



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص إتصال وعلاقات عامة

تحت عنوان

تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على السلوك الإنتخابي لدى الجزائريين

دراسة ميدانية على عينة من جمهور ولاية قالمة

تحت إشراف الأستاذة

*بوقرة نوال

من إعداد الطلبة

سالمي إيمان

بوشحدان سرور

عبيدات صباح

السنة الجامعية : 2020/2019

الشك والنقد

الحمد لله على عظمه فضلهم وكثرة عطائهم ، لأن وفقنا لإتمام هذا العمل ولأن
حسن السجينة ابتداء الشك
يوجب أن نقول من خبرك الشك إلى :
الاستناد الفاضل : " بوقرعة نوال " على منسأ عداها وإرشادها القيمة في إعداد
هذه الملكة
كما نعت أيضا كل العرفان والنقد لكل أساتذة قسم الاتصال والعلاقات
العامات
على كل ما نذكره من جهود ومنسأ عداها وتوجيهات
فجاء الص الشك والنقد إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد
شكركم جميعا

الإلهيَّاء

"وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين أحسنًا"

أهتدي ثمة جهدي إلى من نخبها برعني ومن فيض عطفتها سقني وعلني الفضائل
بريني وسبل السجادة علمني إلى من كان دعائها سننًا ناجي وجناها بلسر
لجناحي فكادت السمعة التي انارت دبري "أمي" عسى أن تحفظها لي بربي
اليكي يا أعز الناس علي قلبي

إلى من علمني العطاء دون انظار من أحمل اسمك بكل اقتضار اليك يا من
جعل نفسك شجرة خرق لنضي لنا دبر النجاة الرجوع من الله أن يمد في عمرك
ليري ثمار قد جات قطافها اليك "أبي" العزير

إلى عضيتي اللذين يشدان دائمًا من أزمري اخوتي "برمزي" و "صباح"
إلى زهباتي التي لم ينادين في بذك اي جهد من اجل مسنا عذتي لمواصلة دبر
الدراسة

أخواتي "سماح" و "جيدة"

إلى شموع أضأت لي دبري وعصافير قلبي

"برامي"، "برنيم"، "بناء"، "بروي"

صديقات عمري ومن تقاسمت معي عملي إلى

"سنن ورو" و "صباح"

إلى من ساعدني في انماز عملي زميلي و اخي "هيشم"

إيمان

إِلَهُكَ أُمَّ

إِلَهِ مِنْ أَعْنَادَاتٍ مَرْفُوعَاتٍ ذَا عَيْنَةٍ إِلَى حِمَامٍ أَنْ تَحْمِينِي وَأُخُوتِي، وَأَنْ تَفْتَحَ
الْأَبْوَابَ فِي وَجْهِهِ وَالَّتِي لَوْلَاهَا مَا كُنْتُ لِأَكْتُبَ هَذَا ...

أُمِّي "بِوَعْدِيَّةٍ نَوَّة"

إِلَهِ مِنْ زَمْرِي وَأُخُوتِي ثَمَّةٌ ثَمَّةٌ وَرَعَانَا وَسَقَانَا سِنِينَ عَمِلْتُ لِنَسْمَعُ ...

وَالَّذِي "عَيْنَاتُ مُحَمَّد"

إِلَهِ مِنْ كَانَتْ أَمَّا ثَانِيَةً ...

عَمِّي "عَيْنَاتُ حَلَّة"

إِلَهِ بَنَاتٍ قَلْبِي ...

أُخُوتِي مِنْ وَهْدَةٍ، نَيْسَرِي، شَيْمَاءَ، مَرْجِيَّةَ

إِلَهِ مِنْ شَامِرَكِي عَنِّي عَنْ أَهْلِي، وَشَامِرَكِي أَجْمَلِ الْإِحْطَاتِ وَأُسْوَاهَا ...

صَلِّ يَفَاتِي "بَشَرِي إِيْمَانِ سَبْ وَهْد"

صَبَاح

ملخص الدراسة:

تتناول هذه الدراسة موضوع مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في السلوك الانتخابي، وهي عبارة عن دراسة وصفية اعتمدت على المنهج الوصفي من أجل وصف الظاهرة وصفا دقيقا وتحليلها. وقد انطلق هذا البحث من إشكالية تمثل هدفها الأساسي في التعرف على كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي لدى الجزائريين، وللإجابة على هذه الإشكالية تم التوجه إلى مراكز الاقتراع يوم 12 ديسمبر 2019، معتمدين في ذلك على أسلوب العينة القصدية، وعلى الاستبيان (الاستمارة) كأداة للبحث من أجل التوصل إلى بيانات ومعلومات دقيقة عن المبحوثين وكذا معرفة آرائهم حول الانتخابات وما هي أهم المواقع التي أثرت في سلوكهم الانتخابي، وقد تضمن الاستبيان ثلاثة محاور أساسية:

المحور الأول: تضمن البيانات الخاصة بالمبحوثين

المحور الثاني: عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثالث: تضمن السلوك الانتخابي

وتم التوصل إلى مجموعة من النتائج مفادها أن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك - اليوتيوب - تويتر - الانستغرام) كان لها أثرا بالغا في تغيير سلوك الناخبين من السلبي إلى الإيجابي بنسبة غير متوقعة في ظل الأوضاع التي عاشتها الجزائر قبل الانتخابات وكان للفيسبوك الأثر الكبير من بين المواقع الأخرى.

Résumé

Cette étude traite du thème des Média sociaux et de son impact sur le comportement électoral, et c'est une étude descriptive qui s'est appuyée sur une approche descriptive afin de décrire avec précision le phénomène et l'analyser.

Cette recherche est partie d'un problème dont l'objectif principal est d'identifier comment les médias sociaux affectent le comportement électoral des Algérien , et afin de répondre à ce problème , les bureaux de vote ont été abordés le 12 décembre 2019 , sur la base de la méthode de l'échantillon intentionnel et du questionnaire (le formulaire) en tant qu' outil de recherche pour accéder à des données et information précises sur les personnes morales , ainsi que pour connaître leurs opinions sur les élections et quels sont les sites les plus importants qui ont affecté leur comportement qui ont affecté leur comportement électoral , le questionnaire comprenait trois axes principaux :

Le premier axe : il comprenait les données répondants

Le deuxième axe : concerne les habitudes d'utilisation des réseaux sociaux

Le troisième axe : il incluait le comportement électoral

Et un ensemble de résultats ont été obtenus que les sites de réseaux sociaux (facebook – youtube – twitter – instagram) ont eu un grand impact en changeant le comportement des électeurs de négatif à positif dans un sens inattendu à lumière des connues avant les élections , et facebook a été la grande influence parmi d'autres sites.

فہرست المحتویات

الصفحة	المحتويات
-	الشكر والتقدير
-	الإهداء
-	ملخص الدراسة
أ- ب	مقدمة
الفصل الاول : الإطار المنهجي	
5-4	1-الإشكالية
5	2- الاسئلة الفرعية
7-6	3- أهمية وأهداف الدراسة
8-7	4- أسباب اختيار الموضوع
12-8	5- تحديد مفاهيم المصطلحات
15-12	6- الدراسات السابقة
15	7- التعقيب على الدراسات السابقة
16-15	8- منهج الدراسة
17-16	9- أدوات الدراسة
18-17	10- مجتمع الدراسة
19	11- عينة الدراسة
22-19	12- المقاربة النظرية

22	13- حدود الدراسة
23-22	14- صعوبات الدراسة
الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي	
25	تمهيد
26	المبحث الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
28-27	المبحث الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
32-29	المبحث الثالث : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
48-33	المبحث الرابع : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
56-48	المبحث الخامس : إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
57	خلاصة الفصل
الفصل الثالث : السلوك الانتخابي	
59	تمهيد
62-60	المبحث الأول : تعريف السلوك الانتخابي
76-62	المبحث الثاني : أنماط السلوك الانتخابي
82-76	المبحث الثالث : النماذج المفسرة للسلوك الانتخابي
88-83	المبحث الرابع : العوامل المتحكمة في السلوك الانتخابي
91-89	المبحث الخامس :كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السوك الانتخابي

92	خلاصة الفصل
الفصل الرابع : الإطار التطبيقي	
94	تمهيد
132-95	أولا : التحليل باستعمال أداة الإستبيان
134-133	ثانيا : نتائج الدراسة
137	خاتمة
147-139	قائمة المصادر والمراجع
151-149	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	جدول خاص بالجنس	95
02	جدول خاص بالسن	96
03	جدول خاص بمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما	97
04	جدول خاص بمجال الاهتمام في مواقع التواصل الاجتماعي	100
05	خاص جدول بفترة التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي	103
06	جدول يوضح متابعة الصفحات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	104
07	جدول خاص بالصفحات السياسية	107
08	جدول خاص كيفية التفاعل مع الصفحات	110
09	جدول خاص بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحملات الانتخابية	112
10	جدول خاص بمدى تأثير الصفحات على السلوك الانتخابي	115
11	جدول يوضح تأثير الصفحات السياسية على السلوك الانتخابي	117
12	جدول خاص بمتابعة المناظرة بين المرشحين	120
13	جدول خاص بتقييم مستوى المناظرة	121
14	جدول خاص بمدى مساهمة المناظرة في التأثير على السلوك الانتخابي	123
15	جدول خاص بمساهمة المناظرة في التأثير على السلوك الانتخابي	125
16	جدول خاص بالعوامل المؤثرة على السلوك الانتخابي	127
17	جدول خاص بمواصفات الرئيس المثالي	131

فهرس الاشكال

الرقم	عنوان	الصفحة
01	خاص بالجنس	95
02	خاص بالسن	96
03	خاص بمواقع التواصل الإلتماعي الأكثر استخداما	98
04	خاص بمجال الاهتمام في مواقع التواصل الإلتماعي	100
05	خاص بفترة التصفح لمواقع التواصل الإلتماعي	103
06	خاص بمتابعة الصفحات السياسية عبر مواقع التواصل الإلتماعي	104
07	خاص بالصفحات السياسية	108
08	خاص كيفية التفاعل مع الصفحات	111
09	خاص بدوافع استخدام مواقع التواصل الإلتماعي خلال فترة الحملات الإلتخابية	113
10	خاص بمدى تأثير الصفحات السياسية على السلوك الإلتخابي	115
11	يوضح تأثير الصفحات السياسية على السلوك الإلتخابي	118
12	خاص بمتابعة المناظرة بين المرشحين	120
13	خاص بتقييم مستوى المناظرة	121
14	خاص بمدى مساهمة المناظرة في التأثير على السلوك الإلتخابي	123
15	خاص بمساهمة المناظرة في التأثير على السلوك الإلتخابي	126
16	خاص بالعوامل المؤثرة على السلوك الإلتخابي	128
17	خاص بمواصفات الرئيس المثالي	131

مُقْتَلِمُتْ

ساهم التطور التكنولوجي بشكل كبير في انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم، حيث أصبحت تمثل روتيننا يوميا وجزءا مهما في حياة الناس يصعب الاستغناء عنها لما توفره من تواصل الآخرين بطريقة سهلة مع مجريات العالم الآنية وكذلك منصات تسويقية وترفيهية ... الخ

هذه المواقع لعبت دورا كبيرا في فتح المجال واسعا أمام حرية التعبير وكسرت القبضة الخانقة التي كانت تفرضها وسائل الاعلام التقليدية تحت يد السلطة، وعملت على تعبئة وحشد الرأي العام وتوعية الناس اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا، ولعل أكبر مستفيد من هذا المنبر الافتراضي هو الاتصال السياسي بمختلف أشكاله، والذي كانت معالمه مرتبطة فقط بما يبثه الإعلام المتدفق من جرائد وإذاعات وشاشات التلفزيون.

أثر هذا النوع من المواقع في ملامح المجتمعات التي كانت تعيش انغلاقا سياسيا متجهة إلى تحرر ووعي كبير، ظهرت معالمه في شكل انتفاضات شعبية رافضة لقيود السلطة خاصة في العالم العربي، والتي كانت شبكات التواصل الاجتماعي منبرا لتسييرها وتأطيرها.

لنشهد كذلك أثناء الانتخابات انتاجات ومواد إعلامية بأسلوب خاص بالناشرين تتضمن مختلف الصور والأصوات والآراء والفيديوهات ومشاركة واسعة في الأحداث السياسية، وتتبع كل حيثيات الانتخابات وهذا أمر ضروري وطبيعي كون هذه الشبكات تتيح كل الحرية للإدلاء بالرأي، وهو نفس الأمر مع الانتخابات الرئاسية في الجزائر سنة 2019 التي لوحظ فيها التعبير الواسع والمكثف عن الآراء والمواقف مؤيدة كانت أو معارضة للسياسة الجزائرية، وبالتالي أسهمت في تبني الأفراد لدور المؤثر بعيدا عن الجمود الذي كانت تفرضه وسائل الإعلام التقليدية، وهذا عن طريق الضغط على الحكومة ومساءلتها ونقدها بكل ديمقراطية، كذلك تتحول شبكات التواصل في هكذا فترة الى منبر للدعايات الانتخابية من طرف الأحزاب والمرشحين لتتحول الى ساحة شرسة للتنافس وبث محاور البرنامج الانتخابي والرسائل والأخبار ومقاطع الفيديو وكل ما يسهم في جذب الجمهور وكسب ثقته والتأثير على سلوكه الانتخابي بالايجاب للتوجه الى مراكز الاقتراع للإدلاء بصوته والمساهمة في عملية التغيير السياسي



وهذا ما ينطبق عليه موضوع دراستنا المعنونة بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي، وعلى اعتبار أن البحث العلمي يستند إلى خطوات بحثية، فقد تم تقسيم الدراسة إلى مجموعة من الفصول، تمثل أولها في الفصل المنهجي المتضمن إشكالية الدراسة والتي تنتهي بتساؤل عام يتفرع منه مجموعة من التساؤلات الفرعية، أهمية وأهداف الدراسة، والأسباب التي جعلتنا نختار هذا الموضوع بالإضافة إلى تحديد مفاهيم المصطلحات، الدراسات السابقة والتعقيب عليها كذلك نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها ومجتمع الدراسة وعينيتها، إضافة إلى هذا المقاربة النظرية ومجالات الدراسة لينتهي بصعوبات الدراسة.

أما الفصل الثاني فهو بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي وتضمن تعريفا لهذه المواقع ونشأتها وخصائصها وأنواعها وكذلك إيجابياتها وسلبياتها.

أما فيما يخص الفصل الثالث فهو تحت عنوان السلوك الانتخابي ويشمل تعريف السلوك الانتخابي وأنماطه والنماذج المفسرة له، وكذلك العوامل المؤثرة فيه لينتهي هذا الفصل بكيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي.

أما الإطار التطبيقي فقد تناولنا فيه تحليل وتفسير إجابات المبحوثين حول محاور الإستمارة والإستنتاجات ثم الخاتمة وأخيرا قائمة المراجع والمصادر.

الفصل الأول

الاعطال المنهجية

1- الإشكالية:

أحدثت التطورات العلمية والتكنولوجية والتقنية خاصة في السنوات الأخيرة طفرة هائلة في عالم الاتصال والتواصل الإنساني، الذي يعتبر ضرورة اجتماعية تطورت وتغيرت بتغير الوسائل المستخدمة التي ربطت ملايين الافراد الذين تجمع بينهم علاقات مختلفة.

كانت شبكات الأنترنت هي المنصة الأهم التي قلبت موازين التواصل البشري، وغيرت من طرق تفكيرهم وعلاقاتهم، فلقد أتاحت لهم فتح منصات جماعية افتراضية تحكمها علاقات مختلفة هي مواقع التواصل الاجتماعي التي عرفها "تيل علي" على أنها "فضاء جديد تقطنه الجماعات وتمارس فيه الصفقات وتقام فيه المؤسسات والمتاحف والمعارف ومنافذ البيع، تعقد فيه التحالفات وتحاك فيه المؤتمرات، تنقل فيه المعلومات بسرعة فائقة، ورغم محاكاته لفضاء الواقع إلا أنه يختلف في طوبوغرافيته وطبيعته وقوانينه وأعرافه عن فضاء الواقع، حيث سمحت هذه المواقع بتوفير بيئة خصبة لتواصل الفرد ونشر آرائه ومواقفه وعرض مواهبه والدفاع عن معتقده الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية¹...

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في فتح المجال أمام الفكر والمناقشة والممارسة السياسية التي أصبحت شأنا هاما على طاولات المواقع الافتراضية خاصة إذا تحدثنا عن العالم العربي الذي لا يزال يشكو من ضعف المؤسسات الإعلامية وتبعيتها للسلطة، وبالتالي النقل غير الحيادي للمواضيع التي تشغل الرأي العام خاصة منها السياسية، لهذا إستغل الرواد العرب المواقع كمئبر للنقاشات والنقد ونشر الوعي السياسي، والبحث عن التغيير والتحرر من سيطرة الحكام وفساد السلطة وهو الحال في الجزائر التي عانى شعبها الكثير من الضغط والفساد السياسي نتج عنه الحراك الشعبي الذي كانت بدايته يوم 22 فيفري 2019، والذي انطلقت أولى خطواته عبر مجموعات وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي للدعوة للخروج الجماهيري رافضة ترشح الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة لعهد خامسة، ولم يكن أحد يدري ويعرف من أطلق هذه الدعوات ومن يوطرها، حيث يعتبر الحراك فريد من نوعه نظرا لسلميته وتحضره رغم السيول البشرية التي كانت تجوب شوارع الجزائر والتي فاقت أعدادها الملايين.

¹ - عبد الغفار، فيصل محمد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2015. ص09.

كانت مواقع التواصل الاجتماعي منبرا لنقل أحداث هذا الحراك الشعبي من صور وفيديوهات وبث مباشر خاصة وأن الإعلام كان حضوره محتشما إذا ما تمت مقارنته بحجم المظاهرات خاصة في الأسابيع الأولى، واستمرت المواقع في نقل الأحداث ومن بينها الانتخابات الرئاسية التي كان متقفا على إجرائها يوم 18 أبريل 2019 وانتخابات 04 جويلية 2019 اللتان تم إلغاؤهما بعد رفض شعبي ساخط لهما، إلى أن تقرر تاريخ آخر لاختيار خلف للرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة وهو يوم 12 ديسمبر 2019 في جو لم يسبق وأن شهدته الجزائر، فكانت هناك حالة من الانقسام الشعبي والسياسي إلى درجة الاحتقان، شريحة مع الحراك الشعبي وأخرى تنظر إلى الموعد الانتخابي كأفضل حل للأزمة، حيث تعتبر الأولى أن إجراء الانتخابات هو تعقيد للأزمة واستسلام في منتصف الطريق وإعادة إحياء النظام السابق بوجوه جديدة وأكدت استمرارية التقافها بالحراك، أما الثانية فتعتبر أن الحراك حقق أهم المطالب التي قام من أجلها، خاصة بعد انسحاب بوتفليقة وسجن الكثير من الذين كانوا في عهده وأن بقية المطالب تتحقق تدريجيا بعد اختيار رئيس للجزائر، وقد خاض غمار هذه الانتخابات خمسة (5) مرشحين وسط حضور شعبي محتشم، مما اضطرهم إلى الاهتمام أكثر بالمنصات الإلكترونية باعتبارها ساحة مهمة للدعاية السياسية، و أيضا باعتبارها ساحة لتجاذب الآراء وحشد الرأي العام والتأثير والتأثر مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وهذا ما تتمحور حوله إشكالية بحثنا التي يمكن بلورتها في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي.

وانطلاقا من الإشكالية السابقة نطرح التساؤل الرئيس التالي :

- ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي لدى الشعب الجزائري؟

2- الأسئلة الفرعية

- 1- ما هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي ارتيادا من طرف أفراد العينة؟
- 2- ما هي أهم الصفحات السياسية الأكثر تداولاً في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما هي أسباب متابعة أفراد العينة للصفحات السياسية خلال فترة الانتخابات؟
- 4- كيف أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي؟

3-أهمية الدراسة

نسعى من خلال دراستنا إلى تسليط الضوء على أحد أهم الموضوعات في مجال علوم الإعلام والاتصال، حيث تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تتناول موضوعا جديدا وحيويا وندرس أهم مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في المجال السياسي.

و تتمثل أهمية دراستنا في:

- أنها تعني بدراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي لدى الجزائريين عامة وولاية قالمة خاصة .

- كذلك محاولة الوصول إلى تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات الرئاسية 2019.

- قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على حشد الجماهير نحو قضية الانتخابات الرئاسية 2019 من خلال الصفحات التي تنشر فيها العديد من المعلومات والآراء حيث يشترك فيها المستخدمون ويتفاعلون معها.

- تبرز أيضا أهمية هذه الدراسة من خلال الأهمية التي حظيت بها الانتخابات الرئاسية على الصعيد الوطني والعالمي، حيث شكلت منعرجا في التحولات السياسية والدستورية التي عرفتھا الجزائر منذ الاستقلال، وكانت هذه الاستحقاقات الانتخابية أمل الجزائريين في التغيير والتطلع نحو مستقبل زاهر إذ وضع الجزائريين كل آمالهم وتطلعاتهم عليها من خلال اختيار الرئيس المناسب بكل نزاهة وشفافية .

-أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا إلى:

- الكشف عن العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانتخابي لدى جمهور قالمة

- معرفة الأسباب التي تؤثر في السلوك الانتخابي لدى جمهور قالمة.

- التعرف على أنواع مواقع التواصل الاجتماعي التي يلجأ إليها أفراد العينة.

- تسعى دراستنا إلى تسليط الضوء على موضوع الانتخابات الرئاسية في الجزائر نظرا للوضع الذي عاشته الجزائر ومازلت تعيشه في الوقت الحالي من أزمت سياسية ومجريات الحراك الشعبي.
- تسليط الضوء على العلاقة بين الأوضاع السياسية ومواقع التواصل الاجتماعي في زمن الحتمية التكنولوجية .

4-أسباب اختيار الموضوع

لقد تعددت واختلفت أسباب اختيارنا لموضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي خاصة بعد أن أصبحت هذه المواقع حتمية لا مفر منها في العديد من المجالات وأصبح الفرد الجزائري والعربي وغيره مرتبط بها وبالتالي قسمنا أسباب اختيارنا للموضوع إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية .

أسباب ذاتية

تعتبر صاحبات البحث من المنتسبات إلى مواقع التواصل الاجتماعي وفي نفس الوقت طالبات اتصال وعلاقات عامة، وبالتالي خلق لديهن الفضول والاهتمام بمعرفة العلاقة بين هذه المواقع والسلوك الانتخابي.

- تأثر الباحثات بالأحداث التي عرفت الجزائر في فترة الحراك الشعبي والانتخابات الرئاسية.
- الرغبة في التخصص مستقبلا في المجال السياسي.

- الرغبة في التوصل إلى معارف جديدة لإثراء الرصيد المعرفي .

- الاهتمام بالمجريات السياسية في الجزائر الفترة الممتدة من 22 فيفري 2019 الى غاية اليوم.

أسباب موضوعية

- قلة المادة العلمية المتعلقة بمثل هذه الدراسة المتمثلة في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي وبالتالي محاولة الوقوف على هذه العلاقة لإثراء المادة العلمية .
- محاولة إدراك نمط العلاقة بين العملية السياسية والتكنولوجيا.

- التعرف على الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي إزاء الحراك الشعبي .
- إثراء المكتبة الجامعية نظرا لقلة المراجع والدراسات حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي.

5-تحديد مفاهيم المصطلحات :

التواصل:

- لغة: بالرجوع إلى مادة وصل فان الواو والضاد واللام، أصل واحد يدل على ضم الشيء إلى الشيء حتى يغلقه، والوصل ضد الهجران، وصل فلان رحمه يصلها صلة، ووصل الشيء بالشيء يصله وصلا، وواصلت الصيام بالصيام، والتواصل: ضد التصارم، والوصل: الرسالة ترسلها إلى صاحبك، ومن حديث أسماء بنت أبي بكر: " لعن الله الوصلة والمستوصلة"، فالواصلة التي تصل الشعر والمستوصلة التي يفعل بها ذلك.

استنادا إلى هذه المعاني اللغوية، يتضح ان المراد بالتواصل لغة، الاقتران والاتصال والصلة والالتئام والجمع والإبلاغ والإعلام، كما يتبين أن هناك تشابها في الدلالة والمعنى.¹

- اصطلاحا: ويتمثل في استخدام أدوات وإمكانيات الشبكات الاجتماعية بهدف التفاعل مع الناس ممن لديهم اهتمامات مشتركة وذلك بتكوين شبكات التواصل والصداقة والمناقشة حول القضايا التي تجذبهم مثل السياسة والموسيقى والتعليم وغيرها، ويضم التواصل عدة أنشطة مثل: تمكين التواصل بين المرشحين والشباب وتيسير المناقشات السياسية ومتابعة الأخبار بشأن المرشحين السياسيين.²

الاجتماعي:

¹- سكر، ماجد رجي العبد، التواصل الاجتماعي (انواعه- ضوابطه- اثاره- ومعوقاته)، دراسة قرآنية موضوعية، رسالة ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، كلية اصول الدين، قسم التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الاسلامية، غزة، 1432 هـ -2011م. ص 07.

²- حسن، عبد العزيز علي، العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية، (دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر)، دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 43، العدد 09، مصر، 2013. ص 232.

لغة: بالنظر إلى مادة الجمع نجد أن الجيم والميم والعين أصل واحد يدل على تضام الشيء يقال جمعت الشيء جمعا، والجماع والاشاعة من قبائل شتى وفلان جماع لبني فلان، باوون اليه ويعتمدون على رأيه، وسميت الجمعة جمعة: لاجتماع الناس فيها.

الجمع ضم الشيء بتقريب بعضه من بعض، يقال جمعته فاجتمع، قال تعالى: "إنما المؤمنون الذين امنوا بالله ورسوله وإذا كانوا معه على أمر جامع لم يستأذنوه " النور 62

أي هناك أمر خطير اجتمع له الناس فكأنما الامر جهنم¹

اصطلاحاً: تشير كلمة اجتماعي إلى العالم حولنا وإلى تفاعلات الناس وتعايشهم مع بعضهم البعض، ويشار إلى الإنسان عادة بأنه كائن اجتماعي، بمعنى انه لا يمكن أن يعيش منعزلاً عن الآخرين، وتتناقض كلمة اجتماعي في الغالب مع الحياة أو الشؤون² الخاصة للأفراد على الرغم من ان هناك كلمات مثل: غير اجتماعي ASOCIAL و ANT SOCIAL، تصف بعض الناس الذين يجتنبون الارتباط بالآخرين، أو الأنشطة المدمرة التي يحتمل ان تصيب المجتمع بالضرر.

مواقع التواصل الاجتماعي: تشير مواقع التواصل الاجتماعي إلى الطريقة الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الصغرى من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بتوصيل صوته وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع، فتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها.³

السلوك الانتخابي:

السلوك:

¹ - سكر، ماجد رجي العبد، (انواعه - ضوابطه - أثاره - ومواقفه)، مرجع سبق ذكره. ص 08.

² - خضر، احمد إبراهيم، الفرق بين مصطلحي (اجتماعي) و (مجتمعي)، 01-06-2013.

https:// www. Alukah. Net / web / khedr /0/ 55384/ 27/06/2020 . 09.00

³ - حمدي، احمد علي، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي (دراسة في سوسيولوجيا الانترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر)، دورية الإعلام الأوسط، العدد العاشر، كلية الآداب، جامعة سوهاج، 2014. ص 52

لغة: في معجم المقاييس بأنه هو مادة سلك، فالسين واللام والكاف أصل يدل على نفوذ شيء في شيء، يقال سلك الطريق أسلكه، وسلك الشيء في الشيء، انفذته.¹

اصطلاحاً: النشاط الكلي المركب الذي يقوم به الفرد والذي ينطوي على عمليات جزئية وحركات واداءات تفصيلية، ويهتم علم النفس بالكليات في السلوك بدرجة اكبر من الجزئيات، أي بالنشاط الكلي اكبر من النشاط الجزئي.²

الانتخاب:

لغة: هو الاختيار أو الانتقاء ومنه انتخب الشيء أي اختاره وانتزعه والنخبة جمعها نخب: المنتخبون من الناس والنخبة هي المختارة من كل شيء، والنخبة والجمع نخب يقال جاء في نخب أصحابه. أي في خيارهم.³

اصطلاحاً: اختيار شخص بين عدد من المرشحين يكون نائباً يمثل الجماعة التي ينتمي إليها، أو هو اختيار الناخبين لنوابهم أو رؤسائهم مباشرة دون اللجوء إلى ناخبين ثانويين وهو الانتخاب القائم على درجة واحدة، والانتخاب في الديمقراطيات الحديثة هو الأصل في تعيين الحكام وتولييتهم ويطلق عليه بالاقتراع أي على اسم معين والانتخاب يختلف عن الاستفتاء الذي يكون اخذ الرأي منه في موضوع معين.⁴

وهو المظهر الرئيسي للمشاركة السياسية من بل الشعب لاختيار ممثليهم في المجالس المختلفة عن طريق التصويت، وهي الطريقة الوحيدة لتنفيذ الديمقراطية الليبرالية التمثيلية في ظل تزايد أعداد السكان وعدم إمكانية تطبيق الاجتماع الكامل لأفراد الشعب.⁵

¹ - سلامة الآغا، ريهام، التنبؤ بالسلوك الاجتماعي للنساء الأرامل في ضوء بعض المتغيرات النفسية، رسالة ماجستير في الارشاد النفسي، قسم علم النفس، الارشاد النفسي بكلية التربية بالجامعة، غزة، 2011. ص 13.

² - منصور، عبد المجيد يسد احمد، والشريبي، زكرياء احمد، والفقى، اسماعيل محمد، السلوك الإنساني بين التفسير الإسلامي وأسس علم النفس المعاصر، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، 2002. ص 28.

³ - المساري، محمد عبد حمادي، النظام الانتخابي وبناء العملية الديمقراطية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018. ص 25.

⁴ - المشاقبة، بسام عبد الرحمان، معجم المصطلحات البرلمانية والدبلوماسية، د ط، دار المأمون للنشر والتوزيع، عمان، 2011. ص 31

⁵ - عبد الكافي، اسماعيل عبد الفتاح، مصطلحات عصر العولمة، الدار الثقافية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007. ص 28

السلوك الانتخابي: تتبع أهمية السلوك الانتخابي والأدوار السياسية الفاعلة فيه، من كونه سلوكا جماعيا إحصائيا يتيح للمرء من خلال تحليله معرفة اسس الناخبين لمختلف الأحزاب، ومستوى انتشار هذه الأحزاب داخل المجموعات الإحصائية المختلفة، ولذلك تمت بحوث السلوك الانتخابي باستخدام دراسات الرأي العام، جنبا إلى جنب مع تحليل عملية الانتخابات، من اجل فهم الأسس التي يبنى عليها ادلاء المواطنين بأصواتهم¹:

الجمهور

لغة: جاء في لسان العرب (لابن منظور): أنها كلمة مأخوذة من كلمة الجمهرة وهو عدد الناس، ويقال جمهور الناس

أي جلمهم، وجماهير القوم أي إشرافهم، وعدد متجمهر أي مكثرة

اصطلاحا: يشير مصطلح الجمهور في المنظور الإعلامي كما ورد في تقرير لجنة (شون ماك برايد): انه أكثر من مجرد حاصل جمع عدد من الأفراد، وانه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم افرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة بعينها، بيد ان الجماعة ليست متماثلة فعندما توضح تحت الملاحظة فانها تكشف عن كثير من الاختلافات التي تقوم على اساس الفروق الطبقية والمصلحة الاقتصادية، والمعتقد الديني والانتماء السياسي والايديولوجي².

التعريف الاجرائي:

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك- تويتر - اليوتيوب - الانستغرام) على السلوك الانتخابي لدى الجزائريين " جمهور ولاية قالمة نموذجا"، حيب لعبت هذه المواقع دورا مهما في الاستحقاقات الانتخابية التي أجريت يوم "12 ديسمبر 2019" وشكلت قفزة نوعية من خلال تفوقها على وسائل الإعلام التقليدية وذلك من خلال سرعتها في نشر الأخبار لحظة بلحظة وكذلك مساهمتها في تعزيز

1- قعقاع، اسلام الدين، دراسة السلوك الانتخابي لدى مواطني دائرة عين مليلة من خلال الانتخابات البلدية 29 نوفمبر 2012، مذكرة ماستر، تخصص سياسية عامة مقارنة، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، ام لبواقي، 2015-2016. ص 9-10.

2- زواوي، الحاج سعد، اتجاهات الجمهور نحو الرامج الاخبارية لقناة الجزيرة (دراسة ميدانية أجريت على عينة من جمهور ولاية ورقلة)، رسالة ماجستير، تخصص علم الاجتماع الاتصال، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2012. ص 18.

المشاركة السياسية لدى الجزائريين، وبالرغم من الصفحات المعارضة للانتخابات إلا إن هذه المواقع كان لها الدور البارز في التشجيع على المشاركة في الانتخابات والولوج الى مراكز التصويت يوم الانتخاب .

6- الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي وتناولته من زوايا مختلفة. وقد تنوعت هذه الدراسات بين العربية والاجنبية، وسوف نستعرض جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة الى ابرز ملامحها، مع تقديم جوانب الاتفاق والاختلاف وبيان الإشكالية التي تعالجها الدراسة .

