



دور منصة الفايسبوك في تشكيل الرأي العام السياسي حول  
الانتخابات الرئاسية بالجزائر عند الطلبة الجامعيين  
دراسة ميدانية بجامعة 20 أوت 1955-سكيكدة

The role of the Facebook platform in shaping political public opinion on Algeria's presidential  
elections for university students

Field study for students of Skikda University 20 auth 1955

جمال بن زروق<sup>1</sup>

d.benzerouk@univ-skikda.dz

وفاء سيليني<sup>2</sup>

w.silini@univ-skikda.dz

تاريخ الاستلام: 2024/06/30 تاريخ القبول: 2024/08/27 تاريخ النشر: 2024/09/15

Received: 30/06/2024 Accepted: 27/08/2024 published: 15/09/2024

الملخص:

نحاول من خلال هذه الدراسة التعرف على استخدامات الطلبة لمنصة الفايسبوك ومدى تأثيره في تشكيل الرأي العام السياسي للانتخابات الرئاسية بالجزائر، وذلك من خلال دراسة وجهة نظر الطلبة الجامعيين، ولتحقيق أهداف الدراسة قمنا ببناء دراسة خاصة تم تطبيقها على عينة متكونة من 30 مبحوثا تم اختيارها بطريقة العينة الصدفية من بجامعة سكيكدة، اعتمدنا على دراسة وصفية استخدمنا فيها استمارة متكونة من ثلاث محاور كل محور يتكون من عدة أسئلة، أين توصلت نتائج الدراسة إلى أهمية منصة الفايسبوك في تشكيل الرأي السياسي و مدى تأثيره عليهم، وبلورة أفكاره واتجاهاته.

كلمات مفتاحية: منصة الفايسبوك، الرأي السياسي، الانتخابات الرئاسية، الطلبة الجامعيين

**Abstract:**

Through this study, we are trying identify students' uses of the Facebook platform and the extent of its influence in shaping public political opinion of presidential elections in Algeria, by studying the point of view of university students. To achieve the objectives of the study, we built a special study that was applied to a sample consisting of 30 respondents who were selected using the simple method. Psoriasis from the University of Skikda. We relied on a descriptive study in which we used a questionnaire consisting of 3 axes. The results of the study revealed the importance of the facebook in shaping political opinion.

**Keywords:** Facebook; political opinion; presidential election; university students.

(1) مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة(الجزائر)

(1) مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة (الجزائر).

## مقدمة:

أحدثت التطورات التكنولوجية وما تبعها، تغيرات في وسائل الإعلام ونظم الاتصالات، بل أصبح الإعلام وكيفية تطويره لتكنولوجيا الاتصال عنصرا هاما من عناصر تقييم القوة الشاملة للبلاد، وذلك من خلال شبكة اتصال عالمية، فتحت آفاقا جديدة وأحدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة، وانعكس ذلك بشكل واضح على أنماط الاتصال الإنساني، حيث فتحت مجالا واسعا يجسد مفهوم القرية الكونية وعالم الانترنت، وفر فضاء عاما ديمقراطيا يستطيع بموجبه المواطنون التخلص من الضغوط الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

شبكة الانترنت هي نظام عالمي و وسيلة لنقل البيانات عبر أنواع مختلفة من الوسائط المتعددة، تعد أحد أهم مظاهر تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي أحدثت تحولات هامة في تعاملات الأفراد، وتعتبر منصات التواصل الاجتماعي من أهم الخدمات التي توفرها هذه الشبكة، والتي أتاحت عصرا جديدا من الاتصالات التفاعلية بين مختلف فئات المجتمع، أين يشاركون الملفات ويتبادلون المعلومات والأفكار بين المجتمعات في الحياة الافتراضية، يوجد العديد من المنصات حاليا التي تقدم خدمات على غرار تويتر، تيك توك، الانستغرام ومنصة الفايسبوك، هذا الأخير الذي يعرف عدد كبير من المستخدمين النشطين في العالم بحوالي 2.85 مليار مستخدم نشط شهريا وهذا بحسب موقع جزيرة نث، حيث خلق ثورة في مجال التواصل الافتراضي، والتي بدورها أثرت بشكل ملفت على أنماط الاتصال الإنساني من حيث التسارع في نقل المعلومات واستقبالها، نجحت منصة الفايسبوك في إحداث ثورة اتصالية تفاعلية للنقاش وتبادل الآراء والتواصل بين الأفراد، وفتح مجال للتعبير عن الرأي العام بحرية من خلال الاطلاع حول مستجدات القضايا ومساعدتهم في طرح أي قضية أو فكرة يقدمها العديد من المستخدمين حول القضايا السياسية التي تخص المجتمع.

انطلاقا مما سبق تعالج هذه الدراسة دور منصة الفايسبوك في تشكيل الرأي العام السياسي حول الانتخابات الرئاسية بالجزائر، من خلال دراسة ميدانية على بعض الطلبة الجامعيين، وقد قسمت هذه الدراسة إلى فصلين، جاء الفصل الأول ليتضمن الإطار المنهجي ومفاهيمي للدراسة حيث تم من خلاله تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أهدافها، منهج الدراسة، مجتمع البحث وعينة الدراسة، إضافة إلى أدوات جمع البيانات، وتحديد المصطلحات، والدراسات السابقة التي اعتمدت عليهم الباحثة، واختتم هذا الفصل بعرض مقاربات النظرية المتمثلة في نظرية الاستخدامات والشبكات، أما الفصل الثاني جاء فيه عرض و تحليل بيانات الدراسة الميدانية، واستخلاص النتائج العامة للدراسة ومناقشتها، وأخيرا الخاتمة.

### إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

لقد أدى التطور المتسارع في استخدام منصة الفايسبوك، دورا كبيرا في توجيه وتشكيل وصناعة الرأي العام السياسي، وتقديم الكثير من الفرص للتعبير عن الرأي بحرية والوصول إلى حجم هائل من المعلومات بشكل فوري، مما أدى إلى إلمام المجتمع بالعديد من القضايا والتأثر بها، وإنتاج مادتهم الخاصة والتأثير بها، دون تكلفة وكسر احتكار الدولة والنخبة السياسية وقادة الرأي في تشكيل الرأي العام السياسي، هذا المفهوم الذي صاغه الفيلسوف الألماني «ورغن ها برماس» سنة 1962 وقام من خلاله بشرح و وصف نشأة وتكوين الرأي العام، مثل بدوره نموذجا معياريا تحاول الوصول إليه كل الآراء. برز استخدامه في كافة المجالات لما يقدمه من امتيازات وخدمات تفاعلية كالاطلاع على الأحداث الأخبار والقضايا التي تخص المجتمع، ورغم أنه وجد من أجل التواصل

الاجتماعي بالدرجة الأولى إلا أنه لعب دورا كبيرا في النشاطات السياسية وتوجيه الرأي العام، حيث مكن جميع المستخدمين من التعليق على المنشورات، وإرسال الرسائل ونشر الأفكار والإيديولوجيات والمشاركة في المناقشات السياسية، مما يسمح لهم بالتفاعل المباشر والتأثير الفوري وتشكيل الآراء وصناعة الرأي العام والسياسة العامة وبناء علاقات مع الجمهور المستهدف. يعد الرأي العام مؤشرا هاما لقياس مدى رضا القاعدة الشعبية عن السياسات العامة للدولة، ومدى قبوله أو رفضه لقضية معينة، بالإضافة إلى تحقيق شرعية الرضا عن النظام السياسي القائم، وتحديد توجهاتهم ومواقفهم، وشهد تشكيل الرأي العام السياسي تطورا هائلا بسبب عدة تغيرات أهمها ما جاءت به الثورة التكنولوجية حيث فتحت آفاق جديدة وتطورات عميقة في مختلف المجالات.

