيوب: موقع يوتوب هو أكبر موقع على شبكة الأنترنت يمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقطع الفيديو بشكل مجاني كمستخدمين عاديين ويتميز هذا الموقع بخاصية تمكنه من العمل مع المواقع الأخرى مثل الفاسبوك أو المدونات من خلال تضمين ملفات الفيديو.²

2-1-2-4) الإنستاغرام: هو "تطبيق مجاني لتبادل الصور أطلق في أكتوبر عام 2010، يتيح للمستخدمين التقاط صور وإضافة فيلتر رقمي إليها ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وفي شبكة أنستا غرام نفسه، وتضاف الصورة على شكل مربع".³

2-1-2-5) المدونات: تعتبر المدونات "فضاءات تعبيرية مفتوحة، يستطيع من خلالها الأفراد الذين يعرفون باسم المدونين مناقشة الأفكار حول مختلف المواضيع السياسية، الاجتماعية، الثقافية وما إلى ذلك وكذا طرح مواضيع للنقاش، وقد ساهمت المدونات في ظهور النحن أو المواطن التي تنشط خاصة في المجال السياسي".⁴

2-1-3) الأهمية السوسيو سياسية لمواقع التواصل الاجتماعي:

2-1-3-1) الأهمية في الحياة السياسية:

منذ أن وضعت السياسة الفلسفة والإيديولوجيات جانبا، أصبحت الميديولوجيا تضع السياسة، عمل الفلاسفة على تفسير العالم، ووضع الأطر النظرية لتغييره، لكن النظري لا يمكن أن يصبح تطبيقيا إلا من خلال وسائل محددة، وهذا ما ينفص الفلسفة، بقيت تنظر بالإيديولوجيات وسقطت من جرائها الكثير من القتلى مجانا. إلا أن أهمية الميديولوجيا والإنترنت وسيط أساسي فيها، أنها تملك طريقة استعمال الإيديولوجيا لتحقيق التغيير من دون خسائر تذكر، بل هي تستغل أي قتيل أو شهيد أو حدث لتصنع منه رمزية توجب من خلاله المشاعر والوجدانيات، فتحقق الفكر بالعاطفة، وتتجز السياسة بالصور وتحقق الثورة من خلال دعوة من الفاسبوك.

¹ بوباح عالية، دور الأنترنت في مجال تسويق الخدمات، دراسة حالة قطاع الاتصالات، مذكرة نيل شاهدة الماجيستر في العلوم التجارية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011.

² المرجع السابق، دور الأنترنت في مجال تسويق الخدمات.

³ المرجع نفسه.

⁴ سوزان منعم، الانتفاضات العربية: مقاربات سوسيو لوجية ومقاربات جغرافية، معهد العلوم الاجتماعية، لبنان، 2014، ص45.

ترتكز الدبلوماسية الإلكترونية على شكل جديد من الدبلوماسية في عصر المعلومات، القائمة على التواصل بين الدبلوماسيين من جهة والناشطين على الشبكة العنكبوتية من جهة أخرى.

ويشرح أليك روس (مستشار وزيرة الخارجية الأمريكية هيلاري كلينتون لشؤون الابتكار) الهدف من الدبلوماسية الرقمية بأنه الاستفادة القصوى من الأنترنت لمواجهة التحديات الكبرى على الساحة الدولية مثل: مساعدة الحركات الديمقراطية، تقديم الإغاثة لمناطق الكوارث، التخفيف من حدة الفقر...

وقد برز عدة أمثلة تطبيقية لهذه الاستراتيجيات تمثلت في استخدام مسؤولي وزارة الخارجية برامج الرسائل النصية في جمع أموال التبرعات وتنسيق المساعدات عقب الزلازل في هايتي، كما إنهم تمكنوا من رسم خريطة إلكترونية للألغام الأرضية في كولومبيا، كما يجري العمل على ابتكار نظم للتسديد بواسطة الهواتف المحمولة لمساعدة منكوبي مجاعة شرق أفريقيا.

ومن أبرز الأمثلة على ذلك ما حدث في الشرق الأوسط خلال ثورات الربيع العربي في مواجهة الأنظمة القائمة كما حدث في تونس ومصر واليمن وليبيا وسوريا.¹

2-1-3-2) الأهمية في الانتخابات: حيث يكثر استخدام هذه المواقع في فترة الانتخابات وتصبح مواقع عن تواصل اجتماعي بمختلف أشكالها خاصة الفاسبوك، وسيلة اتصال تربط الناخبين بالمرشحين.²

ونشير هنا أن خطوات السياسي يجب أن تكون مدروسة في توقيت الإعلان والأسلوب والمضمون، وتصنف الإعلانات السياسية إلى صنفين:

1- إعلان إيجابي يجيب عن تساؤل لماذا يجب أن تصور لمرشح ما؟

2- إعلان سلبي يجيب عن تساؤل لماذا يجب ألا تصور لمرشح آخر؟

2-1-3-3) الأهمية في حياة العامة: "حيث يقوم الحكام باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنسج شبكات تواصل مع المحكومين بغية التأثير في مشاعرهم وانفعالاتهم وتوجيههم من خلال جملة من النشاطات الإعلامية، وعليه " تهدف العملية الاتصالية بمضامينها المختلفة إلى كسب اتجاهات الجمهور نحو اتجاهات جديدة تقررها السياسات الإعلامية من خلال التدفق و الممنهج من قبل المرسل لإنتاج الرأي العام بما يتوافق مع

¹ نديم منصور، سوسيولوجيا الأنترنت، منتدى المعارف، د ط، لبنان، ص 158، 159.

² المرجع نفسه، ص 163.

طبيعة النظام السياسي والاجتماعي القائم".¹

2-2) الفايسبوك: قراءة في المفهوم والخصائص والوظائف الاجتماعية:

2-2-1) تعريف الفايسبوك: هو "موقع من مواقع التواصل الاجتماعي وهي خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء في مشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات مع أشخاص آخرين يشاركون معهم بإحدى النشاطات الفكرية أو غيرها وقد استقطبت هذه الخدمة ملايين المستخدمين من شتى بلاد العالم".²

ويعرف على أنه "موقع تواصل اجتماعي تابع لشركة فاسبوك يستطيع أي شخص الوصول إليه عبر الأنترنت والتسجيل به مجاناً، ويقوم بالاتصال مع الآخرين والتفاعل معهم، أما كلمة "بوك" فأنت من أوروبا وتعني دفتر ورقي يحمل صوراً أو معلومات لأفراد وجماعة معينة من أجل تعريف الطلبة المنتسبين على الطلاب المتواجدين في نفس الكلية".³

وهو أيضاً "شبكة اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب واكتسب اسمها كموقع للتواصل الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية".⁴

2-2-2) خصائص الفايسبوك: يتميز الفاسبوك بعدد من الخصائص، أهمها⁵:

- أنه شبابي: حيث يشير إليها موقع socialbakers حول استخدامات الفاسبوك إحصائياً في أكثر من مئتي دولة يتبين أن الفاسبوك في العالم العربي هو تقنية شبابية بامتياز ، ففي مصر 95% من مستخدمي الفاسبوك تتراوح أعمارهم ما بين 13-44 سنة، وكذلك في اليمن 96%، وفي فلسطين 96% ، العراق 94% ، تونس 93% ، ليبيا 93% ، البحرين 93% وإحصائيات الفاسبوك في الجزائر و20 مليون مستخدم تهرب منه و53 من العنصر النسوي، و38 من العنصر أساسي شرائح المجتمع أعمارهم من 18 سنة.⁶

¹ المرجع السابق، سوسيولوجيا الأنترنت، ص163.

² منصور ، تحسين ومنصور رشيد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني ، دراسة مقارنة في النوع الاجتماعي ورقة مقدمة للمنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، 2012، ص25.

³ جلال إكرام، الأنترنت و الفايسبوك ظاهرة العصر، دار الأهلية للنشر ،دط، القاهرة، 2010، ص35.

⁴ المرجع السابق، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني، ص28.

⁵ ديم منصور، دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربية، ص06 إلى ص29.

⁶ المرجع نفسه ، ص06.

-**الاتصال السريع:** من أهم مميزات الفاسبوك نقل الخبر بسرعة فائقة وآنية، إمكانية التفاعل مع الخبر والتعليق عليه، تبادل الرسائل والأفكار والآراء، نقل الصور والفيديوهات والتعليق عليه... فأي حدث يحصل في الشارع لا يحتاج إلا بضع دقائق ليصبح ردود الفعل والتعليقات والاقتراحات والدعوات للاحتجاج والتظاهر ومن ثم نقل المحور النقاش الافتراضي إلى أرض الواقع بعد تحديد الزمان والمكان والشعارات بما يتناسب مع حجم الحدث وظروف نشأته.¹

-**الهوية الخفية:** يستطيع المستخدم أن يبتكر شخصية إلكترونية افتراضية يستخدمها في مجتمعه الافتراضي من خلال تقمص هوية خفية أو اسم مستعار في غرف الدردشة التي قد تكون ذات مضمون سياسي أو علمي أو رياضي أو جنسي.... وغالبا ما تكون الأسماء المستعارة منسجمة مع مضمون الغرفة، وتسمح ميزة الهوية الخفية في المجتمع الافتراضي في التعبير عن النفس بصورة أكبر، تبعده عن التقيد بالقواعد الروتينية التي يفرضها المجتمع الواقعي، وتساعد الفرد في لعب أدوار مختلفة قد يعجز عن تحقيقها في حياته اليومية الاعتيادية، فتأتي التفاعلات الافتراضية حرة، صريحة، تبرز ما يريده الفرد بغض النظر عن المضمون وقيمه.²

-**تكوين مجتمع افتراضي:** يسمح الفايسبوك للأفراد من خلق صداقات يبادلهم الاهتمام و المحتوى، فهي تساهم في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد من بداية تطبيقات الإنترنت غير أن مواقع التواصل الاجتماعي دعمت الاتصال فمستخدمي هذه المواقع يخبرون في أساليب كالرسم إضافة إلى الانضمام إلى مجموعات.³

-**التفاعلية:** من خلال هذه المواقع تفاعلت منذ وجودها فالاهتمام هو مواقع تبنى من خلال مصلحة مشتركة ذات الاهتمام الواحد كالسياسة و الموسيقى فالتفاعلية تمكن من المتلقي في المشاركة عكس الإعلام القديم.⁴

-**الحركة والمرونة:** حيث يمكن تحريك الرسائل الجديدة إلى أي مكان الحاسب الشخص و الهاتف المحمول وكاميرا الفيديو المحمولة.⁵

-**قابلية التحويل:** حيث أتاح الاتصال الرقمي لإمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصدرة أو العكس.