1- الدراسات العربية

الدراسة الأولى

الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) من قبل الشباب الكويتي، المطيري حسين فطيم الطماح، 2013، جامعة الشرق الاوسط، رسالة ماجستير.

حاول الباحث من خلال هذه الدراسة الكشف عن طبيعة الاستخدامات لموقع (تويتر) وإغراضها ومضامينها من قبل الشباب الكويتي، وقد استخدم المنهج الوصفي المسحي في الدراسة، واستعمل أداة الاستبيان التي طبقت على عينة من 404 مستجوبا جرى اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن الاستخدامات التي تتعلق بطبيعة العمل حلت المرتبة الأولى .

إن لاستخدامات السياسية لموقع تويتر كانت من المساهمة في كشف الحقائق السياسية ونشرها على الملأ وكذلك الاطلاع على الأخبار المحلية.¹

الدراسة الثانية

1 الطماح، المطيري حسين فطيم، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الوسط، 2013.

السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر (شباب مدينة وهران نموذجاً)، بن يمينة يحي، 2014/2013، جامعة وهران، رسالة ماجستير .

وعالجت هذه الدراسة الإشكالية التالية: ما هو واقع السلوك الانتخابي عند الشباب الجزائري في ظل تفاعلهم مع السياق السياسي والواقع الاجتماعي الراهن المحيط بهم، وسعت هذه الدراسة لتحقيق معرفة الخصائص الموضوعية للفئات الشبانية، وتحديد مدى أبعاد الظاهرة الانتخابية عند الشباب أيضاً

ومن أهم المناهج المستخدمة في الدراسة المنهج التحليلي، المنهج المقارن، منهج الاستشراف المستقبلي والمنهج الكرونولوجي، وقد اعتمد في هذه الدراسة على أداة الاستبيان للوصول الى نتائج دقيقة

وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:¹

- إن المقارنات السابقة لا تذهب بالضرورة في اتجاه جعل الشباب أقل اهتماماً وتتسى بمبالاة بالعمل السياسي لذا من الضروري إعادة النظر في ظاهرة تعاطي الشباب مع الشأن العام والانتخاب .

- كما أظهرت الدراسة الميدانية أن الشباب ميسر فهم يظهرون الإهتمام بالمسائل السياسية.²

الدراسة الثالثة

السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على موقع التواصل الاجتماعي، مجاهد حنان، 2015/2014، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، رسالة ماجستير .

حاول الباحث في هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية : إلى أي مدى يمكن أن يؤثر استخدام الأحزاب لمواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي لطلبة العلوم السياسية وطلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة (مستغانم) في الانتخابات الرئاسية 2014.

1- بن يمينة يحي ، السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر (شباب مدينة وهران نموذجاً) ، رسالة ماجستير في علم الاجتماع السياسي ، جامعة وهران ، 2013- 2014.

2- نفس المرجع السابق .

وقد أستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي يقوم بوصف الظاهرة وجمع البيانات عنها، وبالتالي فإن المعاينة لهذه الدراسة هي العينة غير احتمالية عمدية، حيث قدر العدد النهائي لعينة الدراسة بـ 217 مفردة بعد إلغاء 10 إستمارات وعدم استرجاع 19 إستمارة .

حيث توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية :

- مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا رياديا من حيث كونها وسيلة وصل ونقد تكفل حرية التعبير .

- إن الاتصال السياسي جد مهم ولا بد من الاعتناء به وتطويره .¹

الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى

The Political Impact of Facebook 8 Evidence from the 2006 Midterm Election and 2008 Nomination Contest ,Williams Christine B and Gualti Girish

اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب تحليل المضمون، وهدفت إلى الوقوف على التأثيرات الكبيرة للانترنت في انتخابات التجديد النصفي في الولايات المتحدة الأمريكية لعام 2006 ومنافسة الترشح للانتخابات الرئاسية 2008 والعلاقة ما بين أعداء وأنصار المرشحين على الفيسبوك ونصبيهم من الأصوات، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

-إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي جعل للمرشح أهمية عند عموم الناخبين.

- إن الفيسبوك لعب دورا مهما في منافسات العام 2006 في الكونغرس، ومسابقات الترشح لعام 2008

- كانت حملة "أوباما" هي الأولى التي يتم فيها توظيف شبكات التواصل الاجتماعي وخصوصا الفيسبوك .

¹ - مجاهد ،حنان، السلوك الانتخابي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي ، رسالة ماجستير في علم الاجتماع السياسي ، جامعة مستغانم ، 2014-2015.

- لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دور النموذج الإحصائي من خلال قياس كثافة الناخبين وتقدير أثارها كما سمحت بإدارة الحملات الإلكترونية.¹

7-التعقيب على الدراسات السابقة

انحصر اهتمام الدراسات السابقة حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وأنها أحد سمات العصر الحديث وأن الانتخابات ما هي إلا مبادرة حكومية والأفراد يظهرون الاهتمام بالمسائل السياسية في حين لم تتطرق هذه الدراسات إلى تأثير مواقع التواصل على السلوك الانتخابي. كما ساعدت هذه الدراسة في صياغة التساؤلات الفرعية ومضمون الدراسة بالإضافة إلى بعض النقاط لم تتناولها الدراسات السابقة حتى نتمكن من تقديم قيمة علمية مضافة.

8-منهج الدراسة

المنهج هو الطريق أو المسار الذي يسلكه الباحث لاختيار المعلومات التي يجمعها، وهي الطريقة المحددة التي توصل الإنسان الباحث من نقطة إلى نقطة أخرى، فهو بمثابة الطريق الذي يسترشد به الباحث للوصول للنتائج والأهداف المبتغاة، وذلك عن طريق توظيف أسس المنهج وعناصره وخطواته وعلى ذلك ينبغي أن يتطابق المنهج مع موضوع البحث.²

فالمنهج يتمثل في طريقة استخدام المعلومات في تكوين فكرة و صياغة حكم من تقليد للغير، مستهدفا إقناع القارئ والتأثير فيه وهذا لا يتم إلا إذا سعى الباحث جاهدا على تنظيم العرض والتزام المنطق في مناقشاته وتقديم أدلته في تدرج وتكامل.³

¹ -Williams christine B and Gualti Girish J , The Political impact of facebook ,Evidence from the 2006 elections and the 2008 nomination contest ,Bentely College Waltham ,Massachusetts , January 2009

² -لطاد ، ليندا ،عباس ، عائشة واخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته الاجتماعية ،المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية ، برلين،2019.ص115.

³ -ابراهيم عبد الوهاب ، ابو سلمان، كتابة البحث العلمي :صياغة جديدة ، مكتبة الرشد ،الرياض،2002.ص201.

وتتدرج دراستنا هذه ضمن المنهج المسحي الذي يعتبر نوعاً من البحوث التي يتم بواسطتها استجواب جميع أفراد مجتمع الدراسة أو عينة كبيرة منهم وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها.¹

يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة تصور الواقع الاجتماعي والحياتي، الذي يؤثر في كافة الأنشطة الإدارية والاقتصادية والتربوية والسياسية والعلمية...مثل تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظواهر.²

فهو البحث الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة أو تحديد المشكلة أو تبرير الظروف والممارسات أو التقييم والمقارنة والتعرف على ما يعملها الآخرون في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية.³

9- أدوات جمع البيانات

الأدوات البحثية وسائل مساعدة للحصول على البيانات اللازمة لموضوع البحث، كما تساعد على تحديد ما لدى الباحث من قدرات واستعدادات وطرائق تفكير وبحث، ومن بين هذه الأدوات استخدمنا.⁴

الاستمارة: هي أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف إستثارة الأفراد والمبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين، ويعد الاستبيان من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في المنهج المسحي وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد، وعادة ما تسبق كلمة استقصاء أو

¹ - انصورة ، نجاة عيسى ، أساسيات وأصول علم النفس ، كنوز ، القاهرة ، 2015.ص53.

² - قنديلجي، عامر ابراهيم، منهجية البحث العلمي، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2019.ص120.

³ - النوايسية ، فاطمة عبد الرحيم ، أساسيات علم النفس، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015.ص86.

⁴ - دياب ، سهيل رزق، مناهج البحث العلمي ، غزة، 2003.ص46 .

استبيان "استمارة" فيقال استمارة استقصاء كونها تحتوي على محاور كل محور يضم مجموعة من الأسئلة التي تصب في الإجابة على أهداف الدراسة.¹

ومن ثم فهو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المتنوعة وقد رتبت ترتيباً منطقياً عضوياً من ناحية أو ترتيباً نفسياً من ناحية أخرى من خلال الانتقال من موضوع لآخر²، يراعي فيها مجموعة من القواعد المنهجية تدون على أوراق وتوزع على المستجوبين للإجابة عليها كتابياً أو تلقى عليهم شفويًا وذلك حسب الظروف وأهداف البحث والغرض منها جمع المعلومات المستهدفة لتحليلها ومناقشتها قصد استخلاص النتائج.³

وقد إعتدنا في دراستنا هذه على الاستبيان أو استمارة الاستقصاء ونشير هنا أن هذه الاستمارة هي استمارة استطلاعية تم تحضيرها في وقت قصير ومحدود جداً لأن توزيعها كان مرهوناً بوقت محدد والمتمثل في يوم الانتخابات الرئاسية الجزائرية، حيث توجهنا إلى بعض مراكز الاقتراع ليكون جمهورنا هو الجمهور الناخب الذي توجه إلى المراكز لأداء واجبه الانتخابي وهذا لضمان الحصول على أجوبة دقيقة وأكثر مصداقية، وبالتالي لم نحظ بالوقت الكافي والظروف المناسبة محاولين قدر الإمكان أن تكون أسئلة استمارتنا واضحة وسهلة وبسيطة وبعيدة عن الغموض مع الحرص أن تكون أسئلة رأي وموزعة على ثلاثة محاور، تضمن المحور الأول البيانات الشخصية، أما المحور الثاني فتضمن عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أما بالنسبة للمحور الثالث فكان حول السلوك الانتخابي.

10-مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع البحث أو الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث أي أنه كل العناصر التي تنتمي لمجال الدراسة⁴

¹ -عبد الله، مي، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، دار النهضة العربية، بيروت، 2014، ص34.

² -حمداوي، جميل، البحث التربوي، مناهجه وتقنياته، دار المنب العلمية، بيروت، 2014، ص84.

³ -عبد الله، مي، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 85.

⁴ -دياب، سهيل رزق، مناهج البحث العلمي، مرجع سبق ذكره، ص 89.

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور الجزائري في مدينة قالمة وبما أن جمهور قالمة واسع اخترنا الجمهور الناخب منه فقط، والذي توجهنا إليه خصيصا إلى مراكز الاقتراع في ثلاث بلديات من الولاية وهو الجمهور الذي تتوفر فيه الشروط القانونية حسب الدستور الجزائري للتصويت والإدلاء بصوته في الاستحقاق الانتخابي الرئاسي لسنة 2019 .

1- عينة الدراسة

اعينة القصدية: وتعرف أيضا بالعمدية أو الهادفة، وهي العينة التي يتم اختيارها لغرض معين كونها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها الباحث. في العينة القصدية نختار بقصد معين وينتقي الباحث الأفراد الذين هم من بين مفردات العينة على أساس عمدي طبقا لما يراه من سمات تتوافر في هذه المفردات بما يخدم أهداف الدراسة¹. عادة مايكون لدينا مجموعة بعينها نبحث عنها تكون العينة القصدية مفيدة في الحالات التي نرغب فيها الوصول إلى العينة المرغوبة بسرعة تساعد على معرفة أراء المجتمع المستهدف لكن من المحتمل إعطاء وزن أكبر للمجموعات الأسهل وصولا ضمن مجتمع الدراسة.²

ولقد تم توزيع هذه الاستمارة في نفس اليوم الذي أجريت فيه الانتخابات الرئاسية الجزائرية يوم 12 ديسمبر 2019، حيث توجهنا إلى بعض مراكز الاقتراع على مستوى دائرة وادي الزناتي، بلدية عين رقادة، وبلدية رأس العقبة التابعة لولاية قالمة، أين سلمت الاستمارات للجمهور الناخب المتواجد على مستوى هذه المراكز لأداء واجبه الوطني المتمثل في انتخاب رئيس لبلده.

12-المقاربة النظرية

نظرية الحتمية التكنولوجية:

تعد نظرية ماكلوهان الحتمية التكنولوجية لوسائل الإعلام من النظريات الحديثة التي ظهرت عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، فيوضح أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها ستحدد طبيعته (اي المجتمع) وكيفية معالجة مشاكله، وأي وسيلة أو امتداد للإنسان تشكل ظروفًا تؤثر على الطريقة التي يفكر بها ويعمل وفقا لها، وتربط نظرية ماكلوهان بين الرسالة والوسيلة الإعلامية، ففي الوقت الذي يرى فيه بعض الباحثين الإعلاميين أن الوسيلة هي المحددة لنوعية الاتصال وتأثيره، فإن ماكلوهان يرى أن الوسيلة هي الرسالة مبينا أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تقنيات الوسائل الإعلامية، فالموضوعات

¹ - محمود، احمد أبو سمرة ، الطبطبي، محمد عبد الإله ، مناهج البحث العلمي من التبيين الى التمكين ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان 2020، ص59.

² - دليو، فضيل ، دراسات في الاعلام الالكتروني ، مركز الكتاب الاكاديمي ، عمان، 2019، ص233.

والجمهور يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل، لكن طبيعة وسائل الإعلام التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر ما يشكلها مضمون الاتصال.¹

ويعرض ماكلوهان أربع مراحل تعكس في رأيه تطور التاريخ الإنساني :

- 1- المرحلة الشفوية : مرحلة ما قبل التعلم، أي المرحلة القبلية .
- 2- مرحلة كتابة النسخ : والتي ظهرت بعد هومر في اليونان القديمة واستمرت ألفي عام .
- 3- عصر الطباعة : من سنة 1500 سنة إلى 1900 تقريبا .
- 4- عصر وسائل الإعلام الالكترونية : من سنة 1900 تقريبا حتى الوقت الحالي .

في حين قسم ماكلوهان وسائل الإعلام الى وسائل باردة وأخرى ساخنة، ويقصد بالأولى تلك الوسائل التي تتطلب من المستقبل لمضمون الرسالة التي تبثها الوسيلة بذل جهد فكري لاستيعاب محتوى ومضمون الرسالة والمعاشية والمشاركة والاندماج فيها ويصنف هذه الوسائل في كل كتابة بأنواعها والتلفاز والهاتف، أما الوسائل الساخنة تلك الوسائل الجاهزة التي لاستعمل متلقي الرسالة عبرها إلى جهد في فهم محتواها ومضمونها كالإذاعة والسينما.²

تقوم هذه النظرية على أن:

-الوسيلة هي الرسالة : يرى ماكلوهان أن الرسائل تتغير وتتأثر بنوعية الوسيلة مثلا هناك صحافة مخصصة لنطاق ضيق من العلماء وصحف شعبية وأشار ماكلوهان انه أثناء كتابة رسالة معينة أو التكلم بالهاتف فالعبارات تختلف، فالوسيلة حسبه هي التي تكيف العالم وتحدد ميدان النشاط والعلاقات بين الناس وان المحتوى أو الرسالة ليس له اثر على نوعية العلاقات بين الإنسانية

- وسائل الاتصال امتداد لحواس الإنسان : يرى ماكلوهان ان الإنسان محكوم عليه بالتحولات التكنولوجية فوسائل الاتصال في نظره هي امتداد لحواس الإنسان لان الوسائل في مجملها وكيف كان

¹ - بدائي، فؤاد ، حتمية ماكلوهان لفهم قيمة عزى عبد الرحمان، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد الرابع، جانفي 2014 . ص 114-115 .

² - براي، محمد ، الشباب والتواصل الافتراضي بين الحتمية التقنية والضرورة القيمة -رؤية سوسيولوجية-، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد الامين دباغين -سطيف 2- ، العدد الرابع عشر، ص 134-135 .

نوعها نابعة عن الإنسان وفي خدمته فمثلا السكين ما هو الا أداة ممتدة ليد الإنسان واختراعه احدث تغييرا في سلوك الفرد ثم المنشار ثم المنشار الميكانيكي ثم الشفرات الحادة المحركة بالكهرباء¹ سبب تبني هذه النظرية:

تبيننا هذه النظرية لارتباطها الوثيق بموضوعنا فهذه النظرية ترى أن الوسيلة هي التي تتحكم في الرسالة، فالرسالة تتغير حسب طبيعة الوسيلة وتتبنى هذه النظرية طبيعة وسائل الإعلام وكيفية تأثيرها على مختلف المجتمعات وان الأفراد يتأثرون بالوسيلة أكثر من مضمونها وهذا ما أسماه "مارشال ماكلوهان" بالحمية التكنولوجية .

ومن هنا يمكن القول أن وسائل التواصل الاجتماعي والثورة التي أحدثتها هذه الوسائل كان لها الأثر البالغ في التأثير على آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم، فأصبح المجتمع يتأثر بالوسيلة أكثر من الرسالة، وهذا ما لمسناه من خلال بحثنا هذا وكيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي.

فوسائل الإعلام الحديثة أو ما يعرف بالإعلام البديل أصبح اليوم متفوقا على الإعلام التقليدي، ويلعب أدوارا هامة في جميع مجالات الحياة، وكان هذا بارزا من خلال التأثير على الرأي العام وطريقة تفكيرهم والتحكم في سلوكهم.

فالتكنولوجيا غيرت بشكل ملحوظ تعاملنا مع بعضنا البعض والطرق التي نكتسب بها تعليمنا، ان وسائل الاتصال الحديثة حولت العالم إلى ما سماه ماكلوهان في الماضي بالقرية العالمية وتقلصت بذلك فوائق الزمان والمكان إلى حدود دونية.

أما من خلال تأثير هذه الوسائل على السلوك الانتخابي فكان ذلك من خلال حتمية استخدام هذه الوسائل قبل فترة الانتخابات وأثناءها وبعدها، وذلك في ظل غياب المصادقية في الوسائل التقليدية فالتكنولوجيا جعلت الجمهور يرى الأخبار فور حدوثها، فالشباب يفضلون الإعلام الجديد أكثر من التقليدي وذلك للتفاعل المباشر، فهذه الأخيرة أتاحت لهم الفرصة للتعبير عن آرائهم بكل حرية وخاصة في المواضيع السياسية حيث تنقل الاحداث لحظة بلحظة.

¹ -<https://cte.Univ-setif.dz/moodle/mod/book/view.php?id=31400&chapterid=7315&lang=en> s 06/09/2020 -18.00

ان مواقع التواصل الاجتماعي عززت الثقافة السياسية للمجتمعات وفتحت امامهم المجال للمشاركة السياسية كذلك أثرت بشكل كبير على الحملات الانتخابية بهدف الدعاية السياسية وتفعيل المشاركة السياسية الالكترونية بدون رقابة وبدون حجب للمعلومات، فالتكنولوجيا الحديثة ساهمت بشكل كبير في التأثير على سلوك الإنسان وسلوكه الانتخابي إما بالإيجاب أو بالسلب وذلك من خلال التأثير في الرأي العام حول الانتخابات والتحكم في سلوكهم.

13-حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: تتمحور دراستنا حول موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي، حيث تطرقنا في دراستنا إلى كيفية تأثير هذه المواقع خلال الانتخابات الرئاسية ديسمبر 2019.

الحدود المكانية: و يقصد بها المنطقة الجغرافية التي شملتها الدراسة وقد انصبت دراستنا على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي لعينة من الجمهور الناخب في ولاية قالمة.

الحدود الزمانية: يحدد المجال الزماني بالفترة الزمنية التي تستغرقها الدراسة، حيث بدأ التفكير في موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي في شهر أكتوبر 2019، ليتم اختياره بشكل نهائي في نوفمبر 2019، وبعدها شرعنا في جمع المعلومات والمراجع حول الموضوع أما الجانب الميداني والذي كان في 12 ديسمبر 2019 هو يوم الانتخابات الرئاسية، في ذلك اليوم تم توزيع الاستمارات في مراكز الاقتراع على الناخبين، حيث انهينا الجانب النظري والتطبيقي في منتصف شهر سبتمبر 2020.

14-صعوبات الدراسة:

في إطار التحضير والبحث لإنجاز عملنا هذا، قد واجهنا العديد من الصعوبات حيث يمكن حصرها فيما يلي:

- تفشي جائحة كورونا وما تبعها من إجراءات كفرض الحجر الصحي ومنع التنقل وغلق المرافق كمكتبات الجامعة التي يحتاجها الباحث.
- صعوبة التواصل مع المشرف فمواقع التواصل الاجتماعي غير كافية لدراسة موضوع مذكرة بالإضافة إلى ضعف الانترنت.
- اشتراط بعض المواقع رسوما لتحميل الكتب وعدم توفر بعض الكتب بصيغة pdf .

الفصل الثاني

مواقع النوازل الاجتماعية

تمهيد

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة مؤثرة وكبيرة في عالم التواصل، حيث أصبح أغلب الناس وجميع الفئات العمرية يعيشون تحت ظل شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت وسيلة مؤثرة في جميع المجالات، وانشئت هذه الشبكات في البداية للتواصل بين الافراد إلا ان استخدامها تعدى ذلك إلى نقل ومشاركة الافكار، حيث يوما بعد يوم يتزايد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف انواعها وهذا راجع لما تقدمه من مزايا واجراء التحديث والتطويرات المستمرة .

المبحث الاول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي على انها محتوى الذي يتم انشاؤه باستخدام ادوات مواقع التواصل الاجتماعي² لاسيما المحتوى الذي يقدمه المستخدم والذي يتم انشاؤه بواسطة الافراد على المواقع الالكترونية التي تشجع على إنشاء وتبادل المحتوى¹.

كذلك تعرف على أنها مواقع الويب التي تتيح للأشخاص الذين يشاركون الاهتمامات نفسها الاجتماع معا ومشاركة المعلومات والصور والفيديوهات².

ايضا يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي على انها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة الى الويب تتيح التفاعل بين الناس ،وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية،وتبادلها بسهولة،وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على اخرين يشتركون في نفس المصالح وبناء عليه ينتج عن ذلك مايسمى بالمجتمعات الافتراضية ،حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية³.

¹-الساعدي ، الحربي سلطان مسفر مبارك ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، تنظيم المركز الدولي للأبحاث والدراسات،السعودية،1435هـ.ص1.

²- هتيمي، حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط3، دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان، 2015. ص86.

³-العوض ، محمد وداعة الله محمد ، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب، ط1، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، 2020. ص21 .

المبحث الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

إن مواقع التواصل الاجتماعي نتج عن وجود شبكة الأنترنت العالمية، وبالتالي هذا الظهور وفرقته تاريخية في مجال التواصل البشري، واسهم في نقل الإعلام الى افاق غير مسبقة واعطت مواقع التواصل وشبكات المستخدمين فرص كبرى للتأثر والانتقال عبر الحدود¹.

حيث بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في اواخر التسعينات مثل كلاس مات كوم عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع سيكس دوغراسكوم عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الاشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الاصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات متشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية الا ان تلك المواقع لم تستطع ان تدر ربحا لمالكها وتم إغلاقها².

وظهر ايضا عدة مواقع أخرى مثل: لايف جورنال وموقع كأي ورلد عام 1999 وكان ابرز ماركت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها³.

وفي بداية 2002 ظهر موقع فراندستر وهو وسيلة للتعارف وال صداقات بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد حقق شهرة كبيرة وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع سكاي روك للتدوين، ثم تحول بعد ذلك الى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب⁴.

¹ - قاسمي، احمد، جدي، سليم، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، لمركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، 2019. ص17.

² - <https://school22level1.wordpress.com/> 07 جوان 2020 على الساعة 14 مساء

³ - قاسمي، احمد، جدي، سليم، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي للدول الخليجية، مرجع سبق ذكره. ص17.

⁴ - http://fatenahh.blogspot.com/2013/11/blog-post_22.html?m=1,2020/05/29.-13.30

مع بداية سنة 2005 حصلت نقلة نوعية في شبكات التواصل حيث تنافس موقعان ناشئان على استقطاب وجذب الجماهير هما موقع سبايس الامريكي الشهير ومنافسه ذاع صيته اليوم الفيسبوك الذي تضاعفت اعداد مستخدميه بشكل كبير¹.

وبعد ذلك إنتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر سنة 2006 وفي عام 2009 قامت شركة اوديو بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم تويتر، وبعدها ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي مرتبطة بمهن معينة ومنها: موقع فينو نسيل للمستثمرين، وموقع لرجال الطب دايلي سترنت وموقع للغات معينة منها: موقع كاي كسين، وموقع ايو للمتحدثين باللغة العربية، وأيضا ظهرت مواقع خاصة لهوايات او اهتمام للمشارك منها وموقع لمحبي الموسيقى امي ستريت، وموقع لألعاب الكومبيوتر واكوبا، وظهور موقع لمحتوى معين ومنها موقع لملفات الفيديو اليوتيوب، وموقع للموسيقى والصور اميام، كما ظهرت مواقع تواصل اجتماعي متخصصة في الموضوعات الدينية ومنها موقع ماي شارش وهو خاص للكنائس المسيحية، وموقع لايرريثينق وهي تهتم لمحبي المكتبات².

¹ - الصوافي، عبد الحكيم بن عبد الله الراشد، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات ، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة عمان ، 2014-2015. ص24.

² - <https://school22level1.wordpress.com/> - مرجع سبق ذكره

المبحث الثالث: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

انتشر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على الأنترنت انتشارا واسعا على المستويين المحلي والعالمي، وقد أدى هذا الانتشار إلى خلق فرص جديدة لتأثير على لأفراد في الكثير من المجالات سواء الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية¹.

وتكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال واسعا أمام الإنسان لتعبير على نفسه ومشاركة مشاعره، وأفكاره مع الآخرين وخاصة أن هناك حقيقة علمية وهي ان الإنسان اجتماعي بطبعه و بفطرته يتواصل مع الآخرين².

وتتشارك مواقع التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها، وابرز تلك الخصائص:

الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية (page / profil): من خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه، مثل الجنس وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، من أهم أصدقائه وماهي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.

الأصدقاء / علاقات (connections / freinds): وهو بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، الشبكات الاجتماعية تطلق مسمى صديق على هذا الشخص المضاف لقائمة

¹ - علي، سيد إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المرفوضة ، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2020. ص45.

² - الشاعر، عبد الرحمن بن إبراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015. ص66.

أصدقائك، بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك¹.

التواصل الفعال بين كافة مستخدمي هذه الشبكات: حيث يستطيع كل مسجل فيها أن يوصل ويستقبل أي رسالة إلى أي من المشتركين الآخرين الذين يختار التواصل معهم، ويستطيع أن يقف على آخر أخبارهم².

البومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها، وتعتبر مشاهدة وتبادل صور الأعضاء الأكثر اهتماما داخل الموقع.

المجموعات: تتيح الكثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنظمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر، واليوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.

الصفحات: ابتدعت هذه الفكرة في الفيسبوك واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين، ويقوم الفيسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها

¹ - عبد القادر، احمد العبيد الطيب، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2017. ص33.

² - شقرة، علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014. ص61.

وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي¹.

- يتم تشكيل محتوى هذه الشبكات من روادها والأعضاء فيها وليس هناك فريقا متخصصا للكتابة والنشر فيها، فرواد هذه الشبكات بما يبثونه من أفكار وأراء وبما يتبادلونه من وجهات نظر هم من يشكل محتوى هذه الشبكات².

- استطاعة المستخدم التحكم في المحتوى المعروض عن طريق حريته في اختيار الأصدقاء الذين يريد التواصل معهم سواء كانوا أشخاصا طبيعيين أو معنويين³.

- تجاوز الحدود الثقافية وبالتالي تميزت المجالات الاتصالية بالعالمية وسقوط الحواجز الثقافية بين أطرافها.

تجاوز حدود المكان والزمان: مما وفر عنصر المرونة والتفاعل، بل إن تطور تقنيات الاتصال إلى أجهزة المحمول سهلة النقل والحمل من مكان إلى آخر مهما تباعدت المسافات بين أطراف عملية الاتصال.

قوة التأثير: فنظرا لما تنطوي عليه شبكات التواصل الاجتماعي من قوة في التأثير والسرعة في الوصول وكثافة في الانتشار، فلا ضير أن نقول أنها أصبحت لغة العصر وقد اكتسحت هذه اللغة التقنية الجديدة جميع لغات العالم⁴.

¹ - عبد القادر، احمد العبيد الطيب، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، مرجع سبق ذكره، ص33-34.

² - شقرة، علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، مرجع سبق ذكره. ص61.

³ - نفس المرجع السابق، ص 62.

⁴ - علي، سيد إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة، مرجع سبق ذكره. ص45.

أضف إلى ذلك أن هذه المواقع تتميز بأنها:

شاملة: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتلغي من خلالها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.

التفاعلية: فالفرد فيها كما انه مستقبل و قارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيمة في الإعلام القديم _التلفاز والصحف الورقية_ وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد و القارئ.

تعدد الاستعمالات: مواقع التواصل سهلة ومرنة، ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس وكاتب للتواصل مع القراء وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا...

سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

اقتصادية في الجهد والوقت والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالكمل يستطيع امتلاك حيز لتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى¹.

¹ - الشاعر، عبد الرحمن بن إبراهيم ، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص67.

المبحث الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

أولاً: الفيسبوك:

1- تعريف الفيسبوك: هو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمان والمكان. يعد موقع الفيسبوك واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية ورائد التواصل الاجتماعي وأصبح موقع الفيسبوك اليوم منبرا افتراضيا للتعبير¹.

هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أي انه يتيح عبوره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) ان يبرز نفسه، وان يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين².

ان الاعتقاد السائد بان الفيسبوك هو شبكة اجتماعية يرتادها الشبان فقط إلا ان واقع الحال يثبت خلاف ذلك، حيث ان هذه الشبكة مفتوحة للجميع: أساتذة جامعات وأدباء وكتاب وفنانين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية، ويرى بهذا الصدد الأديب النمساوي (روبرت ميناسه menasse)، بأن الفيسبوك شبكة لمن يريد ان يشارك ويتعرف على الجديد فيها والوصول إلى اكبر عدد من القراء بقوله: (يريد الفنان ان يكون وحيدا ,غير ان الفنان لا يطيق الوحدة).

¹ - الصاعدي، سلطان مسفر مبارك، الشبكات الاجتماعية خطر ام فرصة ، بحث مقدم لشبكة الالوكة، المسابقة الثانية، فرع الدراسات والبحوث، المملكة العربية السعودية، المدينة المنورة ، 1432 هـ. ص 11-12.

² - المقدادي، خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013. ص34.

ويرى مينا سة ان الفيسبوك وسيلة يمكن من خلالها الوصول إلى القراء وتبادل الآراء معهم، ويعتبر الفيسبوك موقعا ساحرا بقوله: (من ناحية استطيع ان اغلق الفيسبوك ببساطة، ومن ناحية أخرى استطيع من خلاله الوصول إلى ألف إنسان في جزء من الثانية هذا شيء ساحر)¹.

2- نشأة وتطور الفيسبوك:

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 في جامعة هارفارد في الو.م.أ من قبل طالب يدعى "مارك زوكربيرخ".²

وكانت مدونة الفيسبوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء "زوكربيرخ"، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر وانتشرت في مدارس الو.م.أ الأمريكية المختلفة وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرخ) "لقد اضحى كل منا يتكلم عن الفيسبوك العام الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن انه من السخف ان يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من اجل تنفيذ ذلك وجدت ان بإمكانني تنفيذ افضل منهم وفي أسبوع واحد".³

وفي شهر يوليو من عام 2004 تم نقل مقر الفيسبوك إلى مدينة بالو التو في ولاية كاليفورنيا وقد قامت الشركة بأسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200.000 دولار أمريكي، كما قام الفيسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر

¹ - السوداني، حسن و المنصور محمد، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، ط1، مركز الكتاب الاكاديمي، 2010. ص 107.108.

² - الشاعر، عبدالرحمان بن ابراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، مرجع سبق ذكره، ص 63.

³ - السوداني، حسن والمنصور، محمد، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الجمهور المتلقين، مرجع سبق ذكره، ص 104-105.

من عام 2005 وهو ما أشار إليه "زوكربيرخ" بالخطوة المنطقية التالية، فخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات ومن بينها شركة ابل المندمجة وشركة مايكروسوفت، وفي 26 سبتمبر من عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، وفي أكتوبر عام 2008، أعلن القائمون على إدارة الفيسبوك عن اخذ مدينة دبلين عاصمة إيرلندا مقرا دوليا له، في سبتمبر 2013 أضاف فيسبوك أيقونة تعبر عن عدم الإعجاب وجاءت ضمن مجموعة جديدة من الأيقونات أصدرتها فيسبوك للاستخدام عن تطبيق المحادثة الفورية المتوفرة لعدة منصات أو عبر الرسائل الخاصة من الموقع ذاته¹.

3- خصائص الفيسبوك:

للفيسبوك عدد من الخصائص التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن أهمها: الوال wall: والتي يطلق عليها لوحة الحائط، وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

الوخزة pokes: التي تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بأن احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به).

الصور photos: التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، ويمكن ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفردية وبالتالي الحد من مجموعات المستخدمين الذين

¹ - فيصل ، محمد عبد الغفار ، شبكات التواصل الاجتماعي ، مرجع سبق ذكره ، ص 44.