وقد جاءت هذه الدراسة للإجابة على التساؤل التالي: ما هو دور منصة الفايسبوك في تشكيل الرأي العام السياسي حول الانتخابات الرئاسية بالجزائر لدى الطلبة الجامعيين؟

### تساؤلات الدراسة

- 1- ما هي دوافع وإشباع استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لمنصة الفايسبوك كفضاء عام افتراضي؟
- 2- ما مدى اهتمام الطالب الجامعي بالنقاش عبر منصة الفايسبوك مجالا للدراسة؟
- 3- ما مدى مساهمة صفحات الفايسبوك في تشكيل الرأي العام السياسي اتجاه الانتخابات الرئاسية؟

### أهداف الدراسة

يميل البحث العلمي إلى الإلمام بكافة المعطيات والاهتمام بكل الجوانب من شأنها التأثير على نتائج الدراسة والهدف من هذه الدراسة يتمثل في:

1. السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي، ومناقشة قضية الانتخابات الرئاسية في الجزائر، ومحاولة معرفة الإشباع المحققة بعد تعرضهم لها.
2. التعرف على مساهمة التفاعل عبر موقع الفايسبوك في زيادة اهتمام المتابعين للانتخابات الرئاسية في الجزائر.
3. إلقاء الضوء على كيفية معالجة صفحات الفايسبوك لمثل هذه القضايا السياسية، ومحاولة تشكيل المواقف نحو الانتخابات الرئاسية في الجزائر والتأثير على المستخدمين.

### منهج الدراسة

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع و وصف الظواهر وتحليلها تحليل دقيق، وتحديد خصائصها تحديدا كمييا وكميا، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل، باختصار فإن الدراسة الوصفية تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها(المجيد، 2000، صفحة 55) .منهجية الدراسة فرضت علينا استعمال المنهج الوصفي الذي يهدف إلى دراسة الأوضاع الراهنة، ولدراسة ظاهرة دور منصة الفايسبوك في تشكيل الرأي العام السياسي حول الانتخابات الرئاسية بالجزائر لدى الطلبة الجامعيين، وللإجابة على الإشكالية المطروحة. يمكن تعريف المنهج الوصفي على أنه:(الخياط، 2001، صفحة 94)"هو مجموعة من الإجراءات الدراسية التي تتكامل

لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتمادا على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها، وتحليلها تحليلا كافيا ودقيقا لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو موضوع قيد الدراسة".

## الإجراءات المنهجية للدراسة

### 1.2 مجتمع البحث وعينة الدراسة

تتلم هذه الدراسة بتحليل منصة الفاييسبوك وكيفية معالجته للقضايا السياسية وتشكيل الرأي العام السياسي، والتي نسعى من خلالها إلى معرفة آراء بعض المستخدمين حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية، المعالجة ضمن صفحات منصة الفاييسبوك الافتراضية، إذ يعرف مجتمع الدراسة على أنه (مرسلي، 2005، صفحة 198) "مجموعة من العناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تتميز عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجري بها البحث أو التقصي". ويتحدد موضوع مجتمع بحثنا في بعض الطلبة الجامعيين من جامعة 20 أوت سكيكدة 1955 ستخدمين منصة الفاييسبوك الجزائرية.

#### تحديد عينة الدراسة

يعد اختيار العينة من أهم الخطوات التي تواجه الباحث في الحصول على المعلومات الميدانية، تتلم هذه الدراسة بكيفية معالجة القضايا السياسية وتشكيل الرأي العام السياسي، والتي نسعى من خلالها إلى معرفة آراء بعض المستخدمين حول الانتخابات الرئاسية الجزائرية، المعالجة ضمن صفحات منصة الفاييسبوك الافتراضية، إذ تتضمن أشكالا تعبيرية متنوعة من صور وفيديوهات وتقارير حية ينشرها النشطاء عبر صفحاتهم، ومن أجل رصد مختلف المنشورات وقع الاختيار على العينة الصدفية، التي يتم اختيارها بطريقة حرة دون معايير واضحة كأن يطلب من أي طالب يصادفه في القسم مشاركته الدراسة، بعد تحديد مجتمع الدراسة لتحقيق أغراضها والمتمثل في مجموعة من طلبة جامعة 20 أوت سكيكدة 1955، قسم الإعلام والاتصال وهو بدوره مجال تخصص الباحثة، تعرف العينة الصدفية على أنها (آخرون، 1999، صفحة 74) "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي". العينة الصدفية (كريمة، 2018، صفحة 51) "العينة العرضية للاختيار بالمصادفة، أو العينات الملائمة (قد تتوفر أمام الباحث عينة ملائمة ومناسبة بالصدفة أو تعترضه فكرة توجهه لهذه الطريقة ودون أن يكون له دخل في إعدادها أو تنظيمها، فإذا كان الباحث يقيم قرب مجتمع صحي مثلا وكان يسعى إلى اختيار عينة من العاملين في المراكز الصحية فيمكنه أن يستفيد من هذه الفرصة التي سنحت له عرضا أو بالصدفة و يجري بحثه عليها، ومن فوائد العينة العرضية أنها تمكنه من تكوين فكرة أولية عن موضوعه وكيفية حصوله على البيانات مما يسهل عليه صياغة فرضيات لاحقة وتمكنه من متابعة البحث بتعمق ودقة، من خلال تعايشه أو اندماجه في علاقات اجتماعية تسهل له الحصول على معلومات تقدم له بشكل واسع، وغير أن الباحث لا يمكنه استنباط الأحكام أو تعميمها لأن الصدفية هي عينة غير احتمالية لا تتعدى إطارها الضيق".