¹ المرجع نفسه ، ص08.

² المرجع السابق، سوسيولوجيا الإنترنت، ص25.

³ المرجع نفسه، ص29.

⁴ دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربية ، ص15.

⁵ المرجع نفسه، ص16.

-قابلية التوصيل: وتعني رمز الأجهزة ذات النظم المختلفة بغض النظر عن الشركة الصانعة.¹

2-2-3) الوظائف الاجتماعية للفايسبوك:

يحقق الفاييسبوك مجموعة من الوظائف للأفراد المستخدمين له يمكن إجمالها في :

2-2-3-1)الإعلام: حيث يوفر الفاييسبوك معلومات للمستخدمين غير أن هذه المعلومات قد تكون غير صحيحة، يمكن أن يستفيد منها الإعلاميين الذين يبحثون عن مواد لعملهم لذلك فإن المؤسسات الإعلامية اليوم أصبحت تفتح حسابات لها لأغراض عديدة منها استقبال المعلومات ونشرها.²

2-2-3-2)الاتصال: يعتبر الفاييسبوك شبكة اتصال تتيح لمستخدميها عقد علاقات صداقة وتفاعلات شبكية التي لا ترتبط بالهوية أو القومية أو حدود جغرافية، حيث شكل هذه العلاقات ضمن فضاء إلكتروني غير محدد للمعالم.³

2-2-3-3) التعبير عن الرأي: إحدى الوظائف السياسية التي يحققها هذا الموقع لمستخدميها، حيث يستخدمه الأفراد ليعبرون عن مواقفهم وتفاعلهم مع الأحداث التي ارتبطت بالحياة الاجتماعية خاصة مع مطلع عام 2011، التي تلت بذلك الحركات الشعبية.⁴

2-2-3-4)التعبئة الجماهيرية: ما يعني قدرته على تعبئة الجمهور من خلال ما يتميز به من: النص، الرسالة، الصورة، التعليقات ، وقد استطاع الفاييسبوك أن يحرك الجماهير لإسقاط بعض الأنظمة العربية، حيث بات يطلق على الثورات العربية بثورات الفاييسبوك.⁵

2-2-3-5) الترفيه: وتعتبر هذه الوظيفة أساسية لإزالة التوتر لدى الكثيرين من وراء استخدامهم للفايسبوك، وذلك من خلال المحادثة مع الآخر، التصفح، مشاهدة الفيديوهات، التفاعل مع الأحداث عن طريق الإعجاب بفكرة جام.⁶

¹المرجع السابق، ص16.

²المرجع السابق، سوسيولوجيا الانترنت، ص35.

³المرجع نفسه، ص36.

⁴المرجع نفسه ، ص37.

⁵المرجع نفسه، ص38.

⁶المرجع نفسه، ص38.

**الفصل الثالث: عرض،
تحليل و مناقشة نتائج
الدراسة الميدانية**

1) عرض وقراءة، وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

1-1) عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى القائلة: تعلم المعلومات المتدفقة عبر الفايسبوك على التحرر من التحكم من السلطة السياسية.

1-1-2) العلاقة بين كون الفايسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية لدى المبحوثين بمدى حرصهم على متابعة أخبار السلطة: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (07) : توزيع المبحوثين حسب اعتبار الفايسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية و حرص المبحوثين على متابعة باستمرار أخبار السلطة السياسية:

المجموع		هل تجد الفايسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية					
		لا		نعم			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
27.5	22	21.2	07	31.9	15	نعم	حرص المبحوثين على متابعة باستمرار أخبار السلطة السياسية
72.5	58	78.8	26	68.1	32	لا	
100	80	100	33	100	47	المجموع	

تظهر بيانات الجدول رقم (07) الآتي:

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين عن كون الفايسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية، غالبية المبحوثين (47 مبحوث: 58.75%) أجابو بأن الفايسبوك هو وسيلة لكشف الحقائق السياسية وفي المقابل 33 مبحوث بنسبة 41.25% أجاب بالعكس أي بأن الفايسبوك لا يكشف الحقائق السياسية، و يرجع سبب ذلك حسب نتائج المقابلة التي أجريناها خلال مرحلة الاستطلاع في كونه ينشر إعلام غير صادق " فيه أخبار مزيفة" على حد قول أحد المبحوثين .

وفي سؤالنا لهم عن مدى حرصهم باستمرار على متابعة أخبار السلطة السياسية أجاب غالبيتهم بلا(58 مبحوث ما يعادل 72.7%) وفي المقابل أجاب 22 مبحوث بنعم ما

يعادل 27.5%. ما يشير إلى أن غالبيتهم لا يهتمون للسلطة السياسية و قد يفسر ذلك في ضوء 3 أسباب رئيسية:

_عدم تواصل الحكام بالمحكومين حيث ان تواصلهم يكون عن طريق الجماعات التقليدية الوسيطة، فضلا عن غيابهم في الفضاء الإلكتروني إلا في المناسبات السياسية (الانتخابات مثلا).

_السلطة السياسية أصبحت لا تتمتع بالمصداقية هذا ما أكدته نتائج المقابلة الإستطلاعية التي أجريناها .

_الاعتراب السياسي حيث عجز المواطن في علاقته بالسلطة و مؤسسات المجتمع.

_الدعاية التحريضية التي تمارسها وسائل الإعلام الحديث والإلكتروني.

_بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يعتبرون أن الفايسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية، البالغ عددهم 47 مفرد: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 68.1% (32 مبحوث) لا يحرصون باستمرار على متابعة أخبار السلطة السياسية في حين نسبة قليلة تقدر ب 31.9% (15 مبحوث) يحرصون باستمرار على متابعة أخبار السلطة السياسية.

_بالنسبة للمبحوثين الذين يعتبرون أن الفايسبوك ليس وسيلة لكشف الحقائق السياسية و البالغ عددهم (33 مبحوث)، غالبيتهم 78.8% لا يحرصون على متابعة أخبار السلطة السياسية، في مقابل 21.2% (07 مبحوثين) يحرصون على متابعة اخبار السلطة السياسية.

ويلاحظ من هذه القراءة الجدولية عدم اختلاف التراتيبات الجزئية (المتعلقة بالمبحوثين الذين يرون بأن الفايسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية وعكس ذلك) عن التراتيبية العامة، ما يعني أن الفايسبوك باعتباره وسيلة لكشف الحقائق السياسية لا يؤثر على اهتمام غالبية المبحوثين بالسلطة السياسية و أخبارها. ، وهو ما تؤكدته نتائج الجدول الإحصائي رقم (08)

الجدول رقم (08): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين الفايسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية و حرص المبحوثين على متابعة باستمرار أخبار السلطة السياسية

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,11	0.29

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.11) وهي قيمة غير دالة ما يعني لا توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين (بين الفايسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية و متابعة المبحوثين لأخبار السلطة السياسية)

1-1-3) العلاقة بين حرية المبحوثين في نشر المعلومات المناسبة و نشرهم لمعلومات ينتقدون فيها السلطة السياسية: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (09): توزيع المبحوثين حسب هل لديك الحرية في وضع المعلومات التي تراها مناسبة و تنشر معلومات تنتقد فيها السلطة السياسية:

المجموع	هل لديك الحرية في وضع المعلومات التي تراها مناسبة					نعم	لا
	نعم		لا		المجموع		
تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
29	51.8	09	37.5	38	47.5	29	37.5
27	48.21	15	62.5	42	52.5	27	62.5
56	100	24	100	80	100	56	100

تظهر بيانات الجدول رقم (09) الآتي:

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين هل لديك الحرية من وضع المعلومات التي تراها مناسبة فأجابوا غالبية المبحوثين (56 مبحوث: 70%) بوجود الحرية في وضع المعلومات المناسبة، و تجد هذه النتيجة تفسيرها في كون الفايسبوك يحقق الديمقراطية "ديمقراطية الكترونية"، و لا يخضع لرقابة من وجهة نظر المبحوثين، وفي المقابل 24 مبحوث ما يعادل 30 أجاب بالعكس أي أنه ليس لديهم حرية في وضع المعلومات المناسبة،

وفي سؤالنا لهم عن نشرهم لمعلومات ينتقدون فيها السلطة السياسية، انقسمت العينة بين من أجابوا بلا (42 مبحوث ما يعادل 52.5%)، و تفسر هذه النتيجة في ضوء الامتثال القسري الذي يميز علاقة الحكام بالمحكومين في المجتمعات العربية، حيث أن العلاقة القائمة بين الحاكم و المحكومين هي علاقة هرمية تقوم على الاقناع بالترهيب و ليس الترغيب، وفي المقابل أجاب 38 مبحوث بنعم ما يعادل 47.5% و قد تفسر هذه النتيجة في إطار شيوع الديمقراطية الالكترونية التي أنتجها الإعلام الاجتماعي خاصة الفايسبوك.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين أجابوا أن لديهم الحرية في وضع المعلومات التي يرونها مناسبة وبالبلغ عددهم 56 مبحوث: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 51.8% (29 مبحوث) ينشرون معلومات تنتقد فيها السلطة السياسية في حين نسبة ليست ببعيدة تقدر ب 48.21% لا ينشرون المعلومات التي تنتقد السلطة السياسية.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين ليس لديهم حرية في وضع المعلومات التي يرونها مناسبة وبالبلغ عددهم (24 مبحوث)، غالبيتهم 62.5% لا ينشرون المعلومات التي تنتقد السلطة السياسية، في مقابل 37.5% (09 مبحوثين) ينشرون المعلومات التي تنتقد السلطة السياسية.

الجدول رقم (10): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين هل لديك الحرية في وضع المعلومات التي تراها مناسبة و هل تنشر معلومات تنتقد فيها السلطة السياسية

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,13	0.49

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.13) وهي قيمة غير دالة ما يعني لا توجد علاقة ارتباط بين الحرية في وضع المعلومات المناسبة و نشر معلومات تنتقد السلطة السياسية، و هو الأمر الذي يثبت عدم تأثير المتغير الأول في الثاني بالنسبة لغالبية المبحوثين.