يمكنهم مشاهدة ألبوم معين ومن سماته أيضا القدرة على تسمية المستخدمين في صورة ما، فعلى سبيل المثال: اذا كانت احدى الصور تشتمل على احد أصدقاء المستخدم، فانه يمكن المستخدم تسمية الصديق الموجود في هذه الصورة أو إضافة تعليق ما.

المكانة status: أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم، وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

التغذية الإخبارية feed news: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل: التعبيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

تعليقات الفيسبوك facebook news: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.

الهدايا: التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

تطبيق marketplace: التي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.

تطبيق الأحداث events: الذي يوفر للمستخدمين وسيلة لإبلاغ الأصدقاء عن الأحداث المرتقب حدوثها.¹

تطبيقات chess و serabble: وهذان التطبيقان يتيحان للمستخدمين إمكانية لعب مباريات مع أصدقائهم هذه الألعاب غير تزامنية بمعنى ان الخطوات التي يقوم بها المستخدم يتم حفظها على

¹ - قادري ، حليلة ، التواصل الاجتماعي ، ط 1 ، الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2016 ، ص 137.

الموقع مع إتاحة الفرصة أمام الطرف الآخر للقيام بالخطوة التالية في أي وقت من الأوقات بدلا من القيام بها على الفور بعد الخطوة السابقة.

الحسابات lescomptes: وهنا نتحدث عن الأشخاص الذين يكون معهم الفرد علاقة على مستوى صفحته، والذين يحملون اسم "صديق amis".

الجماعات esgrops: وهم مجموعة من الأعضاء لهم نفس الاهتمامات.

الصفحات lespages: هي مشابهة للمجموعات إلا أنه من خلالها يتم رصد نشاطات الفرد بصفة يومية. هذه الصفحات تمكن الشخصيات العامة والشركات من إنشاء وجود حقيقي وعام على الفيسبوك، على عكس الملف الشخصي، تكون صفحات الفيسبوك مرئية للجميع¹.

الملف الشخصي profil: فعندما تشترك بالموقع عليك ان تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، وكذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد ان تعلن لك سلعها بالتحديد.

إضافة صديق addfriend: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو ان يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريد إلكتروني².

4- إيجابيات وسلبيات الفيسبوك:

• الإيجابيات:

– أصبح الفيسبوك جزءا مهما من الحياة اليومية لنحو ملياري شخص في جميع أنحاء العالم.

¹ – نفس المرجع السابق، ص 138، 139، 140.

² – المقدادي، خالدغسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 35.

- ان استخدام الفيسبوك في مجال البحوث يؤدي إلى نتائج قوية عموماً، ويمكن ان يكون سهلاً بدرجة مهمة¹.
- ربما يستطيع الباحثون اليوم من خلال استخدام الطرق المحوسبة الاستفادة من مقادير كبيرة من المعلومات المستقاة من نحو ملياري مستخدم للفيسبوك، وفتح آفاق جديدة لدراسة الشخصية البشرية والسلوك البشري.
- وعلى الرغم من الوجود الواسع لبيئات وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى مثل: تويتر أو يوتيوب، لكن يبدو ان الفيسبوك منارة لأبحاث العلوم الاجتماعية وحسابات الأشخاص على الفيسبوك تحتوي على الكثير من المعلومات السكانية (الديمغرافية) والصفات السلوكية التي تعبر في معظم الأحيان عن الحالة الشخصية أكثر من باقي مواقع التواصل الاجتماعي، كما وجد ان المعلومات على الفيسبوك ذات دقة عالية.
- يسمح حجم المعلومات الكبير على الفيسبوك باكتشاف نماذج لا يمكن اكتشافها باستخدام أساليب الاستقصاء التقليدية، فعند تحليل ودراسة إجابات ملايين المستخدمين على الفيسبوك مثلاً: فإننا
- نستطيع إظهار النماذج الحقيقية التي يصعب كشفها بالطرق التقليدية الأخرى².

• السليبات:

ومع ذلك فان استخدام معطيات الفيسبوك له عيوب أيضاً، فمع ان هناك الكثير من الأدلة المهمة التي تفيد بان حسابات الفيسبوك تعكس الصورة الفعلية وليست المثالية التي يسعى إليها الشخص، لكن

¹ - قمحية ، حسان احمد، الفيسبوك تحت المهرج، ط1، دار النخبة، 1438هـ-2017م. ص 69.

² - نفس المرجع السابق، ص 69-70.

يجب على الباحث توجي الحذر من ان مستخدمي الفيسبوك يمكن ان يقوموا بضبط وإزالة بعض المعلومات من حساباتهم بشكل انتقائي بهدف رسم صورة لحياتهم اكثر أو اقل مثالية من الواقع¹.

يحتفظ موقع الفيس بوك في خادمه في ولاية كاليفورنيا بكل البيانات والمعلومات تلك التي يضعها المستخدم بنفسه أو تلك التي لا علم للمستخدم بها فعند التجول على موقع فيس بوك على صفحات الأصدقاء أو الشركات أو المؤسسات المختلفة فكل نقرة يقوم بها المستخدم تسجل وتفهرس وتحلل ولا ينتهي الأمر عند هذا الحد فالمستخدم مراقب على الشبكة فكل التطبيقات التي تصل المواقع و المدونات والصفحات المختلفة بموقع فيس بوك لتسهيل مشاركة الإعجاب بمقال أو بصورة يمكن اعتبارها تطبيقات² جاسوسة تسجل بدقة تجول مستخدم فيس بوك على الأنترنت وتسجيل عناوين كل المواقع التي زارها واحبها المستخدم والشبكة بمجملها مفخخة بالوصلات لموقع فيس بوك.

ثانيا: اليوتيوب:

1- تعريف اليوتيوب

هو موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الافلام بشكل عام ومجاني³. كما يعرف ايضا على انه احد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة مقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا في دوره المتميز في

¹ - نفس المرجع السابق، ص71.

² - احمد، عصام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري، دراسة وصفية حول الخصوصية والبنية القمية للأفراد، مذكرة ماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، تخصص ماستر اتصال، جامعة المسيلة، 2013. ص 40.

³ -المقدادي، خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، المرجع سبق ذكره، ص43.

الاحداث الاخيرة التي جرت ووقعت في انحاء مختلفة في العالم منها الانتفاضة الجماهيرية والثورات الشعبية¹.

2- نشأة اليوتيوب

تأسس الموقع في 14 فبراير 2005 من قبل ثلاثة موظفين سابقين من شركة (باي بال) هم تشاد هيرلي و ستيف تشين، جاود كريم في مدينة سان برونو في مقاطعة سان ماتيو بولاية كاليفورنيا².

وقد نشأت فكرة إنشاء موقع يوتيوب عندما كان الاصدقاء في حفلة لأحد الزملاء والتقطوا مقاطع فيديو وارادو نشرها بين زملائهم ولم يتمكنوا من ارسالها عبر البريد الالكتروني لانه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الأنترنت³.

ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (ادوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من افلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وقامت (غوغل) سنة 2006 بنشر أول موقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، يعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني اي من احد مواقع الويب (2.0) واصبح اليوتيوب عام 2006 شبكة التواصل الاولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية⁴.

يعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم بعنوان (انا في حديقة الحيوان) اول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب بتاريخ 23 افريل 2005 وتبلغ مدته 18 ثانية.

¹ -عبد الكافي، إسماعيل عبد الفتاح ، شبكات التواصل والأنترنت والتأثير على الأمن القومي الاجتماعي ، ط1، المكتب العربي المعارف، القاهرة، 2016، ص31.

² - شقرة ،علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة، الأردن، 2014، ص90.

³ - قادري، حليلة، التواصل الاجتماعي، المرجع سبق ذكره، ص146.

⁴ - عبد الكافي، إسماعيل عبد الفتاح، شبكات التواصل والأنترنت والتأثير على الأمن القومي الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص31.

بحسب موقع اليكس، يوتيوب هو ثالث أكثر المواقع الشعبية في العالم بعد الفيسبوك وغوغل في يوليو 2006، صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الافلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون يوميا، وقد بلغ عدد مستخدمي موقع اليوتيوب أكثر من مليار مستخدم في سنة 2015¹.

مميزات اليوتيوب: أهمها:

- 1- عام ومجاني: من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الافلام سواء كانت تعليمية او ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى ان تلتزم بشروط التحميل كان لاتحمل افلاما لها حقوق نشر خاصة بدون إذن وأفلاما بإحياة.
- 2- داعم لتحميل الإعلام: فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الافلام من جميع الانواع (AV1.FLV.WMV.MP4) او الاغاني (MP3) وتحويلها الى افلام من فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الاحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية او كاميرة الهاتف المحمول.
- 3- سهل الاستعمال: من قبل العامة فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الافلام مقارنة بعمره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.
- 4- سهل المشاهدة: فمجرد ضغطك على وصلة الفيلم، فانك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من المواقع، بل تستطيع ان تحتفظ به ان اردت من خلال برنامج موسيقي مثل Real player.
- 5- سهل البحث: فالمواقع يوفر محرك بحث خاص به يمكنك من ان تبحث عن عنوان الفيلم او الحدث ومن ثم مشاهدته .

¹ - مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب (تويتر نموذجا)، ط1، دار المحتسب، الرياض، 1438هـ، ص36.

6- الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم وانت تستطيع ان تجعل مشاهدته حصرا على

مجموعة خاصة من المشتركين او العامة وكل ذلك يظهر بمحركات البحث كجوجل .

7- أداة رائعة للترويج: أفلام اليوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج افكارك الخاصة وشرحها

للمهتمين من العامة فهو لا يكلفك شيئا مثل: الحملات الترويجية التقليدية .

8- ميزة البث المباشر Live streaming: لاحتاج بواسطة هذه الميزة ان تنزل الفيلم حتى

تشاهده بل بمجرد الضغط على وصلة الفيلم ستمكن من مشاهدته ومن اي جهاز حاسوب او

هاتف محمول ان كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام.وهي ميزة مكنت العديد من

محطات البث والقنوات الاخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة

في تطور الإعلام وتقنيات البث المباشر¹.

ثالثا: موقع تويتر:

• تعريفه: هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر تسمح لمستخدميه بإرسال

تحديثات tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن

طريق موقع تويتر، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة².

أخذ تويتر اسمه من مصطلح تويت الذي يعني التغريد، واتخذ من العصفور رمزا له.

ويمكن لمن لديه حساب على موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو تويترات من خلال

ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة ،

وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني كذلك

¹ - المقدادي، خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية ، المرجع سبق ذكره، ص 44 45.

² - محمد جابر ، نجلاء ، الإعلام التجاري ، ط 1 ، دار المعنز للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014 . ص 167.

أهم الأحداث من خلال خدمة RSS عبر الرسائل النصية¹ SMS، وكذلك متابعة أخبار الأصدقاء، نشر المعرفة وتلقي المعلومات، معرفة آخر تحديثات المدونات المفضلة لك، التدوين، أداة تسويقية، أداة للتوصيل السريع، خدمة لتشارك الروابط والصور، خدمة الدعم الفني².

• نشأته:

ظهر موقع تويتر بعد ثلاث سنوات من ظهور فيس بوك³، أنشأته شركة odeo الأمريكية في مدينة فرانسيكو في شهر آذار عام 2006، وأطلق رسمياً للمستخدمين في شهر أيلول عام 2007⁴ وفي أبريل 2007 قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة، وتكوين شركة جديدة باسم Twitter ومع ازدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر المحرك جوجل للبحث أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات تويتر كمصدر للبحث اعتباراً من 2009⁵.

وكانت اللغة الإنجليزية التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة تويتر قد تطورت، حيث أنه في عام 2008 ظهر الموقع باللغة اليابانية، وتزايدت بشكل ملفت أعداد المستخدمين من المواطنين اليابانيين بحيث تفوق تويتر الياباني على تويتر الإنجليزي، واستطاع اليابانيون تطوير نسخهم وذلك من خلال إضافة إعلانات إليها، وهذا لم يكن متوفراً باللغة الإنجليزية، ومن ثم تعددت لغات تويتر حتى وصلت

¹ - حجازي، علي ابراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، ط1، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان، 2017. ص76.

² - محمد جابر، نجلاء، الإعلام التجاري، مرجع سبق ذكره، ص167.

³ - المقدادي، كاظم شنون، الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013. ص205.

⁴ - المري، حواء غانم، تأثير تويتر على طبيعة عمل عينة قصديه من الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية، مذكرة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2016. ص42.

⁵ - المقدادي، خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، 2013. ص38.

نهاية 2010 سبع لغات هي: (الإنجليزية، الفرنسية، الألمانية، الإيطالية، اليابانية، الإسبانية، والكورية (وفي نهاية 2010 وصل عدد المغردين الذين يستخدمون تويتر إلى أكثر من 200 مليون مفردة¹.

• خصائصه: للتدوين عبر موقع تويتر مميزات مفيدة وعديدة أهمها:

- سهل وسريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني تصبح مشتركاً في الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينه قصيرة.

- محمول ومتحرك: فموقع تويتر يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة ، أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات التدوين لإرسال الرسائل القصيرة العادية عبر الهواتف المحمولة، ومن أي مكان في العالم.

- مجاني: لإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني ، يعكس الرسائل القصيرة العادية عبر المحمول ، وهي خاصية مكنت الملايين من تدوين وإرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم وهذا ما ساهم في نشر تويتر حقاً².

- مناسب للتواصل الشخصي: فتويتر يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن، فهي تعطي طابع شخصي للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك لتطمئن عائلتك، أو لتبليغ رسالة لحبك أو مجموعتك، فالهدف النهائي هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.

- أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك: فالتدوين القصير والفوري عبر تويتر يسمح لك بنشر ما تفعله، أو إرسال الرسائل السريعة والفورية عن موضوع تهتم به إلى جميع التابعين لك مما يساهم بنشر أفكارك أو بمشاركة الغير لاهتماماتك، كذلك فإن اليوم مع محركات البحث كجوجل

¹ - العريشي، جبريل بن حسن ، الدوسري ، سلمى بنت عبد الرحمن محمد ، الشبكات الاجتماعية والقيم ، ط 1 ، الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015 ، ص 44.

² - حجازي، إبراهيم علي ، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، مرجع سبق ذكره، ص 77-78.

فان تدويناتك القصيرة على تويتر ستظهر على محرك البحث ضمن النتائج فور إرسالها مما يضاعف من إمكانيات نشر أفكارك أو رسائلك لأكبر عدد ممكن من المهتمين بك وباهتماماتك.

– الفورية:فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فوراً ، وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع ، ولا ننسى تأثير هذه الخصائص في نقل التصريحات والأفكار العاجلة والفورية ، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة والرسمية اليوم في الغرب وفي الوطن العربي على حد سواء.

– إدارة تسويق فعالة:فاليوم صار تويتر يستخدم من قبل الشركات والمعلنين للترويج عن منتجاتهم وعروضهم الجديدة ، فبرسالة قصيرة ومجانية تستطيع أن تعلن منتجك للعالم أجمع مجاناً ، كما يسمح لك بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة .

– شعار مميز Unique Badge: يوفر تويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين ، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجية مثل Html أو Java مما يعطي طابعا شخصيا وموثقا مع كل تدوين.

– ميزة التتبع "Following": فمن مميزات تويتر الأساسية هو خاصية التتبع ، أي أن تتبع مدون معين على الموقع لكي لكي تصل لك تدويناته أولا بأول وكذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع Follow ومع الفترة يصبح لك شبكة معارف ومتابعون خاصون بك لهم اهتماماتك نفسها، ويجمع بينكم هموم مشتركة¹.

بالإضافة إلى مميزات أخرى أهمها :

¹ – المقدادي ، خالد غسان يوسف ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، مرجع سبق ذكره . ص40.

-مواكبة الأحداث أول بأول و سهولة الحصول على الأخبار بطريقة أنية لحظة وقوعها ، ويعتبر الاعتماد على موقع تويتر كمصدر إخباري من أهم الوظائف التي يؤديها تويتر، وتتنوع الحسابات التي تمتد الجماهير بالأخبار.

_ إمكانية متابعة المشاهير والمسؤولين وقادة الرأي ، والتعرف على اتجاهاتهم ومواقفهم من الأحداث اليومية أو العاجلة .

_إمكانية التواصل مع جميع فئات المجتمع ، وتكوين صداقات مثمرة على شبكة تويتر .

_ إمكانية العثور على أرشيف التدوينات لمن نرغب من المغردين ، حتى نتعرف على اتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة ، وأسلوب تفكيرهم في الموضوعات المختلفة. وهذا الأمر يخدم صانع القرار السياسي أو الإداري في حالة الانتقاء ، وتقويم الأشخاص والحكم عليهم حكما سليما كما تستخدمه عدد من المؤسسات و الشركات الكبرى لمن يلتحق بالعمل بها لتحليل شخصياتهم والتعرف أكثر على سماتهم الشخصية¹.

ومع ذلك فان تويتر لا يخلو من النواقص والعيوب العديدة ، يأتي في مقدمتها الترويج السريع للشائعات والادعاءات الكاذبة بانتحال شخصيات وهمية ، وقد يحتوي تويتر في بعض الأحيان على صور خاصة لا تليق بالذوق العام ، كما وأن البعض يلجأ في استخدام تويتر في أمور ضارة و غير مفيدة².

رابعا: الإنستغرام:

1. تعريفه

¹ - رضا ، أمين ، الإعلام الجديد ، ط1 ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2015 . ص 147 148

² - خيرات ، محمد يوسف ، مؤشرات التقييم الإعلامي ، ط1 ، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2015 . ص 158.

هو تطبيق مجاني يسمح للمستخدمين بنشر ومشاركة الصور ومقاطع الفيديو مع المتابعين أو مع مجموعة مختارة من الأصدقاء والتعليق على المشاركات التي ينشرها أصدقاؤهم والإعجاب بها ويمكن تحميله على الأجهزة ذات نظام تشغيل ابل أو نظام تشغيل اندرويد أو نظام تشغيل ويندوز ويمكن لأي شخص يبلغ من العمر عاما أو اكبر إنشاء حساب عن طريق تسجيل عنوان بريد إلكتروني وتحديد اسم المستخدم¹.

2. نشأته:

تم تأسيس تطبيق انستغرام عام 2010 من قبل خريجي جامعة "ستانفورد" كيفن سيستروم، ومايك كريجر في مدينة سان فرانسيسكو من ولاية كاليفورنيا، والترجمة الحرفية لكلمة انستغرام تعني الكلمة الفورية المرسله وهي مشتقة من تركيب عبارة الكاميرا الفورية وكلمة برقية للإشارة إلى سرعة وسهولة التقاط الصور ونشرها.

اصبح انستغرام مملوكا من فيسبوك عام 2012 ، ويعد انستغرام واحدا من اكثر الشبكات الاجتماعية استخداما وهو اليوم يضع اكثر من 800 مليون مستخدم مسجل حول العالم وأكثر من 450 مليون شخص يستخدمونه بشكل يومي كجزء من نظام حياتهم، ويعتقد العديد من الخبراء ان عدد المستخدمين قد يصل إلى مليار مستخدم في وقت لاحق من عام 2018، ويعد هذا اكثر من ضعف المستخدمين النشطين شهريا على تويتر واكثر من ثلاثة أضعاف عدد المستخدمين على مسنجر ويوجد اكثر من مستخدميه خارج الولايات المتحدة الأمريكية.²

¹ - الزبون، اسلام ، مواقع التواصل الاجتماعي، بحث عن الانستغرام، 28 فبراير 2019، الساعة 21:58، في

<https://mawdoo3.com> 28/05/2020 10,10

² - نفس المرجع السابق.

3. مميزاته:

- كان تطبيق انستغرام في بداية إطلاقه لمشاركة الصور فقط إلا أنه في يونيو 2013 تم إضافة ميزة تصوير "مقاطع الفيديو" ومشاركتها عبر التطبيق من أجل منح المستخدمين المزيد من الخدمات والخيارات.

- يعتبر التطبيق من أفضل الوسائل التي تمنح للمستخدمين إمكانية التفاعل مع الأصدقاء من خلال نشر التعليقات على الصور ومقاطع الفيديو وتسجيل الإعجاب بها.

- يسمح الانستغرام للمستخدمين للإشارة إلى الأصدقاء في الصور التي يتم مشاركتها، ما يزيد التفاعل بين المستخدمين.¹

- يتميز تطبيق الانستغرام بشكل أساسي على فكرة التتبع، حيث يقوم المستخدم بتتبع الأشخاص الذين يعجب بصورهم وستصله تلقائياً كافة صورهم التي يقومون برفعها عبر التطبيق للاطلاع عليها.

- يعتبر انستغرام التطبيق المثالي لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو لأنه يعمل بكفاءة وفاعلية على كافة أنظمة تشغيل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية فضلاً عن الحواسيب المكتبية في البداية كان التطبيق يعمل فقط على نظام تشغيل iOS تابع لشركة أبل المنتجة لهواتف إيفون والحواسيب اللوحية إيباد، وفي أبريل 2012 أصبح انستغرام يعمل أيضاً على نظام تشغيل اندرويد الذي طورته شركة جوجل.

- يسمح التطبيق للمستخدمين بمشاركة الصور عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.¹

¹ - فتحي ، مصطفى، مراجعة عن الانستغرام، مميزات وعيوب تطبيق انستغرام، 13 ابريل 2020.

المبحث الخامس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ضرورة حتمية للمجتمعات نظرا لأهميتها البالغة في حياة الفرد والمجتمع لما تحمله من إيجابيات تعود بالنفع على البشرية لكن هذا لا يعني ان هذه الشبكات تخلو من السلبيات والمخاطر التي تسبب أضرار جسيمة للمجتمعات فهي سلاح ذو حدين، وفيما يلي أهم الإيجابيات والسلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي .

1- الإيجابيات:

بلا ادنى شك ان تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الإلكترونية أضفت بعدا إيجابيا جديدا سعى حياة الملايين من البشر بل وقد يعزي البعض لها فضل تغيير حياة البشرية للأفضل من أحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها ومن اهم الآثار الاجتماعية نجد ما يلي:

- نافذة حرية مطلقة على العالم، فقد وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره إذ وفرت هذه المواقع مخرجا للملايين من أبناء الطبقات الوسطى والفقيرة لكي يتواصلوا مع أمثالهم حول العالم ومجانا دون الحاجة للسفر كما وفرت متنفسا للملايين من نساء وشبان العالم الثالث وخاصة في دولنا العربية للهروب من الواقع المحبط والقمع الاجتماعي وقيود العادات والتقاليد.

- فرصة لتعزيز الذات فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته خاصة في مجتمعاتنا العربية حيث الشاب والشابة يقعون في ظل الأهل ويتبعونهم في تصرفاتهم وعاداتهم

¹ - نفس المرجع السابق.

وتقافتهم فانه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية يصبح لك كيان مستقل وعلى صعيد عالمي .

-اكثر انفتاحا على الآخر، ان التواصل مع الغير سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد واللون والمظهر والميول ومع انخراطك ضمن ثقافة الانفتاح على الغير والتي تتمتع بها معظم مواقع التواصل فانك ستتعرف على اشخاصا جدد خاصة كون مواقع التواصل هذه توفر خاصية إضافة الأصدقاء وإرسال الرسائل الودية للدعوة إلى تلك المجموعة أو ذلك الموقع.¹

هناك مواقع اجتماعية متخصصة بمجالات محددة مثل :منتديات إعلامية أو ثقافية أو تربوية وغيرها تهتم مجموعة محددة من الناس كما توجد مواقع خاصة بالتجارة والتسويق وهي أيضا تهتم شريحة معينة من الناس يرتادونها ويتفاعلون معها² إضافة إلى:

الاستخدامات الاتصالية الشخصية:

-وهو الاستخدام الأكثر شيوعا ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى التقنيات والبرمجيات ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة وصور ومقاطع الفيديو كما أنها مجال رحب للتفاعل والصدقة وخلق مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات وان اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية³.

¹ - المقدادي، خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص68.

² -عفيفي، علاء الدين محمد، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العامة، ط1، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2015، ص157.

³ -الشاعر، عبد الرحمان بن ابراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص68.

الاستخدامات العلمية:

تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة ويمكن التواصل الفردي والجماعي مع المعلم ما يوفر جواً من مراعاة الفروق الفردية كما أن التواصل يكسب الطالب الخجل فرصة التواصل مهارات أخرى بالتواصل والاتصال والمنافسة وإبداء الرأي.

الاستخدامات الدعوية:

أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين وأنشأ الكثير من الدعاة على صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل والتوفير في الجهد والتكاليف¹.

الاستخدامات الحكومية:

اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية وخدماتها المقدمة وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول والتغذية الراجعة المباشرة مما يساعد في تفادي الأخطاء والوصول بالخدمة المقدمة للإتقان والتميز.

¹ - نفس المرجع السابق، ص 68-69.

-ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيداتها ونشر التعليمات والإجراءات والتواصل مع الرئيس مباشرة وإبداء الملاحظات والمقترحات¹.

*وفيما يلي نستعرض أهم الإيجابيات والآثار السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي :

ان طبيعة هذه الشبكات من شأنها إيجاد بيئة فكرية تفتح المجال أمام التغيير السياسي اذ بإمكان الأنترنت ان تولد ضغوطا سياسية لأنها هي نفسها ذات طبيعة ديمقراطية قادرة على تحقيق المشاركة الشعبية حيث لا توجد قيود أو محددات أو حجج على حرية التعبير على الأنترنت، بالإضافة إلى ان طرح الآراء السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي تدفع أعدادا كبيرة وهائلة من المتابعين لتبنيها من ناحية، أخرى الأمر الذي قد يدفع الحكومات إلى تغيير سياستها لتتناسب مع متطلبات الرأي العام من ناحية ثانية، وبالتالي فشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت أدت أدوارا كثيرة في المجال السياسي منها:

-ازدياد الوعي السياسي بين المواطنين بصورة غير مسبقة حيث ان التواصل بين مستخدمي المواقع يوقع الفرصة للنقاش ويتيح مزيد من الفهم للقضايا والموضوعات السياسية المثارة وخاصة في ظل وجود خبرات متنوعة بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من مثقفين وسياسيين وأكاديميين وأناس عاديين .

-يرى بعض الباحثين أن شبكات التواصل الاجتماعي لها دور واضح في تشجيع المواطنين على المشاركة السياسية حيث توفر هذه الرسائل لفرض المزيد من الفهم لحقوق المواطنة وتعميق إدراك المواطنين لقضاياهم.

¹ - الصاعدي، سلطان مسفر مبارك، الشبكات الاجتماعية خطر ام فرصة، بحث مقدم لشبكة الالوكة، المسابقة الثانية، مرجع سبق ذكره . ص

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

-ازدياد قوة المجتمع المدني حيث اتخذ من شبكات التواصل الاجتماعي منصة للانتشار وممارسة دور العابر للقيود المحلية التي تضعها بعض الحكومات والسلطات على أنشطة هذه المؤسسات ورغبتهم في بناء علاقات معها للدفاع عن قضاياهم وتبني وجهات نظرهم.¹

(2) السلبيات:

من اهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي غياب المسؤولية الاجتماعية والضبط الاجتماعي اللذان يعدان من أهم مقومات السلوك الاجتماعي الأمر الذي يؤدي إلى :

-نشر الاشاعات والمبالغة في نقل الاخبار.

-النقاشات التي تباعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.

-إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة .

عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع .

-ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها .

-انعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية.²

بالإضافة الى:

¹ - عرفة ، مسعودة ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية الجزائرية 2017، مذكرة ماستر تخصص

تنظيمات سياسية وإدارية قسم العلوم السياسية ،جامعة قاصدي مرياح ورقلة 2017-2018.ص 29.

² - الشاعر؛ عبد الرحمان بن ابراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، مرجع سبق ذكره، ص.69

*-التطاول على الهوية

هناك من الاشخاص من يتولى مهمة التسلية بمعطيات الآخرين والتي يكون فيها الفرد الذي وقع عليه الجرم هو السبب في تزويد هؤلاء الاشخاص بملحه الشخصي ولتجنب مثل هذا الامر على الفرد ان يراقب وبشكل يومي ملحه profile.

وحسب دراسة اجريت لتراندميكرو trendmicro اوجد ان 38 بالمئة من المترددين على شبكة مواقع التواصل الاجتماعي يحددون ما يرغبون في نشره على المباشر وهذه النسبة ضئيلة مقارنة مع الاشخاص الذين يقاسمون معلوماتهم فتتشر دون رغبتهم فالتوزيع القوي والثري للبيانات الشخصية مثل (بث صورة شخصية) حتما سيؤثر على صيت الفرد وقد تستخدم ضده بعد تعديلها وبطريقة غير شرعية الى درجة التطاول على الهوية الحقيقية للمشارك وشهدت الو.م.ا كل (3) ثواني خلال سنة 2014 ضحية واحدة لهوية فردية مغتصبة.

فالتقة الكاملة في سرية الموقع قد تجعل معلوماتهم اكثر عمومية ولاتحميها هو خصوصي (trendmikro)

عقد صفقات تجارية :

يجب ان نقرا انه كل ماهو مباشر من معلومات شخصية يتحول الى عام على مستوى التفاعل على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وهذا مالا يضمن الحماية القانونية لرواد الانترنت وكل مجتمع تجاري قد يستغل المعلومات المزودة من قبل الفرد على مستوى الواقع¹.

*المحتوى المشوش او المربك:

¹ - قادري ، حليلة ، التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص155

انه من المعروف ان العصر الرقمي جعل العالم قرية صغيرة لذلك كل مايسجله مستخدم ما على مواقع التواصل الاجتماعي قد يطلع عليه الاخر خاصة بالنسبة للذين يترددون على الشبكات الاجتماعية بشكل يومي والذين لديهم الرغبة في معرفة تفاصيل رواد الانترنت واكتشاف شخصياتهم لذلك يجب على الفرد ان يأخذ الحذر والحيلة الابداع غير الشرعي للمحتوي كثير من التطبيقات الموجودة على مستوى الشبكة الاجتماعية تسمح للمتعاملين بنشرها او تغييرها او نقلها (موسيقى افلام نصوص ...) لذا على الفرد ان ينتبه لحماية المؤلف قبل ان يتصرف في اي معلومة كما يجب عدم نشر او ايداع صورة لصديق دون علمه حتى لا يقع ما لا يحمد عقباه.

التهور:

ان الهدف التي يستخدمه معظم الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي هو الدردشة والتفريغ الانفعالي والتفاعل مع من لديهم نفس الاهتمامات لكن هناك من ينحرف عن هذا الهدف ويستغل تلك المواقع للاساءة من خلال سرقة هويات الاخرين والتطفل على الرسائل الالكترونية لهم ودون رقيب وقد يكون ذلك بسبب صعوبة الانسجام مع الاخرين ومزج بين الواقع والخيال .

*التحرش والقذف :لقد اصبح الانترنت مسرحا لكثير من السلوكات غير مقبولة اجتماعيا ومن بينها السب والقذف العلني،اذ يلجأ البحث الى تدنيس سمعة الاخرينوشويهها والحاق الاذى بهم وهم بهذا فهم يعبرون عن عدوانيتهمالمكبوتة،وبهذا تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي فضاء خصبا لتفريغ شحناتهم الانفعالية نتيجة تهورهم ،وهذا ما يطلق عليه الشغب الالكتروني¹.

*الخصوصية:هناك دواعي عديدة للقلق فيما يتعلق بخصوصية الافراد المشاركين في خدمات الشبكات الاجتماعية،اذ يقوم العديد من المشاركين بالبوح بالكثير من المعلومات الشخصية،التي قد

¹ - نفس المرجع السابق ، ص.155.157

تتعرض للسرقة من جهات وأشخاص وكذلك الاعتداء على صفحات المشتركين بالفيروسات الالكترونية، وتعرض المشتركين .

*اضاعة الوقت: ان الطبيعة الاجتماعية للبشر تدفعهم الى الاندفاع الى شبكات التواصل الاجتماعي والتجول بين الصفحات والتعليق على المنشورات والاعجاب بها من دون ان يشعروا بالوقت.

*ضعف الثقة: يستطيع المشترك ان يشعر بالانتماء الى جماعة او مجتمع لا يتقباحد من افراده ولا يشعر بالامان فيه من هنا تبقى العلاقات في شبكات التواصل الاجتماعي هشة مالم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي.

*العزلة الاجتماعية عن العالم الواقعي:

لهيمنة القيم المادية وانشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة

لجا العديد من افراد المجتمع الى شبكات التواصل الاجتماعي لاشباع حاجات التواصل مع الاخرين ونتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الحقيقي¹

¹ - هتيمي، حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره ، ص 87-88

خلاصة الفصل:

وفي خلاصة الفصل يمكن القول ان مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت وبشكل كبير في تطوير المجتمعات وتقدمها نحو الأفضل، فهذه المواقع أتاحت الفرصة للتعبير عن الآراء والمعتقدات وتبادل الأفكار ومعرفة ثقافة الآخر، كما ساهمت في تشكيل الوعي السياسي من خلال الصفحات السياسية التي تهدف إلى التأثير على الراي العام، فمواقع التواصل الاجتماعي فضاء واسع لجميع المجالات (الاجتماعية، الثقافية، السياسية.....) حيث لقت انتشارا واسعا في الآونة الأخيرة، وبالرغم من الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات والإيجابيات التي تحتوي عليها إلا أنها لا تخلو من السلبيات.