#### أدوات جمع البيانات

أدوات الدراسة تعتبر أدوات الدراسة من الوسائل الأساسية للحصول على المعلومات والحقائق العلمية وبما أن طبيعة الموضوع هي التي تفرض علينا نوع المنهج المستخدم فإنها أيضا تفرض علينا الأدوات المستخدمة لجمع المعلومات الواجب إتباعها للمنهج انطلاقا

من طبيعة الدراسة تتطلب منا اعتماد الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات والمعلومات من الواقع، بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية حول موضوع الدراسة.

الاستمارة (اللويزي، 2008، صفحة 103) هي عبارة عن استمارة تتضمن مجموعة معينة من الأسئلة المترابطة والمتعلقة بموضوع البحث، يتم من خلالها الحصول على إجابات يجري تحليلها لأغراض البحث.

وفي هذه الدراسة، تم تصميم الاستبيان في جمع البيانات من عينة الدراسة وفقا للخطوات التالية: الاطلاع على الدراسات السابقة ذات العلاقة بالدراسة.

صياغة أسئلة الاستمارة بما يتوافق مع إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية وتقسيمها إلى محاور. وتضمنت استمارة بحثنا على المحاور التالية:

البيانات السوسيو ديموغرافية.

المحور الأول: دوافع استخدام منصة الفايسبوك في المجال السياسي.

المحور الثاني: مدى استخدام شبكة الفايسبوك في زيادة الوعي نحو الانتخابات الرئاسية.

المحور الثالث: مساهمة صفحات الفايسبوك في زيادة الوعي السياسي نحو الانتخابات الرئاسية.

المجال الزمني: امتدت الدراسة البحثية من بداية شهر فيفري 2024 إلى غاية شهر 20 جوان 2024.

## 2.2 تحديد المصطلحات

1.2.2- مفهوم الدور: يعرف بأنه مجموعة من الحقوق والواجبات التي يلتزم بها الفرد داخل المؤسسة من خلال موقعه، ويتحدد من خلال السلطة والمسؤولية والمسائلة والدور النمط المتكرر من الأفعال المكتسبة التي يؤديها شخص معين في موقف تفاعل، وهو مجموعة من الأفعال التي يقوم بها الشخص من خلال مركزه، وأمام مختلف المواقف داخل التنظيم". (قسيمي، 2011، صفحة 60).

التعريف الإجرائي: جملة من المهام والإسهامات التي تقوم بها منصة الفايسبوك لتوجيه الرأي العام اتجاه الانتخابات الرئاسية.

2.2.2- منصة الفايسبوك: مؤسس المنصة مارك زوكربيرج كبير الإداريين التنفيذيين، داستن موسكوفيتز. شارك في تأسيس الفايسبوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي، يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها. المستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتواصل معهم. كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم". (محمد، 2015، صفحة 227)

التعريف الإجرائي: هو منصة رقمية تتيح لمستخدميها إمكانية فتح صفحات شخصية للاستفادة من الإمكانيات التي يوفرها هذا الفضاء الرقمي من التفاعلية وتجاوز الزمانية والمكانية، وذلك من خلال الدردشة وتبادل الأفكار فيما بينهم.

الرأي العام (خورشيد، 2011، صفحة 347) يعرف الباحث الأمريكي دوب في كتابه الرأي العام والدعاية بأنه ميول الناس اتجاه قضية معينة، عندما يكونون الأعضاء في المجموعة الاجتماعية نفسها وقد يصل المجموع إلى تكوين رأي عام عن طريق النقاش، أي أن الرأي العام عنده هو حاصل ضرب الآراء الفردية ببعضها وهو رأي الجماعة".

ويذهب الدكتور إبراهيم إمام إلى أن الرأي العام (خورشيد م.، 2011، صفحة 348) " هو الفكرة السائدة بين جمهور تربطهم مصلحة مشتركة، إزاء موقف من المواقف، أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة".

**3.2.2- الرأي العام السياسي:** يمثل الرأي العام تيارا ديناميكيا ذو توجه يساري يسرى بين الجماهير، ويعكس آفاق تطورها، إذ يظهر بصورة مجموعة من الضغوط والأحكام التي تصدرها هذه الجماهير تجاه قضية من القضايا أو حادثة من الأحداث يبهون بها النخب الحاكمة أنها موضوع اهتمام بالنسبة لهم سواء بالقبول أو الرفض". (صبيح، 2010، صفحة 73)

**التعريف الإجرائي:** الاتجاه السائد لدى غالبية فئات المجتمع حول مختلف القضايا أو الأحداث السياسية التي تمهم.

**الانتخابات الرئاسية (الرؤوف، جوان 2022، صفحة 55)** "انتخب من القوم مائة رجل، ونخبة المتاع، المختار ينتزع منه".

**التعريف الإجرائي:** هي ترشح عدد من الأشخاص السياسيين تتوفر فيهم الشروط القانونية والإدارية التي يحددها الدستور الجزائري من أجل حكم السلطة على البلاد وإدارة شؤونها وإسنادها لمن هم أهل لها بطريقة ديمقراطية، يتم اختياره من طرف الشعب عن طريق الاقتراع السري والمباشر.

**4.2.2- الطالب الجامعي:** "يعرفه رياض قاسم بأنه شخص يسمح له مستواه العلمي بالانتقال من مرحلة الثانوية بشقيها العام والتقني إلى الجامعة وفقا لتخصص يحول له الحصول على شهادة". (الرؤوف، جوان 2022، الصفحات 360 - 343)

**التعريف الإجرائي:** الطالب الجامعي هو الذي يزاول الدراسة بالجامعة، يسعى إلى الحصول على إحدى الشهادات العليا ليسانس ماستر دكتوراه في تخصص معين، وهم مجموعة من الشباب المثقفين، يتميزون بعمق الفكر ونضج العقل، وبداية مرحلة البحث والاستكشاف، ينتمون إلى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

### الدراسات السابقة

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه بعنوان تفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي للباحثة فريدة صغير عباس للموسم الجامعي 2020-2021

تطرقت إشكالية هذه الدراسة إلى الكشف عن تفاعل شباب ولاية عين الدفلى مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث سعت الباحثة لمعرفة عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومؤشر الاهتمام بالقضايا السياسية لدى الشباب عبر الفاييسبوك، واعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة لجمع البيانات اللازمة للموضوع، ويعود ذلك أن مستخدمين شبكات التواصل الاجتماعي واسعة، وما يقتضي بمسح جزء من مجتمع البحث. ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة بإعداد استمارة مكونة من 25 سؤالا، موزعة على ثلاث محاور، وعلى أفراد العينة البحث المتكونة من 400 مفردة، كما استخدمت الباحثة أداة المقابلة والملاحظة البسيطة لتدعيم نتائج الدراسة.

من أبرز نتائج الدراسة التي توصلت إليها الباحثة، أن أعلى نسبة من مفردات العينة شباب دائمي الاستخدام للفاييسبوك لدرجة الإدمان، كما سجلت اختلاف في رؤية أفراد العينة لما تشهده الجزائر سياسيا في الفترة الحالية، كما وصلت الباحثة أن كل من قضايا الحراك الشعبي 22 فيفري 2019، وقضية الانتخابات الرئاسية 2019، وجدت اهتماما كبيرا من طرف عينة الدراسة.