1-1-4) العلاقة بين تعرض المبحوثين لمعلومات الفايسبوك تجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها و نشرهم للمعلومات التي ينتقدون فيها السلطة السياسية: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (11): توزيع المبحوثين حسب تعرضك للمعلومات يجعلك تفكر في نفس اتجاهها و نشر معلومات تنتقد فيها السلطة السياسية:

المجموع		هل تعرضك للمعلومات يجعلك تفكر في نفس اتجاهها					
		لا		نعم			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
47.5	38	36.74	18	64.52	20	نعم	هل تنشر معلومات تنتقد فيها السلطة السياسية
52.5	42	63.26	31	35.48	11	لا	
100	80	100	49	100	31		المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (11)

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين هل تعرضك لمعلومات الفايسبوك يجعلك تفكر في نفس اتجاهها فأجاب غالبية المبحوثين (49 مبحوث: 61.25%) بأن التعرض للمعلومات لا يجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها وفي المقابل 31 مبحوث 38.75 أجاب بالعكس أي أن تعرضهم للمعلومات يجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها. و قد يرتبط ذلك بمدى المصادقية التي تتمتع بها محتويات الفايسبوك و لفحص ذلك نستعين بالجدول الآتي:

الجدول رقم (12): توزيع المبحوثين حسب ثقتهم بمصداقية معلومات الفايسبوك و تعرضهم لها يجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

المجموع		الثقة بمصداقية المعلومات التي تنشر عبر الفايسبوك					
		لا		نعم			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
38.8	31	17.8	08	65.7	23	نعم	هل تعرضك للمعلومات يجعلك تفكر في نفس اتجاهها
61.2	49	82.2	37	34.3	12	لا	
100	80	100	45	100	35		المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (12)

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين عن ثقتهم بمصداقية المعلومات التي تنشر عبر الفايسبوك فأجابوا غالبية المبحوثين (45 مبحوث: 56.25%) بلا أي ليس لهم ثقة بمصداقية المعلومات التي تنشر عبر الفايسبوك ، وفي المقابل 35 مبحوث ما يعادل 43.75 % أجاب بالعكس أي لهم ثقة بمصداقية المعلومات التي تنشر عبر الفايسبوك.

وفي سؤالنا لهم عن تعرضهم لمعلومات الفايسبوك يجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها ، انقسمت العينة بين من أجابوا بلا (49 مبحوث ما يعادل 61.2%) ، وفي المقابل أجاب 31 مبحوث بنعم ما يعادل 38.8% .

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين أجابوا أن لديهم ثقة بمصداقية المعلومات التي تنشر عبر الفايسبوك والبالغ عددهم 35 مبحوث: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 65.7% (23 مبحوث) ممن يتعرضون لمعلومات الفايسبوك فتجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها في حين نسبة تقدر ب 34.3% يتعرضون للمعلومات من قبل الفايسبوك لكن لا تجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين ليس لديهم حرية في وضع المعلومات التي يرونها مناسبة والبالغ عددهم (45 مبحوث)، غالبيتهم 82.2% لا يفكرون في نفس اتجاه المعلومات التي

يتعرضون لها من طرف الفيسبوك ، في مقابل 17.8 % (31مبحوثين) يتعرضون لمعلومات الفيسبوك وتجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها.

الجدول رقم (13): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين ثقتك بمصداقية المعلومات التي تنشر عبر الفيسبوك وتعرضك للمعلومات يجعلك تفكر في نفس اتجاهها :

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,48	0.00

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.48) عند مستوى دلالة (0.01) مايعني توجد علاقة قوية بين مصداقية معلومات الفيسبوك وتأثيرها على المبحوثين وهو ما يؤكد الإحتمال الذي طرحناه سابق (تأثير مصداقية المعلومات على اتجاهات المبحوثين).

وفي سؤالنا لهم عن مدى نشرهم للمعلومات التي تنتقد السلطة السياسية أجاب غالبيتهم بلا (42 مبحوث مايعادل 52.5%) وفي المقابل أجاب 38 مبحوث بنعم ما يعادل 47.5%

_بالنسبة لفئة المبحوثين الذين تعرضهم للمعلومات يجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها والبالغ عددهم 31 مبحوث: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 64.52 % (20 مبحوث) ينشرون المعلومات التي تنتقد السلطة السياسية في حين قدرت نسبة 35.48 % لا ينشرون المعلومات التي تنتقد السلطة، مايشير إلى تأثير محتويات الفيسبوك على اتجاهات غالبية المبحوثين(الجانب الأكبر منهم ينشر معلومات تنتقد السلطة)، باعتبار ان محتوياته تغلب عليها الطبيعة الدعائية الناقدة للسلطة السياسية.

_بالنسبة لفئة المبحوثين الذين لا يفكرون في نفس اتجاهها عند تعرضهم للمعلومات والبالغ عددهم (49 مبحوث)، غالبيتهم 63.26% لا ينشرون المعلومات التي تنتقد السلطة السياسية في مقابل 36.74 % (18 مبحوث) ينشرون المعلومات التي تنتقد السلطة السياسية، وهذا مايشير عدم تأثير الفيسبوك على اجاهات المبحوثين حيث أن النسبة الغالبة لا تنشر معلومات تنتقد السلطة السياسية.

و يلاحظ من خلال القراءة الجدولية اختلاف التراتبيتين الجزئيتين عن التراتبية الكلية، ما يشير إلى وجود علاقة ارتباط، و هو ما يتأكد من خلال نتائج الجدول الآتي:

الجدول رقم (14) : التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين هل تعرضك للمعلومات يجعلك تفكر في نفس اتجاهها و نشر معلومات تنتقد فيها السلطة السياسية

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,27	0.047

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.27) عند مستوى دلالة (0.05)، ما يعني أنه توجد علاقة ارتباط غير قوية بين المتغيرين (التعرض و لمحتويات الفيسبوك المنشورة، و نشرهم لمعلومات تنتقد السلطة السياسية)، و هو ما يشير تأثير معلومات الفيسبوك على اتجاهها و سلوكيات غالبية المبحوثين.

1-1-5) العلاقة بين ثقة المبحوثين بمصداقية معلومات الفيسبوك و ثقتهم بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (15): توزيع المبحوثين حسب ثقتهم بمصداقية معلومات الفيسبوك و ثقتهم بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية:

المجموع	هل تؤمن بمصداقية معلومات الفيسبوك				هل تؤمن بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية	المجموع
	لا		نعم			
تكرار %	تكرار %	تكرار %	تكرار %	تكرار %	تكرار %	
17	21.2	06	31.4	11	31.4	هل تؤمن بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية
63	78.8	39	68.6	24	68.6	لا
80	100	45	100	35	100	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (15) الآتي:

بالنسبة لسؤالنا هل تؤمن بمصداقية المعلومات فأجاب غالبية المبحوثين (45 مبحوث: 86.7%) بعدم الثقة بها وفي المقابل 35 مبحوث أجاب بالعكس أي يثق بمصداقيتها..

وفي سؤالنا لهم عن مدى إيمانهم بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية أجاب غالبيتهم بلا (63 مبحوث ما يعادل 78.8%) وفي المقابل أجاب 17 مبحوث بنعم ما يعادل 21.2%.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يؤمنون بمصداقيته معلومات الفيسبوك والبالغ عددهم 35 مبحوث: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 68.7% (24 مبحوث) يؤمنون بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية في حين نسبة قليلة 31.4% (11 مبحوث) لا يؤمنون بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية .

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين لا يتقون بمعلومات الفيسبوك والبالغ عددهم (45 مبحوث)، غالبيتهم 86.7% لا يتقون بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية في مقابل نسبة قليلة 13.3% (06 مبحوثين) يؤمنون بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية.

الجدول رقم (16): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين مصداقية معلومات الفيسبوك بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,21	0.05

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.21) عند مستوى (0,05)، ما يعني توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين (من يتقون بمصداقية معلومات الفيسبوك و يتقون بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية) و لكنها ضعيفة، ما يدل تأثير معلومات الفيسبوك على المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية.

1-1-6) العلاقة بين استعداد المبحوثين لتلقي المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية و ثقتهم بمصداقيتها: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (17): توزيع المبحوثين حسب الاستعداد لتلقي المعلومات البديلة و الثقة بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية

المجموع	هل لديك استعداد لتلقي المعلومات البديلة					هل تؤمن بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية
	نعم		لا		المجموع	
تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	
05	12.8	12	30	17	21.2	نعم
34	87.2	29	70	63	78.8	لا
39	100	41	100	80	100	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (17) ما يلي :

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين هل لديك استعداد لتلقي المعلومات البديلة فأجابو 41 مبحوث بلا 51.25 % و 39 بنعم 48.75 %

وفي سؤالنا لهم عن مدى ثقتهم بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية أجاب غالبيتهم بلا (63 مبحوث ما يعادل 78.8%) وفي المقابل أجاب 17 مبحوث بنعم ما يعادل 21.2%.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين لديهم استعداد لتلقي المعلومات البديلة والبالغ عددهم 39 مفردة : الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 87.2% (34 مبحوث) لا يتقون بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية و 12.8% (05 مبحوثين) يتقون بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين ليسوا على استعداد لتلقي المعلومات البديلة والبالغ عددهم (41 مبحوث)، غالبيتهم 70% لا يتقون بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية، في مقابل 30% (12 مبحوث) يتقون بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية.

ويلاحظ من هذه القراءات ثبات الترتيبات الجزئية (وعدم اختلافها عن الترتيبية العامة، ما يعني عدم وجود علاقة بين الاستعداد لتلقي المعلومات البديلة و الثقة بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية ، وهو ما تؤكدته نتائج الجدول الإحصائي رقم (18)

الجدول رقم (18): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين الاستعداد لتلقي المعلومات البديلة و الثقة بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,21	0.15

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.21) وهي قيمة غير دالة ما يعني لا توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين الاستعداد لتلقي المعلومات البديلة و بمصداقية المعلومات السلطة السياسية.

1-1-7) العلاقة بين شعور المبحوثين لإخفاء السلطة لبعض الحقائق يؤدي بهم بالتشكيك بمصداقية أخبارها و ثقتهم بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم(19): توزيع المبحوثين حسب مجرد الإحساس أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي بك إلى التشكيك بمصداقية أخبارها و الإيمان بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية

المجموع	هل مجرد الإحساس أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي بك إلى التشكيك بمصداقية أخبارها				نعم	لا
	تكرار	%	تكرار	%		
	17	23.1	03	20.9	14	نعم
	63	76.9	10	79.1	53	لا
	80	100	13	100	67	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (19) الآتي

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين عن مجرد الإحساس أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي بك إلى التشكيك بمصداقية أخبارها غالبية المبحوثين (67 مبحوث: 83.75%) أجابوا بأن مجرد الإحساس أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي بهم إلى التشكيك بمصداقية أخبارها، حيث تجد هذه النتيجة تفسيرها في مبادئ نظريات التأثير و الإقناع التي يؤكد علمائها أن المصداقية من شروط التأثير و الإقناع، وفي المقابل 13 مبحوث ما يعادل 16.25% أجاب بالعكس أي مجرد الإحساس أن السلطة تخفي بعض الحقائق لا يؤدي بهم إلى التشكيك بمصداقية أخبارها. و قد يرجع السبب لحالة الاغتراب السياسي التي يعيشها المواطن.