الفصل الثالث

السلوك الانتخابي

تمهيد:

تميزت الفترة الأخيرة في العالم خاصة العالم العربي بتحولات سياسية كثيرة، كان أبرز أسبابها الضغط الجماهيري وتزايد الوعي السياسي، هذا الوعي الذي وسع مترقعة الإنفتاح والمشاركة السياسية والديمقراطية، التي ماهي إلا شكل من أشكال المشاركة. جميع المواطنين المؤهلين في عملية التغيير السياسي وضرورة تداول السلطة بصورة دورية وبطريقة عادلة، ومهما تعددت أساليب المشاركة السياسية إلا أنها تبقى الانتخاب من أهم مظاهرها لأنه يمنح الشرعية للحاكم على الدولة والشعب. وبما أن القائم بهذا السلوك (سلوك الانتخاب) هو كائن إنساني إجتماعي، فإننا نجد العديد من العوامل التي يتحكم في أعمالها وردود فعلها السياسية مما أدى إلى خلق إهتمام واسع بدراسة السلوك السياسي للفرد ومنها السلوك الانتخابي الذي هو علم دراسة الناخب والانتخابات والتنبؤ بالنتائج من خلال العديد من المؤشرات، ودراسة دوافع التصويت ودوافع العزوف عن التصويت التي يسلكها الكثير، والذي يمكن إعتباره تناقضا مع الديمقراطية أو ربما هو موقف سياسي له العديد من الأسباب.

وبناء على هذا سيتم من خلال هذا الفصل معالجة أبرز المفاهيم المتعلقة بالسلوك الانتخابي، وأهم العوامل المتحكمة فيه وبعض النماذج المفسرة له ، وكذلك أنماطه و التي تتضمن التصويت من عدمه.

المبحث الأول: مفهوم السلوك الانتخابي:

دخل السلوك الانتخابي مجال البحث في علم النفس بشكل حاسم عام 1939 على يد عالم النفس الأمريكي بول لازار سفيلد (1901-1976-paullazarsfeld) وجماعته في جامعة كولومبيا، عندما اجروا دراستهم على السلوك الانتخابي في المعهد النفسي لجامعة فيينا.

- يولي علماء النفس خصوصية دراستهم للسلوك الانتخابي 'فعلى الرغم من انهم يتفقون على تفسيره على وفق المعادلة النفسية الماثورة (مثير-كائن عضوي-استجابة)، مثله مثل أنواع السلوك الأخرى، إلا انهم في الوقت نفسه ينفون طابع الاستمرارية عنه والذي تتصف به معظم أصناف السلوك الأخرى.

فمن المعروف ان السلوك الانتخابي لا يحدث باستمرار، لأن الفرص المتاحة لظهوره ترتبط بشكل دائم ب (الانتخابات) والتي عادة ماتجرى على فترات متباعدة قد تمتد لأربع سنوات (مثلا اربع سنوات في الانتخابات النيابية العراقية)¹.

-ويمكن القول ان السلوك الانتخابي هو كل أشكال التصرف أو الأفعال وردود الأفعال التي يظهرها المواطن في موعد انتخابي معين، نتيجة تأثرها أو عدم تأثره بمجموعة من العوامل والمتغيرات النفسية، الاجتماعية، البيئية، السياسية، التنظيمية، الحضارية والاقتصادية).

¹-الأعرجي، إبراهيم مرتضى ، السلوك الانتخابي وعلاقته بالاعتقاد بعدالة العالم لدى طلبة جامعة بغداد، مجلة كلية الآداب، العدد 98، العراق، 2010. ص 538.

يعرف العزّي السلوك الانتخابي بأنه: تعبير وتمثيل حي للمشاركة السياسية وتتوفر فيه صفة الجماعة لأنه سلوك جماعي إحصائي¹.

أيضا يختلف السلوك الانتخابي عن الفعل والموقف الانتخابي فبالنسبة للفعل فهو يظهر عندما تندمج في وحدة واحدة سلسلة أهداف توجه السلوك وتنتهي بتفضيل اختيار مميز وبالتطبيق على السلوك الانتخابي نجد ان الفعل الانتخابي يعرف على انه "سلسلة من السلوكيات الموجهة لهدف إقامة قرار انتخابي معين والتي تنتهي بالتصويت لصالح احد الأحزاب أو المرشحين أو اتجاه سياسي ما".

أما بالنسبة للموقف الانتخابي فنجد ان (جوروجلافو) يفرق بين السلوك والموقف على أساس ان هذا الأخير يعبر عن حالات ثابتة ومنظمة من ردود الأفعال في حين ان السلوك هو متغير وعليه يصبح السلوك جواب لموقف ما والذي يعبر عن عملية تفاعل بين نفسية الفرد التي يلعب فيها التراث والثقافة والطبيعة دورا في تكوينها والعوامل المؤثرة عليه من قبل المجتمع الذي ينتمي اليه

يظهر من هذه الفروقات ان مفهوم السلوك الانتخابي يشكل جزء من عملية تحليل الانتخاب ككل والتي تتداخل فيها الكثير من العوامل المختلفة، ولا نبالغ اذا قلنا انه نتج عن تجاوز التحليل الكلاسيكي لمفهوم الانتخاب من كونه طريقة تمكن الناخب من اختيار الشخص الذي يمثله الى كونه رهان يضعنا في مفترق الطرق بين مختلف مؤسسات الحياة السياسية والاجتماعية فعلم اجتماع الانتخاب (او السلوك الانتخابي) يركز اهتمامه على الناخبين او المصوت ويلاحظ الظروف التي تعمل من خلالها مختلف المؤسسات في سبيل مشاركة المواطنين في عملية اختيار حكامهم واتجاهات الناخب عند اختيار المرشحين.²

¹ - بلية حبيب، بلغيث عبد الله ، محددات السلوك الانتخابي في الجزائر، دفاثر السياسة والقانون، العدد19، الجزائر، 2018. ص 439.

² - بن يمينة، يحي، السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر (شباب مدينة وهران نموذجا)، مرجع سبق ذكره . ص 34-35.

ويمكن ان يميز السلوك الانتخابي ثلاث إمكانات أساسية:

المشاركة في الانتخابات بالذهاب إلى مكتب التصويت في اليوم المحدد لها ثم الاختيار الذي يقوم به الناخب حينها، أي على أي مرشح ينتخب او حتى وضع بطاقات انتخابية بيضاء أو ملغاة أما الإمكانية الثالثة فهي عدم

الذهاب للإدلاء بالصوت سواء كان الناخب مسجلا في القوائم الانتخابية ام لا بمعنى مقاطعة الانتخابات التي أصبحت كظاهرة تتفاقم تتطلب إعادة النظر في الأسس التي تقوم عليها الديمقراطية نفسها.¹

المبحث الثاني: أنماط السلوك الانتخابي:

هناك نمطين أساسيين ورئيسين لأنماط السلوك الانتخابي هما التصويت والإمتناع عن التصويت

أولا التصويت: التصويت لغة : صات : صواتا : صاح وصات بفلان : شهر به

- صوت: مبالغة في صات وصات به : وصوت له : أيده بإعطائه صوته في الانتخابات².

و هو حق لكل مواطن أن يبدي رأيه لاختيار ممثليه في الانتخابات سواء أكانت برلمانية لاختيار

نواب الشعب او محلية أو نقابية، وتكون نتيجة التصويت لاختيار ممثلين بدقة ليعبروا عن إرادة

الشعب في كافة المجالس المنتخبة.³

¹ - قول، خيرة ، انتقاء النخبة السياسية في المجتمع المحلي (دراسة حالة ولاية الجلفة)، رسالة ماجستير، تخصص علم الاجتماع السياسي ، قسم

علم الاجتماع ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر بن خدة يوسف، 2008-2009. ص68.

² - الحري، سليمان سالم ماطر ، الصلح الواقعي من الإفلاس في النظام السعودي، ط1، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض، 2014 . ص92 .

³ - عبد الكافي، عبد الفتاح إسماعيل ، مصطلحات عصر العولمة (عربي-إنجليزي)، مرجع سبق ذكره، ص55.

و النمط التصويتي هو آلية يستخدمه المواطنون في الكثير من البلدان لاختيار قادتهم، ولاتخاذ القرارات في القضايا الخاصة، فهو وسيلة مهمة وأساسية يمكن للأفراد من خلالها التأثير على القرارات الحكومية، كما يعد التصويت بأنه قيام الفرد باختيار احد المرشحين لتمثيله في الهيئات المنتخبة التي تتولى إعداد القوانين، أو توجد في بعض مناصب اتخاذ القرارات.¹ ويعتبر التصويت الصيغة الرئيسية للمشاركة السياسية في الأنظمة الديمقراطية وأكثر النشاطات السياسية شيوعا، وان مجموع المشاركين في التصويت هم الأكثر تمثيلا لجمهور المجتمع من غيرهم من المشاركين بالطرق الأخرى.²

هناك عدة أنواع للتصويت نذكر منها:

التصويت الفردي: هو وسيلة للتغيير لكل فرد على حده، حيث يمكن الأفراد من اختيار ممثليهم في المجالس التمثيلية بوصفهم أفراد أحرار ومستقلين، وهي الطريقة التي تضمن المساواة بين المواطنين، وهو نظام انتخابي ينتج عن فرز مرشح واحد عن كل دائرة انتخابية.

التصويت الجماعي: يرى أصحاب هذا الرأي ان الفرد لم يكن يعيش بمفرده في المجتمع بل يعيش وسط جماعة ولا يمكن العيش خارجها، والاقتراع الجماعي يكون على طريق تقسيم المجتمع إلى طوائف مثل فئة الحدادين أو فئة الصناعيين أو فئة المحامين أو فئة المزارعين، على أن تختار كل فئة من يمثلها في البرلمان.

التصويت الاختياري: يقصد به أن كل ناخب حر في الإدلاء بصوته أو عدم الإدلاء به، دون أن يتعرض لعقوبة أيًا كانت بسبب امتناعه أو إدلائه بالتصويت.

¹ - حيرش، جمال، بن علي، أحمد، النظام الانتخابي وأثره على المشاركة السياسية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص سياسات

عامة لتنمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، 2016-2017. ص21.

² - نفس المرجع السابق، ص12.

: يقصد به إجبار كل ناخب على التوجه الى صناديق الانتخاب للإدلاء برأيه، في كل مرة يعلن فيها عن إجراء انتخاب أو استفتاء، والا تعرض لعقوبة معينة، وذلك من اجل تلافي ظاهرة التصويت الإجباري التغيب عن المشاركة في العملية الانتخابية¹.

المباشر والغير مباشر : يكون الانتخاب انتخابا مباشرا اذا كان الناخبون يختارون نوابهم بصورة مباشرة ودون وساطة من أي كان، ويسمى الانتخاب انتخابا غير مباشر إذا كان الذين يختارون النواب مندوبون يختارهم الناخبون لهذه المهمة أي أن الناخبين لا يختارون نوابهم مباشرة بل يختارون مجموعة من الأشخاص تتولى عنهم هذه المهمة² الانتخابات المباشرة أقرب إلى تحقيق الديمقراطية من الانتخاب الغير مباشر الذي ماهو في الواقع إلا طريقة ملتوية للتعبير عن إرادة الشعب لهذه الاعتبارات نرى أن معظم الدول في الوقت الحاضر تأخذ بالانتخاب المباشر لاختيار من يمارس السلطة فيها³ غير ان التصويت وحتى يكتسب أهمية عند الناخب في العملية الانتخابية، لا بد وان يكون مصحوب بتوافر شرطين أساسيين هما:

1- درجة المنافسة الانتخابية: تعني المنافسة وجود احتمال تغيير شاغري السلطات المنتخبة وتقاس من خلال مدى التقارب في الأصوات التي يمكن أن يحصل عليها المتنافسون والنتيجة المنطقية لذلك تكون أن لصوت الناخب قيمة في تغيير النتائج، هنا تعتبر الانتخابات فرصة لمحاسبة شاغلي السلطة، بمعنى أن النائب يشعر باحتمال تغييره ما لم يستجب لمطالب ناخبيه، وان أمام الناخب أكثر من بديل بما يمنحه فرصة واسعة في الاختيار، كذلك فان وجود درجة عالية من المنافسة يمثل ضمانا لتوافر

¹ - حيرش، جمال، بن علي محمد ، النظام الانتخابي وأثره على المشاركة السياسية في الجزائر، مرجع سبق ذكره. ص 21 22.

² - الخزرجي، ثامر كامل محمد ، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2004 . ص 239.

³ - نفس المرجع السابق . ص 241.

المعلومات للناخبين نظرا للتسابق بين المتنافسين على كسب الأصوات ويشجع على الإقبال على التصويت.¹

وترمي المنافسة السياسية بطبيعتها إلى استمالة الناخبين ومغازلتهم للظفر بأصوات اكبر عدد منهم، فهي بمثابة حملة اشهارية للتعريف بالمرشحين وبمختلف برامجهم السياسية.²

وفي هذا الصدد يرى فيليب بر وان من الطرق الممكنة التي يمكن أن تحت الناخب على الانتخاب هي الشعور بأنه فعال، أي أن لتصويته اثر على مجريات العملية الانتخابية والسياسية، وهذا في الحقيقة يرتكز على فرضيتين احدهما غير واقعية تتمثل في وجود احتمال بان كل ناخب سيمتتع عن التصويت، وفي هذه الحالة سيكون لصوت المواطن الذي يشارك في الانتخاب أهمية قصوى، والفرضية الأخرى واقعية تماما، لكنها قليلة الحدوث وهي الحالة التي تبدو فيها حظوظ المرشحين المتنافسين في الفوز متساوية تقريبا.

2- عدالة التمثيل: يشير التمثيل العادل إلى أن كل جماعة أو شريحة في المجتمع تحظى بتمثيل يتناسب مع حجمها في الواقع، دون أن تهدر أصوات بعض الشرائح أو الجماعات، كما يشير أيضا على أن التصويت لم يكن نابع من عملية تعبئة، وإنما هو تعبير عن التفضيلات الحقيقية للناخبين، بمعنى آخر فان التمثيل يضمن التأثير المباشر على السياسة العامة.³

¹ - بن يمينة، يحي، السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر (شباب مدينة وهران نموذجاً)، مرجع سبق ذكره . ص51.

² - عبد الوهاب، عبد المؤمن ، النظام الانتخابي في الجزائر(مقاربة حول المشاركة والمنافسة السياسية في النظام الجزائري)، ط1، دار اللمعة للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2011 . ص146.

³ - بن يمينة، يحي، السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر، مرجع سبق ذكره . ص51.

فالعدالة ليست بالضرورة عدالة توزيعية حسابية أو مساواة كمية وهي في جوهرها إعطاء كل ذي حق حقه، وصاحب الحق أو الذي يحق له تقلد وظيفة ما هو الذي يتمتع بالأهلية والكفاءة اللازمة لممارستها وليس الذي ينتمي إلى هذه الطائفة أو تلك¹.

يرى فيليب برو أن تحقيق عدالة التمثيل لا تكون إلا بتبني النظام الانتخابي الأنسب الذي يسمح بتمثيل القوى السياسية والاجتماعية الفعلية في المجتمع، مع اخذ في عين الاعتبار إلى جانب المتطلبات التقنية في النظام الانتخابي العوامل الثقافية والتاريخية التي لها اثر في صياغة العقليات المختلفة المتعلقة بالنظام الانتخابي².

والناخب أو المصوت وجب أن تتوافر فيه بعض الشروط وفقاً لقانون الانتخاب، نذكر أهمها :

- **شرط الجنسية:** إن شرط الجنسية من الشروط الضرورية لاكتساب حق الانتخاب، فالأجانب في أغلب الدول لا يتمتعون بهذا الحق كقاعدة عامة، أما الأشخاص الذين اكتسبوا جنسية الدولة المقيمين بها فعادة ما يسمح لهم بمباشرة الحقوق السياسية بعد فترة معينة. ولا تسمح معظم الدول للأجانب بالمشاركة في الانتخابات، إلا أنه يوجد اليوم في العديد من الدول الأوروبية عدد من الأقليات الأجنبية كالمغاربة والأتراك التي تطالب بالمشاركة في الانتخابات على الأقل في النطاق البلدي، ونلاحظ في هذا الصدد أن بعض دول أوروبا الشمالية سمحت للأجانب المشاركة في الانتخابات البلدية .

شرط الجنس : ذهبت بعض الدساتير والقوانين الانتخابية إلى جعل حق الانتخاب مقصوراً على الرجال دون النساء (الذكور دون الإناث)، وبقي هذا الحال حتى أوائل القرن العشرين سمي غالبية لمعظم الأنظمة السياسية في العالم، ولم يكن إعطاء النساء الحق في الانتخاب في تلك الفترة إلا

¹ - سرحال، احمد ، النظم السياسية والدستورية في لبنان وكافة الدول العربية، ط1، دار الفكر العربي، بيروت، 1990 . ص131.

² - بن ميمنة، يحي ، السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر، مرجع سبق ذكره . ص52.

أعجوبة دستورية، إلا أنه ومع استقرار الأنظمة السياسية وتشبعها بروح الديمقراطية الحقيقية، وتزايد نمو وانتشار حركات تحرير المرأة، فقد ذهبت غالبية الدساتير والقوانين في العالم الى الاعتراف للنساء بحق الانتخاب والترشح، حتى أصبح حرمان النساء في الوقت الحاضر متعارضا مع الديمقراطية.¹

_العمر: تحدد جميع الدساتير وقوانين الانتخاب سنا معيناً للرشد السياسي أي السن الذي يصبح للفرد فيه حق ممارسة حقوقه السياسية ومنها حق الانتخاب، وسن الرشد السياسي هذا يختلف من دولة الى أخرى، وعلى أي حال فلامر مرهون بقوانين كل دولة واتجاه دساتيرها من حيث رفع هذا السن أو انخفاضه وقد يختلف سن الرشد السياسي عن سن الرشد المدني والذي يصبح فيه للفرد صلاحية ممارسة شؤونه الخاصة، فقد تجعل الدول الرشد السياسي اكبر من سن الرشد المدني.²

_الأهلية العقلية : تشترط جميع قوانين الانتخاب أن يكون الناخب متمتعاً بكامل قواه العقلية، ولكي لا يساء استعمال هذه الحجة لأسباب سياسية لغرض إبعاد بعض المواطنين عن صناديق الاقتراع تشترط بعض القوانين أن يثبت الجنون أو العته بحكم قضائي.³

_شرط الأهلية الأدبية : تشترط الدساتير وقوانين الانتخاب فضلاً عن التمتع بالحقوق المدنية لممارسة الحقوق السياسية ومنها حق الانتخاب أن يكون الفرد متمتعاً بالحقوق الأدبية، أي أن لا يكون ممن فقد اعتباره وشرفه بان لا يكون قد ارتكب جريمة معينة تخل بالشرف والاعتبار، بحيث لا يصلح معها دعوته للمساهمة في إدارة شؤون الحكم بالدولة أو ينال شرف التمتع بها.

¹ - رعاش، عمر، أدوات التعبير عن السيادة الشعبية وتطبيقها في الجزائر، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص دولة ومؤسسات،

قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور بالخلقة، 2017-2018 . ص 18 19.

² - الخزرجي، ثامر كامل محمد : النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، مرجع سبق ذكره . ص 237.

³ - الكاظم، صالح جواد، العاني علي غالب ، الأنظمة السياسية، د ط، مطبعة دار الحكمة، بغداد، 1991 . ص 42.

شرط القيد في جداول الانتخاب : تضع الدولة الإجراءات اللازمة لحصر الأشخاص الذين تتوافر فيهم شروط الناخب في قوائم تسمى بجداول الانتخاب، ويلاحظ أن صحة هذه الجداول أمر أساسي في كل نظام نيابي، وبقدر ما تتسم به هذه الجداول من دقة بقدر ما تكون دقة التعبير عن رأي الأمة، فإذا تسرب إليها الخلل بإضافة أشخاص ممن ليس لديهم حق الانتخاب، أو بحذف آخرين ممن لهم حق التمتع به، ترتب على ذلك تسوية لانتخابات وتحويل لرأي الأمة عن حقيقته والقاعدة ان يكون لكل من أدرج اسمه في جداول الانتخابات الحق في مباشرة حق الانتخاب، ومن ثم لا يثبت هذا الحق لمن لم يكن اسمه مدرجا في هذه الجداول¹.

أما في الجزائر :

المادة 3: يعد ناخبا كل جزائري وجزائرية بلغ من العمر 18 سنة كاملة يوم الاقتراع وكان متمتعاً بحقوقه المدنية والسياسية، ولم يوجد في إحدى حالات فقدان الأهلية المحددة في التشريع المعمول به.

المادة 4: لا يصوت إلا من كان مسجلا في قائمة الناخبين بالبلدية التي بها إقامته، بمفهوم المادة 36 من القانون المدني

المادة 5: لا يسجل في القائمة الانتخابية كل من :

- سلك سلوكا أثناء الثورة التحريرية مضادا لمصالح الوطن .
- حكم عليه في جناية ولم يرد اعتباره .
- حكم عليه بعقوبة الحبس في الجناح التي يحكم فيها بالحرمان من ممارسة حق الانتخاب وفقا للمواد 9 و 9 مكررا 1 و 14 من قانون العقوبات.

¹ -الخزرجي، ثامر كامل محمد ، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة، مرجع سبق ذكره . ص237.

- أشهر إفلاسه ولم يرد اعتباره .

- المحجوز والمحجور عليه .

تطلع النيابة العامة اللجنة الإدارية الانتخابية المعنية وتبلغها، بكل الوسائل القانونية فور افتتاح مرحلة مراجعة القوائم الانتخابية وقوائم الأشخاص المذكورين في المطات 2 و3 و4 أعلاه.¹

أنواع التصويت:

أ/التصويت العقلاني: وتعود جذوره إلى ديكارت وينطلق منظرو الاختيار العقلاني من افتراض أن كل إنسان هو شخص عقلاني في اختيار أكثر الوسائل نجاعة لتأمين أهدافه، إذا فالتصويت العقلاني هو عملية يتم بمقتضاه اختيار حزب سياسي أو مرشح معين بناء على مجموعة من المعايير والأسس².

يرى "بوفالو" Buffalo Sorvey بالرغم من أن التصويت في الانتخابات قد ارتبط بأعمال وطنية (حب الوطن، إظهار الوطنية)، إلا أنه يعتبر عملاً يؤكد الفرد من خلاله على إخلاصه وولائه للنظام، أكثر من كونه عملاً يتقدم من خلاله بمطالبة النظام السياسي . ويعرف "ستيورات ميل" stewart mil "التصويت بأنه وسيلة لتتقيف الروح العامة والذكاء السياسي، ومن خلال هذين التعريفين نستنتج أن عملية التصويت تستلم قدراً من العقلانية عند أدائها وفكرة التصويت العقلاني تعني أن الناخب يصوت على أساس مجموعة من الأسس والمعطيات، ولذلك فهو يحدد تصويته ويضبطه بمجموعة من المعايير .

¹ - قانون الانتخابات، الأمانة العامة للحكومة، رئاسة الجمهورية. ص 1-2.

² - مجاهد، حنان، السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره. ص 85.

وقد ظهر مفهوم الناخب العقلاني أو الناخب الاستراتيجي مع "أنتوني دوانز Dauns Anthony" الذي استخدم التحليلات الإستراتيجية في تفسير السلوك، إذ أنه أثناء العملية الانتخابية يعرض المرشحون برامجهم ويصوغون وعودا تتضمن مجموعة من الخيرات، وعلى أساس أن الناخب يسعى إلى رفع فائدته إلى الحد الأقصى، أي الحصول على أكبر تأثير مقابل صوته، وذلك بحساب الأشياء الملموسة لوجوده، وهذا الأمر يستلزم منه التعرف على مصالحه، وتحديدتها والقدرة على تصنيفها في سلم الأفضليات، هذا إلى جانب تعرفه على الممثلين وجمع المعلومات عنهم من حيث كشف الحسابات ومصادقية وعودهم ومستواهم العلمي¹.

وطبقا لهذا النموذج يصير النظام السياسي تعبيراً عن العلاقة بين الناخبين والأحزاب السياسية، ويتصف الطرفان بالعقلانية، بمعنى البحث عن تضخيم المنفعة. وبالنسبة للناخبين لا يصير أمامهم سوى احد البديلين: التصويت من عدمه، ويتحدد تفضيلهم ودعمهم لحزب معين على أساس ما يتوقعون الحصول عليه من منافع من هذا الحزب في حالة وصوله للسلطة. أما الأحزاب السياسية فإنها تمثل في الحقيقة مجموعات من الأفراد تتشارك في نفس الأهداف، وتسعى إلى السلطة من أجل الحصول على ما يرتبط بها من قوة وثروة ومكانة ونفوذ. هذا النموذج مألوف في النظم الديمقراطية الغربية، حيث يقرر الأفراد الناخبون التصويت من عدمه لصالح حزب معين، وفي نفس الوقت تحاول الأحزاب معرفة تفضيلات الناخبين، وتسعى لاجتذاب أصواتهم . ويستند هذا النموذج إلى

¹ - بارة سمير، الإمام سلمى ، السلوك الانتخابي في الجزائر دراسة في المفهوم الأنماط والفواعل، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد الأول، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، جوان 2009. ص41.

افتراضين: توافر المعلومات عن البدائل التفضيالات بالنسبة للناخبين والأحزاب، وثبات تفضيالات الناخبين وقدرة الأحزاب على تنويع أوضاعها في حدود معينة¹.

ب- التصويت اللاعقلاني: تكشف الاستطلاعات الانتخابية أن نسبة معينة من المواطنين لا تعلم من بداية الحملة الانتخابية ما إذا كانت ستذهب للتصويت، ولمن ستمنح أصواتها إذا ما قررت الذهاب، وهذا التردد ينجر عنه في الغالب أداء عفوي وغير عقلاني، لأن التردد يعني عدم وجود دوافع تحفز الناخبين فإذا كان التصويت هو عملية اختيار فإن هذا يعني وجود مجموعة من الأسس يفاضل الناخب بها بين المرشحين، وإن غياب هذه الأسس يعني أن عملية المفاضلة لن تكون، وإن الاختيار سيأخذ الشكل العشوائي.

ولهذا فالتصويت اللاعقلاني هو الذي تغيب فيه عملية المفاضلة بين المرشحين، ولا يخضع لأي معطيات أو دوافع أو قناعات، ويرمي من خلالها تحقيق غاية محددة، أي غياب الهدف من وراء التصويت. إن هذا النمط من السلوك الانتخابي يظهر لدى الناخبين الذين يؤمنون بأهمية التصويت كعملية فقط، وفي المجتمعات التي تشيع فيها الأمية، وهناك أسباب عديدة تساهم في تشكيل هذا السلوك منها : ضعف عملية التنشئة السياسية وفقدان المؤسسات الفعالة لتقوم بذلك، وانتشار التخلف السياسي وغياب عملية التنقيف السياسي².

أيضا، الشك السياسي: ويتمثل في الشك في أعمال وأقوال الآخرين والنظر والشعور بأن العمل السياسي عمل رزئ وإن الثقة في رجال الحركة السياسية أمر مستحيل .

¹ - المسيري، عبد الوهاب ، إشكالية التحيز (رؤية معرفية ودعوة للاجتهاد)، ط1، المعهد العالي للفكر الإسلامي، فيرجينيا، 1997 . ص155 .

² - بارة سمير، الإمام سلمى، السلوك الانتخابي في الجزائر دراسة في المفهوم، الأنماط والفواعل، مرجع سبق ذكره، ص42.

العزلة : ويقصد بذلك شعور الفرد بالغربة عن العمل السياسي وحكومة مجتمعه والاتجاه نحو الاعتقاد بأن السياسة والحكومة في مجتمعه يسيرها آخرون لصالح آخرين وطبقا لمجموعة قواعد غير عادلة.

الاغتراب: ويقصد بذلك شعور الفرد بأن المجتمع والسلطة لا يحسان به ولا يعنيهما أمره، وبأنه لا قيمة له في ذلك المجتمع. فرجل الشارع يعتقد أن مشاركته أو عدم مشاركته في الحياة السياسية سواء لن تغير من الواقع شيئا¹.

تعدد أسباب الاغتراب السياسي، والجدير بالذكر أن هذه الأسباب من شأنها أن تؤثر على الوعي السياسي للناخبين، وأن سلوك التصويت اللاعقلاني يمكن أن يؤثر على شرعية المنتخب (رئيسا أو مجلسا) باعتبار أن الشرعية تستمد مقوماتها من المساندة الشعبية .

ثانيا: الامتناع عن التصويت : أما الامتناع فهو عبارة عن ظاهرة ذات أهمية بالغة، ويفيد بالمعنى الضيق قرار متعمدا بعدم التصويت، غير أنه أصبح يطلق على جميع من لا يقتنعون ن لاتصافهم بعدم المبالاة وفقدان الاهتمام بالأمور الخارجة عن نطاق الأسرة الضيق أو أنهم يشعرون بالاغتراب في الحياة العامة، أما الذين يتعمدون الامتناع عن التصويت فهم في العادة يعبرون عن أراء أحزابهم التي لا تشارك في الانتخابات وقد يبدأ هذا الامتناع انطلاقا من عدم التسجيل في القوائم الانتخابية، كأولى الأشكال التي يظهر فيها كما يمكن أن يكون عن طريق عدم الذهاب الى الانتخاب، وفي

¹ - براشدي طارق، سعدي إحسان ، صناعة القرار الأمني في إسرائيل وتأثير المؤسسة العسكرية فيه، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص علاقات دولية ودراسات أمنية، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945 قالملة، 2013-2014 ص.11-12.

مستوى ثالث يظهر في إفساد ورقة التصويت، أو ترك الظرف فارغا، وكل هذه المظاهر تعد أشكالا للامتناع عن التصويت¹.

ظاهرة الامتناع الانتخابي قد تتخذ اتجاهين

1- الاتجاه الأول ظرفي مؤقت: يكون نتيجة الجهل أو القلة في الوعي أو الاهتمام السياسي، وفي هذه الحالة يطلق عليها المختصون اسم الامتناع L'abstention. كما يطلق عليه آخرون الامتناع اللاعقلاني، وهو الامتناع عن المشاركة الانتخابية من دون أن يكون له أسباب واضحة، والتي تنظر في ابتعاد المواطن عن الممارسة السياسية ككل، بدءا بالمستوى الأول للمشاركة السياسية ثم في الانتخاب، ويكون ذلك نتيجة العديد من العوامل منها حالة اللامبالاة بالسياسة عموما والانتخابات خصوصا أو عجه عن الحركية أو الفاعلية، ضعف وعيه السياسي، أو نتيجة للتخلف السياسي أو لظروفه الاجتماعية والاقتصادية .

2- الاتجاه الثاني مذهبي عقدي : وذلك عندما تتخذ هذه الظاهرة شكل مذهب واع من جانب فرد أو جماعة، وتصبح تعني عدم المشاركة نهائيا في أعمال وقضايا المجتمع السياسي، نتيجة ضعف الاندماج الاجتماعي أو الاغتراب السياسي ... وتسمى في هذه الحالة الامتناعية l'abstentionnisme وهي تشير إلى إتجاه يسلكه المواطنون الذين لهم الحق في الانتخاب عن قناعة نابعة من ذاتهم، ويرتبط هذا المذهب بالعديد من الأسباب منها : الوعي، الجنس، القوانين الانتخابية، درجة انفتاح النظام السياسي ... وقد يسميه البعض الآخر الامتناع العقلاني، وهو الذي يصدر عن المهتمين بالسياسة والمطلعين عليها والمتابعين لأخبارها، لأن

¹ - بارة سمير، الإمام سلمى، السلوك الانتخابي في الجزائر دراسة في المفهوم، الأنماط والفواعل، مرجع سبق ذكره ، ص42.

إمتاعهم هنا يعد موقفا سياسيا مقصودا ذو أهداف محددة، لأنه قائم على مجموعة من

المعطيات والشروط.¹

وللامتناع الانتخابي نوعين هما:

أ/ الامتناع العقلاني : ويصدر هذا النوع من السلوك من الأفراد المهتمين بالسياسة والمطلعين على أخبارها، لأن امتناعه يعد مقصود بهدف التعبير عن قناعات سياسية معينة ولهذا قد يعتبر الامتناع عن التصويت لونا من الاحتجاج الصامت.²

ويأخذ الامتناع العقلاني الأوجه التالية:

- الوجه الأول : يمتنع هؤلاء الممتنعين على أساس إحساسهم بعدم نزاهة العملية الانتخابية فالمواطنون المثقفون ذوي المعرفة السياسية بطبيعة العملية السياسية الانتخابية، وما قد يشوبها من تدخل حكومي من جهة، وظاهرة الترهل الحزبي من جهة أخرى، فكلما تواجدت هذه المظاهر كلما زاد اقتناع المهتمين بعدم جدوى مشاركتهم .
- الوجه الثاني: وهو نفسه الذي وضعه "فيليب " حيث ينفي عامل السلبية عن هؤلاء المتعلمين والمثقفين وما امتناعهم عن التصويت إلا تعبير عن موقف سياسي رافض للممارسة الانتخابية بصورها المعروضة، أي عدم الاقتناع بالبدائل التي تتيحها، وفي كلا الوجهين هم يشاركون من خلال إمتناعه عن التصويت .