ومن هذا المنطلق فإن أوجه التشابه بين الدراستين هو التطرق للقضايا السياسية الجزائرية، والاهتمام بالتفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، واختيار الاستمارة كأداة بحث للدراسة، إلا أن هذه الدراسة لا تخلو من الاختلاف في اختيار عينة البحث.

### مقاربات النظرية

نظرية الاستخدامات والإشباع في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين. وتعني النظرية (الحميد، 2015، صفحة 64) "تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحياة الفردية". أي هي ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة محددة يتم اختيارها من طرف المستخدم، تقابلها استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد، الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المعلومات المعروضة على المستخدمين".

## الإطار التطبيقي

### 1.3 تفرغ بيانات الدراسة وتحليلها

البيانات السوسيو ديموغرافية لمستخدمين عينة الدراسة  
الجدول 1: يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
73.3%	22	أنثى
26.7%	8	ذكر
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص7)

تشير الشواهد الموضحة في الجدول أعلاه، المتعلق بمتغير الجنس أن أغلبية أفراد مجتمع الدراسة من الإناث والبالغ عددهم 22 تمثلهم أعلى نسبة والمقدرة ب 73.3 بالمائة من إجمالي المبحوثين، أما الذكور فقد بلغ عددهم 8 عدد بنسبة 26.7 بالمائة، إلا أن الزيادة في عدد الإناث تبررها النسبة العالية مقارنة بالذكور في المجتمع الجزائري، وبالتالي مجتمع الدراسة لا يخضع إلى معايير محددة، بل على حسب الاهتمامات لما يدور في الساحة السياسية عبر مختلف منصاتهما، ويعتبر هذا مؤشرا على اهتمام المرأة بالمجال السياسي وقضايا الدولة، ورغبتها في المشاركة في صناعة القرار السياسي، وخاصة بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي أعطت القدر الكافي من الحرية لجميع فئات المجتمع، وتجاوزهم التهميش الذي كان مفروض من الوسائل التقليدية.

الجدول 2: يبين توزيع المبحوثين حسب فئات العمرية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
23.3%	7	من 20 إلى 25 سنة
33.3%	10	من 26 إلى 30 سنة
43.3%	13	من 31 سنة فما فوق
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص7)

يعد السن من المؤشرات الهامة التي تعطي دلالات عن استخدام الموقع الخاص بالفيسبوك لمجتمع الدراسة، فكما نلاحظ يبين لنا الجدول أن أغلبية الباحثين الذين تم استجوابهم والتي قدرت نسبتهم ب 43.3 بالمائة من مجموع العينة ينتمون إلى الفئة العمرية من 31 سنة فما فوق، هم يمثلون الباحثين الأكثر فعالية ونشاط فتجد أغليبتهم قد كونوا اتجاهات ومواقف من الجانب السياسي، ويفضلون التجهيز والتأثير بها على منصات التواصل الاجتماعي تليها من 26 إلى 30 سنة بنسبة 33.3 بالمائة، وبنسبة أقل قدرت ب 23.3 بالمائة للفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة، تعد هذه المرحلة للفئة العمرية من أهم المراحل التي يبدأ فيها الفرد في تكوين شخصيته وميوله وفرض أفكاره في مختلف القضايا التي تواجهه، وبالتالي يلجأ إلى شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام ومنصة الفيسبوك بشكل خاص، كمتنفس له في إبداء رأيه، لما يحمله من صفات خاصة جعلته يتميز بقاعدة شعبية كبيرة جمهور واسع ومختلف، وجد إقبالا كبيرا من جميع فئات المجتمع خاصة فئة الشباب القوة الحية في بناء الوطن.

### الجدول 3: يبين توزيع الباحثين حسب متغير المستوى الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الجامعي
30%	9	الليسانس
23.3%	7	الماستر
46.7%	14	الدكتوراه
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص8)

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية الباحثين يتدرجون ضمن المستوى الجامعي بشهادة الدكتوراه بنسبة 46.7 بالمائة، وبأقل منها طلبة الليسانس بنسبة 30 بالمائة، ثم يأتي طلبة الماستر بنسبة 23.3 بالمائة، نستطيع أن نفسر ذلك بان انتشار شبكات التواصل الاجتماعي لدى جميع المستويات واهتمامهم بالتكنولوجيا الحديثة والانترنت، واطلاعهم على مختلف المواضيع السياسية حسب مستوياتهم العلمية ويعكس ذلك ثقافتهم وميولهم الفكرية، التي تجعلهم على قدر الإمكان من الدخول في النقاش السياسي والتحليل وبلورة الأفكار والتأثير بها.

### المحور الأول: مدى استخدام العينة لمنصة الفيسبوك في المجال السياسي

#### الجدول 4: يوضح مدى تصفح الطلبة الجزائريين لمنصة الفيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراح
73.3%	22	نعم
26.7%	8	لا
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص8)

حسب النتائج الموضحة لنا في الأعلى أن أغلبية مفردات العينة هم من متابعين الفيسبوك بنسبة 73.3 بالمائة مكررة 22 مفردة، بينما 26.7 بالمائة يقابلها 8 تكرار، بدأ موقع الفيسبوك بالظهور والانتشار في السنوات الأخيرة بسرعة كبيرة، فهو إلى جانب كونه وسيلة وجدت من أجل التواصل وتقريب المسافات، أيضا يحتوي على مميزات أخرى، جعلته الأكثر رواجاً بينهم، استعمل في



كل المجالات ينشر داخل كل المواضيع بسرعة كبيرة، استهوى عقول المستخدمين لما فيه من تسهيلات حولت العالم إلى قرية صغيرة، أصبح الآن يضم عدد كبير من المشتركين من مختلف بقاع العالم، ويعتمد عليه كل أصناف الجماهير، تعد فئة الطلبة الجامعيين أحد أهم الفئات كونهم يمثلون نخبة المجتمع والطبقة المثقفة.

الجدول 5: يبين إذا كانت أفراد العينة تتأثر بالبرامج السياسية التي يصادفونها

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
63.3%	19	لا
36.7%	11	نعم
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص9)

يوضح لنا الجدول أعلاه أن البرامج لا تؤثر في أفراد العينة بنسبة 63.3 بالمائة من المجموع، وبأقل منها بنسبة 36.7 بالمائة ذكروا أنهم يتأثرون بما يشاهدونه على موقع الفايسبوك، وفي المرجعيات السابقة تتحدد أبعاد تقييم أداء المنصات الافتراضية والصورة الذهنية التي تنطبع عن أدائها لدى الجمهور المستخدم، وهذا الأداء هو الذي يحدد توقعات الجمهور عن الخلفيات التي يقوم عليها الفايسبوك، في المجتمع وفي خصائص المحتوى السياسي الذي يقدمه إلى المستخدمين، فهناك أزمة ثقة بين مفردات العينة وبين مضامين البرامج السياسية، وعدم تأثيرهم بها قد يعود إلى خوفهم من التعرض إلى معلومات مغلوبة من خلال حسابات مزيفة على الفايسبوك، باعتباره وسيلة غير رسمية، ولا يمكن التأكد من جميع المصادر الخاصة بالمعلومات، عكس وسائل الإعلام الرسمية التقليدية.