وفي سؤالنا لهم عن مدى ثقتهم بالمعلومات التي تنشرها السلطة السياسية أجاب غالبيتهم بلا (63 مبحوث ما يعادل 78.8%) وفي المقابل أجاب 17 مبحوث بنعم ما يعادل

21.2%

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يؤدي بهم شعورهم أن السلطة تخفي بعض الحقائق إلى التشكيك بمصداقية والبالغ عددهم 67 مبحوث: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 79.1 % (53 مبحوث) لا يتقون بالمعلومات التي تنشرها السلطة السياسية في حين قدرت نسبة قليلة تقدر ب 20.9 % (مبحوث14) ممن أجابوا عكس ذلك. و يفسر ذلك بعدم تمتع السلطة السياسية بالمصداقية لدى غالبية المبحوثين و منه عدم اقتناعهم برسائلهم، وهي المعطيات التي تجد تفسيرها في نظريات التأثير و الاقناع، حيث أن تمتع القائم بالاتصال بالمصداقية هي من شروط الاقناع التي يؤكد عليها علماء الاتصال و على رأسهم روكش.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين لا يؤدي بهم الشعور بأن أن السلطة تخفي بعض الحقائق إلى التشكيك بمصداقية أخبارها والبالغ عددهم (13 مبحوث)، غالبيتهم 76.9% لا يتقون بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية ، في مقابل 23.1% نعم .

و تدعيما للنتائج نستعين بالجدول الاحصائي الآتي:

الجدول رقم (20): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين مجرد الإحساس أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي إلى التشكيك بمصداقية أخبارها و الثقة بالمعلومات التي تنشرها السلطة السياسية

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,02	0.86

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.02) وهي قيمة غير دالة ما يعني أنه لا توجد علاقة ارتباط بين مجرد الإحساس أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي إلى التشكيك بمصداقية أخبارها و الثقة بالمعلومات التي تنشرها السلطة السياسية، و هو ما يدل عدم تأثير التشكيك بمصداقية المعلومات بعدم الثقة فيها لدى غالبية المبحوثين و قد تفسر النتيجة بظاهرة الخضوع الناتجة عن الاغتراب السياسي الذي يعيشه الفرد.

1-1-8) العلاقة بين المعلومات التي تحظى بالقبول لدى المبحوثين و حرصهم على محاسبة السلطة السياسية: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (21) : توزيع المبحوثين حسب المعلومات التي تحظى بالقبول لديهم ومدى حرصهم على متابعة السلطة

المجموع		المعلومات التي تحظى بالقبول لدى المبحوثين					
		المعارضة السياسية للسلطة		الموالية للسلطة السياسية			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
27.5	22	27.5	11	27.5	11	نعم	الحرص باستمرار على محاسبة السلطة
72.5	58	72.5	29	72.5	29	لا	
100	80	100	40	100	40	المجموع	

تظهر بيانات الجدول رقم (21) الآتي:

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين عن ماهي المعلومات التي تحظى بالقبول لديهم، أجابت نصف العينة (40 مفردة: 50% من إجمالي العينة) بأن المعلومات الموالية للسلطة السياسية هي التي تحظى بالقبول لديهم و في المقابل 40 مبحوث (نصف العينة) أجاب بالعكس أي بالمعلومات المعارضة للسلطة هي التي تحظى بالقبول لديهم.

وفي سؤالنا لهم عن مدى حرصهم باستمرار على محاسبة السلطة السياسية، أجاب غالبيتهم بلا (58 مبحوث مايعادل 72.5%) وفي المقابل أجاب 22 مبحوث بنعم ما يعادل 27.5%:

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين تحظى المعلومات الموالية للسلطة السياسية بالقبول لديهم ولا يحرصون على محاسبة السلطة والبالغ عددهم 40 مبحوث: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 72.5% (29 مبحوث) لا يحرصون على محاسبة السلطة في حين نسبة قليلة تقدر ب 27.5% (11 مبحوث) يحرصون باستمرار على محاسبتها.

بالنسبة للمبحوثين الذين لا تحظى المعلومات المعارضة للسلطة السياسية بالقبول لديهم و البالغ عددهم (40 مبحوث)، غالبيتهم (72.5% كذلك) لا يحرصون باستمرار على

محاسبة السلطة السياسية، في مقابل 27.5% (11 مبحوث) يحرصون باستمرار على محاسبة السلطة السياسية.

ويلاحظ من هذه القراءة ثبات التراتيبات الجزئية (المتعلقة بالمبحوثين الموالين للسلطة السياسية والمعارضين لها) وعدم اختلافها عن التراتبية العامة، ما يعني عدم وجود علاقة بين المعلومات التي تحظى بالقبول لديهم ومدى حرصهم على محاسبة السلطة السياسية، وهو ما تؤكده نتائج الجدول الإحصائي رقم (22).

الجدول رقم (22): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين المعلومات التي تحظى بالقبول لدى المبحوثين ومدى حرصهم على محاسبة السلطة:

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,000	1

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (00) وهي قيمة غير دالة ما يعني لا توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين (بين التقبل والإهتمام) وهذا يعني عدم تأثير المعلومات التي تحظى بالقبول لدى غالبية المبحوثين على محاسبتهم للسلطة السياسية أو لا.

1-2) عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية القائلة: تعمل الحوارات الفاييسبوكية على تجاوز الولاء التقليدي للسلطة السياسية

1-2-1) العلاقة بين اعتبار المبحوثين، بكون الفاييسبوك وسيلة حوار فعالة بين الحكام والمواطنين و طبيعة علاقتهم بالسلطة السياسية: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (23): توزيع المبحوثين حسب كون الفاييسبوك وسيلة حوار فعالة بين الحكام والمواطنين علاقتك بالسلطة السياسية:

المجموع		هل تجد أن الفاييسبوك وسيلة حوار فعالة بين الحكام والمواطنين					
		لا		نعم			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
15	11	2.4	01	26.3	10	كيفية	هي
85	68	97.61	41	73.68	28	علاقتك	بـ
						بالسلطة	السياسية
100	80	100	42	100	38	المجموع	

تظهر بيانات الجدول رقم (23) الآتي:

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين عن هل الفاييسبوك وسيلة حوار فعالة بين الحكام والمواطنين ، الجانب الأكبر من المبحوثين: ما يفوق نصف العينة (52.5%) لا يعتبرون الفاييسبوك وسيلة حوار فعالة بينهم و بين الحكام في مقابل نسبة غير بعيدة (38 مبحوث: 47.5%) أجابوا بنعم.

وفي سؤالنا لهم كيف هي علاقتك بالسلطة السياسية أجاب غالبيتهم بأنها علاقة ضعيفة 68 مبحوث ما يعادل 97.61% وفي مقابل نسبة قليلة جدا (2.4: 11 مبحوث) أجابوا أن علاقتهم قوية.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يجدون أن الفاييسبوك وسيلة حوار فعالة بين الحكام والمواطنين: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 73.68 % (28 مبحوث)، أجابوا أن علاقتهم ضعيفة بالسلطة السياسية، و قد يفسر الأمر في ظل غياب الاتصال بين الحكام و المحكومين، ما يشير إلى حالة من العجز في العلاقة بينها و هو ما يصطلح عليه

بالاغتراب السياسي، في حين قدرت نسبة قليلة 26.3 % (10 مبحوثين) أجابوا أن علاقتهم قوية بالسلطة السياسية .

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين لا يجدون أن الفيسبوك وسيلة حوار فعالة بين الحكام والمواطنين: غالبيتهم 97.61% علاقتهم ضعيفة بالسلطة السياسية ، في مقابل 2.4 % علاقتهم قوية بها.

و لتوضيح مدى تأثير اتجاه المبحوثين نحو الفيسبوك باعتباره وسيلة حوار بينهم و بين الحكام وشكل العلاقة التي تربطهم بهم، نستعين بالجدول الإحصائي الآتي:

الجدول رقم (24): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين الفيسبوك وسيلة حوار فعالة بين الحكام والمواطنين علاقتك بالسلطة السياسية

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,37	0.04

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.37) عند مستوى دلالة عند (0.05) ما يعني توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين أي هناك تأثير.

1-2-2) العلاقة بين اعتبار المبحوثين، بكون الفيسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و اعتبارهم بأن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (25): توزيع المبحوثين حسب كون الفيسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و اعتبارهم انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام

المجموع	هل تجد أن الفيسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين					هل ترى أن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام
	لا		نعم			
تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	
15	12	12.5	02	15.6	10	نعم
85	68	87.5	14	84.4	54	لا
100	80	100	16	100	64	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (25) الآتي:

في سؤالنا لعينة البحث: هل ترى أن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام أجاب غالبيتهم بلا (68 مبحوث أي بنسبة 85%)، و قد يفسر ذلك في اطار الديمقراطية الالكترونية التي وفرها الإعلام البديل و نخص بالذكر الفايسبوك، حيث اصبح التعبير عن الراي حق من حقوق المواطن، في مقابل 12.5% فقط (مبحوثين) أجابا بنعم و يفسر ذلك في ضوء النظرية السلطوية للإعلام.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يجدون أن الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين والبالغ عددهم 64 مبحوث: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 84.4% (54 مبحوث) لا يرون ان انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام في حين قدرت نسبة قليلة قدرت ب 15.6% (10 مبحوثين) يرون أنه نعم إن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام .

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يرون ان الفايسبوك ليس وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و البالغ عددهم (16 مبحوث): غالبيتهم 87.5% لا يرون أن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام في مقابل 12.5% يرون أن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام

ويلاحظ من هذه القراءات ثبات الترتيبات الجزئية (المتعلقة بالمبحوثين يجدون أن الفايسبوك وسيلة حوار فعالة المواطنين وعكس ذلك) وعدم اختلافها عن الترتيبية العامة، ما يعني عدم وجود علاقة بين اعتبار الفايسبوك وسيلة حوار فعالة المواطنين و اعتبار انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام، وهو ما تؤكد نتائج الجدول الإحصائي رقم (26)

الجدول رقم (26): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,035	0.75

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.035) وهي قيمة غير دالة ما يعني لا توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين، و منه لا يؤثر اتجاه غالبية المبحوثين في اعتبار الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين الحكام و المحكومين على اعتبارهم انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام البديل.