¹ - بن يمينة، يحيى ، السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر (شباب مدينة وهران نموذجا)، مرجع سبق ذكره، ص53.

² - مجاهد، حنان، السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص59.

- الوجه الثالث: وهو وجه نضيفه حيث يتعلق بمن امتنع عن التصويت لأسباب قاصرة كالمرض، السفر، العمل... الخ، ولكن في قراراتهم مقتنعون بالمشاركة¹.

ب/ الامتناع اللاعقلاني : ويعني العزوف عن المشاركة في العملية الانتخابية دون الاستناد إلى أسباب واضحة نتيجة اللامبالاة السياسية² وعلى العموم يتصف المواطن اللامبالي بمجموعة من الصفات تميزه وتحدد ردود أفعاله أو استجابة إزاء ما يجري في المجتمع من حوله، يمكن إجمالها فيما يلي :

- انعدام قدرة المواطن على الاعتراف بمسؤوليته الشخصية .
 - غموض ما يستشعره من قلق وعدم الاستقرار والتهديد.
 - عدم التأثر بالأحداث السياسية ومتغيراتها .
 - العلة السياسية وعدم المشاركة في الحياة السياسية .
 - عدم الاهتمام بحقوقه الديمقراطية كحق الانتخاب³
 - آليات علاج الامتناع عن التصويت:
- 1- تسليط وتسهيل إجراءات التسجيل في القوائم الانتخابية، وتقليل تكاليف المشاركة وتسهيل إجراءات التصويت، بخلق أساليب جديدة للتصويت كالقتراع الإلكتروني وإمكانية الحصول على بطاقة انتخابية في نفس يوم الانتخاب، والتخفيف من إجراءات الوكالة الانتخابية .
 - 2- نشر الوعي السياسي بين المواطنين من خلال الاهتمام بالتنشئة السياسية والثقافة السياسية .
 - 3- بث روح الثقة في المجتمع .

¹ - بارة سمير، الامام سلمى ، السلوك الانتخابي في الجزائر دراسة في المفهوم الأنماط والفواعل، مرجع سبق ذكره، ص44.

² - مجاهد، حنان، السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص58.

³ - بارة، سمير، ليمام سلمى، السلوك الانتخابي في الجزائر دراسة في المفهوم الأنماط والفواعل، مرجع سبق ذكره، ص45.

4- إن احساس المواطن بأن الانتخاب وسيلة فعالة لتحقيق الحرية والمساواة، والتوزيع العادل

للثروة، فإن توجهه نحو صناديق الاقتراع سيكون مكثفا¹.

المبحث الثالث: النماذج المفسرة للسلوك الانتخابي

هناك العديد من التفسيرات للسلوك الانتخابي، وتتمثل في:

1- النموذج البيئي : يعتبر من أول النماذج المستعملة في السلوك الانتخابي عن طريق المفكر

"سيغفريد" الذي يرى بأن الأنموذج الجغرافي الإنساني يمكن من خلاله الحصول والتواصل الى جذور

السلوك الانتخابي للمواطن، وانتماءاته الى التجمعات الاجتماعية والوحدة الاقليمية فقد اوضح عدة

علاقات ترابطية بين المزاج السياسي والجغرافية الانسانية، والتي تؤثر بطبيعة الحال على نوع النمط

الانتخابي. وينقسم التفسير البيئي الى التفسير الجغرافي والتفسير التاريخي²:

أ- التفسير الجغرافي: يقوم على انشاء علاقات ترابطية بين المعطيات الانتخابية مع متغيرات

الوضع اين يظهر السلوك. كما يضع بوضوح وجود ترابط بين الهيئة الانتخابية،

ونسبة العمال في مختلف المناطق الادارية والعائلية المتحكمة، ولهذا فإن عملية التفسير ترتبط

بمكان الإقامة، خصائص الجغرافية المميزة للمكان. ومن خلال هذا النموذج يتضح تأثير

طبيعة تقسيم الدوائر الانتخابية على السلوك الانتخابي³.

¹ - نفس المرجع السابق، ص. 46.

¹ - بارة سمير، ليمام سلمى، النماذج الانتخابية: نحو مقارنة ميدانية لتحليل الانماط الانتخابية في الجزائر، دفاثر السياسة والقانون، عدد خاص افريل 2011، ص. 192-193.

³ - قمامي، محمد، السلوك الانتخابي، الموسوعة السياسية، في <https://plotical> -14;25 17/07/2020

encyclopedia.org/dictionary

يرجع إستعمال هذا النموذج في البداية الى "اندريه سيجفريد" عندما درس العلاقة بين طبيعة الارض والسلوك الانتخابي في غرب فرنسا عام 1913 ثم تطور هذا النموذج على يد "فرونسوا جوال" في سنوات الثمانينات في كتاب سماه الازمنة الانتخابية، لقد قام هذا الباحث بمجموعة من الابحاث حول جغرافيا الانتخابات بفرنسا منذ عام 1945. ووضع من خلالها العلاقة بين الاختلافات الجغرافية للمقاطعات الكبرى مع القانون العام المدني. وكذا الابنية الاجتماعية للاتصالات الانتخابية (اجهزة اتصالات)، هذه الاخيرة أنتجت سلوكات محددة للناخبين، كما أنه لم ينفي تأثير السلوك الانتخابي بالتقافة المحلية والعائلية. إلا أنه شكك في قوتها التفسيرية وعلى فهم وتوحيد أثار أجهزة الاتصالات الإجتماعية وعجزها عن تفسير ردود الأفعال الانتخابية أمام الظواهر العرضية والظرفية .

ب- نموذج التفسير التاريخي : لقد أدت العلوم السلوكية إلى توجيه الإهتمام الكامل نحو السلوك الظاهر للإنسان، وبالتالي تلاشى الإهتمام بالقيم والاتجاهات الذاتية للفرد، والذي يخضع سلوكه للملاحظة كأداة للدراسة، واصبحت الوثائق الخاصة تاريخ الحياة، السيرة الذاتية واليوميات والخطابات ... إلى غير ذلك من الوثائق وأدوات البحث التاريخي، لاتحظى إلابقية علمية محدودة تماما وفق هذا الرأي. لكن سرعان ما ظهرت نزعات أعادت من جديد مكانة البحث التاريخي، مؤكدة أهمية عالم المعاني والأفكار والقيم الذاتية والتاريخ، بطريقة لايمكن إنكارها، وفي ثوب جديد تماما كما يحمل رؤية جديدة للمنهج التاريخي تربط الحدث بنتائجه بعد أن تتمعن في أسبابه، مما يسمح بالإستفادة من المعطيات التاريخية في تفسير الأحداث المعاصرة وتقويمها.¹

يرى "بول بوا" رائد هذا النموذج خلافا لما ذهب اليه أندري سيجفريد عندما أكد على أهمية العوامل الجغرافية الديمغرافية، وأغفل العامل السياسي إذ أنه لايمكن تفسير السلوك الانتخابي بالتركيز على

¹ - بن ميمنة، يحي ، السلوك الانتخابي عند الشباب الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص61.

العوامل الجغرافية والديمغرافية وتجاهل العامل السياسي، ولقد اعتبر "بول بوا" ان مفتاح الإنفتاح السياسي الحاضر هو البحث في الماضي، والمقصود هنا إستقراء وإستنباط طابع الوقائع التاريخية التي ولدت وأنتجت ثوابت وأبنية عقلية وسياسية راسخة.¹

2- نموذج التفسير الاجتماعي والاقتصادي: ظهر هذا النموذج في سنوات الاربعينيات في أعمال مركز أبحاث جامعة ميشغن ويعتبر المفكر "بول لازارسفيلد" أحد اهم رواد هذا الانموذج ورأى بأن كل حزب يمثل من خلال طبقة أو مجموعة إجتماعية معينة والتصويت هذا محدد بالوضع الاجتماعي للناخب وكذلك دينه ومكان سكنه وبالتالي يعطي إشارة لاستعداد سياسي لدى الناخب يمكن توقعه .

ولذلك يعتبر الجماعات التي ينتمي إليها الناخب عاملا حاسما في تحديد سلوكه الإنتخابي كما أن هناك متغيرات إقتصادية تتعلق بإشكالية العمل والانتماءات المهنية ومستوى الأجور في حين تتركز المتغيرات السوسيوثقافية على مستوى التعليم، والانتماءات الطائفية والعرقية والولاءات الدينية إضافة إلى شبكة العلاقات التفاعلية الاجتماعية.²

لقد إهتم هذا النموذج كثيرا بالعوامل الاجتماعية الإقتصادية والثقافية على حساب عوامل أخرى لايمكن إستثناءها.

3- نموذج التفسير النفسي : تنتسب دراسات هذا النموذج إلى مجموعة من الباحثين من مركز الأبحاث في جامعة ميشغن الأمريكية وقد قام هؤلاء الباحثين بنقد المتغيرات الاجتماعية التي إعتدوها "بول لازارسفيلد" وزملاؤه في تفسير السلوك الإنتخابي محاولين الإجابة على سؤال مركزي كان محور إشكالية الأنموذج النفسي هو لماذا يجب التركيز على الجانب النفسي الفردي للناخب أكثر من

¹ - قعير، فاطمة ، الثقافة السياسية وانعكاسها على السلوك الانتخابي في الجزائر (1999-2014)، مذكرة ماستر، علوم سياسية، بومرداس، 2015-2016. ص35.

² - بارة، سمير، ليمام، سلمى ، النماذج الانتخابية: نحو مقارنة ميدانية لتحليل الانماط الانتخابية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص195.

انتمائه إلى الفئات المذهبية (الإيديولوجية) السياسية والاجتماعية، وأكثر من باقي العوامل الاجتماعية والثقافية والإقتصادية، وهي عوامل لها دورها الفاعل في تفسير السلوك الانتخابي .

ويرى أصحاب النموذج النفسي أن التصويت مشروط بتلك الإستعدادات السياسية التي يقننها الآباء لابنائهم، وعليه يصبح كل ناخب في مطلع شبابه متعلق و متمسك نفسيا بشكل ثابت بحزب سياسي معين وهذه الآلية التي تنطلق من شحن المواطن حتى يصبح متحزبا، من شأنها أن توسع الدور الذي يلعبه الموجه والمربي والقائد القدوة في عملية التنشئة والتكوين السياسي ¹.

قال: "نلسون بولسبي" و"ارونويلداورسكي" (أن الناخب وهو يعيش في محتوى إجتماعي مع والديه يتلقى منهم هوية إجتماعية تتضمن بداخلها محتوى سياسيا، فالفرد يكون ديمقراطيا أو جمهوريا مثلا إذا كانت عائلته وعلاقاتها تتصف بهذه الصفة، وهكذا فكل فرد يحاول أن يتقاسم مع أصدقائه ومع عائلته بعض الصفات المحددة مثل الدخل ودرجة التعليم والإيمان الديني ومكان السكن .. فإنه يحاول أن يتقاسم معهم أيضا الإنتماء إلى حزب معين)².

فالنموذج النفسي لا يرجع السلوك الانتخابي إلى عوامل بيئية أو ظروف تواجد الناخب الإجتماعية، وإنما يرجعها إلى إعتبارات نفسية عميقة تجعل الناخب يصدر سلوكات من دون وعي كالرغبة في الأمن والحياة، بحيث أن هذا النموذج يهتم بدراسة العلاقة بين الإنفتاح الفكري لدى الناخب، وتقديره لذاته ودوره عن طريق التصويت في الإنتخابات.

ومن العوائق التي تصادف هذا النموذج أن مرتكزاته غير قابلة للقياس، لأنه يرتبط بمجموعة من المدركات والقناعات والإتجاهات لا يمكن تحديد تأثيرها بشكل دقيق وإنما تتوقف عند الوصف وهنا

¹ - بارة، سمير، ليمام، سلمى، مرجع نفسه، ص196.

² - مجاهد، حنان ، السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره ص55.

نحصل على نتائج عامة لا يمكن تعميمها، لأن توفر نفس العوامل النفسية عند مجموعة من الأفراد لا يعني بالضرورة الحصول على نفس السلوكيات السياسية الانتخابية.¹

4- نموذج التفسير العقلاني: منذ بداية السبعينات بدأت الدراسات السياسية والاجتماعية لموضوع الانتخابات تتأثر بشكل واضح بالمدرسة السلوكية والاساليب الامبريقية في البحث، مما انعكس على الباحثين الذين إعتدوا على إقترابات أكثر علمية ومنهجية في دراسة السلوك الانتخابي وعلى رأسهم "انطونيدونز" الذي ينطلق من فرضية أساسية وهي أن السلوك الانتخابي للفرد عقلاني ومحسوب² حيث ركز "انطونيدونز" على عملية المفاضلة التي يقوم بها الناخبون ويوضح أساسه. يعطي هذا النموذج مكانة أساسية للفرد في تحليله للسلوك الانتخابي، حيث يرى أنه أثناء الانتخابات يقدم المترشحون المتنافسون برامج ويصيغون برامج تكون بمثابة عرض للخبرات، ويحاول الناخب أن يحصل مقابل صوته على تأثير أمثل على الشروط الملموسة لوجوده.³

5- نموذج التفسير التفضيلي : يتزعم هذا الإقتراب في دراسة السلوك الانتخابي الباحث "دينيس ليندن" الذي ينطلق من فرضية أساسية أن السلوك الانتخابي للفرد هو محصلة إحدى عمليتي المفاضلة التالية:⁴

أ- نموذج تفسير المرشح المثالي: يقوم هذا النموذج على مبدأ إختيار المستهلك لمنتجات معينة دون أخرى وينطلق من فرضية أساسية مؤداها أن لكل مواطن في كل مناسبة إنتخابية صورة كاملة وواضحة في ذهنه عن مرشحه المثالي وسيسعى يوم الإقتراع الى إختيار المرشح الذي يقترب كثيرا

¹ - قعير، فاطنة ، الثقافة السياسية وانعكاسها على السلوك الانتخابي في الجزائر (1999-2014)، مرجع سبق ذكره، ص37.

² - بلية، لحبيب، بلغيث، عبد الله ، محددات السلوك الانتخابي في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص441.

³ - قعقاع، اسلام الدين ، دراسة السلوك الانتخابي لدى مواطني عين مليلة من خلال الانتخابات البلدية 29 نوفمبر 2012، مرجع سبق ذكره ، ص25.

⁴ - بلية، لحبيب، بلغيث عبد الله ، محددات السلوك الانتخابي في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص442

من رأيه يتم التساؤل فيه عن الصفات التي يرغب الناخبون وجودها لدى ممثليهم ثم ترتيب هذه الصفات حسب الأهمية ثم يليها تقييم الناخبين للمرشحين حسب ماسبق عندها سيكون إختيار الناخب هو المرشح الذي يحوز على أكبر علامة بعد إجراء محصلة العلامات الخاصة بكل الصفات والأهمية المولاة لكل صفة ومنه المرشح الفائز حسب هذا النموذج هو نتاج عملية رياضية حسابية تربط بين الأوصاف المثالية التي يرغب فيها الناخب وبين إمتلاك أو إقتراب المرشحين الفعليين من تلك الأوصاف.¹

ب- نموذج الإلغاء والإختيار المثالي: إقترح "ليندن" و"وال" هذا النموذج عند دراسة السلوك الانتخابي سنة 1974 ويفترض من خلاله أن الناخب يجري مقارنات بين المرشحين إستنادا إلى مجموعة من المعايير محددة مسبقا² وخلال المقارنة يركز الناخب في بداية الأمر على الجوانب الأكثر سلبية من المعايير المدرجة في المقارنة ليستخرج في الأخير المرشح الذي تتوفر فيه المعايير الأكثر إيجابية وفي حالة عدم توفر هذا المرشح فإن الناخب سيعيد صياغة مجموعة من المعايير الأخرى التي يفاضل من خلالها مرة أخرى بين المرشحين.³

¹ - تهايمي، محمد ، السلوك الانتخابي، مرجع سبق ذكره (موقع)

² - بلية، لحبيب، بلغيث عبد الله ، محددات السلوك الانتخابي في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص442.

³ - تهايمي، محمد ، السلوك الانتخابي، مرجع سبق ذكره (موقع).

المبحث الرابع: العوامل المتحركة في السلوك الانتخابي:

هناك عدة عوامل تتحكم في السلوك الانتخابي لدى الفرد والمجتمع أهمها:

* التنشئة السياسية:

على الرغم من تعدد وتنوع دراسات التنشئة السياسية، فإنها لم تقض إلى مفهوم محدد ومتفق عليه ولازال هذا المفهوم يكتنفه كثير من الاختلاف وكذلك التداخل مع العديد من المفاهيم التي تقترب منها وتتشابه معه أو تقترب منه مثل : الثقافة السياسية أو المشاركة السياسية سواء من حيث المنطوق والمضمون أم من حيث الدلالة والأهداف إذ أن هذا المصطلح يمثل قاسما مشتركا بين المتخصصين في علم السياسة وعلم الاجتماع والإعلام، حيث أن كل منهم يحاول أن يحدد مفهوما يتناسب مع إهتماماته ويخدم المجال الذي يعمل فيه ومازالت التنشئة السياسية في مراحلها الأولى كما يعد مفهوما أحد المفاهيم المحورية في الكتابات الاجتماعية والسياسية المعاصرة حيث أن أول من حدد مصطلح التنشئة السياسية هو "هربت هايمان" وذلك في دراسته في العام 1951م في كتاب بعنوان التنشئة السياسية.¹

هي جزء من عملية التنشئة الاجتماعية، وهي طريقة ينقل بها المجتمع التوجهات والمعارف والقيم السياسية من جيل إلى جيل، فيعرفها فريد جرننتشين وتعني التلقين الرسمي وغير الرسمي المخطط وغير المخطط للمعارف والقيم والسلوكيات السياسية عن طريق المؤسسات السياسية والاجتماعية.² فهي تلك العملية التي يكسب من خلالها الفرد معلوماته وحقائقه وقيمه ومثله السياسية ويكون

¹ - جود، لؤي محمد يوسف ، دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية الحزبية في التنشئة السياسية (دراسة تحليلية وميدانية مقارنة)، رسالة ماجستير،

كلية الاداب، الجامعة الإسلامية بغزة، 2018. صص 87- 88.

² - حمودي، سميرة ، الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين (جامعة تلمسان نموذجاً)، رسالة ماجستير، تخصص علم الاجتماع السياسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015-2016 . صص 25 .

بواسطتها مواقف وإتجاهاته الفكرية والإيديولوجية. حيث عرفها ريتشارد فاجن " عملية غرس المعلومات والقيم والممارسات الثورية سواء كانت رسمية او غير رسمية بأسلوب مخطط او غير مخطط له لخلق أنواع من المواطنين لبقاء نمو المجتمع. "

فالتنشئة السياسية تعني وتهتم بمشاركة المواطن سياسياً، ومن ذلك ممارسة حقه الانتخابي إذ أن ممارسة هذا الحق تستلزم قدراً من الوعي السياسي الذي توفره التنشئة السياسية من خلال اكتساب المواطن مجموعة من المعلومات والمفاهيم والقيم والإتجاهات والقناعات وما يرتبط بها من سلوك وممارسات تنمي وعيه السياسي وتساعد على فهم العالم السياسي الذي يعيش فيه وأن يؤدي دوره فيما بعد بوعي وخلق كفاءة ومسؤولية ولهذا فالسلوك الانتخابي للمواطن يتحدد بقدر كبير بما إكتسبه من قيم وإتجاهات ومعلومات سياسية في مرحلة الطفولة إذ إكتشفت دراسات في السلوك الانتخابي درجة التأثير البالغ الذي تمارسه الأسرة كإحدى مؤسسات التنشئة على أفرادها في سلوكهم الانتخابي ولذا إتجه دارسو السلوك الانتخابي إلى التنبؤ بهذا السلوك إنطلاقاً من معرفة توجه الأباء وكيفية أدائهم لواجبهم الانتخابي.¹

* الثقافة السياسية:

تعد الثقافة السياسية مصطلحاً حديثاً كانت المدرسة السلوكية أول من أولته بالبحث ثم تبنته المدرسة التنموية في مطلع ستينات القرن الماضي في محاولة منها لتمييز مراحل نمو وتطور النظم السياسية وإنتقالها الى نظم تقليدية الأخرى حديثة.²

¹ - بارة سمير، ليمام سلمى، مقال حول السلوك الانتخابي في الجزائر (دراسة في المفهوم والأنماط والعوامل)

² - محمد عبد، إبتسام: دور الثقافة السياسية في تشكيل الهوية الوطنية في عراق ما قبل وما بعد الاحتلال، دراسات دولية، العدد الخامس والثلاثون، ص135.

عرفها (لوشيان باي): بأنها مجموعة القيم والمعتقدات السياسية السائدة في أي مجتمع والتي تتميز عن غيره من المجتمعات وتخلق نوعاً من الملائمة الاجتماعية لسلوك الأفراد وتعطي للعمليات السياسية شكلاً ومضموناً بالطريقة نفسها التي تعطيها الثقافة العامة ملائمة للحياة الاجتماعية¹.

ويعرف قاموس اكسفورد الثقافة السياسية بأنها: الاتجاهات والقيم التي تتصل بعمل نظام سياسي محدد وتعد بمثابة معرفة متضمنة ومهارات مكتسبة عن عمل هذا النظام كما تتضمن اتجاهات إيجابية أو سلبية نحوه إلى جانب أحكام تقييمية بشأنه. أما (فيليب برو) فقد عرفها بأنها تتكون من مجموعة من المعارف والمعتقدات تسمح للأفراد بإعطاء معنى للتجربة الروتينية لعلاقتهم بالسلطة التي تحكمهم كما تسمح للمجموعات باستخدامها كمرجع للتعريف بهويتها فهي تسمح لكل منهم بتحديد موقعه في المجال السياسي وذلك من خلال تعبئة حد أدنى من المعالم الواعية أو غير الواعية التي ترشده في سلوكه².

إن بداية تكوين أي نظام سياسي لأي دولة يبدأ من وجود الثقافة السياسية التي هي بمثابة العنصر الأساسي في تغذية النظام والمحافظة عليه، فباختلاف أنواع الحكومات من حكم ديمقراطي أو استبدادي... الخ جميعها تقوم على قيم ومكونات الثقافة السياسية التي تختلف من مجتمع لآخر تبعاً للنظام القائم الذي يعني بالثقافة التي تتواءم معه³.

¹ - لرمحي، علي محمد علي ، دور وسائل الإعلام البحرينية في تعزيز الثقافة السياسية لدى النواب البحرينيين من وجهة نظرهم (2016-2017)، رسالة ماجستير، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017. ص12.

² - حليلو، نبيل ، التنمية والثقافة السياسية :أية علاقة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثامن، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، جوان 2012. ص27.

³ - صقر، وسام محمد جميل ، النخبة السياسية وإنعكاسها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، 2008-2009، (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قطاع غزة)، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر - غزة، 2010. ص45.

ويذهب البعض إن مفهوم الثقافة السياسية يعد من بين المفاهيم السياسية الرئيسية التي تستعين بالرموز والتفاعلات والمعاني في تفسير الواقع السياسي الاجتماعي، وليس معنى تبني هذا المفهوم أن هذا الواقع ينطوي على قيم ومعتقدات وأفكار ومعاني متماثلة أو متسقة ذلك ان نطاق القيم والمعتقدات واسع الى حد كبير كما تتسم هي ذاتها بالتنوع والتباين.¹

مما سبق نستنتج أهمية الثقافة السياسية وفعاليتها ودورها في التأثير على السلوك الانتخابي إذ أنها من العناصر المكونة والمشكل للوعي السياسي للمواطن الناخب مما يجعله يساهم في المشاركة السياسية او الإمتناع عن أداء هذا الواجب.²

* الحملات الانتخابية:

هي الفترة التي تسبق موعد الانتخابات المحدد رسميا وقانونيا (اي بموجب قانون الانتخابات) والتي يتقدم خلالها المرشحون للانتخابات بغرض برامجهم على الناخبين وقد لجأ المشرع ومعه السلطات التنظيمية التنفيذية والقضائية بهدف تأمين مبدأ المساواة بين المواطنين، وضبط وسائل الدعاية الى حصر المعركة الانتخابية في شبكة ضيقة عن القواعد القانونية ويفرض مبدأ المساواة أن تؤمن الدولة لجميع المرشحين التسهيلات ذاتها من أجل حملاتهم الانتخابية وأن تحول دون تجاوز أحد الأطراف إستعمال إمتيازاته (المال وسائل الإعلام العامة) للتأثير غير المشروع وغير المتكافئ على الناخبين ومبدأ المساواة هذا تضمنه السلطات العامة ولجان المراقبة والإشراف في حال إستعمال المرشحين للوسائل السمعية البصرية.³

¹ - الطيب، مولود زايد، علم الاجتماع السياسي، ط1، دار الكتب الوطنية، بنغازي-ليبيا، 2007. ص183.

² - بارة، سمير، ليمام سلم، السلوك الانتخابي في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص48.

³ - الزاوي محمد الطيب، قندوز عبد القادر، تنظيم الحملات الانتخابية من خلال قانون الانتخابات الجزائري، دفاثر السياسة والقانون، عدد خاص أفريل 2011، قسم العلوم السياسية، جامعة ورقلة، الجزائر، ص246.

يعرفها البعض بأنها نشاط تسويقي يتطلب تطبيق المبادئ والأسس الحديثة لمفهوم التسويق الحديث حيث يتم تحديد المحاور الأساسية أو المواضيع التي يتم من خلالها جذب أو الحصول على تأييد الناخبين وبالتالي الفوز في الانتخابات وهي ضمن هذا المنظور عملية تواصلية الهدف منها تقديم مرشح يطمح لتولي منصب سياسي في موقع من مواقع التدبير للشأن العام وتعريف الناخبين به وبكفاءته ورأسماله السياسي قصد إقناعهم أنه جدير بالمنصب ومن ثم حثهم على التصويت لصالحه¹.

النظام الانتخابي:

حظيت النظم الانتخابية باهتمام بحثي كبير في النصف الثاني من القرن العشرين وأخذ هذا الحقل المعرفي بالتطور مع وضوح دور النظم الانتخابية في عملية بناء النظام السياسي وتحقيق الديمقراطية وبدأ يبرز بوصفه حقلا نظريا متبلورا في ثمانينات القرن الماضي فقط، واخذت دراسة النظم الانتخابية تتخذ موقعها المهم في العلوم السياسية ومنها حقول السياسة المقارنة وأنظمة الحكم ودراسات التحول الديمقراطي لاحقا لا بوصفها داعمة لهذا التحول فحسب ولكن لكونها معيقة له في حالات أخرى.²

يعرف النظام الانتخابي : بأنه الطريقة التي يتم بمقتضاها إحتساب الأصوات المدلى بها في إنتخاب عام من أجل تبين المرشحين الفائزين بالمقاعد المتنافس عليها فسواء كان النظام أكثريا أو نسبيا فإنه يهدف لوضع الصيغة الرياضية المستعملة لحساب تخصيص المقعد، ويتأثر هذا النظام بشكل كبير بالعوامل الإدارية المرفقة للحملة الانتخابية مثل توزيع الناخبين وأليات الفرز وإحتساب الأصوات هذه

¹ - رزاق، لحسن ، الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة (دراسة في تحليل مضموني صحيفة الخبر والشروق)، رسالة ماجستير، تخصص صحافة ، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2010 . ص79.

² - مصطفى، مهند ،النظم الانتخابية وأثرها على الاندماج الاجتماعي والسياسي في الدول العربية التي تمر بتحول ديمقراطي : حالات مصر وتونس، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، المؤتمر السنوي للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 31 مارس 2013.

الأمر ذات الأهمية الخاصة قد تؤدي إلى تفويض النظام الانتخابي إذا لم تكن متوافقة فيما بينها ومتلائمة مع الوضع الاجتماعي والسياسي القائم.¹

القوائم الانتخابية:

تعرف الجداول الانتخابية (القوائم الانتخابية) بأنها الكشوف التي تضم أسماء المواطنين المؤهلين للإقتراع أو التصويت في الانتخابات وذلك بما يضمن المشاركة في هذه الانتخابات ومما لاشك فيه أن القوائم الانتخابية هي أحد المعايير الأساسية التي تتحكم في قياس هذه المشاركة السياسية للمواطنين في عملية الانتخاب وأحد العوامل المتحركة في فعالية هذه المشاركة ونوعها وطبيعتها ولذلك فإن الوصول

الى قوائم إنتخابية تتسم بالنقاء والشمول هو أمر في غاية الأهمية والهدف منها دعم المشاركة السياسية وتحفيزها وتفعيلها في النظم السياسية.²

¹ - داودي، عبد المالك ،حدود السلطة التنفيذية في العملية الانتخابية المحلية، رسالة ماجستير، تخصص إدارة الجماعات المحلية، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي، سعيدة، 2015-2016. ص9.

² - بارة، سمير، ليمام، سلمى ، السلوك الانتخابي في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص53 .

المبحث الخامس: كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي

ان التطور التكنولوجي والتحول من تقنيات ويب 1.0 الى ويب 2.0 ادى الى وجود ظاهرة جديدة وهي مواقع التواصل الاجتماعي وامكانية استخدامها في مجال الاتصال السياسي كما تعتبر الحملات الانتخابية الالكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي هي الاخرى ظاهرة جديدة حيث قدمت على

مواقع الفيس بوك الحملة الالكترونية لانتخابات الرئاسة الامريكية في العام 2008.¹

فمواقع التواصل الاجتماعي لم تؤثر على مناحي الحياة السياسية من خلال ادواته الاعلامية والتي وان كان لها دور في تفتح افاق المشتركين بها سياسيا، وعملت على تثقيفهم بحقوقهم واوحت لهم الامل بالديمقراطية وكشفت لهم حقائق عديدة حجبها عنهم وسائل الاعلام الرسمية ليصبح لهم منبر حر لتبادل الاراء ونشر الافكار بحرية بعيدا على قيود السلطات القمعية.²

برز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة بالاضافة الى تزويد الشعب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الراي في المجتمع، كما انها تلعب دورا هاما في خلق التماسك بين جميع افراد الشعب في المواقف السياسية الهامة.³

¹ - حسن، عبد العزيز علي، العلاقة بين الإتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب (دراسة تطبيقية على إنتخابات رئاسة الجمهورية على مصر)، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43، العدد 01، 2016. ص 230.

² - المقدادي، خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 124-125.

³ - رأفت، مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، (دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والانبار وتكريت)، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الأداب والعلوم، قسم الصحافة والعلوم، 2013. ص 50.

خلقت مواقع التواصل الاجتماعي اعلاما مختلفا عن الاعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة واستطاعت ان تتفاعل مع هذه الاحداث على مدار الساعة وتنقل الحدث اول باول ومن مكان حدوثه ويواكب هذا النقل سرعة انتشار مذهلة لا يستطيع الاعلام التقليدي مجاراتها فقد تفوقت على العديد من الفضائيات في النقل المباشر للاحداث والوقائع وبث الاخبار بلحظتها متضمنة صورا ومقاطع مرئية حيث اصبحت تمتلك منها القوة والحرية مايؤولها لتلعب دورا بارزا في رسم السياسات المحلية والاقليمية والدولية، كما اصبحت جزءا من العملية السياسية تؤثر وتتأثر بها.¹ وقد شهد العالم ومنطقة الشرق الاوسط مؤخرا دورا فاعلا ومؤثرا لمواقع التواصل في سير بعض الاستحقاقات الانتخابية على غرار ماحدث في الولايات المتحدة الامريكية وفرنسا والجزائر والصومال وايران في الوقت الذي يظل فيه حجم تأثير هذه المواقع مرهونا بمدى استجابة الانظمة السياسية لاتجاهات الراي العام ومدى انتشار وشعبية هذه المواقع في الدول المختلفة.²

¹ - شدان، يعقوب خليل أبو يعقوب ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015 . ص42.

² - مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، الخميس 18 ماي 2017 . Item/ainpageM/AF.ar/ mocfutureae/2805.

خلاصة الفصل

لقد تطرقنا في هذا الفصل الى السلوك الانتخابي وأهم التعريفات التي شملته وأهم النماذج المتعلقة به وأنماط التصويت بالإضافة إلى العوامل المتحكمة فيه .

ومنه يمكن القول أن السلوك الانتخابي مجال واسع جدا فهو ذو اتجاهين إتجاه يشمل المشاركة السياسية والتصويت وتعني المشاركة في الانتخابات والتفاعل معها وإتجاه يشمل الإمتناع والعزوف عن التصويت، وكل إتجاه حسب ميولاته ورغباته.

ونحن في دراستنا هذه سلطنا الضوء على السلوك الانتخابي لدى الجزائريين من ناحية المشاركة السياسية ودراسة المشاركين في الانتخابات الرئاسية لعام 2019 والتي سنتطرق إليها في الفصل التالي.

الْجَانِبُ النَّظَائِفِي

تمهيد:

في هذا الفصل قمنا بدراسة الجانب التحليلي والتفسيري للدراسة من خلال دراسة وتفسير كيف أثرت مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي لدى الجزائريين ، وإخترنا عينة من الجمهور الجزائري وقمنا بتطبيق الدراسة عليها من خلال دراسة إستطلاعية قمنا بها يوم الانتخابات. وكان إختيار ولاية قالمة بحكم أنها مقر السكن لنا نحن الباحثين ونظرا لصعوبة التنقل بين الولايات يوم الانتخابات سلطنا الضوء على جمهور ولاية قالمة . وكان حجم العينة التي أجريت عليها الدراسة 46 مفردة موزعين على ثلاث مناطق، حيث اعتمدنا على العينة القصدية من خلال إختيارها من بين أفراد الجمهور الناخب.