الجدول 6: يوضح هل يشارك الطلبة في الحملات الانتخابية عبر منصة الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
50%	15	نعم
50%	15	لا
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص9)

من الشواهد الموجودة في الأعلى يتضح لنا أن الطلبة بنسبة 50 بالمائة مكررة من 15 مفردة، يشاركون في الحملات الانتخابية الموجودة على الفايسبوك، تقابلها بنفس النسبة 50 بالمائة ممن لا يعطون أهمية لهذه الحملات، يمكن تفسير ذلك الفايسبوك هو فضاء تفاعلي جماهيري يعبر من خلاله الأفراد عن آرائهم واتجاهاتهم بكل حرية ودون قيود، والطلبة باعتبارهم أكثر الشرائح على قدر مستوى عالي من الوعي السياسي، ينشرون ويتفاعلون حسب توجهاتهم واهتماماتهم السياسية، لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم، ويروجون للأفكار والحجج التي يدركونها أفراد العينة، سواء بالمشاركة أو الامتناع عنها تتحكم فيها عوامل الفروق الفردية، نظرا للتحديات التي يفرضها عصر المعلومات.

الجدول 7: يوضح هل أدى الفايبيوك دورا في دفع الطلبة الجزائريين لممارسة السلوك الانتخابي

النسبة المؤوية	التكرار	الإجابات
63.3%	19	نعم
36.7%	11	لا
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص10)

يتضح لنا من الجدول الموجود في الأعلى حول إذا كان منصة الفايبيوك دور في ممارسة السلوك الانتخابي بنسبة 63.3 بالمائة كانت إجابتهم بنعم، تليها نسبة أقل منها ب 36.7 بالمائة من العدد الإجمالي، يمكن تفسير ذلك، أن أغلبية مجتمع الدراسة هم من رواد المواقع الافتراضية، وهم الذين يختارون استقبال الرسائل والمضامين الخاصة بالمرشحين ومشاريعهم الانتخابية، الذي تستهوي عقول الأفراد وتتماشى مع أفكارهم ورغباتهم السياسية، وعرض المعلومات على أكبر عدد ممكن من الناشطين، فتولد لديهم الرغبة في ممارسة السلوك الانتخابي.

المحور 2: دوافع استخدام منصة الفايبيوك حول الانتخابات الرئاسية

الجدول 8: يوضح هل ما ينشر في صفحات الفايبيوك حول الساحة السياسية يعبر عن صدق الواقع

النسبة المؤوية	التكرار	الاجابات
40%	12	نعم
60%	18	لا
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص10)

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن ما ينشر حول صفحات الفايبيوك حسب رأي أفراد العينة أنه لا يعبر عن صدق الواقع بنسبة 40 بالمائة، بينما هناك 40 بالمائة ترى أنها تعبر عن جزء من الواقع، يمكن إرجاع هذه النتائج إلى المجال الذي يفتحه الفايبيوك لجميع شرائح المجتمع في نشر الأخبار والمعلومات السياسية، والذي بدوره يفتح مساحة كبيرة للتعبير عن الآراء بشكل واسع، وغير منظم، يختلف تماما عن الواقع فأغلبها لا تكون حقيقية، لذلك لا يمكن الاعتماد عليها بشكل مطلق في تفصي المعلومات، كونها تعتبر مصادر غير موثقة من ناشطين مجهولين، تحتوي على آراء ذاتية وأهداف غير واضحة بالنسبة للعينة.

الجدول 9: يوضح ما هي أكثر المنشورات المتداولة على الفايبيوك حول الانتخابات الرئاسية التي يبحث عنها الطالب الجامعي

النسبة المؤوية	التكرار	طبيعة المنشور
63.3%	19	الحملات الانتخابية
16.7%	5	اللقاءات و المحاضرات السياسية
20%	6	البرامج الانتخابية
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص10)

من الشواهد الموجودة في الجدول توضح لنا أكثر المنشورات المتداولة على موقع فيسبوك حول الانتخابات الرئاسية التي يبحث عنها الطالب الجامعي تصدرت الاقتراحات بدرجة أولى الحملات الانتخابية بنسبة 63,3 بالمائة، ثم البرامج الانتخابية بنسبة 20 بالمائة، تليها اللقاءات والمحاضرات السياسية بنسبة 16.7 بالمائة، يمكن تفسير ذلك إلى اعتماد المرشحين بالدرجة كبيرة على الحملات الانتخابية من تصاميم كشكل من أشكال الدعاية لجذب الاهتمام لهم عبر منصة الفيسبوك نظرا لميزته التفاعلية.

**الجدول 10: هل أعطت الصور والفيديوهات المتداولة في الفيسبوك معارف سياسية جديدة حول الانتخابات الرئاسية**

الاجابات	التكرار	النسبة المؤوية
نعم	21	70%
لا	9	30%
المجموع	30	100%

**المصدر:** (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص11)

يوضح لنا الجدول أعلاه حول إذا ما أعطت الصور والفيديوهات هي الأخرى معارف سياسية جديدة اتجاه الانتخابات الرئاسية على حسب رأي الطلبة الجزائريين أن للفيسبوك دور كبير بنسبة 70 بالمائة في إنشاء التصورات والمعارف السياسية الخاصة، ونسبة أقل منها 30 بالمائة، لا يزالون متحفزين بأفكارهم وسياساتهم الشخصية، يمكن تفسير ذلك على أن الصور والفيديوهات أعطت الانتخابات الرئاسية أصداء واسعة وهذا من شأنه جذب اهتمام المواطنين والقدرة على استمالة العاطفية للفرد.

**الجدول 11: هل يتفاعل الطلبة الجزائريين مع المنشورات الخاصة بالانتخابات الرئاسية**

الإجابات	التكرار	النسبة المؤوية
نعم	20	66.7%
لا	10	33.3%
المجموع	30	100%

**المصدر:** (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص11)

من الشواهد الموجودة في الجدول أعلاه يتضح لنا أن الطلبة الجزائريين يتفاعلون مع المنشورات الخاصة بالانتخابات الرئاسية بنسبة 66.7 بالمائة، وذلك لتضمنها معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتلفزيون، ويعود الأمر لاهتمامهم بشؤون البلاد ومصيرهم، وأقل منها بنسبة 33.3 بالمائة لا يتفاعلون معهم، ويفضلون التأكد من صحة المنشورات المتواجدة بين أيديهم، لعبت منصة الفيسبوك همزة وصل بين المرشحين والمستخدمين، حيث يسرت على الناشطين الجزائريين التعرف على الممثلين دون التواجد داخل مقراتهم المتخصصة لحملاتهم الانتخابية، ومعرفة برامجهم الخاصة وأهدافهم ومخططاتهم المستقبلية.