1-2-3) العلاقة بين اعتبار المبحوثين، بكون الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و رغبتهم في تغيير السلطة السياسية: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (27): توزيع المبحوثين حسب كون الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و الرغبة في تغيير السلطة السياسية

المجموع		هل تجد أن الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين					
		لا		نعم			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
66.2	53	43.8	07	71.9	46	نعم	هل لديك
33.8	27	56.2	09	28.1	18	لا	رغبة في تغيير السلطة السياسية
100	80	100	16	100	64	المجموع	

تظهر بيانات الجدول رقم (27) الآتي:

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين عن أن الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين غالبية المبحوثين (64 مبحوث: 80%) أجابوا بان الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين وفي المقابل (16 مبحوث: 20%) أجابوا بان الفايسبوك ليس وسيلة حوار فعالة بين المواطنين .

وفي سؤالنا لهم هل لديك رغبة في تغيير السلطة السياسية، أجاب غالبيتهم بنعم (53 مبحوث: 66.2%) وفي المقابل أجاب 27 مبحوث بلا مايعادل 33.8%

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يجدون أن الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين والبالغ عددهم 64 مبحوث: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 71.9 % (46 مبحوث) لديهم رغبة في تغيير السلطة السياسية في حين قدرت نسبة قليلة ب 28.1% (18 مبحوث) ليس لديهم رغبة في تغييرها.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يجدون أن الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و لديهم رغبة في تغيير السلطة السياسية و البالغ عددهم (16 مبحوث): 56.2% ليس لديهم رغبة في تغيير السلطة السياسية في مقابل 43.8% لديهم رغبة في تغييرها.

و فيمايلي تحليل احصائي للبيانات السابقة الذكر:

الجدول رقم (28): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و الرغبة في تغيير السلطة السياسية

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,23	0.33

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.23) وهي قيمة غير دالة ما يعني لا توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين (الفايسبوك وسيلة حوار فعالة المواطنين والرغبة في تغيير السلطة السياسية)، و منه لا تؤثر الحوارات السياسية التي يقوم بها المبحوثين لدى غالبيتهم على رغبتهم الضمنية في تغيير السلطة السياسية، و قد تفسر هذه النتيجة في ضوء عدد من الأسباب:

_ عدم مصداقية معلومات التي تصل للمبحوثين عبر الفايسبوك و هو الاحتمال الذي تعززه نتائج الجدول رقم (12) الذي أوضح ان نسبة 56.25% من إجمالي العينة لا يتقون بالمعلومات التي تصلهم عبر الفايسبوك.

_ كون المعلومات المقدمة من الفايسبوك لا تصل كما ينبغي.

1-2-4) العلاقة بين سماح الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة لدى المبحوثين و أن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام : تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (29): توزيع المبحوثين حسب سماح الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام

المجموع		هل يسمح لك الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة					
		لا		نعم			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
15	12	9.7	03	18.4	09	نعم	هل ترى أن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام
85	68	90.3	28	81.6	40	لا	
100	80	100	31	100	49		المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (29)

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين: هل يسمح لك الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة؟، غالبية المبحوثين (49 مبحوث: 61.25%) أجابوا بأن الفايسبوك يسمح لهم بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة، و ذلك لما وفره هذا الموقع من حرية التعبير عن الرأي، في مقابل (31 مبحوث: 38.75%)، ، أجابوا بأن الفايسبوك لا يسمح لهم بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة. و قد يرجع ذلك إلى طبيعة السلطة التي تميز المجتمعات العربية، حيث أنها ذات أساس بطريقي أبوي (نظام حكم بطريقي) و تنشئته أفراد على هذا الأساس.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يسمح لهم الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة والبالغ عددهم 49 مبحوث: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 81.6% و (40 مبحوثين) يرون أن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام، في حين قدرت نسبة قليلة ب 18.4% (09 مبحوثين) لا يرون ذلك.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يرون أن الفايسبوك لا يسمح لهم بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة، والبالغ عددهم (31 مبحوث): أغلبيتهم 90.3% لا يرون أن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام، ما يعني أن لهم رغبة ضمنية في ممارسة ذلك في ظل الامتثال القسري الذي نشؤا عليه في مقابل 9.7% من إجمالي الفئة يرون أن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام. ما يعني أن هؤلاء لا يناقشون

الامور السياسية لاعتبارهم أنها انحراف بالإعلام، و هي النتائج التي تجد تفسيرها في اطار النظرية السلطوية للإعلام.

من القراءة الجدولية التي تظهر عدم اختلاف الترتيبات الجزئية عن الترتيبية الكلية المتعلقة بنتائج سؤال المبحوثين: هل انتقاد السلطة هو انحراف بالإعلام البديل؟، يظهر عدم تأثير اتجاههم عن ما يوفره الفيسبوك من حرية و مساواة في النقاش في الأمور السياسية و اتجاههم نحو انتقاد السلطة، و هو ما يتأكد من خلال نتائج الجدول الإحصائي الآتي:

الجدول رقم (30): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين سماح الفيسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,11	0.28

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.11) وهي قيمة غير دالة ما يعني لا توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين (بين الفيسبوك يسمح بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام)

1-2-5) العلاقة بين اعتبار المبحوثين، الفيسبوك كوسيلة تسمح بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و أن الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي يجب أن يحافظ عليه المواطن الذي ينشره المواطن عبر الفيسبوك: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (31): توزيع المبحوثين حسب سماح الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي يجب أن يحافظ عليه المواطن

المجموع		هل يسمح لك الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة				هل ترى أن الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي يجب أن يحافظ عليه المواطن الذي ينشره عبر الفايسبوك؟	
		لا		نعم			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	نعم	لا
52.5	42	35.5	11	63.3	31		
47.5	38	46.5	20	36.7	18		
100	80	100	31	100	49		

تظهر بيانات الجدول رقم (31)

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين: هل ترى أن الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي يجب أن يحافظ عليه المواطن الذي ينشره عبر الفايسبوك؟ (49 مبحوث: 61.25%) ، أجابوا بأن الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي يجب أن يحافظ عليه المواطن الذي ينشره عبر الفايسبوك.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يرون أن الفايسبوك لا يسمح لهم بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة، والبالغ عددهم (31 مبحوث): 46.5% لا يرون بأن الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي لا يجب أن يحافظ عليه المواطن الذي ينشره عبر الفايسبوك، في مقابل 35.5% من إجمالي المبحوثين يرون بأن الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي يجب أن يحافظ عليه المواطن الذي ينشره عبر الفايسبوك.

الجدول رقم (32): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين سماح الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي يجب أن يجافظ عليه المواطن الذي ينشره عبر الفايسبوك

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,27	0.01

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.27) عند مستوى دلالة (0.05) وهي قيمة غير دالة ما يعني توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين (بين سماح الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي يجب أن يجافظ عليه المواطن الذي ينشره عبر الفايسبوك)

1-2-6) العلاقة بين زيادة النقاشات عبر الفايسبوك من القدرة على تحليل الأحداث السياسية لدى المبحوثين و الوظيفة الأبرز لمنشوراتهم : تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (33): توزيع المبحوثين حسب غرضهم في إعادة نشرهم لمعلومات الفايسبوك

الغرض من إعادة نشر المعلومات	التكرار	النسبة %
الإخبار	15	20.8
التفسير	11	15.3
الوصول إلى فهم مشترك مع الآخر	22	30.6
كشف الحقائق السياسية	21	29.2
الإنذار	03	4.2
المجموع	80	100

من خلال الجدول رقم (33) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يقومون بإعادة نشر معلومات الفايسبوك بغرض الوصول إلى فهم مشترك مع الآخر (22 مبحوث ما يعادل 30.6%)، كأعلى نسبة، تليها نسبة غير بعيدة (29.2%) بغرض كشف الحقائق السياسية، ونسبة (20.8%) للمبحوثين الذين يعيدون نشرها بغرض الإخبار، و (15.3%) يعيدون نشرها بغرض التفسير، و أقل نسبة من المبحوثين قدرت ب (4.2%) يعيدون نشر معلومات الفايسبوك بغرض الإنذار.

1-2-7) العلاقة بين الفيسبوك كوسيلة تسمح باتخاذ القرارات السياسية عبر النقاشات و رغبة المبحوثين في تغيير السلطة السياسية: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (34): توزيع المبحوثين حسب زيادة النقاشات عبر الفيسبوك من قدرتك على تحليل الأحداث السياسية و الوظيفة الأبرز لمنشوراتك

المجموع		هل تزيد النقاشات عبر الفيسبوك من قدرتك على تحليل الأحداث السياسية				نعم	لا
		نعم		لا			
تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
22	44.9	08	25.8	30	37.5	الترويج للسلطة	ماهي الوظيفة الأبرز لمنشوراتك
27	55.1	23	74.2	50	62.5	نقد السلطة	المجموع
49	100	31	100	80	100		

تظهر بيانات الجدول رقم (34) كالاتي:

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين هل تزيد النقاشات عبر الفيسبوك من قدرتك على تحليل الأحداث السياسية ، غالبية المبحوثين (49 مبحوث: 61.25%) أجابوا بأن النقاشات عبر الفيسبوك تزيد من قدرتهم على تحليل الأحداث السياسية ، في مقابل (31 مبحوث: 38.75%) أجابوا بأن النقاشات عبر الفيسبوك لا تزيد من قدرتهم على تحليل الأحداث السياسية . و قد يرجع السبب إلى كونها نقاشات غير موضوعية و لا تتمتع بالمصداقية،

وفي سؤالنا لهم عن ماهي الوظيفة الأبرز لمنشوراتهم، أجاب أغلبيتهم أنهم يقومون بنقد السلطة (50 مبحوث: 62.5%)، وفي مقابل (30 مبحوث: 37.5%) أجابوا أنهم يقومون بالترويج لها. و قد تفهم هذه النتيجة من كون ذلك يعرضهم للعقاب.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين تزيد نقاشاتهم عبر الفيسبوك من قدرتهم على تحليل الحوارات السياسية والوظيفة الأبرز لمنشوراتهم نقد السلطة السياسية، والبالغ عددهم 49 مبحوث: الجانب الأكبر من إجمالي الفئة 55.1 % (27 مبحوث) تزيد نقاشاتهم عبر الفيسبوك من قدرتهم على تحليل الحوارات السياسية، في حين قدرت نسبة 44.9 %

(22 مبحث) لا تزيد نقاشاتهم عبر الفايسبوك من قدرتهم على تحليل الحوارات السياسية 27 مبحث مايعادل .