ومن أجل الوصول إلى نتائج دقيقة عن المبحوثين قمنا بإجراء دراسة إستطلاعية على الجمهور الناخب يوم الانتخابات، ونظرا لضيق الوقت (المدة الزمنية المحصورة بين تحديد موضوع المذكرة والبحث عن المشرف وإتمام باقي الإجراءات ويوم الانتخابات الرئاسية التي أجريت في 2019/12/12 كانت ضيقة جدا) مما أثر على الإعداد الجيد للإستمارة، ومع ذلك حاولنا الإلمام بكل جوانب الموضوع في هذا الإستبيان الذي أعد في ظرف وجيز جدا.

وقد قمنا بتوزيع الإستمارات على الجمهور الناخب في مراكز الإقتراع بثلاث بلديات من ولاية قالمة: المركز الاول مدرسة الشهداء العشرة بدائرة وادي الزناتي ، والمركز الثاني كان بمدرسة مصطفى بولذروع ببلدية رأس العقبة، والمركز الثالث بمدرسة الشهداء طعيوج وأبناؤه ببلدية عين رقادة.

قمنا بتقسيم أسئلة الإستبيان إلى ثلاث محاور أساسية مرتبطة بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية

المحور الاول: تضمن البيانات الشخصية للمبحوثين .

المحور الثاني: تضمن عادات إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين .

المحور الثالث: تضمن السلوك الانتخابي والعوامل المؤثرة فيه بالنسبة لعينة الدراسة .

المحور الاول: البيانات الشخصية

الجدول الاول : يوضح الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	24	52.17%
انثى	22	47.89%
المجموع	46	100%

الشكل 1: يوضح متغير الجنس



التعليق

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور تعدت نسبة الإناث حيث بلغت نسبة الذكور 52.17% أما بالنسبة للإناث فكانت نسبتها 47.89%.

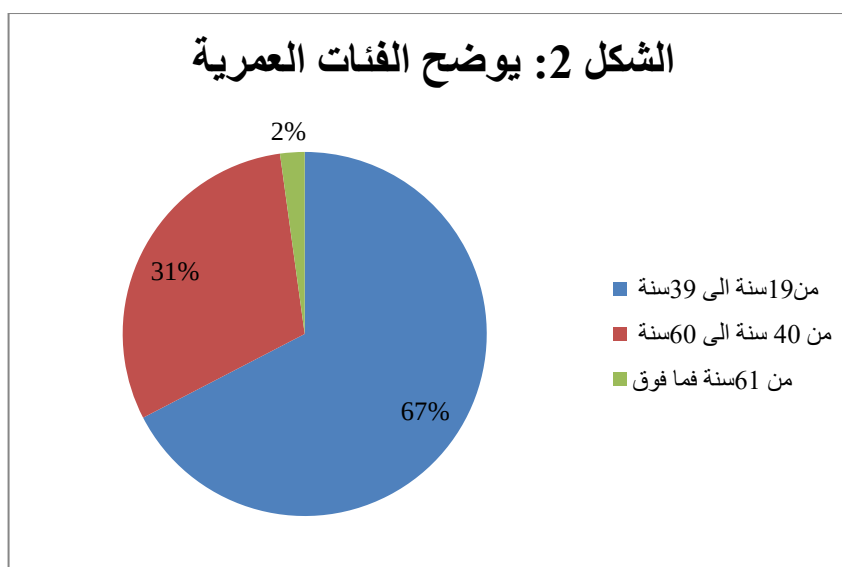
التحليل والتفسير

بما أن دراستنا كانت في مراكز الاقتراع يوم الانتخابات، هذا يدل على أن الذكور أكثر اهتماماً بالسياسة من الإناث وأكثر متابعة لمجريات الأحداث السياسية في البلاد وتطلعهم إلى مستقبل زاهر كل هذا دفعهم إلى الالتحاق بمراكز الاقتراع والإدلاء بأصواتهم بالإضافة إلى ذلك فالمرأة في المناطق و البلديات الصغيرة عادة ما تتنازل عن حقها في الانتخاب والتعبير عن رأيها وذلك لاعتبارات عديدة منها العادات والتقاليد التي أدت إلى عدم تشجيع المرأة على المشاركة في الانتخابات، بالإضافة إلى عدم إهتمام المرأة في المجتمع الجزائري بال مجال السياسي، كذلك تدني مكانة المرأة في المجتمع خاصة في المناطق الصغيرة والمعزولة يضاعف من تأثيرها في العملية

الانتخابية، وتبين إحصائيات هذا الجدول الأهمية يحظى بها المجال السياسي بالنسبة للذكور مقارنة بالإناث .

الجدول الثاني: يوضح الفئات العمرية لعينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	السن
67.39%	31	من 19 الى 39 سنة
30.43%	14	من 40 الى 60 سنة
2.17%	01	من 61 سنة فما فوق
100%	46	المجموع



التعليق

من خلال دراسة متغير السن نلاحظ أن أعمار الجمهور المبحوث كانت محصورة بين 19 سنة الى 61 سنة ، حيث نلاحظ أن الفئة من 19 إلى 39 سنة احتلت المرتبة الأولى بنسبة 67.39% اي معظم الناخبين شباب، في حين تحتل فئة الجمهور من 40 الى 60 سنة المرتبة الثانية بنسبة 30.43%، فيما احتلت الفئة من 61 سنة فما فوق المرتبة الأخيرة بنسبة ضئيلة جدا حيث بلغت 2.17%.

التحليل والتفسير

من خلال هذا الجدول يتبين لنا أن نسبة الشباب كانت مرتفعة مقارنة بالفئات الأخرى، وهذا يدل على وعي الشباب السياسي ونظرتهم التطلعية للمستقبل من خلال المشاركة والتعبير عن آرائهم بكل حرية وديمقراطية من خلال المشاركة في الانتخابات، وحماس الشباب خاصة الذين يخوضون التجربة لأول مرة هذا ما يدفعهم للمشاركة في الانتخابات بقوة، أيضا رغبة هؤلاء الشباب وإيمانهم بالتغيير جعلهم يهرعون للمشاركة في العملية السياسية، بينما باقي الفئات العمرية الأخرى ربما تكون لديها نظرة مغايرة عن الانتخابات من خلال تجاربها السالفة وتلقت صدمات كثيرة مما جعلها تعزف عن المشاركة في الانتخابات لأن ذلك سيكون دون فائدة، وسيبقى الوضع على حاله، بالإضافة إلى أن عدم اهتمام فئة الكهول والشيوخ بمواقع التواصل الاجتماعي والتي أصبحت تلعب دورا كبيرا في عملية نشر الوعي السياسي والدفع بالمواطنين إلى المشاركة السياسية مما جعل هذه الفئة الأخيرة أقل اهتماما بالمشاركة في الانتخابات.

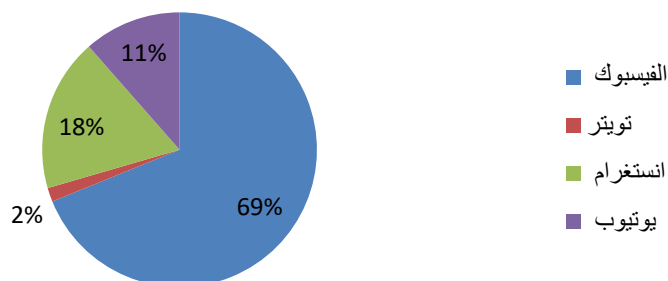
ومنه نستنتج أن فئة الشباب هي أكثر فئات الجمهور تأثرا بمواقع التواصل الاجتماعي وإنعكس ذلك على سلوكهم الانتخابي.

المحور الثاني: عادات وإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول الاول: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر إستخداما

النسبة المئوية	التكرار	الموقع
59.15%	42	الفيسبوك
1.40%	01	تويتر
15.49%	11	انستغرام
23.49%	07	يوتيوب
100%	71	المجموع

الشكل 3: يوضح أنواع مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما



التعليق

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة عالية من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى حيث أخذ الحيز الكبير من إهتمام الشباب إذ بلغت نسبة استخدامه 59.15% ، ثم يليه اليوتيوب بنسبة 23.49%، ثم الانستغرام بنسبة 15.49%، وفي المرتبة الأخيرة تويتر بنسبة 1.40%

التحليل والتفسير

يمثل الجدول مواقع التواصل التي يستخدمها أفراد العينة وتشير النتائج إلى أن 59.15% من المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك، ويمكن تفسير هذا التفوق لهذه الشبكة بحد ذاتها لسبب توفرها العديد من المميزات التي يحتاجها روادها من أدوات تفاعلية لا تتوفر في الكثير من الشبكات الاجتماعية الأخرى وأنها لا تقتصر على جانب واحد فقط كالصور والكتابة مثلا بل تجمع بين الكتابة والصور والفيديوهات ولا تقيد المستخدم بعدد معين من الكلمات المكتوبة أو الصور أو مدة معينة للفيديو إلى جانب توفره على أدوات التواصل النصي والصوتي والمرئي وإرسال الملفات وتكوين الصداقات ومتابعة الشخصيات والصفحات والمجموعات وتتيح شبكة الفيسبوك أيضا حفظ المنشورات للإطلاع عليها في وقت آخر.

كما أن الفيسبوك ساحة مهمة للتعبير عن الآراء حول الأحداث والأوضاع السائدة و أصبح وسيلة تكميلية مع الوسائل الإعلامية التقليدية أو بديلا لها خاصة في ظل ما عانتها وما تعانيه هذه الوسائل من غياب للمصداقية وتجاهل للأحداث مما دفع بالمهتمين إلى التوجه إلى هذه المواقع. ومن بين أهم الأحداث التي يتناولها المستخدمون الأحداث السياسية حيث أصبح أداة مهمة للمشاركة السياسية بشتى الطرق كمتابعة الأخبار السياسية ومناقشتها سواء مع من يتوافقون أو يتعارضون إتجاه موضوع سياسي معين ومعرفة أهم الأخبار والمعلومات الضرورية وبالتالي يعتبر الفيسبوك وسيلة مهمة للتعبير عن الآراء بكل حرية وديمقراطية ويستخدم الفيسبوك كوسيلة لتحفيز وخلق الأنصار المؤيدين للفوز في الإستحقاقات الإنتخابية من الحملات الإنتخابية عن طريق هذه الشبكة وبث برامج المترشحين من خلال صفحاتهم على الفيسبوك وبالتالي يعتبر هذا الأخير وسيلة لنشر الوعي السياسي ومنه يمكن القول أن الفيسبوك لعب دورا مهما في الحياة السياسية فقد شاع إستخدامه بشكل واضح مما أسهم في تعزيز مشاركة سياسية فاعلة ضد أنظمة فاسدة بالإقبال على هذا الموقع وإعتباره مصدرا أساسيا في إنتقاء المعلومة فور حدوثها والتأثير في الرأي العام جعله مصدرا مهما من مصادر الوصول السريع للأهداف فتأثير هذا الموقع ينمو بشكل متطور وسريع مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

أما بالنسبة لأقل نسبة فكانت من نصيب موقع تويتر حيث كانت نسبته 1.40% وهي نسبة ضئيلة جدا وهذا راجع إلى أن المبحوثين لا يستخدمون هذا الموقع بسبب الإعلانات المزعجة التي تظهر على صفحة المستخدم إضافة إلى أن هذا الموقع نفسه من يغير الصورة الخاصة بالمستخدم إلى صورة بيضاء مقارنة بموقع الفيسبوك كذلك يسمح موقع تويتر بمشاركة المحتوى النصي فقط كل هذا جعل المبحوثين ينفرون منه.

أما اليوتيوب حصل على نسبة 23.49% فهو أحد أهم المواقع الشهيرة خاص بمقاطع الفيديو ، يدعم تحميل الأفلام والأغاني من كل نوع ، كما أنه يعتبر موقع سهل وبسيط يمكن لأي شخص إستخدامه بمجرد الضغط على بريد مشاهدته ، كما أنه أداة مناسبة للترويج للأفكار والسلع والخدمات باختلاف أنواعها ، يتيح إمكانية التعليم عن بعد ، وكذلك يساهم في تثقيف الفرد من خلال العديد من القنوات التي تختص في نشر الوثائقيات عن العديد من المواضيع ، وأتاح للمجال الطبي مشاهدة مختلف العمليات الجراحية مما سهل المهمة على الجراحين المبتدئين ، دون أن ننسى دوره في مجال الترفيه

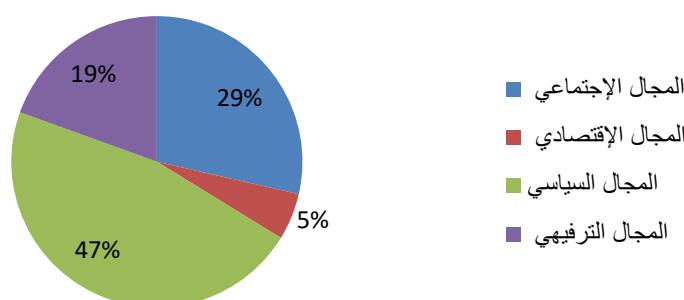
من خلال عرض برامج مضحكة وأفلام كرتون ومشاهدة حفلات وأغاني ومسلسلات وأفلام كما أن أهم ميزة أدت إلى شهرته هي أنه يحقق الربح المادي كلما زادت عدد مشاهدات المحتوى المعروض يتيح كذلك خاصية البث المباشر مما يجعله قناة لتوثيق الأخبار والأحداث اليومية وبالتالي ساهم في كسر إحتكار المعلومة من طرف وسائل الإعلام الحكومية و استخدم كوسيلة لتعبئة وحشد المجتمع المدني والعمل على تحريك الشعب ضد الأنظمة الحاكمة ، خاصة في الدول العربية وبالتالي خلق مناخ ديمقراطي .

أما الانستغرام قد حاز على نسبة 15.49% وهذا راجع إلى أنه موقع يسمح بنشر عدد لانهائي من الصور ومقاطع الفيديو ومشاركتها مع الأصدقاء وكذلك تعديلها بإضافة الفلاتر والتأثيرات المختلفة ، كما يتيح أيضا إمكانية التفاعل من خلال تسجيل الإعجاب والتعليق ومتابعة الآخرين .

الجدول الثاني: يوضح مجال الإهتمام في مواقع التواصل الاجتماعي

المجالات	التكرار	النسبة المئوية
المجال الاجتماعي	22	28.57%
المجال الاقتصادي	04	05.19%
المجال السياسي	36	46.75%
المجال الترفيهي	15	19.48%
المجموع	77	100%

الشكل 4: يوضح مجال الإهتمام في مواقع التواصل الاجتماعي



التعليق

نلاحظ من خلال الجدول أن مجالات الإهتمام في مواقع التواصل الإجتماعي هي مجالات متعددة ويتبين لنا من خلاله أن المجال السياسي هو الأكثر إهتماما بنسبة 46.75% ثم يليه المجال الإجتماعي بنسبة 28.57% ، ثم المجال الترفيهي بنسبة 19.48% وفي الأخير المجال الإقتصادي بنسبة 05.19%.

التحليل والتفسير

أظهرت النتائج أن أكثر نسبة كان للإهتمام السياسي بنسبة 46.75% وهذا راجع إلى الفترة غير المسبوقة في تاريخ الجزائر بداية من 22 فيفري 2019 حيث عاشت الجزائر وضعاً سياسياً إستثنائياً بسبب إحتجاج الشعب ضد العهدة الخامسة للرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة ، إذ تميزت هذه المظاهرات بأنها مظاهرات حاشدة لم يسبق لها مثيل لهذا كانت محور إهتمام الشعب الجزائري وحتى الرأي العام العالمي نظراً لسلميتها وتحضرها رغم كبر حجمها إتساع مجالها الذي مس كل ولايات الوطن كل يوم جمعة . تميزت هذه الفترة باهتمام واسع من طرف كل فئات المجتمع بما يجري من سابقة في تاريخ الجزائر ولما يحدث من أحداث متسارعة من إستقالات وإعتقالات لشخصيات معروفة ولها ثقل في الساحة السياسية ، تلاها تحديد تاريخ الإنتخابات الرئاسية والتي بدورها جاءت في ظروف إستثنائية مما جعلها محور إهتمام للشعب الجزائري والعالم ككل ، والتي جرت في 12 ديسمبر 2019 لاختيار رئيس جديد للجزائر ، والتي أعرب أزيد من 100 جزائري عن نيتهم للترشح ، لكن في الأخير قبلت ملفات خمس مرشحين فقط ، وأسفرت عن فوز عبد المجيد تبون بعد حصوله على نسبة 58,15% من الأصوات .

كل هذه الأحداث خلقت كما هائلاً من المعلومات والأخبار والتساؤلات والتحليلات والنقاشات التي كان الشعب الجزائري يخوضها في ساحات مواقع التواصل الإجتماعي التي سمحت لهم بالتعبير عن آرائهم ومواقفهم من الإحتجاجات والإنتخابات والتواصل وتبادل الأفكار فيما بينهم ورفع وتيرة المشاركة في الحياة السياسية وتغيير القناعات وتعديلها إتجاه القضايا والمشكلات السياسية ، وتنبيه الأفراد إلى حقوقهم وواجباتهم وتوجيههم توجيهاً صحيحاً نحو سلوكيات تسهم في تنمية الجزائر

ومجتمعها وعرض التهديدات التي تمس أمن وإستقرار الدولة ، ومحاولة مواجهتها لأجل تفادي الوقوع في أخطاء بعض الدول العربية أو ما يسمى بالربيع العربي .

وبالتالي عرفت هذه المواقع إقبالا غير مسبوق في المجال السياسي، وبالتالي أضحت تمثل إعلاما بديلا للحصول على الأخبار والمعلومات والتعبير عن الآراء بكل حرية وتكوين المواقف وتوجيه العمل السياسي خاصة في ظل ضعف المؤسسات الإعلامية الجزائرية وتبعيتها للنظام ، وخلق مجال واسع للنقاش وتكوين وجهات النظر ، وكذلك وسيلة للمناقشة السياسية بين المرشحين ونشر برامجهم بهدف التأثير في الرأي العام والوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور

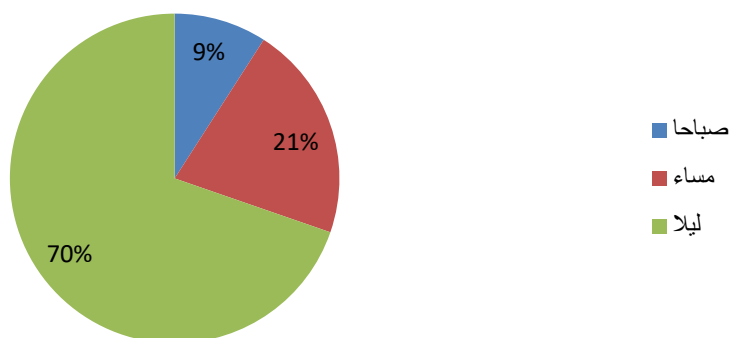
وبالتالي خلقت الشبكات الإجتماعية أشكالاً جديدة وفضاءات إفتراضية بديلة تكونت حولها مشاغل سياسية مشتركة وبروز قادة رأي عام لهم صفحات ومجموعات تعمل على حشد الجماهير وتعبئة الأفراد إتجاه مواقف محددة تخص الساحة السياسية الجديدة التي تمر بها الجزائر كالمدون سفيان قواوي ، العربي زيتوت ... وبهذا أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي مصدرا جديدا لإنتاج القيم السياسية و تشكيل الوعي بالقضايا المختلفة ، كل هذا في ظل ضعف وتبعية وسائل الإعلام التقليدية والتي هي عبارة عن منظمات عمومية أو خاصة تعمل في المجال الإعلامي قبل ظهور الإعلام الجديد و المتمثلة في الإذاعة والتلفزيون والصحف والمجلات والكتب... تتميز بإمكانية نشر فيديوهات وصور ومواد مكتوبة تفنن للفاعلية لأنه يكون في إتجاه واحد ويتميز بتأخر نشر المعلومات والتكلفة المرتفعة ، وأنه في غالب الأحيان يكون في يد السلطة وهذا ما جعل وسائل التواصل الإجتماعي تتحول الى بديل للتعبير وإشباع الإهتمامات المختلفة ومن بينها الإهتمامات السياسية والتعبير عن المواقف بكل حرية .

ومن جهة أخرى عرف الإهتمام الإقتصادي أدنى نسبة حيث بلغت 05,19% وهذا راجع إلى الفترة الزمنية التي طغى عليها الجانب السياسي لأن ما مرت به الجزائر يعتبر فترة حاسمة في تاريخها ، وكذلك ضعف المعرفة بالجانب الإقتصادي ونقص الخبرة فيه وقلة التطرق إليها على شبكات التواصل الإجتماعي خلق قصورا في الإلمام بالمحتوى الإقتصادي ، أيضا أن الجزائر تعتمد في إقتصادها على الريع البترولي والإستيراد لهذا جعل من النقاشات الإقتصادية فقيرة جدا .

الجدول الثالث: يوضح فترة التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي

الفترة	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	06	9.09%
مساء	14	21.21%
ليلا	46	69.67%
المجموع	66	100%

الشكل 5: يوضح فترة التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي



التعليق

يبين الجدول أن فترة التصفح ليلا حازت على أعلى نسبة حيث بلغت 69.67%، ثم تلتها الفترة المسائية بنسبة 21.21% ثم الفترة الصباحية بنسبة 9.09%.

التحليل والتفسير

أظهرت نتائج الجدول أن الفترة الليلية نالت أكبر نسبة من فترات التصفح بنسبة 69.67% وهذا راجع إلى أن هذه الفترة هي فترة الفراغ بالنسبة للمبحوثين ففي الليل تكون قد إنتهت معظم إنشغالاتهم وأعمالهم فيستطيعون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بكل راحة وبدون إزعاجات ، والإطلاع على الأخبار اليومية ومناقشتها مع الأصدقاء كذلك تصفح ما ينشره الأصدقاء والتعليق على

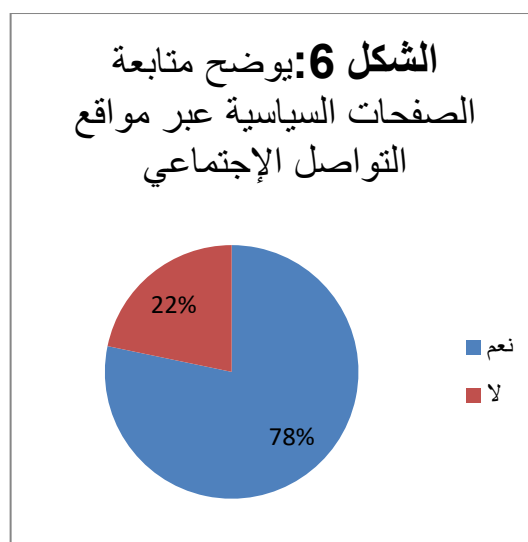
هذه المنشورات والردود مع الأصدقاء والإطلاع على أهم ما نشر في الصفحات والمجموعات التي يتابعونها ، فالفترة الليلية تتيح الفرصة أمامهم للتصفح بكل راحة دون إزعاج .

أما أقل نسبة فكانت في الفترة الصباحية بنسبة 9.09% وهذا بسبب تزامن هذه الفترة بالعديد من الأعمال والأنشطة بألنسبة لأفراد العينة من عمل ودراسة وغيرها من الأنشطة التي تعيق عملية تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي والتطلع على أهم المستجدات بكل دقة.

المحور الثالث: السلوك الانتخابي

الجدول الأول: يوضح متابعة الصفحات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	
78.26%	36	نعم
21.73%	10	لا
100%	46	المجموع



التعليق

يتبين من خلال الجدول أن أغلب أفراد العينة يتابعون الصفحات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 78.26% وأن نسبة 21.73% من المبحوثين لا يتابعون الصفحات السياسية .

التحليل والتفسير

يوضح الجدول أن أغلبية المبحوثين يتابعون الصفحات السياسية وهذا بنسبة 78.26% وهذا له علاقة بالأوضاع السياسية غير المسبوقة التي تمر بها الجزائر، حيث تميزت فترة ما بين 22 فيفري 2019 إلى غاية الانتخابات الرئاسية باحتجاجات كبيرة عرفت بالحراك الشعبي ، هذه الأحداث لقيت تغطية وإهتمام إعلامي دولي كبير ، لكن محليا كانت التغطية ضعيفة جدا حيث لم تتحدث وسائل الإعلام الجزائرية عن هذا الحراك إلا بعد مرور جمعيتين أو أكثر رغم مشاركة الملايين فيها ، وإكتفت بالتعقيب على هذه الإحتجاجات على أنها مطالب لتحسين المستوى المعيشي فقط ، بينما المطلب الحقيقي هو مطالبة بوتفليقة على العدول عن الترشح وسحب الثقة في حكومته وكل الوجوه القديمة . الأمر الذي دفع الكثير من الصحفيين إلى الإستقالة لأنهم إعتبروا ما يجري في وسائل الإعلام أمرا غير مهني ويمس بأخلاق الصحافة ، كل هذا أدى بالمهتمين إلى البحث عن وسائل تعوض التغطية الإعلامية ، وكانت مواقع التواصل الاجتماعي أحسن بديل ، فأتاحت لروادها المجال الواسع للتعبير عن آرائهم بكل حرية من خلال إرسال تعليقات وآراء شخصية حول ما يجري في الساحة السياسية الجزائرية ، ومشاركة المقالات ومتابعة الصفحات ذات الإهتمام السياسي ومشاركة فيديوهات وصور الإحتجاجات ومختلف الشعارات .

فوظف الحراك الشعبي في الجزائر مواقع التواصل الاجتماعي في ادامة زحمة وتعبئة الرأي العام نحوه ، وتوسيع رقعته من جمعة إلى جمعة من إحتجاجات ضيقة غير مسموعة الصدى إلى إحتجاج منظم قوي واسع الرقعة ، لم يكن كل هذا ليحدث لولا العمل على نشر الوعي السياسي من طرف نخبة المجتمع عبر مقالات ومنشورات على صفحات الفيسبوك ، ليتحول رواد الفيسبوك من شباب سطحي إلى شباب متفاعل ومشارك في العمل السياسي ، عادت له الإهتمامات بالحياة السياسية .

ليلي هذا الحراك الإستحقاق الإنتخابي الذي أتى في ظروف غير مسبوقة ، وكان محل إهتمام كل الشعب الجزائري ، وكل المهتمين الدوليين ، خاصة بعد تنامي الوعي السياسي لدى الشباب

الجزائري الذي لعبت فيه مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا ، من خلال نشر وتبادل المعلومات السياسية بين الطبقة السياسية والمجتمع وبين أعضاء المجتمع فيما بينهم ، حيث خلق هذا نوع من الاحساس بالمسؤولية بين أفراد ، مما جعل البعض يتجه إلى إنشاء صفحات خاصة عبر شبكات التواصل تتبنى آراء سياسية مختلفة بين معارضين ومؤيدين للانتخابات وتدعيم الديمقراطية ، وتعزيز قيم المشاركة السياسية والعمل على صنع القرار السياسي ، وفتح مجال أكبر للحرية السياسية ، كما أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منبرا للانتخابات الخطابية السياسية ، ووسيلة لحشد الرأي العام حول مرشح دون آخر ، وفضاء حر يعج بالأفكار والآراء والانتقادات وحتى السب والكلام البذيء والنقاشات الحادة بين المقاطعين والمشاركين وبين أنصار المرشحين ، حيث تنوعت الفئات المشاركة في هذه النقاشات من أحزاب وشخصيات سياسية وناشطين ومتقنين وفنانين وشباب ...

هذا ما يفسر إهتمام المبحوثين بالصفحات السياسية أكثر من غيرها ، حيث كانت هذه الأخيرة متنفس خال من القيود ، ساهمت في خلق وعي تراكمي إقتضى تغيير النظام الحاكم الذي هيمنة لعقود ، وعمل على إنجاح الإستحقاق الإنتخابي رغم المشاكل والعراقيل التي واجهته.

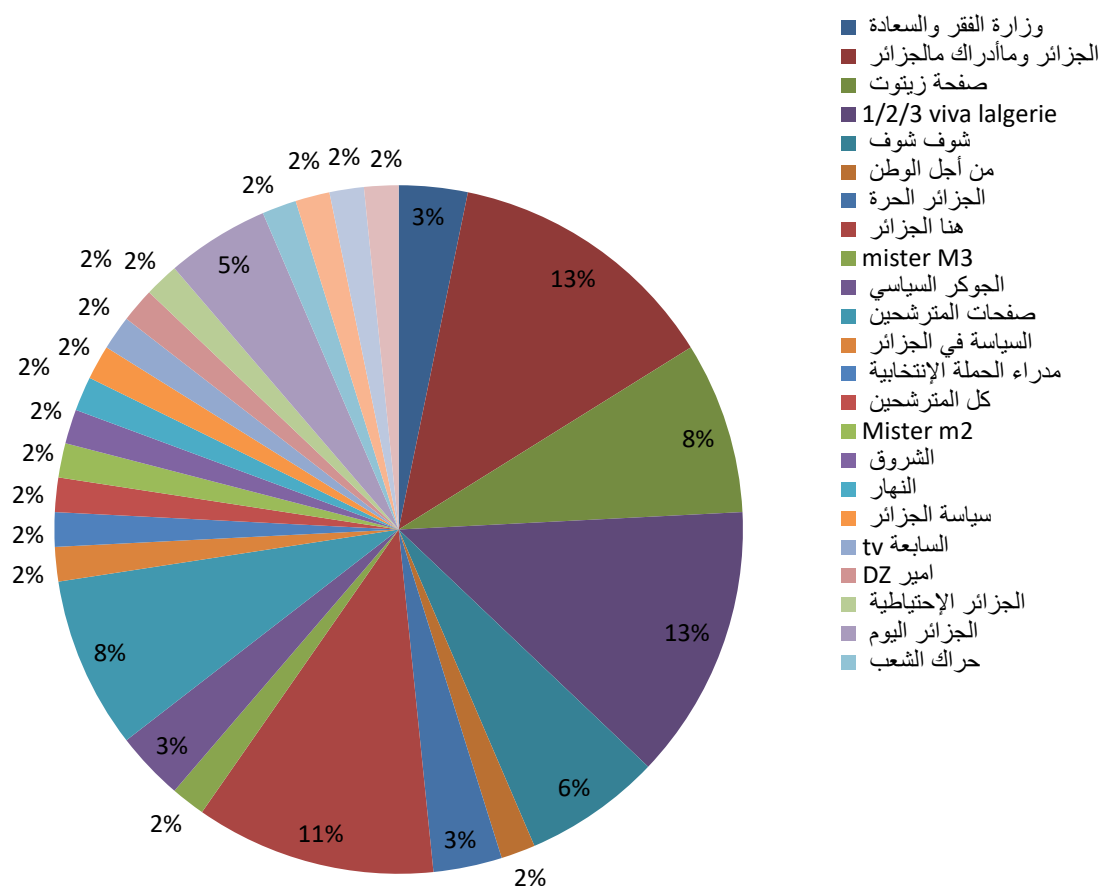
أما بنسبة 21.73% من المبحوثين لا تتابع الصفحات السياسية وهذا راجع إلى الإهتمام بمجالات أخرى إجتماعية منها أو إقتصادية أو ترفيهية . وأيضاً راجع إلى فقدان الأمل في التغيير السياسي في الجزائر .

الجدول الثاني : يوضح الصفحات السياسية التي يتابعها افراد العينة

الصفحات	التكرار	النسبة المئوية
وزارة الفقر والسعادة	02	3.22%
الجزائر وما أدراك ماالجزائر	08	12.90%
صفحة زيتوت	05	8.06%
1/2/3 viva l'algerie	08	12.90%
شوف شوف	04	6.45%
من اجل الوطن	01	1.61%
الجزائر الحرة	02	3.22%
هنا الجزائر	07	11.29%

1.61%	01	Mister M 3
3.22%	02	الجوكر السياسي
8.06%	05	صفحات المترشحين
1.61%	01	السياسة في الجزائر
1.61%	01	مدراء الحملة الانتخابية
1.61%	01	كل المترشحين
1.61%	01	Mister M2
1.61%	01	الشروق
1.61%	01	النهار
1.61%	01	سياسة الجزائر
1.61%	01	السابعة TV
1.61%	01	أمير dz
1.61%	01	الجزائر الاحتياطية
4.83%	03	الجزائر اليوم
1.61%	01	حراك الشعب
1.61%	01	صوت الشعب
1.61%	01	صفحات القنوات التلفزيونية
1.61%	01	الجزائر في بلادي
100%	62	المجموع

الشكل 7: يوض الصفحات السياسية التي يتابعها أفراد العينة



التحليل والتفسير

نلاحظ من خلال الجدول أن صفحة (الجزائر وما أدراك ما الجزائر) و صفحة (viva lalgerie 1.2.3) تفوقتا على باقي الصفحات بنسبة 12.90% ثم تلتها صفحة هنا الجزائر بنسبة 11.29% ثم (صفحات المترشحين) و (صفحة زيتوت) بنسبة 8.06% أما باقي الصفحات فكانت نسبها متقاربة ما بين 6.45% و 1.61%.

تعد الصفحات السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي عموما والفيسبوك خصوصا ساحة خصبة لنشر الصور والفيديوهات والأخبار والمعلومات، وكل ما يتعلق بالمستجدات المتعلقة بالاستحقاقات الانتخابية ، حيث لم يعد ممكنا اهمال دور هذه الصفحات في العملية الانتخابية وصنع القرار لما ساهمت في تذليل عقبات التواصل والتفاعل والحصول على المعلومة ، ومناقشة الأفكار تعزيز الوعي العام سواء الصفحات المعارضة أو المؤيدة للانتخابات .

وصفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر تابعت وقائع الحراك منذ بدايته من خلال نشر تفاصيل ما يجري من خلال ارفاق الصور والفيديوهات والأفلام المسجلة بكاميرات الهاتف المحمول ، هذا ما جعلها تجمع عدد كبير من المتابعين الجدد في ظرف وجيز ، حيث وصلت الى ثلاثة مليون متابع ، هذه الصفحة كانت ضد الانتخابات لكن مع مرور بعض الوقت و اعلان انتخابات 12 ديسمبر 2019 أصبحت ضد الوجوه المرشحة ، واستمرت في نقل فعاليات الحراك لكن بحماس أقل من الأول ، ثم عملت على اقتراح شخصيات جزائرية مثقفة والتعريف بها ، لكنها لم تستطع الاجتماع على شخص محدد . أما vive la agerie 1.2.3. فهي صفحة قديمة وصل عمرها الى حوالي خمس سنوات قبل الحراك الجزائر كانت تعمل على توعية الشعب والعمل الخيري ، الى أن أصبحت صفحة داعمة للحراك ثم تم حجبها من طرف ادارة الفيسبوك اثر التبليغات مجهولة المصدر، ليعاد فتح اخرى وفي وقت وجيز جمعت الآلاف من المتابعين بعد حملة الدعم التي تلقتها من الكثير من الصفحات والمشاهير .

وصفحة هنا الجزائر التي كانت في يد العديد من المسؤولين (الأدمن) مما جعلها منبرا للعديد من الاراء والاتجاهات حسب كل أدمن، وبالتالي جمعت جماهير متعددة الاتجاهات .

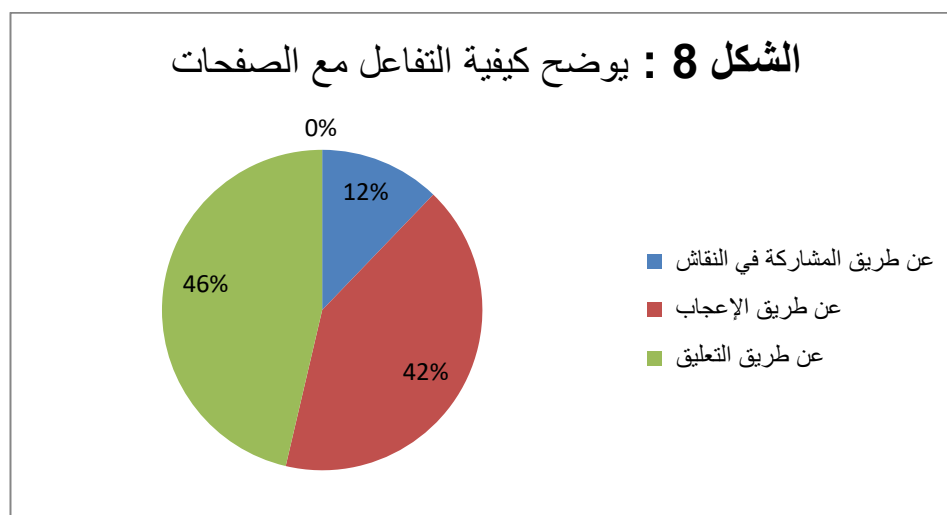
صفحة العربي زيتوت التي كانت ومازالت لحد الآن ضد النظام وضد الكثير من جنرالات الجيش الجزائري ، يطالب من خلالها بالاسقاط الكلي للنظام ، يدير صفحته من خارج الجزائر بسبب منعه من دخول الاراضي الجزائرية والحكم عليه بعشرين سنة حبس.

وبالتالي الجمهور الجزائري كان يتابع أكثر الصفحات المعارضة للانتخابات وهذا راجع الى أن نفس هذه الصفحات كانت تنقل مسبقا أحداث الحراك بالتفصيل ، وتعمل على نشر كل المعلومات والأخبار السياسية فور حدوثها ، ونشر الكثير من التكهّنات حول ما سيحدث مستقبلا ، مما جعل من الجماهير تهتم بها انذاك لأنها تنقل مجريات أهم حدث في التاريخ الحالي للجزائر ، واستمرت المتابعة حتى بعد الاعلان عن تاريخ الاستحقاق الانتخابي.

وبالتالي كل هذه الصفحات اشتهرت أكثر فترة الحراك الا أن معظمها مجهول الهوية ، أي أنها مجهولة المالك والجهة التي تعمل على ادارتها ، هذا ما خلق نوع من اللاتقة خاصة وأن هذا النوع من الصفحات التي يكون عدد المتابعين فيها كبير تكون محل تساوم لجهات مختلفة لأغراض سياسية أو اقتصادية وتباع بمبالغ طائلة.

الجدول الثالث: يوضح كيفية التفاعل مع الصفحات

التفاعل	التكرار	النسبة المئوية
عن طريق المشاركة في النقاش	5	12.19%
عن طريق الاعجاب	17	41.46%
عن طريق التعليق	19	46.34%
المجموع	41	100%



التعليق

يوضح الجدول أن نسبة 46.34% يتفاعلون مع الصفحات عن طريق التعليق، ثم تليها نسبة 41.46% يتفاعلون عن طريق الإعجاب فيما احتل التفاعل عن طريق المشاركة في النقاش المرتبة الثالثة بنسبة 12.19% .

التحليل والتفسير

يظهر الجدول أن أعلى نسبة لتفاعل المبحوثين مع الصفحات كانت عن طريق التعليق وهذا بنسبة 46.34% وذلك من خلال الدخول في النقاشات وتبادل المعلومات والأفكار ووجهات النظر وإهتمام المبحوثين بإبداء آرائهم ومشاركتها مع الآخرين حول الموضوعات المنشورة وتناول مختلف الأحداث الجارية ودراسة مختلف الأوضاع السياسية وكذلك المشاركة بالنقد والاستكثار وتقديم البديل أو عن طريق دعم شخصية معينة أو دحض آرائها والوصول حتى إلى الإستهزاء والتشويه .

أما التفاعل عن طريق الإعجاب قدر بنسبة 41.46% حيث أن الإعجاب يكون عن طريق الضغط على زر الإعجاب أو أيقونات أخرى دون اللجوء إلى التعليق أو المشاركة وهذا من أجل إظهار المتابعة ورؤية المنشور وهي طريقة لإظهار التقدير لشيء أو شخص ما .

والناس يريدون التعبير عن العديد من الحالات التي يخلفها منشور معين دون الحاجة إلى كتابة تعليق ، وهذا ما عملت عليه بعض مواقع النواصل من خلال إضافة عدة أيقونات تفاعل التي تضمنت العديد من التعبيرات المضافة إلى زر الإعجاب كأيقونة الحزن ، القلق ، الدعم ، الحب ... إلخ

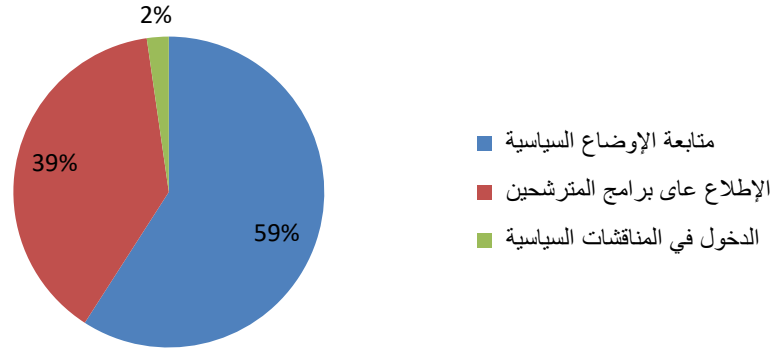
أما الفئة المتبقية من المبحوثين وبنسبة 12.19% يشاركون في الصفحات عن طريق الدخول في النقاشات الذي يعتبر شكل من أشكال التواصل بين أكثر من شخص بأسلوب الأدب والحوار ، وهذا يجعل الأفراد أكثر فعالية وأكثر إلمام بموضوع النقاش ، ينمي أسلوب إحترام رأي الآخرين وتقدير مشاعرهم والإبتعاد عن العصبية ، إلا أنه قد يتحول إلى فوضى خاصة إذا تعددت أطرافه أو تخللته العصبية لرأي أو إعتقاد ، وقد تحول الفضاء الافتراضي إلى محور إلى النقاشات السياسية يستطيع فيه الناس من شتى الخلفيات والإعتقادات أن يجتمعوا معا ، فإن لم يصلوا إلى توافق تام يكون بإمكانهم التعلم من بعضهم البعض والوصول إلى حل وسط .

وبالتالي كانت الفرصة أمام الأفراد لطرح الأفكار السياسية المتعلقة بالإحتجاجات والإنتخابات ، وفتح الباب لكل المشاركين للمشاركة بكل توجهاتهم السياسية للإستفادة من خبراتهم وما أكتسبوه من معارف مسبقة حسب رؤيتهم للأمور وتفسيرهم لها ، وشعور البعض بواجبهم لتصحيح مفاهيم الآخرين لمحاربة قلة الوعي أو الجهل ورؤية البعض الآخر أن موقفه أو رأيه يستحق ان يدافع عنه ، وبالتالي يعمل على ذلك بكل الطرق المحترمة الواعية ، وتعددت المواضيع السياسية التي تناولت في النقاش بين المعارضين للإنتخابات والمؤيدين لها وإعتبارها المخرج الوحيد لهذه الأزمة دون الوقوع في فخ دول الربيع العربي ، وفضل الكثيرون الحل الدستوري المتمثل في إجراء إنتخابات رئاسية . لتحل نقاشات أخرى حول المرشحين والإختلاف حول نزاهتهم وإذا ما كانوا وجوها للنظام السابق أو وجوها جديدة لجزائر جديدة .

الجدول الرابع: يوضح دوافع استخدام مواقع التواصل الإجتماعي خلال فترة الحملة الانتخابية

الدوافع	التكرار	النسبة المئوية
متابعة الاوضاع السياسية	26	59.09%
الاطلاع على برامج المترشحين	17	38.63%
الدخول في المناقشات السياسية	1	2.27%
المجموع	44	100%

الشكل 9: يوضح دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحملة الانتخابية



التعليق

بين الجدول أن دوافع استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحملة الانتخابية هي متابعة الأوضاع السياسية بنسبة كبيرة حيث بلغت 59.09% ثم الإطلاع على برامج المترشحين بنسبة 38.63%، ثم يليه الدخول في مناقشات سياسية بنسبة 02.27% .

التفسير والتحليل

يوضح الجدول أن نسبة 59.09% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الحملات الانتخابية بغرض متابعة الأوضاع السياسية المتعلقة بالانتخابات وسيرورة الحملات الانتخابية التي تتأثر في ظروف إستثنائية تمر بها الجزائر ، والتي تجرى لأول مرة تحت إشراف السلطة المستقلة للانتخابات والتي إنطلقت رسميا في 17 نوفمبر 2019 ، حيث عرفت هذه الحملات استخدام كل وسائل الاقناع المختلفة عبر وسائط عديدة ومنها شبكات التواصل الاجتماعي ، حيث فتحت مديريات الحملات الانتخابية للمرشحين صفحات رسمية تشمل فيديوهات وصور ومعلومات المرشح وسيرته الذاتية وأهم مبادئه و أفكاره وكذلك شرح مبسط لأهم محاور برنامجه الانتخابي وسط رفض واسع في الشارع بسبب ما سمي بإعادة إنتاج النظام السابق ، وبالتالي وجد المرشحون أنفسهم أمام مهمة صعبة تمثل في محاولة إقناع الجماهير الجزائرية بعدم مقاطعة الانتخابات ومحاولة جذب الأصوات ، وبسبب هذه الأجواء المشحونة غير المسبوقة والتي وصلت أحيانا إلى طرد

المرشحين وكانت مواقع التواصل الاجتماعي منبرا لكل الآراء والتوجهات بين دعوات إلى التصعيد والإضراب والعصيان المدني وبين محذرين من إختراق الحراك الشعبي وتوجيه الأوضاع إلى الأسوأ ، مع تحذير كبير من إعادة سيناريو العشرية السوداء ، وبالتالي كانت شبكات التواصل تعج بالأخبار والمعلومات والمستجدات حول مصير الانتخابات وطرق سيرورتها والكثير من التكهانات حول نهايتها وما سيكون بعدها ، وكذلك منبرا عوض المرشحين على صعوبة إلقاء الخطابات والقيام بالتجمعات الشعبية المباشرة ، لهذا جعلوا من هذه المواقع سبيلا للوصول الى أكبر عدد ممكن من الجماهير ومحاولة التأثير على قرارهم الانتخابي من خلال عرض أهم ما جاء في برنامجهم الانتخابي ووعودهم نحو التغيير والسعي نحو تحقيق كل مطالب الحراك ونشر التصريحات والحوارات السابقة التي تظهر مواقفهم السياسية ومعارضتهم لنظام عبد العزيز بوتفليقة وتسجيل حوارات قصيرة للرد على اسئلة الرأي العام ، ومن جهة أخرى وجود صفحات مضادة تعمل على تشويه المرشحين والتحريض ضدهم ، وتعمل على الدعوة إلى مقاطعة الانتخابات وتنشر صور وفيديوهات سابقة للمرشحين لإلصاق تهمة التبعية لنظام السابق ، ونشر الأخبار الكاذبة والإشاعات والفديوهات المفبركة .

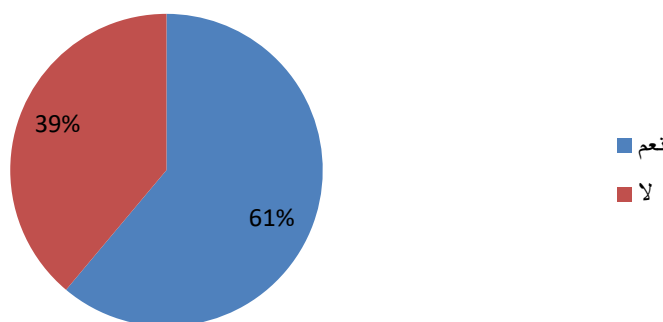
وبالتالي كانت شبكات التواصل الاجتماعي منصة حرب إفتراضية بين مؤيدين ومقاطعين ومشاركين في الحملة الانتخابية مما جعل من هذه المواقع منبرا خصباً لمتابعة الأوضاع السياسية بكل إختلافاتها ، خاصة مع فقدان الثقة في وسائل الإعلام التقليدية وإعتبارها متحيزة لا تقدم الأخبار بطريقة موضوعية ، وبالتالي خلق شعور بنوع من العدائية ضد هذه الوسائل عكس الشبكات الإفتراضية التي تتسم بالتفاعلية .

اما نسبة 2.27% من المبحوثين إختاروا الدخول في نقاشات سياسية ويعود ذلك الى إختلاف الآراء وتعددتها وتضاربها مما فتح المجال واسعا أمام أفراد المجتمع للنقاش ، هذا النقاش الذي تعددت معالمه من نقاشات حول مصير الانتخابات إذا ما كنت ستجرى في وقتها ، أو أنه ستتجه لما أصاب سابقتها ، كذلك نقاشات حول المرشحين أنفسهم وما جاء من وعود وأفكار في برامجهم الانتخابية وما إذا كان هناك مرشح يستحق الترقية . كل هذه الآراء خضعت لنقاشات محللة بين أفراد الشعب .

الجدول الخامس: يوضح مدى تأثير الصفحات على السلوك الانتخابي

النسبة المئوية	التكرار	
61.11%	22	نعم
38.88%	14	لا
100%	36	المجموع

الشكل 10: يوضح مدى تأثير الصفحات على السلوك الانتخابي

التعليق

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 61.11% من أفراد العينة تأثر سلوكهم الانتخابي بصفحات مواقع التواصل الاجتماعي، أما نسبة 38.88% فلم تتأثر بهذه الصفحات .

التحليل والتفسير

يظهر الجدول أن 61.11% من المبحوثين صرحوا أن الصفحات تؤثر على سلوكهم الانتخابي كون السلوك الانتخابي للأفراد يتأثر بالأحداث والتغيرات التي تطرأ على المجتمع والواقع السياسي وكذلك التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ، والتي كانت سببا في إرتفاع الأصوات المطالبة بالتغيير في مناطق عدة في الوطن العربي ، بعد أن أصبحت ملاذا للتعبير عن المطالب والآمال والطموحات ، وساحة للنقاش والحوار ، وبالتالي فتح المجال واسعا أمام أفراد المجتمع للتأثير والتأثر حول

المواضيع السياسية والخروج من وضعية عدم التواصل إلى التواصل ، ومن اللاتفاعلية إلى التفاعلية في كل الاتجاهات.

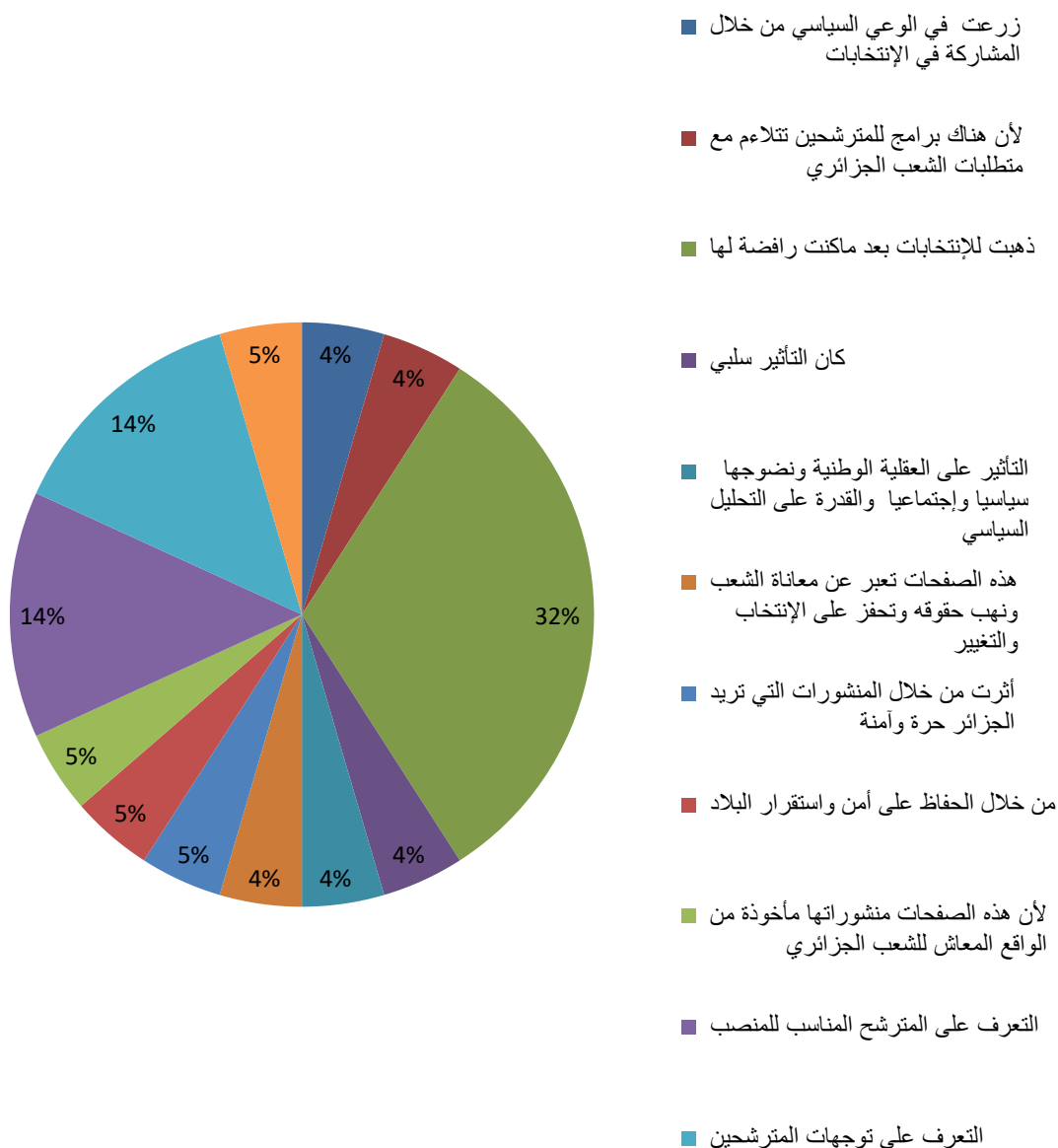
التفاعل في الشبكات الاجتماعية له تأثير قوي على ميل الأفراد نحو المشاركة السياسية والتأثير على السلوك الانتخابي ، حيث سمح لهم التفاعل بجمع المعلومات أكثر حول مجريات الحملات الانتخابية وحول المرشحين ، حيث يحرص مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي على متابعة صفحات المترشحين أو المشاركة والإعجاب بالمحتوى الذي يتم نشره لمعرفة المزيد عنهم ، وكذلك الدخول للمجموعات لتبادل المعلومات وإثراء النقاش حول مرشح معين ، وبالتالي خلق جو من التنافس من أجل كسب أكبر عدد ممكن من الجماهير ، كذلك تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تغطية الأحداث الانتخابية بصفة دقيقة ، وبث الحملات الانتخابية للمرشحين باختلاف توجهاتهم الفكرية والسياسية ، وتحفيز المواطنين ممن لهم حق المشاركة في الانتخابات على الذهاب إلى صناديق الاقتراع للمساهمة في عملية التغيير السياسي ، كذلك تعتبر منصة للدعاية الانتخابية لصالح المرشح عن طريق شرح أفكار البرنامج الحزبي وربطه بحل مشاكل وانشغالات المواطنين ووسيلة لمواجهة دعاية المنافسين والعمل على جذب الناخبين الى الحضور في المؤتمرات والجولات الميدانية ، وبالتالي العمل على كسب أكبر عدد ممكن من الأصوات. كل هذا عمل على التأثير على السلوك الانتخابي لدى المبحوثين.

أما بنسبة 38.88% من المبحوثين إختاروا أن الصفحات السياسية لا تؤثر على سلوكهم الانتخابي وهذا راجع إلى قناعة هؤلاء بأرائهم السياسية المسبقة وبالتالي لم تستطع الصفحات التأثير عليها ، أو لوجود عوامل أخرى تحدث التغيير على مستوى سلوكهم الانتخابي بعيدا عن مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول السادس: يوضح تأثير الصفحات السياسية على السلوك الانتخابي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
زرعت في الوعي السياسي من خلال المشاركة في الانتخابات	01	4.54%
لأن هناك برامج للمرشحين تتلاءم مع متطلبات الشعب الجزائري	01	4.54%
ذهبت للانتخابات بعد ما كنت رافضة لها	07	31.81%
من خلال متابعة الأوضاع السياسية وتصريحات المرشحين والافتتاح ببعضهم	01	4.54%
كان التأثير سلبي	01	4.54%
التأثير على العقلية الوطنية ونضوجها سياسيا واجتماعيا والقدرة على التحليل السياسي	01	4.54%
هذه الصفحات تعبر عن معاناة الشعب ونهب حقوقه وتحفز على الانتخاب والتغيير	01	4.54%
اثر من خلال المنشورات التي تريد الجزائر حرة وامنة	01	4.54%
من خلال الحفاظ على امن واستقرار البلاد	01	4.54%
لأن هذه الصفحات منشوراتها مأخوذة من الواقع المعاش للشعب الجزائري	01	4.54%
التعرف على المترشح المناسب للمنصب	03	13.63%
التعرف على توجهات المرشحين	03	13.63%
المجموع	22	100%

الشكل 11: يوضح تأثير الصفحات السياسية على السلوك الانتخابي



التحليل والتفسير:

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات المبحوثين حول متابعتهم للصفحات السياسية و تأثيرها في سلوكهم الانتخابي كانت جليا تصب في أنها غيرت السلوك الانتخابي من معارض للانتخابات الى مؤيد لها ، وهذا بنسبة 31،81 %، أما بنسبة 13.63% انصبت في التعرف على المترشح المناسب وتوجهه

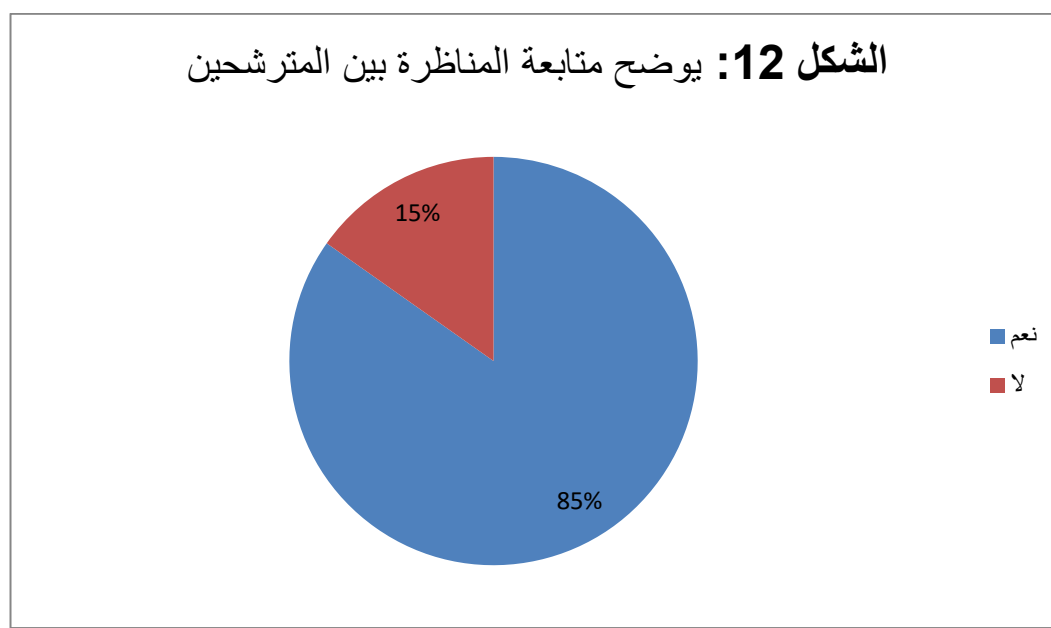
نلاحظ من خلال الجدول أن 31.81% من المبحوثين أثرت الصفحات السياسية على سلوكهم الانتخابي من رافض الى مؤيد للتصويت في الانتخابات ، رغم أن الصفحات التي يتابعونها بصفة كبيرة هي الصفحات التي لا تؤيد اجراء الانتخابات في وقتها المحدد وبنفس الوجوه المرشحة ، وهذا يوضح أن هذه الصفحات كان تأثيرها عكسي حيث أنها ورغم كبر حجمها وشعبيتها الا أنها لم تستطع الخروج بقيادات متفق عليها لترشيحها بدل المرشحين الخمس ، وبالتالي الاستمرار في تأجيل الاستحقاق الانتخابي قد يقود الجزائر الى انزلاقات أمنية خطيرة في حالة الفراغ أو المراحل الانتقالية قد يصل الى التدخل الأجنبي وإعادة سيناريو العشرية السوداء ، أو السير على خطى دول الربيع العربي ، مما خلق تخوفا لدى الشعب الجزائري والتأكد أن استمرارية الدولة كمؤسسات هو امر ضروري للتحكم في الرهانات الأمنية ، وأن المطالب المتبقية لا تتحقق الا باتجاه المخرج الديمقراطي الذي أساسه الانتخابات ووجود رئيس شرعي . فالتصويت هو وسيلة لتحرر الفرد من القلق والتوتر خاصة في حالة عدم لاستقرار السياسي، وبالتالي فالسلوك الانتخابي عرضة للتغيير والنقلب نتيجة وجود مجموعة من العوامل التي تتحكم فيه ، أي يتغير بتغير القنوات والقيم.

كما أن بنسبة 13.63% كان سبب تأثرها هو متابعة صفحات المرشحين او الاهتمام بما ينشر عن برامجهم في صفحات أخرى والتي بدورها عملت على توعية الشعب الجزائري بضرورة الاقتراع وعدم ترك البلد دون رئيس وعدم الانسياق وراء الصفحات المجهولة التي تنادي بتخريب البلاد ، مما أدى الى الاقتناع بأهمية الاستحقاق الانتخابي ، و الاقتناع بشخصية معينة كانت لها القدرة على اختراق حاجز قناعاته وبالتالي تغيير سلوكه الانتخابي.

الجدول السابع: يوضح متابعة المناظرة بين المترشحين

النسبة المئوية	التكرار	
84.78%	39	نعم
15.21%	7	لا
100%	46	المجموع

الشكل 12: يوضح متابعة المناظرة بين المترشحين



التعليق

يبين الجدول أن نسبة كبيرة من أفراد العينة تابعوا المناظرة بين المترشحين .ونسبة قليلة جداً تقدر ب 15.21% لم تتابع المناظرة .

التحليل والتفسير:

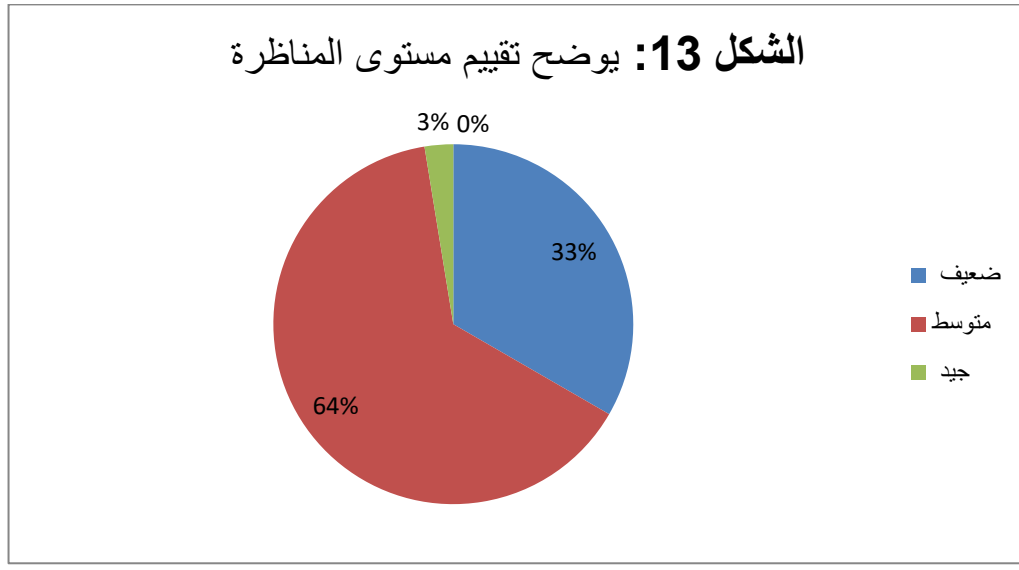
أظهرت النتائج أن 84.78% من المبحوثين تابعوا المناظرة التي جرت بين المرشحين وهذا راجع إلى أن هذه المناظرة هي الأولى من نوعها في تاريخ الجزائر .والنظر إليها على أنها فرصة للمرشحين الخمس لطرح برامجهم والدفاع عنها، وبالتالي فرصة للمتابعين لإختيار مترشحهم .أضف

الى ذلك ان المتابعين كانوا يأملون أن تكون بمستوى المناظرة التي جرت في تونس أو أفضل منها . وكان يرتقب أن تكون ركنا مهم لتسهيل إختيار أحد المرشحين .

أما نسبة 15.21% من المبحوثين لم يشاهدوا المناظرة بين المرشحين وهذا سبب إرتباطهم بإنشغالات أخرى أو عدم إهتمامهم بمحتواها أو دعمهم المسبق لمرشح معين وتركيزه، وبالتالي لا يجدون حاجة للمناظرة ومحتواها .

الجدول الثامن: يوضح تقييم مستوى المناظرة

المستوى	التكرار	النسبة المئوية
ضعيف	13	33.33%
متوسط	25	64.10%
جيد	1	2.56%
المجموع	39	100%



التعليق

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 64.10% من أفراد العينة قيموا مستوى المناظرة بأنها متوسطة ، في حين أن 33.33% رأوا أن مستوى المناظرة ضعيف ، ثم تليها تقييم المناظرة على أنها جيدة بنسبة 02.56%.