الجدول 12: ما هي أشكال التفاعل التي يمارسها الطلبة الجزائريين على موقع فيسبوك

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
60%	18	التعليقات
13.3%	4	الإعجاب
20%	6	إعادة النشر
6.7%	2	التجاهل
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص12)

من الشواهد الموجودة في الجدول أعلاه يتضح لنا أن الطلبة الجزائريين يمارسون التفاعل على المنشورات بنسبة 60 بالمائة بالتعليقات كونها الطريقة الوحيدة التي تعبر عن رأي الشخص وتوضح سياساته وأفكاره، بنسبة أقل منها 20 بالمائة إعادة النشر ليصل إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص، وغالبا ما يكون الشخص الذي يعيد النشر يقف مع صاحب المنشور أو ما يحتويه المنشور من معلومات، وبأقل منهم درجة التجاهل للمنشور بنسبة 6.7 بالمائة كنوع من التعبير على الرأي الحيادي على المواد المنشورة.

الجدول 13: ما هي أهم المنشورات الانتخابية الرئاسية الأكثر تفاعلا من طرف الطلاب الجزائريين

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
16.7%	5	المقالات التحليلية
60%	18	التقارير الحية المركبة
23.3%	7	الكاريكاتير
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص12)

من الشواهد الموجودة في أعلى الجدول يوضح لنا نوعية المنشورات التي كان لها أكثر تفاعل من طرف الطلبة الجزائريين فكانت أكبر نسبة استحواذ للتقارير الحية المركبة بنسبة 60 بالمائة كونها تتكون من الصور والفيديوهات السمعية البصرية وتكون أكثر تعبير وتأثير على الفرد، مقارنة بالكاريكاتير بنسبة 23.3 بالمائة وبالمقالات التحليلية بنسبة 16.7 بالمائة.

المحور الثالث: مساهمة منصة الفاييسبوك في تشكيل الوعي السياسي نحو الانتخابات الرئاسية

الجدول 14: هل تساهم المجموعة الفاييسبوكية في زيادة الوعي في الانتخابات الرئاسية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
66.7%	20	نعم
33.3%	10	لا
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص12)

من النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة مقتنعة بمساهمة مجموعات الفايسبوك بنسبة 66.7 بالمائة تحقق إشباعها السياسي من المعلومات والأخبار التي تنشر على المجموعات الخاصة، وأقل منها مباشرة ترى عكس ذلك بنسبة 33.3 بالمائة بمجموع 10 مفردات، نجحت صفحات الفايسبوك التي تعتبر فضاء واسع للدعاية الانتخابية للمرشحين، بغرض الوصول إلى أكبر شريحة من المجتمع، وذلك من أجل زيادة الوعي السياسي حول الانتخابات الرئاسية.

#### الجدول 15: هل يساهم الفايسبوك في تشكيل الرأي العام السياسي حول الانتخابات الرئاسية

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراح
46.7%	14	لا
53.3%	16	نعم
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص 13)

من الشواهد الموجودة في أعلى الجدول يوضح لنا حول ما إذا كان موقع الفايسبوك فعلا يساهم في تشكيل الرأي العام السياسي حول الانتخابات الرئاسية للطلبة الجزائريين بنسبة 53.3 بالمائة، وأقل منها ب 46.7 بالمائة، أغلب الطلبة يعتبرون الفايسبوك مصدرا أساسيا للمعلومات وتبادل البيانات، حيث مكنهم من الوصول إلى المناصب التي تقلدها أثناء مسيرته المهنية، وعرض السيرة الذاتية للمرشح، إلى جانب برامجهم الانتخابية، والتي تتمثل في التعريف بالحزب وبالأهداف المسطرة، يمكنهم الرجوع إليها في أي وقت، وتطوير معلوماتهم حول الانتخابات الرئاسية، وتشكيل آراء سلبية أو إيجابية حول مختلف فعالياته.

#### الجدول 16: هل ساهم الفيسبوك في تغيير اتجاه الطلبة الجزائريين السياسي نحو الانتخابات الرئاسية

النسبة المئوية	التكرار	الاجابات
70%	21	نعم
30%	9	لا
100%	30	المجموع

المصدر: (سيليني وفاء، بن زروق جمال، 2024، ص 13)

من النتائج الموضحة أعلاه في الجدول بنسبة 70 بالمائة تبين لنا موافقة الطلبة على أن منصة الفايسبوك وسيلة جيدة لتشكيل الرأي العام لديهم وناجحة بنسبة كبيرة في تغيير اتجاه الطلبة الجزائريين نحو الانتخابات الرئاسية، واتجاه القضايا المطروحة من خلال تلك المناقشات والمضامين، على عكس البقية لا يقدمون ثقتهم للمواقع بنسبة 30 بالمائة، المستخدمين اليوم لم يصبحوا مجرد متلقين للمعلومة بل تجاوزوا مرحلة إبداء الرأي إلى التأثير في فئات معينة خاصة المراهقين من خلال الحملات الانتخابية، أيضا أصبحت هناك إمكانية التحوار بين المرشح والناخب من خلال إنشاء صفحات خاصة يتم فيها طرح مختلف المواضيع.

#### الجدول 17: حسب رأيكم هل سيكون هناك إقبال جماهيري كبير على الانتخابات الرئاسية المقبلة

كانت أغلبية الأجوبة تتمحور حول عدم وجود إقبال كبير لأن الرأي العام أصبح تحت الرقابة المطلقة، وأن هناك غياب كلي لحرية التعبير مع توجيه عقوبات جديدة لكل من يحاول التعبير عن آرائه، خصوصا في عدم وجود اتصال عمومي فعال يروج لثقافة

الانتخابات في المجتمع، في حين البقية صرحوا أنه من الممكن أن نواجه إقبال جماهيري للانتخابات المقبلة على حسب الشخصية المرشحة ونوعية البرامج التي يسطرها المرشحين.