بالنسبة لفئة المبحوثين التي لا تزيد نقاشاتهم عبر الفايسبوك من قدرتهم على تحليل الأحداث السياسية والوظيفة الأبرز لمنشوراتهم نقد السلطة، والبالغ عددهم (31 مبحث) أن أغليبتهم 74.2% وظيفتهم الأبرز لمنشوراتهم نقد السلطة السياسية، في مقابل 25.8% مبحث وظيفتهم الأبرز لمنشوراتهم الترويج للسلطة السياسية .

ويلاحظ من هذه القراءات ثبات التراتيبات الجزئية (المتعلقة بالمبحوثين زيادة النقاشات عبر الفايسبوك من قدرتك على تحليل الأحداث السياسية وعكس ذلك) وعدم اختلافها عن التراتيبية العامة، ما يعني عدم وجود علاقة بين الفايسبوك زيادة النقاشات عبر الفايسبوك من قدرتك على تحليل الأحداث السياسية ومدى الوظيفة الأبرز لمنشوراتهم ، وهو ما تؤكد نتائج الجدول الإحصائي رقم (35)

الجدول رقم (35): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين زيادة النقاشات عبر الفايسبوك من قدرتك على تحليل الأحداث السياسية و الوظيفة الأبرز لمنشوراتك

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,19	0.08

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.19) وهي قيمة غير دالة ما يعني لا توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين (زيادة النقاشات عبر الفايسبوك من قدرتك على تحليل الأحداث السياسية و الوظيفة الأبرز لمنشوراتهم)

1-2-8) العلاقة بين الفايسبوك كوسيلة ترى النقاشات السياسية مشاركة سياسية ورغبة المبحوثين في تغيير السلطة السياسية: تظهر نتائج الدراسة في هذا الجانب البيانات المبوبة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (36): توزيع المبحوثين حسب سماح هذه النقاشات باتخاذ القرارات السياسية و الرغبة في تغيير السلطة السياسية:

المجموع		هل تعتبر هذه النقاشات السياسية مشاركة سياسية					
		لا		نعم			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
66.2	53	51.3	20	80.5	33	نعم	هل لديك رغبة
33.8	27	48.7	19	19.5	08	لا	في تغيير السلطة السياسية
100	80	100	39	100	41		المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (36) الآتي:

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين هل تعتبر هذه النقاشات السياسية مشاركة سياسية ؟، غالبية المبحوثين (41 مبحوث: 51.25%) أجابوا بنعم، في مقابل (39 مبحوث: 48.75%) نسبة ليست قليلة أجابوا بلا و قد يفسر الأمر بكونها مشاركة الكترونية لا تساهم في تغيير أوضاعهم و أوضاع مجتمعهم.

بالنسبة لفئة المبحوثين أجابوا بنعم والبالغ عددهم (41 مبحوث): أغلبيتهم 80.5% لهم رغبة في تغييرها، في مقابل 19.5% ليس لديهم رغبة في تغيير السلطة السياسية.

بالنسبة لفئة المبحوثين الذين أجابوا بلا، والبالغ عددهم (39 مبحوث): أغلبيتهم

51.3% لهم رغبة في تغيير السلطة السياسية، و قد يرجع ذلك لكونها لا تقدم الاشباع لأفرادها فضلا عن كونها سلطة بطرقية، حيث تردد على لسان غالبية المبحوثين ممن أجرينا معهم حوارات خلال مرحلة الاستطلاع، استجابة من قبيل " غير راضي بالسلطة السياسية الحالية"، " المحسوبية" و غيرها في مقابل 48.7% ليس لديهم رغبة في تغيير السلطة السياسية.

أما عن التحليلات الاحصائية للنتائج، فنستعين بالجدول الآتي:

الجدول رقم (37): التحليل الإحصائي لعلاقة الارتباط بين سماح النقاشات عبر الفايسبوك باتخاذ القرارات السياسية و رغبة المبحوثين في تغيير السلطة السياسية

المجموع	قيمة فاي	مستوى الدلالة
80	0,30	0.06

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل فاي بلغ (0.30) وهي قيمة غير دالة ما يعني لا توجد علاقة ارتباط بين المتغيرين، ما يعني عدم تأثير النقاشات الفايسبوكية لدى غالبية المبحوثين على اتجاههم عن هل يرغبون في التغيير أو لا.

الجدول رقم (38): توزيع المبحوثين حسب أسلوب النقاش السياسي المعتمد غالبا في الفايسبوك

النسبة %	التكرار	ما هو الأسلوب الذي تعتمد عليه غالبا في النقاشات عبر الفايسبوك ؟
55.2	53	التعليقات الكتابية
13.5	13	الأيقونات
31.2	30	الصور والفيديوهات
100	96	المجموع

ملاحظة: هناك تضخم في حجم العينة وذلك لأن السؤال يحتمل أكثر من إجابة

تظهر بيانات الجدول رقم (38) الآتي:

بالنسبة لسؤالنا للمبحوثين في الأسلوب الذي تعتمد عليه غالبا في الفايسبوك فالغالبية يستخدمون التعليقات الكتابية 53 مبحوث مايعادل 55.2 % و 30 مبحوث ما يعادل 31.2% يعتمدون الصور والفيديوهات و 13 مبحوث ما يعادل 13.5 % يستعملون الأيقونات.

(2) مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

لقد أثبتت الدراسة الميدانية وتحليل النتائج الجزئية التي انتهت إليها فقراتها العديدة عدم صحة الفرضية الأساسية التي انطلقنا منها في بحثنا هذا والتي مفادها: هل يؤثر النشاط السياسي الذي يقوم به الافراد (الفايسبوكيون) عبر الفايسبوك على العملية السياسية؟، وقد تجلى ذلك واضحا من خلال عدم صحة الفرضيتين الجزئيتين وهما كالتالي:

الفرضية الأولى القائلة: تعمل المعلومات المتدفقة عبر الفايسبوك على التحرر من التحكم من السلطة السياسية، لم تتحقق صحة هذه الفرضية من خلال: الجدول الإحصائي رقم

(08) الذي أوضح أن معامل فاي بلغ (0.11) ما يعني عدم تأثير اتجاه المبحوثين في كون الفاييسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية وحرص المبحوثين على متابعتهم لأخبار السلطة السياسية، ومن خلال الجدول الإحصائي رقم (10) الذي تبين من خلاله أن معامل فاي بلغ (0.13) وهي قيمة غير دالة ما يعني عدم تأثير سلوك وضع المبحوثين للمعلومات السياسية بكل حرية على قيامهم بنشر معلومات ينتقدون فيها السلطة السياسية، هذا وإن معطيات الجدول الإحصائي رقم (18) التي أظهرت أن معامل فاي بلغ (0.21) وهي قيمة غير دالة ما يعني عدم تأثير مدى استعداد المبحوثين لتلقي المعلومات البديلة على ثقتهم بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية. كما تبين من خلال الجدول الإحصائي رقم (20) أن معامل فاي بلغ (0.02) وهي قيمة غير دالة ما يعني عدم تأثير شعور الفرد أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي إلى التشكيك بمصداقية أخبارها على ثقتهم بالمعلومات التي تنشرها السلطة السياسية، كما أن الجدول الإحصائي رقم (22) يبين لنا أن معامل فاي معدومة (00) وهي قيمة غير دالة ما يعني عدم تأثير تقبل المبحوثين للمعلومات التي تشر عبر الفاييسبوك على حرصهم باستمرار على محاسبة السلطة السياسية.

الفرضية الثانية القائلة: تعمل الحوارات الفاييسبوكية على تجاوز الولاء التقليدي للسلطة السياسية لم تتحقق صحة هذه الفرضية من خلال الجدول الإحصائي رقم (26) الذي توضح بياناته أن معامل فاي بلغ (0.23) وهي قيمة غير دالة ما يعني عدم تأثير المبحوثين في كون الفاييسبوك وسيلة حوار فعالة للمواطنين على رغبتهم في تغيير السلطة السياسية لدى غالبية المبحوثين، ومن خلال الجدول رقم (29) الذي أوضح أن معامل فاي بلغ (0.11) وهي قيمة غير دالة ما يعني عدم تأثير ما يقوم به من نقاشات سياسية على اتجاهاتهم في اعتبار انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام لدى غالبية المبحوثين، ومن خلال الجدول الإحصائي رقم (34) الذي تبين منه أن معامل فاي بلغ (0.19) وهي قيمة غير دالة ما يعني عدم تأثير الأحداث السياسية التي توفرها النقاشات الفاييسبوكية والحوارات والوظيفة السياسية التي تحققها لدى غالبية المبحوثين، ، كما ويدل الجدول الإحصائي رقم (36) أن معامل فاي بلغ (0.30) وهي قيمة غير دالة ما يعني عدم تأثير النقاشات التي يقوم بها المبحوثين بكل حرية ورغبتهم في تغيير السلطة السياسية لدى الجانب الأكبر منهم.

خاتمة

1) النتائج العامة للدراسة:

حاولنا في هذه الدراسة التعرف على مسألة جدلية قائمة بين مجال الاتصال ومجال السياسة من خلال البحث في مدى تأثير المتغير الأول، ألا وهو الإتصال في شكله الشبكي على المتغير الثاني: "السياسة". بكلام أكثر دقة، تأثير النشاط السياسي الممارس عبر الفيسبوك من طرف المواطنين على الساسة الحكامة، حيث طرحنا التساؤل الرئيسي الآتي :

هل يؤثر النشاط السياسي الذي يقوم به الافراد (الفيسبوكيون) عبر الفيسبوك على العملية السياسية؟

الذي تضمن التساؤلات الفرعية الآتية:

- هل تعمل المعلومات المتدفقة عبر الفيسبوك على التحرر من التحكم من السلطة السياسية؟

-هل تعمل الحوارات الفيسبوكية على تجاوز الولاء التقليدي للسلطة؟

وانطلقنا في بحث موضوعنا واختبار فرضياتنا من النموذج النظري "الحكم الإجتماعي" الذي يقوم على افتراض عام هو: تغيير الإتجاهات التي تعني: مجموعة من الفئات والأحكام التي تعلمها الفرد ويستخدمونها في تقييم المنبهات بشكل إيجابي أو سلبي.

وتحقيقا لذلك وفحص لفرضيات بحثنا قمنا بعمل ميداني من خلال مسألة عينة مسحية مكونة من (80 مبحوث إفتراضي: فإيسبوكيون) من الأصدقاء عن طريق أداة الاستمارة الالكترونية كأداة رئيسية وقد توصلنا إلى النتائج الآتية:

1-1) نتائج الفرضية الأولى: و قد خلص البحث في هذا الجانب إلى:

_غالبية المبحوثين 58.75% يعتبرون الفيسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية.