### 2.3 نتائج الدراسة:

- أغلبية المجتمع من مستخدمي المواقع، نظرا لمجانيته وقدرته على حشد أكبر عدد ممكن من الجمهور الذي يقوم بدوره بنشر الحملات والمشاريع الخاصة بالمرشحين وعرضها على صفحاتهم ومجموعاتهم، فكثرة التعرض لمثل هذه المضامين تولد لديهم الرغبة في هذا النوع من السلوك، أكدت إجابة أفراد العينة أن التفاعل مع مثل هذه المواد يساهم في زيادة اهتمام المتابعين بالانتخابات الرئاسية في الجزائر، ويتضح ذلك من خلال ارتفاع نسبة التفاعل مع المنشورات التي تتناول هذه القضية، وإعطاء الحرية للأفراد في التعبير عن وجهات النظر الخاصة بهم ومناقشتها وطرح جميع إشكالاتهم مباشرة مع الجهة المعنية، فهي تتلقى تفاعلا كبيرا عن طريق الكتابات، التعليقات، الإعجاب والمشاركة التي تعبر عن الواقع الذي يعيشه المجتمع خاصة في مثل هكذا موضوع يمس جميع أفراد المجتمع، وهذا ما يؤدي إلى دفع الأفراد، للتعبير عن توجهاتهم وزيادة اهتمامهم بالسلوك الانتخابي.

- تساهم صفحات منصة الفايسبوك وما تنشره من مضامين تتناول موضوع الانتخابات بصفة كبيرة، في زيادة الوعي وبلورته من خلال إعلام المواطنين بما يجول في الساحة السياسية، عن طريق الحملات الانتخابية و الدعاية المتداولة التي تمنحهم معارف متجددة، وتزويدهم بالمعلومات اللازمة والضرورية وإشباع رغباتهم السياسية من خلال النقل بالصور والفيديوهات للوقائع بخاصية البث المباشر، كما يعتبر متنفس للتعبير عن الرأي بكل حرية و بشتى الطرق من خلال برامج والمحاضرات وغيرها، أوضحت المفردات وجهات النظر التي انطوت تحت فكرة أن فقدان الثقة من طرف الجزائريين لما ينشره المرشحون على منصة، رغم متابعتهم لهم، إلا أن تلك المتابعة لا تعبر عن اتجاهاتهم وآرائهم النهائية بل يتجهون إلى وسائل إعلام أخرى يرونها أكثر مصداقية، باعتباره وسيلة غير رسمية ولا يعتمد على مصادر رسمية بأسماء وهمية، قد تتعرض إلى مغالطات كبيرة عكس وسائل الإعلام التقليدية الرسمية.

- هذا يدل على أن الصفحات تساهم في زيادة المنتخبين، فهي تمتاز بخاصية تعددية الأفراد وفتح مجال الانضمام لكل الفئات في المجتمع، بغض النظر عن أعمارهم تخصصاتهم مستواهم العلمي، وكذا إعطائهم فرص متساوية لنشر كل ما يخص الانتخابات والأخبار الهامة لتوعيتهم، وللإجابة على كل استفساراتهم، إضافة إلى ملئ رصيدهم بمعارف سياسية جديدة حول الانتخابات الرئاسية من خلال الكاريكاتير، والمقالات التي تكتب من طرف مختصين وناشطين سياسيين يكونون علا قدر كبير من المعرفة في ذلك المجال، مع إعطاء الصور والبرامج والتقارير الحية أصداء واسعة من شأنها أن تجذب اهتمام الجمهور واستمالتهم عاطفيا، كانت إجابات المبحوثين أغلبهم يرون أن الفايسبوك فعال في تشكيل الرأي العام السياسي والتأثير عليه، من خلال المكانة التي يحتلها باعتباره المنصة الأكثر استخداما لدى جميع شرائح المجتمع الجزائري، إلا أن حماسهم لن يكون بذلك المستوى الذي يدفعهم نحو صناديق الاقتراع، ويمكن إسناد ذلك إلى انعدام المصداقية وفقدان الشعب الجزائري ثقته في المرشحين.

## خاتمة

يعتبر الفاييسبوك مظهر من مظاهر الإعلام الجديد الذي غير طبيعة التعبير من فرد إلى آخر، وطبيعة تلقي المعلومات وتنوع مصادرها، والتعامل مع ما ينشر في كل المجالات كونه سمح للمواطن العادي الانضمام للساحة السياسية، و نقره زر يصل به إلى ما يريده في ثوان معدودات دون قيود مربوطة، وبات الفاييسبوك متنفسا للرأي العام وفضاء لتشكيل الرأي العام السياسي ومناقشة قضاياها مما يسمح للجميع بإبداء آراءهم وتوجهاتهم في فضاء تفاعلي كبير، من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على حقيقة ما إذا كان هناك دور لمنصة الفاييسبوك في تشكيل الرأي العام السياسي حول الانتخابات الرئاسية بالجزائر، هذا الأخير الذي يعد أحد المتطلبات الأساسية للمقومات السياسية في البلاد، وتقرير مصير الشعوب، ومشاركة المواطنين في الانتخابات كحق من حقوق الأفراد و واجباتهم، وأمر مهم من أمور التنوير والازدهار في البلاد، وذلك لأهميته في المجتمع، من أجل التعبير عن الرأي ونشر الأفكار الخاصة لكل مواطن بشكل شفاف عن طريق التحضير لانتخابات نزيهة، هذه الاتجاهات والإيديولوجيات، جاءت نتيجة تأثير المرشحين على آراء وسلوكيات الناخبين، تلخصت الدراسة في بعض النتائج التي تفق على أنه بات من المؤكد أن وسائط الإعلام الحديثة و في مقدمتها الانترنت والفايسبوك أصبحت تلعب دورا ختاميا ومؤثرا في جميع القضايا التي تخص المجتمع، وجعلت منه شريكا أساسيا في معظم النقاشات السياسية التي تعرض على الساحة الافتراضية، والانتخابات الرئاسية كانت محور اهتمام مفردات العينة و رواد منصة الفاييسبوك، حيث استطاع هذا الفضاء أن يشكل منابر خاصة بين المستخدمين والمرشحين من أجل تشكيل رأي سياسي موحد، وتبادل الأفكار وممارسة حرية التعبير دون أي تحت ضغط أو إكراه مسبق، ومحاولين التأثير والتأثير فيما بينهم حول الشأن العام السياسي الجزائري في الحاضر ويعود ذلك على المستقبل، وبشكل عام يمكن وصف العلاقة بين المستخدمين ومنصات الفاييسبوك أنها علاقة طبيعية حديثة الولادة أخرجت نتائجها على سلوكيات الفرد والمجتمع، و ربما سيبرز في المستقبل القريب دور الفضاء الافتراضي العام في تشكيل وتغيير مجرى الكثير من القضايا السياسية المهمة للبلاد.