_غالبية المبحوثين 72.7% يحرصون بإستمرار على متابعة أخبار السلطة السياسية.

_ لا توجد علاقة ارتباط بين كون الفيسبوك وسيلة لكشف الحقائق السياسية و حرص المبحوثين على متابعة المبحوثين لأخبار السلطة السياسية، حيث بلغت قيمة فاي (0.11) وهي قيمة غير دالة.

_ غالبية المبحوثين 56 مبحوث: 70% يجدون الحرية في وضع المعلومات المناسبة.

_42 مبحوث مايعادل 52.5% لا يقومون بنشر معلومات تنتقد السلطة السياسية. و تتفق هذه الدراسة مع ما توصل إليه حسن قطيم طماج المطيري في دراسته الموسومة ب:"الإستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي" تويتر"، و التي أثبتت أن المبحوثين من موظفي الدولة يشعرون بنوع من الرقابة على أدائهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ، لذلك فهم أكثر حذرا في ذلك الأداء ، بعكس أصحاب الأعمال الحرة الذين يشعرون بالتححرر من الرقابة أو من الخوف من التأثير على أعمالهم ووظائفهم.

_ لا توجد علاقة ارتباط بين الحرية في وضع المعلومات المناسبة و نشر معلومات تنتقد السلطة السياسية فبلغت قيمة فاي (0.13) وهي قيمة غير دالة.

_ غالبية المبحوثين (49 مبحوث:61.25%) عند تعرضهم لمعلومات الفايسبوك لا يجعلهم ذلك يفكرون في نفس اتجاهها.

_غالبية المبحوثين 52.5% لا يقومون بنشر معلومات تنتقد السلطة السياسية.

_ توجد علاقة ارتباط غير قوية بين المتغيرين:التعرض لمحتويات الفايسبوك المنشورة، و نشرهم لمعلومات تنتقد السلطة السياسية حيث بلغ معامل فاي (0.27) عند مستوى الدلالة (0.05).

_ غالبية المبحوثين (45مبحوث: 56.25%) ليس لهم ثقة بمصداقية المعلومات التي تنتشر عبر الفايسبوك،، و تتفق هذه النتيجة مع ما نتيجة دراسة محمد أمين عبوب بعنوان " تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت - شبكات التواصل الاجتماعي نمودجا - ، التي مفادها إن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يشكون في مصداقية المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت عامة والشبكات الاجتماعية خاصة.

_غالبية المبحوثين 49 مبحوث مايعادل 61.2% عند تعرضهم لمعلومات الفايسبوك لا يجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها.

_ توجد علاقة قوية بين الثقة بمصداقية معلومات الفايسبوك وتأثيرها على المبحوثين وتعرضهم لمعلومات الفايسبوك يجعلهم يفكرون في نفس اتجاهها حيث بلغ معامل فاي (0.48) عند مستوى الدلالة (0.01).

_ غالبية المبحوثين (45 مبحوث: 86.7%) ليست لهم ثقة بمصداقية معلومات الفايسبوك.

_ غالبيتهم المبحوثين (63 مبحوث ما يعادل 78.8%) ليست لهم ثقة بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية.

_ لا توجد علاقة ارتباط بين من لهم ثقة بمصداقية معلومات الفايسبوك و من لهم ثقة بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية، فقد بلغ معامل فاي (0.21) عند مستوى الدلالة (0.05).

_ غالبية المبحوثين 51.25% ليس لديهم استعداد لتلقي المعلومات البديلة.

_ غالبيتهم المبحوثين (63 مبحوث ما يعادل 78.8%) ليست لهم ثقة بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية. ولا تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه أوريا بادو في دراسته الموسومة ب" الاتصال السياسي وشبكات التواصل الاجتماعي" التي ثبت فيها ان المنتخبين يتعاملون مع الرسائل السياسية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر وفايسبوك) على أنها رسائل واقعية.

_ لا توجد علاقة ارتباط بين من لديهم استعداد لتلقي المعلومات البديلة ومن يتقون بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية، فقد بلغ معامل فاي (0.21) وهي قيمة غير دالة.

_ غالبية المبحوثين (67 مبحوث: 83.75%) بمجرد إحساسهم أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي بهم إلى التشكيك بمصداقية أخبارها.

_ غالبية المبحوثين 63 مبحوث ما يعادل 78.8% ليس لديهم ثقة بالمعلومات التي تنشرها السلطة السياسية.

_ لا توجد علاقة ارتباط بين مجرد الإحساس أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي إلى التشكيك بمصداقية أخبارها و الثقة بالمعلومات التي تنشرها السلطة السياسية، حيث بلغ معامل فاي (0.02) وهي قيمة غير دالة.

_ نصف العينة 40 مفردة: 50% من إجمالي العينة تحظى المعلومات الموالية للسلطة السياسية بالقبول لديهم، والنصف الأخر المعارضة للسلطة السياسية، وتفسر هذه النتيجة في ضوء مجالي القبول والرفض التي أكد عليها نموذج الحكم الاجتماعي، حيث أن هناك مواقف وعبارات التي تحظى بالقبول وأخرى ترفض طبقا للاتجاهات.

_ غالبية المبحوثين 58 مبحوث ما يعادل 72.5% لا يحرصون باستمرار على محاسبة السلطة السياسية.

_ لا توجد علاقة ارتباط بين المعلومات التي تحظى بالقبول لدى المبحوثين و الحرص باستمرار على محاسبة السلطة، فقد بلغ معامل فاي(00) وهي قيمة غير دالة.

1-2) نتائج الفرضية الثانية: حيث أثبتت الدراسة في هذا الجانب الآتي:

_ غالبية المبحوثين (38 مبحوث: 47.5%) يجدون الفاييسوك وسيلة حوار فعالة بين الساسة والمواطنين. و تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه **منصوري فاطمة الزهراء: في دراستها عن "دور الاتصال السياسي في المشاركة الانتخابية"**، و التي أظهرت أن

وسائل الإعلام هي همزة وصل بين المرشحين من جهة و الناخبين.

_ غالبية المبحوثين علاقتهم ضعيفة بالسلطة السياسية حيث بلغ عددهم 68 مبحوث ما يعادل 97.61%.

_ لا توجد علاقة ارتباط بين كون الفاييسوك وسيلة حوار فعالة بين الساسة والمواطنين و علاقة المبحوثين بالسلطة السياسية، حيث بلغ معامل فاي (0.37) وهي قيمة غير دالة.

_ غالبية المبحوثين (64 مبحوث: 80%) يجدون بأن الفاييسوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين في مناقشة الأمور القضايا السياسية و تنسجم هذه النتيجة مع ما أسفرت عنه دراسة سعد بن سعود بن الموسومة ب: "الاتصال السياسي في وسائل الإعلام وتأثيره في المجتمع السعودي"، في كون وسائل الإعلام شاركت في مناقشة القضايا السياسية أكثر من المسؤولين السياسيين والحكام..

_ غالبية المبحوثين لا يرون بأن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام حيث بلغ عددهم 68 مبحوث ما يعادل 85%.

_ لا توجد علاقة ارتباط بين كون الفاييسوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين و انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام حيث بلغ معامل فاي (0.035) وهي قيمة غير دالة.

_ غالبية المبحوثين (64 مبحوث: 80%) يجدون بأن الفاييسوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين.

_ غالبية المبحوثين (53 مبحوث: 66.2%) لديهم رغبة في تغيير السلطة السياسية.

_ لا توجد علاقة ارتباط بين كون الفاييسوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين والمبحوثين الذين لديهم رغبة في تغيير السلطة السياسية.

_ غالبية المبحوثين (49 مبحوث: 61.25%) يسمح لهم الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة.

_ غالبية المبحوثين (68 مبحوث يعادل 85%) يرون أن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام.

_ لا توجد علاقة ارتباط بين سماح الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة و ان انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام.

_ غالبية المبحوثين (49 مبحوث: 61.25%) تزيد النقاشات عبر الفايسبوك من قدرتهم على تحليل الأحداث السياسية.

_ غالبية المبحوثين (50 مبحوث: 62.5%) وظيفتهم الأبرز لمنشوراتهم هي النقد لقرارات السلطة السياسية.

_ لا توجد علاقة ارتباط بين زيادة النقاشات عبر الفايسبوك من القدرة على تحليل الأحداث السياسية و الوظيفة الأبرز لمنشورات المبحوثين.

_ غالبية المبحوثين (41 مبحوث: 51.25%) تسمح لهم النقاشات عبر الفايسبوك باتخاذ قراراتهم السياسية.

_ غالبية المبحوثين (53 مبحوث: 66.2%) لديهم رغبة في تغيير السلطة السياسية.

_ يعني لا توجد علاقة ارتباط بين سماح النقاشات الفايسبوكية باتخاذ القرارات السياسية و الرغبة في تغيير السلطة السياسية من قبل المبحوثين.

و لم تتفق نتائج دراستنا مع النتيجة العامة التي توصلت إليها غزال مريم و شعوبي نور الهدى في دراستها الموسومة : "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين"، و التي أثبتت من خلالها وجود تأثير سياسي لمواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها.

3) استنتاج عام للدراسة:

يرتبط الاتصال السياسي بالمجتمع بكل نظمه ومؤسساته وتعيدياته حيث يعكس بناءه في هذا الإطار بناء وتطور المجتمع وحجم النشاط الاتصالي أي أن طبيعة العلاقة القائمة بين النظام السياسي وبين مختلف القوى التي يمثلها أفراد المجتمع تعد أحد اهم المعايير في تقويم مستوى الاستقرار السياسي وقدرة النظام السياسي ذاته على تحقيق أهداف المجتمع ومع تطور النظم السياسية الحديثة لم تعد السلطة السياسية وحدها القوة المؤثرة في ذلك بل

ظهر الرأي العام و الرأي العام الالكتروني المشكل من الأفراد الافتراضيين باعتباره قوة لها اعتبارها في المشاركة السياسية وكل ذلك لا يتم إلا في ظل نظام اتصالي اعلامي تشاركي يقوم بدور محوري في تنوير جمهوره وتوجيهه عن طريق التخاطب وتبادل المعلومات عن بعد.

حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي الأبرز في تحقيق ذلك، حيث وفر ظهور مواقع التواصل الاجتماعي فتحا ثوريا ونقل الاعلام إلى آفاق غير مسبوقه وأعطى مستخدميه فرصا كبيرة للتأثير والتأثر ولعل ظهور الفايسبوك أتاح فرصا كبيرة لإحداث الاتصال والتواصل بين أفراد المجتمع و مناقشة القضايا السياسية و التعبير عن الرأي، و المشاركة السياسية، عن طريق الحوارات و النقاشات بينهم عبر المجال الالكتروني و كذا ما يتم نشره و تبادلها من معلومات.