### التوصيات والمقترحات:

في ضوء ما توصلنا إليه في بحثنا من نتائج فإننا نوصي بما يلي:

- وضع قوانين وضوابط لاستخدام الشبكات والمنصات الافتراضية ومنها منصة الفاييسبوك وحماية مساحة الحرية في إبداء الآراء والأفكار مع احترام رغبتة الجوانب الأخلاقية والسلوكية.
- توعية المجتمع بالمخاطر والسلبيات الناجمة عن الاستخدام غير الواعي لمنصة الفاييسبوك مع ضرورة توضيح وشرح الجوانب الإيجابية.
- التشجيع على البحث العلمي والتطرق إلى العديد من الدراسات التي تخص الشبكات الاجتماعية الافتراضية وخاصة منها منصة الفاييسبوك ودورها في تشكيل الرأي العام السياسي داخل المجتمع.
- إبراز أهمية استخدام الوسائل والتقنيات الحديثة في تشكيل الوعي السياسي للمواطن داخل المجتمع.

## المصادر والمراجع:

- I. أحمد بن مرسلبي. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2005.
  - II. ابن المنظور) لسان العرب، بيروت: دار إحياء التراث العربي. 1999.
  - III. ماجد الخياط. أساليب البحث العلمي، الأردن: دار الراجحة للنشر والتوزيع. 2011.
  - IV. كمال خورشيد مراد. الاتصال الجماهيري والإعلام، عمان: دار مسيرة للنشر والتوزيع، 2014.
  - V. محمد عبيدان وآخرون. منهجية البحث العلمي، القواعد المراحل والتطبيقات، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 1999.
  - VI. مروان عبد الحميد إبراهيم. أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، الأردن 2000: مؤسسة الوراق.
  - VII. ناصر قاسمي. دليل المصطلحات علم الاجتماع التنظيم والعمل، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2011.
  - VIII. صلاح محمد عبد الحميد. الإعلام الجديد، الجزائر: أطفالنا للنشر والتوزيع، 2015.
  - IX. عمار بوحوش. دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، بيروت: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1982.
  - X. فرج محمد الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وإجرائها وتحليلها، دار الفجر، القاهرة، 2001.
  - XI. صالح خليل أبو صبيح. المدخل إلى الاتصال الجماهيري، عمان: دار آرام، 2010.
  - XII. خضير كاظم حمود، موسى سلامة اللوزي. منهجية البحث العلمي، الأردن، عمان: اثناء للنشر والتوزيع، 2008.
- الأطروحات
- I. فريدة صغير عباس. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي جامعة الجزائر 3، -، 2020
- 2021
- المقالات
- I. بن صغير كريمة. مطبوعة بيداغوجية في مادة منهجية تقنيات البحث، جامعة 8 ماي 1945 كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017. <http://dspace.univ-guelma.dz:8080/xmlui/handle/123456789/560>
  - II. مشري عبد الرؤوف. شبكة الفايبروبوك وتنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي بالجزائر-دراسة استطلاعية على عينة من طلاب جامعة قسنطينة3، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية. جوا2022، العدد01.

### References :

- I. Aḥmad ibn Mursalī. Manāhij al-Baḥth al-‘Ilmī fi ‘ulūm al-I‘lām wa-al-Ittiṣāl al-Jazā’ir : Dīwān al-Maṭbū‘āt al-Jāmi‘iyah, t2, 2005
- II. Ibn al-manẓūr (Lisān al-‘Arab, Bayrūt : Dār Iḥyā’ al-Turāth al-‘Arabī. 1999.
- III. Mājīd al-Khayyāt. Asālīb al-Baḥth al-‘Ilmī, al-Urdun : Dār al-Rāyah lil-Nashr wa-al-Tawzī‘ 2011.
- IV. Kamāl Khūrshīd Murād. al-ittiṣāl al-Jamāhīrī wa-al-I‘lām, ‘Ammān : Dār masīrat lil-Nashr wa-al-Tawzī‘, 2014
- V. Muḥammad ‘Ubaydān wa-ākharūn. manhajīyah al-Baḥth al-‘Ilmī, al-qawā‘id al-marāḥil wa-al-taṭbīqāt, ‘Ammān : Dār Wā’il lil-Nashr wa-al-Tawzī‘, 1999.
- VI. Marwān ‘Abd al-Majīd Ibrāhīm. Usus al-Baḥth al-‘Ilmī li-i‘dād al-rasā’il al-Jāmi‘iyah, T1, al-Urdun : 2000 Mu’assasat al-Warrāq.
- VII. Nāṣir qāsymy. Dalīl al-muṣṭalahāt ‘ilm al-ijtimā‘ al-tanzīm wa-al-‘amal, al-Jazā’ir : Dīwān al-Maṭbū‘āt al-Jāmi‘iyah, 2011





- VIII. Ṣalāḥ Muḥammad ‘Abd al-Ḥamīd. al-I‘lām al-jadīd, al-Jazā’ir : Aṭṭālunā lil-Nashr wa-al-Tawzī‘, 2015
- IX. ‘Ammār Būḥūsh. Dalīl al-bāḥith fī al-manhajīyah wa-kitābat al-rasā’il al-Jāmi‘īyah, Bayrūt : al-Mu’assasah al-Waṭanīyah lil-Kitāb, 1982
- X. Faraj Muḥammad al-kāmil, Būḥūth al-I‘lām wa-al-ra’y al-‘āmm ṭṣmymhā w’jrā’hā wa-taḥlīlulhā, Dār al-Fajr, al-Qāhirah, 2001
- XI. Ṣāliḥ Khalīl Abū ṣby‘. al-Madkhal ilá al-ittiṣāl al-Jamāhīrī, ‘Ammān : Dār Ārām, 2010
- XII. Khuḍayr Kāzim Ḥammūd, Mūsá Salāmah al-Lawzī. manhajīyah al-Baḥth al-‘Ilmī, al-Urdun, ‘Ammān : athrā’ lil-Nashr wa-al-Tawzī‘, 2008.
- XIII. Farīdah Ṣaghīr ‘Abbās. uṭrūḥat li-nayl shahādat al-duktūrāh, tafā‘ul al-Shabāb ma‘a al-qaḍāyā al-siyāsīyah ‘abra Shabakāt al-tawāṣul al-ijtimā‘ī Jāmi‘at aljzā’r3, 2020-2021
- XIV. ibn Ṣaghīr Karīmah. Maṭbū‘at bīdāghūjīyat fī māddat manhajīyah Tiqniyāt al-Baḥth, Jāmi‘at 8 Māy 1945 Kullīyat al-‘Ulūm al-Insānīyah wa-al-Ijtimā‘īyah, 2017. <http://dspace.univ-guelma.dz:8080/xmlui/handle/123456789/560>
- XV. Mishrī ‘Abd al-Ra’ūf. Shabakah alfāysbwk wa-Tanmiyat al-Wa’y al-siyāsī ladá al-ṭālib al-Jāmi‘ī bāljazā’r-drāsh istiṭlā‘īyah ‘alá ‘ayyinah min ṭullāb Jāmi‘at qsntynt3, Majallat al-‘Ulūm al-Insānīyah wa-al-Ijtimā‘īyah. jwā 2022, al‘dd01.