و أخذا بعين الاعتبار لذلك حاولنا من خلال دراستنا معرفة دور هذه النقاشات الفايسبوكية، و كذا سريان المعلومات عبر هذا الموقع "الفايسبوك" في خلق رأي إلكتروني مضاد للسلطة بكلام أدق: هل لذلك تأثير على سياسة الحكام التي تعمل على توجيه المحكومين و تعزيز ولائهم لهم، و قد تبين من خلال النتائج التي وفرها العمل الميداني عدم تأثير ذلك، و نتيجة للبحث عن سبب عدم وجود الأثر هو أن موضوع السياسة أصبح لا يتصل بذواتهم حسب نموذج الحكم الاجتماعي بسبب الاغتراب الذي يعيشونه " اغتراب سياسي"، و تبقى هذه النتائج غير قابلة للتعميم و إنما تنطبق على عينة البحث.

_صيغة النظام السياسي: نظام أموي.

_عدم مصداقية المعلومات التي تنشر عبر الفايسبوك.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب بالعربية:

- 1- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، بن عكنون، الجزائر، 2003.
- 2- جلال إكرام، الأنترنت و الفايستوك ظاهرة العصر، دار الأهلية للنشر، دط، القاهرة، 2010.
- 3- عبيدات دوقات، البحث العلمي مفهومه و أدواته و أساليبه، دار الفكر للنشر، عمان، ط1، 2006.
- 4- عبد الله محمد عبد الرحمان، سوسيولوجيا الإتصال والإعلام: النشأة التطورية والإتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، دار المعرفة الجامعية دط، كلية الآداب، جامعة بيروت العربية.
- 5- عبد الغفار رشاد العقبي، الإتصال السياسي والتحول الديمقراطي، مكتب الآداب، مصر، 2007.
- 6- محمد عواد، شبكات التواصل الإجتماعي الإلكتروني، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2010.
- 7- محمد خليل عباس وآخرون، مدخل إلى مناهج البحث في التربية وعلم النفس، دار المسيرة، ط3، الأردن، 2011.
- 8- محمد عبد الغني هلال، مهارات التوعية والإقناع، المركز والتوجيه والتنمية، مصر، 1998.
- 9- مؤيد يحي خضير، المكتبات الحديثة (الإلكترونية، الرقمية، الافتراضية) دار دجلة، ط1، عمان، 2014.
- 10- رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام، ط1، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 11- رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام (من الإتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة)، ط01، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.

الكتب الأجنبية:

- 1- موريس أنجلس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: صحراوي و آخرون، دار النهضة للنشر، الجزائر، ط2، 2008
- 2-Faneng nguyen thanh. La communication –une dtrategie au service de l’entreprise. Les edition economica. Paris.1991. pp. 72-73.

الأطروحات:

العربية:

- 1- منصورى فاطمة الزهراء: دور الإتصال السياسى فى المشاركة الإنتخابية (دراسة حاة الحملة الإنتخابية لحزب التجمع الوطنى الديمقراطى خلال تشريعات 2012) مذكرة لنيل شهادة ماستر فى العلوم السياسية و العلاقات الدولية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- 2- غزال مريم و شعوبى نور الهدى: تأثير مواقع التواصل الإجتماعى على تنمية الوعى السياسى لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص اتصال و علاقات عامة ، جامعة قاصدى رابح، ورقلة. 2014
- 3- سعد بن سعود بن محمد بن عبد العزيز آل سعود الموسومة ب: الإتصال السياسى فى وسائل الإعلام وتأثيره فى المجتمع السعودى (دراسة ميدانية على عينة من وسائل الإعلام وأفراد المجتمع السعودى) ،جامعة محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، السعودية، 2006.
- 4- حسن قطيم طماج المطيرى الموسومة ب: الإستخدامات السياسية لمواقع التواصل الإجتماعى " تويتر" من قبل الشباب الكويتى،مكملة لنيل شهادة ماجيستر فى الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط 2013.
- 5- نقلا عن: لحمل نجاه، تأثير شبكات التواصل الإجتماعى على العلاقات القرابية، الفايسبوك نموذجاً، رسالة ماستراً جامعة ابن خلدون، تيارت، 2014
- 6- بشرى جميل الراوى، دور مواقع التواصل الاجتماعى فى التغيير ، ورقة مقدمة فى ورقة مقدمة للمؤتمر العلمى السابع 8. نوفمبر 2012 - عشر بعنوان " ثقافة التغيير". كلية الآداب / جامعة فيلادلفيا،
- 7- منصور ، تحسين ومنصور رشيد، دور شبكات التواصل الإجتماعى فى تحقيق احتياجات الشباب الأردنى ، دراسة مقارنة فى النوع الإجتماعى ورقة مقدمة للمنتدى السنوى السادس للجمعية السعودية للإعلام والإتصال، السعودية، 2012،
- 8- بوباح عالية ، دور الأنترنت فى مجال تسويق الخدمات، دراسة حالة قطاع الإتصالات، مذكرة نيل شهادة الماجيستر فى العلوم التجارية، جامعة منتورى، قسنطينة، 2011
- 9- أمين عبوب ، تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الأنترنت_شبكات التواصل الاجتماعى نموذجاً_دراسة استكشافية وصفية تحليلية على عينة مستخدمى الفايسبوك فى الجزائر، 2012.

الأجنبية:

1- Kittiwongvival wasinee and rakanngan pimompha .face booking your dreams . master thesis . shool of sustainable development of society and technology. Maladrdalen university .? sweden 2010.

2- أوريا ميهاي بادو Horea Mihai Badau بعنوان "الاتصال السياسي وشبكات التواصل الاجتماعي": الانتخابات الرئاسية 2014 برومانيا، تحت مجهر تويتر و الفايس بوك.

المجلات و الدوريات:

1- راضي زهير، استخدام موقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية ، العدد 15، عمان.

2- السعيدان سلامة، الإنتماء بين المفهوم السليم والتصرف الذميمة، مجلة الحرس الوطني، العدد 138، الرياض.

3- سوزان منعم، الإنتفاضات العربية:مقاربات سوسولوجية ومقاربات جغرافية، معهد العلوم الإجتماعية،لبنان،2014

4- نديم منصور، دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربية

المراجع الإلكترونية:

1- [http// : www . bouhoot.blogspot.com](http://www.bouhoot.blogspot.com)

2- [http// : www . classique.uqua.ca](http://www.classique.uqua.ca), p4, le 12/02/2010.

3- <http://www.al-fadjr.com!ar!index.php?news:28394%3fprint>

الملاحق

محور البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- الفئة العمرية: 20-25 26-30 31-35 36 فما فوق
- 3- المستوى الدراسي: بدون مستوى ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- 4- المستوى المعيشي: جيد متوسط ضعيف
- 5- مكان الإقامة: حضري شبه حضري ريفي
- 6- معدل استخدامك للفيسبوك:
- أقل من 2 سا من 2 سا إلى 3 سا
- من 4 سا إلى 6 سا أكثر من 6 سا

المحور 01: العملية الإتصالية:

- 7- ماهي المعلومات التي تحظى بالقبول لديك؟
- الموالية للسلطة السياسية
- المعارضة للسلطة السياسية
- 8- هل هي في الغالب؟
- صور
- فيديوهات
- منشورات كتابية
- 9- هل تعرضك لها يجعلك تفكر في نفس اتجاهها؟
- نعم
- لا

10- هل تؤمن بمصداقيتها؟

نعم

لا

11- هل تقوم بإعادة نشرها؟

دائما نعم

غالبا

أحيانا

لا

إذا كانت الإجابة بنعم، فهل هي بغرض؟

الإخبار

التفسير

الوصول إلى فهم مشترك مع الآخر

كشف الحقائق السياسية

الإنذار

12- هل لديك إستعداد لتلقي المعلومات البديلة؟ (المقصود بالمعلومات البديلة ، المعلومات التي لا تحظى بالقبول

لديك)

دائما نعم

غالبا

أحيانا

لا

13- هل لديك الحرية في وضع المعلومات السياسية التي تراها مناسبة؟

نعم

لا

14- كيف تتعامل مع الإخبار السياسية المعارضة للسلطة السياسية؟

بشكل إيجابي

بشكل سلبي

15- هل تجد أن الفايسبوك وسيلة أساسية لكشف الحقائق السياسية؟

نعم

لا

16- هل تجد أن الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين الحاكم والمواطنين؟

نعم

لا

17- هل تجد أن الفايسبوك وسيلة حوار فعالة بين المواطنين في مناقشة القضايا السياسية بينهم؟

نعم

لا

18- هل يسمح لك الفايسبوك بالنقاش حول القضايا السياسية على أساس من الحرية والمساواة؟

نعم

لا

19- ما هو الأسلوب الذي تعتمد عليه غالبا في النقاشات عبر الفايسبوك؟

التعليقات الكتابية

الأيقونات

الصور والفيديوهات

20- هل تزيد النقاشات عبر الفايسبوك من قدرتك على تحليل الأحداث السياسية؟

نعم

لا

21- هل تعتبر هذه النقاشات السياسية مشاركة سياسية؟

نعم

لا

22- هل مجرد الإحساس أن السلطة تخفي بعض الحقائق يؤدي بك إلى التشكيك بمصداقية أخبارها؟

دائما

غالبا

أحيانا

نعم

لا

العملية السياسية:

23- كيف هي علاقتك بالسلطة السياسية؟

قوية

ضعيفة

24- هل تحرص باستمرار على متابعة أخبار السلطة السياسية؟

نعم

لا

25- هل تؤمن بمصداقية المعلومات التي تنشرها السلطة السياسية؟

نعم

لا

26- هل تنشر معلومات تنتقدها فيها:

نعم ←

دائما

غالبا

أحيانا

لا

27- ماهي الوظيفة الأبرز لمنشوراتك؟

الترويج لقرارات السلطة السياسية

نقد السلطة السياسية

28- هل ترى أن الربط المباشر بين قيم المجتمع وقوانينه وشخص النظام السياسي يجب أن يحافظ عليه المواطن الذي

ينشره المواطن عبر الفاييسبوك؟

نعم

لا

29- هل ترى أن انتقاد السلطة السياسية هو انحراف بالإعلام؟

نعم

لا

30- هل تحرص باستمرار على محاسبة السلطة؟

نعم

لا

31- هل لديك رغبة في تغيير السلطة السياسية ؟

نعم

لا