التفسير والتحليل

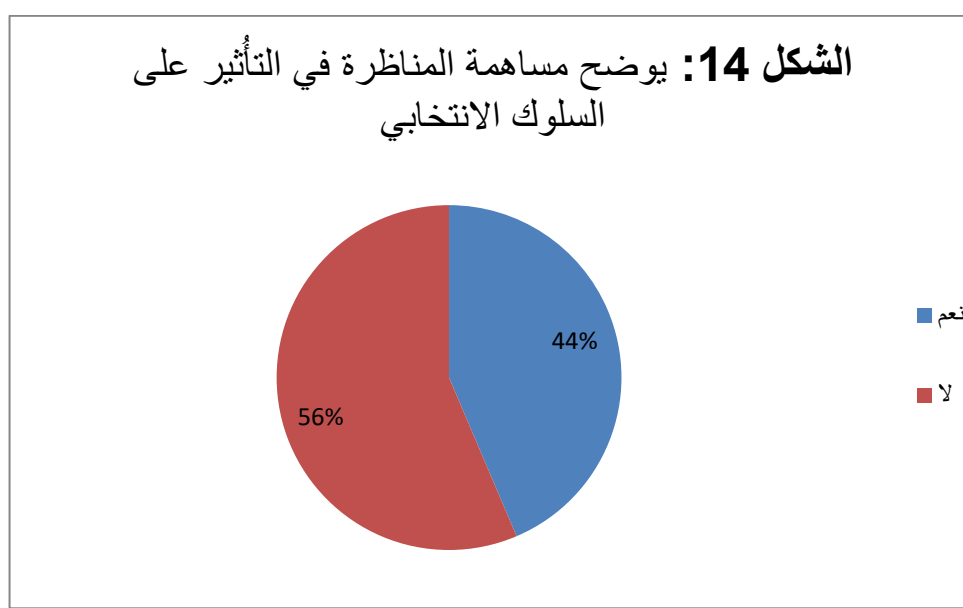
يوضح الجدول تقييم مستوى المناظرة حيث أظهرت النتائج أن 64.10% كان تقييمهم متوسط . وهذا راجع إلى أنها تعتبر خطوة جديدة في التاريخ الانتخابي الجزائري لم يتعود عليها الجمهور الجزائري بعد ولا المرشحون، كما أنها جرت في ظروف إستثنائية و صعبة لم تمر بها الجزائر من قبل ووجدت إهتماما واسعا وسط الجماهير الجزائرية سواء المؤيدين أو المعارضين للانتخابات وهو ما ظهر في تفاعلات شبكات التواصل الإجتماعي ، حيث تميزت بأنها قراءة سطحية وعادية لبرامج المرشحين وتكرارهم للوعود ، أسئلتها لم تمس المواضيع التي تهتم المتابعين وكذلك منع فيها النقاش ، فكانت عبارة عن سؤال وجواب فقط تفتقر إلى التفاعل والجدل ، تميزت أجوبتها بالإعادة والتكرار بين المشاركين وأحبانا أخرى تخرج الأجوبة عم محتوى السؤال ، وبالتالي لم يتحدد الأكثر حظا للفوز بهذه الانتخابات الرئاسية .

أما بنسبة 33,33% صوتت على أن مستوى المناظرة ضعيف حيث وقف فيها المرشحون لمدة ثلاث ساعات كاملة على أقدامهم ، وأجابوا على ثلاثة عشر سؤال دون القدرة على فتح المجال أمام النقاش والجدل لا وجود فيها لمرشح مقنع بالدرجة الكافية ، تميزت الإجابات بالسطحية و والإفتقار للواقعية وتكرار الوعود وعدم عرض حل مناسب للوضع السياسي ولا الإقتصادي الراهن ، تميزت كذلك بتوتر المرشحين وظهور علامات التعب والإرهاق بسبب طول مدة الوقوف ، وبسبب عدم وجود كاريزما ولغة جسد قوية . لم تكن المناظرة عند حسن تطلعات الجزائريين وتوقعاتهم رغم التهويل الإعلامي الذي سبقها وبالتالي لم يتحدد المرشحون الأكثر حظا للفوز بالانتخابات الرئاسية .

فيما بلغت نسبة التقييم الجيد 02.56% وكانت أدنى نسبة لأنها لم تكن عند تطلعات وتوقعات الشعب الجزائري .

الجدول التاسع: يوضح مساهمة المناظرة في التأثير على السلوك الانتخابي

النسبة المئوية	التكرار	
43.58%	17	نعم
56.41%	22	لا
100%	39	المجموع



التعليق

يوضح الجدول أن اغلبية أفراد العينة أي نسبة 56.41% لم تساهم المناظرة في التأثير على سلوكهم الانتخابي ، ونسبة 43.58% ساهمت المناظرة في التأثير على سلوكهم الانتخابي .

التفسير والتحليل

أظهرت نتائج الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين صوتت على أن هذه المناظرة لم تؤثر على سلوكهم الانتخابي وهذا بنسبة 56.41% وهذا لأنها وكما ذكرنا في تحليل الجدول السابق لم تكن عند مستوى تطلعات الشعب الجزائري و لم تقنع المتابعين والتي كان من الأجدر أنها تبذل من معارف الجمهور سياسيا وتعمل على تغيير المواقف السياسية وتعزيز المسار الإنتقالي الديمقراطي خاصة في وقت إستثنائي تمر به الجزائر ، كما أنها من المفروض تيسر الحصول على المعلومات في شتى

الميادين والقضايا محل النقاش ، وتؤثر على آراء الجماهير حول مرشح ما وتعمل على تعزيز أهمية مشاركة الفرد في عملية التغيير السياسي ، وتحفز المواطنين على عملية التصويت وتساعد على تبسيط إختيارات الناخبين وتشكيل آرائهم حول المرشحين بطريقة عقلانية ، وتسهم في عملية الإقناع حول ما يتضمنه البرنامج الانتخابي ، خاصة وأنها تمس الكثير من الجماهير ، وبالتالي محفز جيد للسلوك الانتخابي ، لكن كل هذا شبه غائب في المناظرة الانتخابية الجزائرية كونها أول مناظرة في التاريخ الجزائري ، وبالتالي نقص الخبرة من جهة المنظمين لها ، أو المشاركين فيها وحتى الطاقم الصحفي المختص في تسييرها ، كذلك غياب النقاش والجدل بين المرشحين جعل منها إعادة عرض لما يتضمنه البرنامج الانتخابي دون إقناع بطريقة جامدة تقتصر إلى التفاعلية والحيوية ، وبالتالي لم تأتي بمستجدات قد تغير المواقف السياسية أو تؤثر على مشاركة المواطن ، رغم أنها لاقت إهتماما إعلاميا كبيرا لدى الساحة الجزائرية سواء من المؤيدين للمسار الانتخابي أو المعارضين له.

وبالتالي كان هناك اهتمام أكبر بالأمر الشكلي وإجراءات الإنجاز على حساب مضمون محاورها ، حيث تميزت الأسئلة بالعمومية والبعد عن الدقة والمواضيع التي تشغل الشارع الجزائري والتي جعلت من الأجوبة تعاني من نفس المشكل ، أين تميزت بعدم التحديد والتدقيق والشمولية فاقدة للمعنى ، تقتصر للحجج القادرة على إقناع الجماهير ، وهذا مايفسر عدم وجود رؤية واضحة لدى المرشحين ولجوؤهم إلى الخطابات الشعبوية.

تميزت كذلك بظهور الإرتباك والتعرق وعدم التركيز ، وهذا ظهر أحيانا في خروج المشاركين عن سياق السؤال ، وكذلك تشابه الأجوبة وشبه تطابقها نظرا لمعرفتهم المسبقة بمحاور المناظرة وإفتقارهم أحيانا إلى القدرات الخطابية والكاريزما ، وما أثار الإنتباه أيضا هو بقاء المرشحين واقفين لثلاث ساعات متتالية ، مما خلق نوع من التعب والإرهاق على وجوههم . كل هذه النقاط وقفت حاجزا أمام إمكانية هذه المناظرة التأثير على متابعيها رغم الوقت الذي جاءت فيه، والذي كان مناسباً جداً خاصة وأنها الأولى في الجزائر مما جعلها محل إهتمام واسع لكن المضمون كان مخيباً للأمل في الكثير من الأحيان .

إلا أن نسبة 43.58% من المبحوثين كانت إجاباتهم بنعم لتأثير المناظرة على سلوكهم الانتخابي كونها حظيت بمتابعة إعلامية محلية ودولية واسعة نظرا لأهميتها وأهمية الوقت الذي جاءت فيه ، ونظرا لكونها الأولى من نوعها في تاريخ الجزائر ، وكون الحزائر تمر بوضع سياسي غير مسبوق ، مما

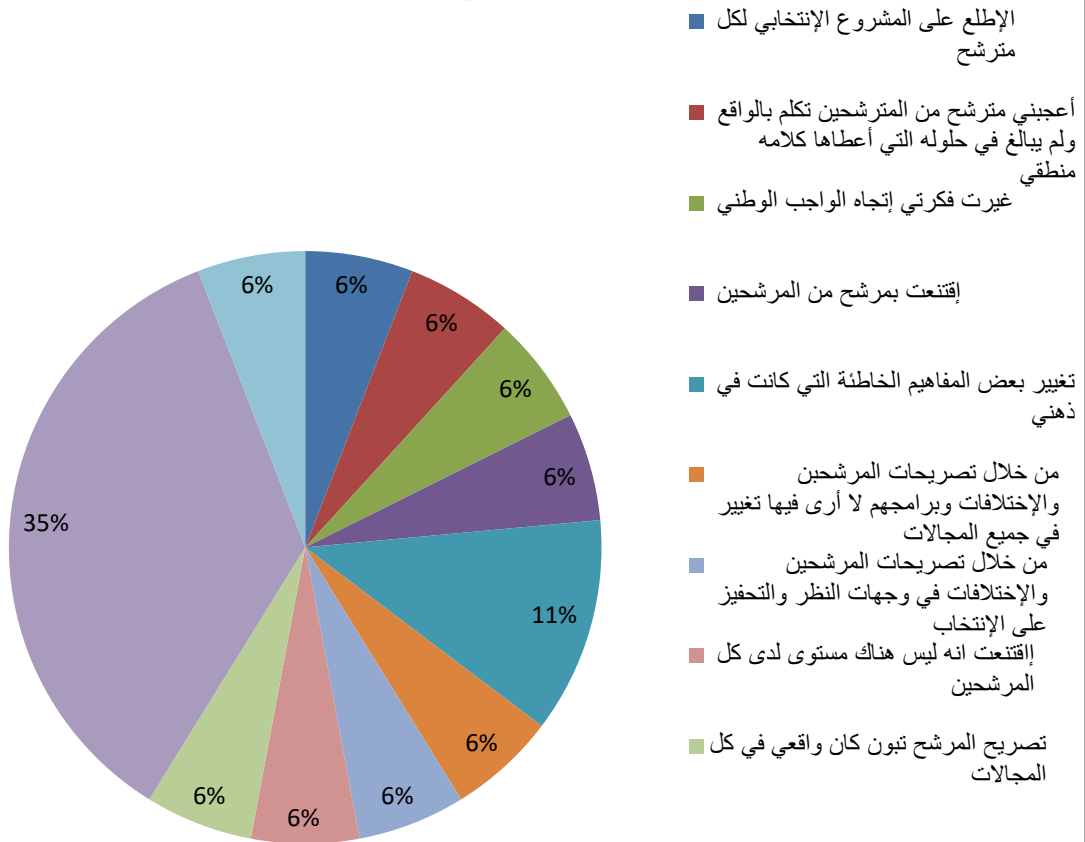
جعل من هذه الانتخابات الرئاسية مهمة جدا ، وبالتالي تكون المناظرة دليلا على وضع جديد تسير صوبه الجزائر يكون أكثر ديمقراطية ، وبالتالي أسهمت في تسهيل عملية التواصل بين المرشحين والجماهير التي تميزت بأنها جماهير واسعة تختلف بين مؤيد ومعارض للانتخابات والتحدث أمامهم حول البرنامج الانتخابي ومختلف المشكلات السياسية خاصة مطالب الحراك التي لم تلبى بعد ، وبالتالي تعزيز نوع من الثقة وإعطاء فرصة للجماهير لتقييم المرشحين وبرامجهم وسياساتهم ، وتمكنهم من تركية شخصية محددة ، نظرا لتمكنها شكلا ومضمونا حسب إعتقادهم ، وبالتالي تحفيز الأفراد لتوجه نحو صناديق الاقتراع ، وكذلك تفتح المجال واسعا لتفاعل غاب لسنوات كثيرة على الساحة الجزائرية هو تفاعل رؤساء محتملين مع أفراد الشعب والتجاوب معهم حول المواضيع المثارة التي تهم الرأي العام ، وبالتالي العمل على تمتين العلاقة بين السلطة والشعب وكذلك العمل على تزويد المهتمين بالمعلومات المطلوبة ، من خلال طرح عديد الاسئلة في شتى المجالات الإجتماعية والإقتصادية والسياسية والثقافية ...

الجدول العاشر : يوضح مساهمة المناظرة في التأثير على السلوك الانتخابي

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
الاطلاع على المشروع الانتخابي لكل مرشح	01	5.88%
اعجبني مرشح من المرشحين تكلم بالواقع ولم يبالغ في حوله التي أعطاها كلامه منطقي	01	5.88%
غيرت فكرتي اتجاه الواجب الوطني	01	5.88%
اقتنعت بمرشح من المرشحين	01	5.88%
تغيير بعض المفاهيم الخاطئة التي كانت في ذهني	02	11.76%
من خلال تصريحات المرشحين والاختلافات وبرامجهم لا أرى فيها تغيير في جميع المجالات	01	5.88%
من خلال تصريحات المرشحين والاختلافات في وجهات النظر والتحفيز على الانتخاب	01	5.88 %
اقتنعت انه ليس هناك مستوى لدى كل المرشحين	01	5.88%
تصريح المرشح تبون كان واقعي في كل المجالات	01	5.88%
الوقوف على التباين في المستوى التعليمي وبرامج المرشحين	06	35.29%

5.88%	01	اقنعني المرشح تبون من خلال برنامجه الموجه للشباب
100%	17	المجموع

الشكل 15: يوضح مساهمة المناظرة في التأثير على السلوك الانتخابي



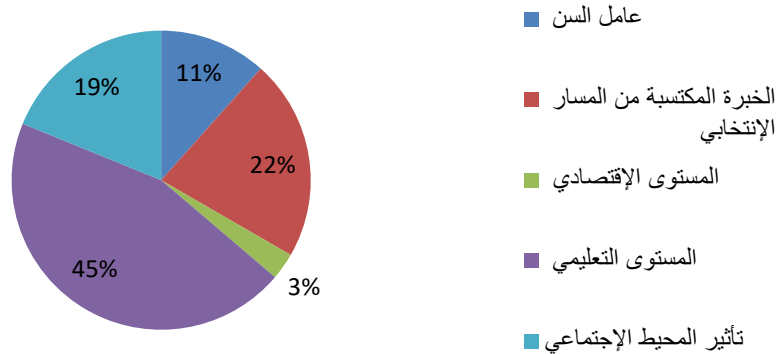
التحليل والتفسير:

من خلال الجدول السابق يتبين أن 43.58% فقط من المبحوثين من أثرت فيهم المناظرة ، وتعددت أوجه هذا التأثير حيث بلغت نسبة من تأثر من ناحية الوقوف على المستوى التعليمي ومعرفة برنامج المرشحين 35.29% هذه المناظرة ساهمت في الوقوف على التباين في مستوى برنامج المرشحين ومستواهم العلمي والتعليمي، حيث كانت منبرا مهما للحصول على المعلومات والأخبار من مصدرها الأول، وبالتالي الاطلاع على أهم محاور البرنامج الانتخابي في العديد من المجالات مستها هذه المناظرة مما جعلها محل تحليل وتمحيص من طرف المتابعين لأختيار الشخصية المناسبة ، وبالتالي التأثير على السلوك الانتخابي من خلال الاقتناع بمحتوى برنامج أحد المرشحين للتوجه يوم الانتخابات والإدلاء بصوته، كذلك ومن خلال سياق المناظرة يتبين المستوى التعليمي للمرشحين الذي يلعب دورا جد مهم في كسب ثقة الجمهور، ويظهر هذا جليا من خلال سياق كلامهم وطرق ردهم على الاسئلة والانتقادات ، وكذلك من خلال ما ورد في برنامجهم الانتخابي من اضافات جديدة تميزهم عن بقية المرشحين وهذا يسمح لهم بكسب ود الجماهير وتوجيه سلوكهم الانتخابي ايجابا نحوهم.

الجدول الحادي عشر: يوضح العوامل التي تؤثر على السلوك الانتخابي

العوامل	التكرار	النسبة المئوية
عامل السن	08	11.59%
الخبرة المكتسبة من المسار الانتخابي	15	21.73%
المستوى الإقتصادي	02	2.89%
المستوى التعليمي	31	44.92%
تأثير المحيط الإجتماعي	13	18.84%
المجموع	69	100%

الشكل 16: يوضح العوامل التي تؤثر على السلوك الانتخابي



التعليق

يتضح من خلال الجدول أن 31 من أفراد العينة أي بنسبة 44.92% ركزوا على المستوى التعليمي ثم 21.73% إهتموا بالخبرة المكتسبة من المسار الانتخابي وبعدها 18.84% من أفراد العينة ركزوا على تأثير المحيط الاجتماعي وفي الأخير 11.59% إهتموا بعامل السن .

التحليل والتفسير

تؤكد النتائج أن المستوى التعليمي حاز على أكبر نسبة وتقدر ب 44.92% وهذا راجع إلى أنه عنصر أساسي في التأثير على السلوك الانتخابي للفرد من خلال مايتيح من بناء للمنظومة القيمية للفرد ، والعمل على نشر قيم المواطنة الصالحة وبالتالي معرفة الفرد جيدا بكل حقوقه وواجباته إتجاه أفراد شعبه و وطنه ، وتمكنه من التحليل المنطقي لمجريات محيطه ، ومن خلال هذا يمكن للتعليم دور في إكتساب المواطن نوع من القدرة على المعرفة السياسية وبالتالي الشعور بالمسؤولية إتجاه المشاركة في العملية الانتخابية كواجب وطني ، أما فيما يخص عامل الخبرة المكتسبة من المسار الانتخابي قدر بنسبة 21.73% حيث تكون الخبرة وليدة عدة عناصر قد تكون مكتسبة من العمل السياسي أو من تراكمات البحث والتقصي والوعي من خلال المشاركة السياسية أو التعلم والبحث في المواضيع السياسية ، ومع إمتداد هذه المعارف والمهارات تخلق لدى الفرد الخبرة في المجال السياسي وبالتالي يكون للفرد القدرة والتصرف والعمل على التوجيه الأمثل للسلوك الانتخابي .

أما عامل السن حاز على نسبة 11.59% حيث نلاحظ أن مشاركة الشباب فاقت مشاركة الكبار ، وهذا راجع إلى وعيهم بالمسؤولية إتجاه وطنهم ، ووعيهم بالمخاطر المحيطة ، وكونهم أفراد مدربين على النقاشات والمحاضرات حول القضايا السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكهم بمتطلبات الحياة السياسية وقضايا التغيير التي يجب أن تكون في الجزائر ، علاوة على تركيز رجال السياسة على التأثير أكثر من الشباب ، أما كبار السن ، فسبب مشاركتهم لها علاقة بتفرغهم عن العمل و أنهم أكثر وعي و إدراك من خلال تجاربهم السابقة و إحساسهم بالمسؤولية أكثر من الشباب.

أما عامل تأثير المحيط الاجتماعي قدر بنسبة 18.84% حيث أن يتأثر السلوك الانتخابي بالمحيط الاجتماعي الذي يعتبر وسط يتأثر به الفرد ويؤثر فيه من خلال التفاعل مع أعضاء محيطه ومحاولة متابعة الأخبار والأحداث ومناقشتها وتحليلها معهم والسلوك الانتخابي قد يتغير وفق إختلاف ثقافات المجتمع وعقليته ، وبالتالي يعمل المجتمع على بلورة قيم الفرد السياسية لما له من دور مهم في حث الفرد على الانتخاب من عدمه .

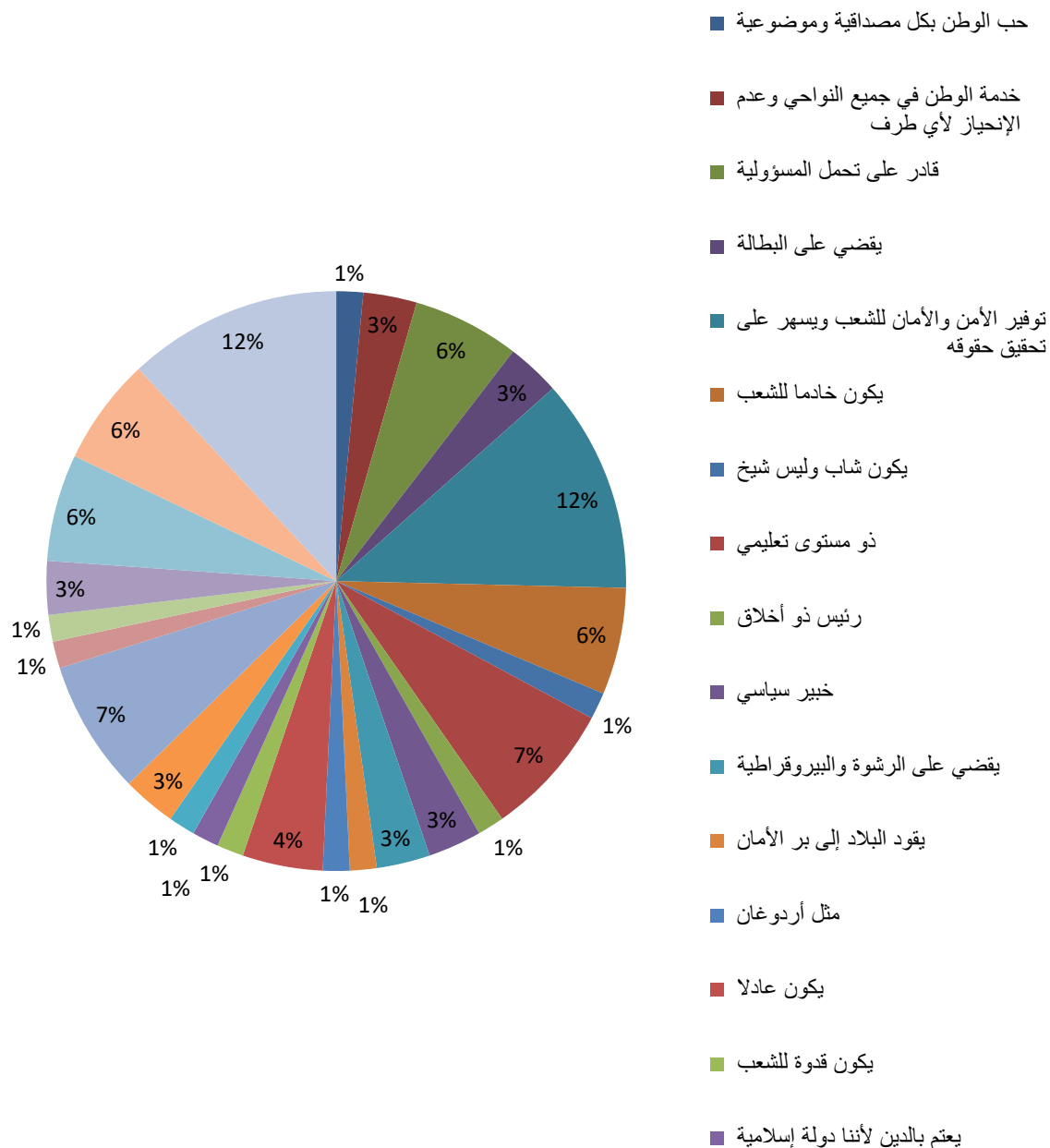
في حين سجل المستوى الإقتصادي أدنى نسبة قدرت ب 2.89% وهذا راجع إلى أن له دور في توجيه السلوك الانتخابي للفرد سواء بالمشاركة أو المقاطعة فكلما ارتفع المستوى الإقتصادي للفرد كلما كان له الوقت وإمكانية الحصول على المعلومات السياسية وتوسيع مجال خبراته ومعارفه ، أما الطبقة الأقل فتكون مشاركتهم أضعف لأنه يفكر أكثر في طرق كسب قوت يومه ولا يجد الوقت للإلمام بالمواضيع السياسية فيما يخلق ضعف المشاركة لدى هذه الفئة مقارنة بالفئة الأخرى .

الجدول الثاني عشر : يوضح مواصفات الرئيس المثالي

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
حب الوطن بكل مصداقية وموضوعية	01	1.47%
خدمة الوطن من جميع النواحي وعدم الانحياز لاي طرف	02	2.94%
قادر على تحمل المسؤولية	04	5.88%
يقضي على البطالة	02	2.94%
توفير الامن والامان للشعب ويسهر على تحقيق حقوقه	08	11.76%
يكون خادما للشعب	04	5.88%
يكون شاب وليس شيخ	01	1.47%
ذو مستوى تعليمي	05	7.35%
رئيس ذو اخلاق	01	1.47%
خبير سياسي	02	2.94%
يقضي على الرشوة والبيروقراطية	02	2.94%
يقود البلاد الى بر الامان	01	1.47%
مثل اردوغان	01	1.47%
يكون عادلا	03	4.41%
يكون قدوة للشعب	01	1.47%
يهتم بالدين لاننا دولة اسلامية	01	1.47%
مواصفات جمال بلماضي مع المنتخب الوطني	01	1.47%
ان يكون رئيس بكل ماتحمله هذه الكلمة من معنى وليس حبر على ورق فقط	02	2.94%
الاهتمام بالشباب	05	7.35%
ان يكون محنك	01	1.47%
نوفمبرية باديسية	01	1.47%
ان لاتكون له علاقة بالمرحلة الفارطة	02	2.94%
لايخون ثقة الشعب فيه	04	5.88%
محاسبة العصاة ولا مجال للعفو	04	5.88%

النهوض بالاقتصاد الوطني	08	11.76%
المجموع	68	100%

الشكل 17: يوضح مواصفات الرئيس المثالي



التحليل والتفسير

نلاحظ من خلال الجدول ان معظم اجابات المبحوثين حول الرئيس المثالي للبلاد كانت حول توفير الامن والاستقرار للشعب بالإضافة الى النهوض بالاقتصاد الوطني بنسبة 11.76 % أما باقي الإجابات فكانت متنوعة ولكن كلها تصب في محتوى واحد وهو الرئيس الذي سيقدم البلاد بكل مصداقية والقضاء على المحسوبية والرشوة.

من خلال هذا الجدول نستنتج أن أفراد العينة يتطلعون إلى رئيس مثالي يخدم الوطن بعيدا عن المحسوبية والرشوة وينهض بالاقتصاد الوطني وينتظرون منه محاربة العصابة وعدم التهاون في هذا الامر مهما كانت الاسباب.

نتائج الدراسة

من خلال دراستنا التي أجريناها على الجمهور الناخب لولاية قالمة بغرض التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي لدى الجمهور الناخب خلال الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2019، توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- 1- أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر أحد سمات العصر الحديث التي يصعب الاستغناء عنها لما توفره لمستخدميها من خدمات.
- 2- بينت الدراسة أن شبكة الفيسبوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما وتفاعلا ، إذ كان هو الاختيار الأول للمبحوثين، وذلك لما يحمله من مواصفات تجمع تقريبا جميع مواصفات مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.
- 3- أوضحت الدراسة أن المبحوثين يتابعون بكثافة المواد السياسية ، وهذا راجع إلى الفترة غير المسبوقة في تاريخ الجزائر التي جعلت من المواطن الجزائري يهتم بكل التفاصيل في الجانب السياسي مما جعله يتابع الكثير من الصفحات لتلبية حاجاته ورغباته .
- 4- أوضحت الدراسة أن المبحوثين يتفاعلون أكثر مع الصفحات عن طريق الإعجاب على المنشورات وبنسبة أقل يكون عن طريق التعليق والنقاش

- 5- سببت الدراسة أن أهم دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الحملات الانتخابية هي متابعة الأوضاع والمتغيرات السياسية وزيادة المعلومات لدى الفرد و الإحاطة بكل مستجدات الساحة السياسية ، ومواكبة التغيرات وفهم القضايا
- 6- الصفحات السياسية الأكثر تداولاً في مواقع التواصل الاجتماعي هي الصفحات التابعة للحراك والمضادة للانتخابات والوجوه المرشحة مثل صفحة الجزائر وما أدراك ما الجزائر، و صفحة vive la algerie ، 1.2.3، و صفحة العربي زيتوت، وكذلك صفحات مؤيدة للانتخابات ولكن بنسبة أقل من الأولى مثل صفحات المرشحين والمؤيدين لهم ، والداعمين للانتخابات
- 7- أثرت مواقع التواصل الاجتماعي في السلوك الانتخابي لكن بطريقة نسبية وليست مطلقة ، واشترك في هذا التأثير العديد من العناصر الأخرى كالمناظرة التلفزيونية و عامل المستوى التعليمي، والمحيط الاجتماعي ، والسن ، والمستوى الاقتصادي ، وغيرها من العوامل
- 8- تأثير المناظرة التلفزيونية كان تأثيراً محدوداً رغم المتابعة الكبيرة التي لاقتها من طرف الجمهور، وهذا بسبب العديد من النقائص التي تخللتها.

الاقتراحات:

- ✚ تفعيل المشاركة السياسية في الجزائر من خلال فتح المجال امام الفئة الشبانية وإشراكهم في جميع الممارسات السياسية.
- ✚ تعزيز شعور الانتماء والولاء للوطن، وذلك من خلال اتاحة الفرصة للتعبير عن الاراء بكل حرية وديمقراطية وجعل الجمهور يعرف أن الوطن ملك للجميع.
- ✚ العمل على نشر الوعي السياسي من خلال جميع وسائل الاعلام بكل مصداقية.
- ✚ فتح المجال امام وسائل الاعلام التقليدية للتعبير بكل حرية وبدون ضغوطات.
- ✚ الاهتمام بالجانب الاقتصادي وتشغيل الشباب ذو الكفاءات وتطوير مكانتهم ومنحهم الثقة في انشاء المشاريع.
- ✚ حث المجتمع على تقدير أهمية الوطن وحمايته من اي تدخلات خارجية وعدم السير وراء من يقف خلف هدمه.

الاهتمام بدور المرأة في الحياة السياسية ومنحها حقها في المشاركة السياسية خاصة في المناطق الصغيرة.

خاتمة

لقد سعينا في دراستنا هذه الى تسليط الضوء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي لدى الجزائريين واخذناها من منظورها الايجابي أي سلطنا الضوء على نمط التصويت والمشاركة في الانتخابات وذلك من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها على عينة من جمهور قالمة (الجمهور الناخب) من خلال دراسة كيف اثرت مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك- تويتر- اليوتيوب- والانستغرام) في الانتخابات الرئاسية 12 ديسمبر 2019، ومساهمة هذه المواقع في التأثير على السلوك الانتخابي لدى أفراد العينة من السلبي الى الإيجابي، وهذا ما لاحظناه يوم الانتخابات من خلال الدراسة التي قمنا بها، وطرح مجموعة من الاسئلة على الفئة المنتخبة

وفي الأخير يمكن القول ان مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في عملية المشاركة الانتخابية في الجزائر من خلال إتاحتها حرية التعبير ونقل الأخبار فور حدوثها دون تحريف.

قَائِمَةُ الْمَصَانِدِ وَالْمُرَاجِعِ

وثائق رسمية

قانون الانتخابات : الأمانة العامة للحكومة ، رئاسة الجمهورية

الكتب

1. إبراهيم عبد الوهاب، ابو سلمان ، كتابة البحث العلمي : صياغة جديدة ، مكتبة الرشد ، الرياض، 2002.
2. أنصورة، نجاة عيسى ، اساسيات واصول علم النفس، كنوز، القاهرة ، 2015.
3. حجازي ، ابراهيم علي ، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد ، ط 1 ، دار المعترف للنشر والتوزيع ، عمان ، 2017.
4. الحربي ، سليمان سالم ماطر ، الصلح الواقعي من الإفلاس في النظام السعودي ، ط 1 ، مكتبة القانون والاقتصاد ، الرياض ، 2014 .
5. حمداوي ، جميل ، البحث التربوي : مناهجه وتقنياته ، دار المتب العلمية ، بيروت ، 2014.
6. الخزجي ، ثامر كامل محمد ، النظم السياسية الحديثة والسياسات العامة ، ط 1 ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان ، 2004 .
7. دليو، فضيل ، دراسات في الاعلام الالكتروني، مركز الكتاب الاكاديمي ، عمان ، 2019.
8. دياب ، سهيل رزق ، مناهج البحث العلمي ، غزة ، 2003 .
9. رضا، أمين ، الإعلام الجديد ، ط 1 ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2015 .
- 10 . الساعدي ، الحربي سلطان مسفر مبارك ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العمل الإنساني، تنظيم المركز الدولي للأبحاث والدراسات ، السعودية ، 1435هـ .
- 11 السديري ، وليد بن نايف ، العقلانية في سلوك التصويت الانتخابي ، ط 1 ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، أبو ظبي ، 2012 .
- 12 سرحال ، أحمد ، النظم السياسية والدستورية في لبنان وكافة الدول العربية ، ط 1 ، دار الفكر العربي ، بيروت ، 1990 .

- 13 السوداني ، حسن والمنصور محمد ، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين ، ط1، مركز الأكاديمي، 2010.
- 14 الشاعر ، عبد الرحمن بن ابراهيم ، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ، ط1 ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015.
- 15 شقرة ، علي خليل ، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014.
- 16 الصاعدي ، سلطان مسفر مبارك ، الشبكات الاجتماعية خطر ام فرصة ، بحث مقدم لشبكة الالوكة ، المسابقة الثانية ، فرع الدراسات والأبحاث ، المملكة العربية السعودية ، المدينة المنورة ، 1432هـ.
- 17 الطبيب ، مولود زايد ، علم الاجتماع السياسي ، ط1 ، دار الكتب الوطنية ، بنغازي-ليبيا ، 2007.
- 18 عبد الغفار ، فيصل محمد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 19 عبد القادر ، احمد العبيد الطيب ، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام ، دار البداية ناشرون وموزعون ، عمان ، 2017.
- 20 عبد الكافي ، اسماعيل عبد الفتاح ، شبكات التواصل والأنترنت والتأثير على الأمن القومي الاجتماعي ، ط1 ، المكتب العربي للمعارف ، القاهرة ، 2016.
- 21 عبد الكافي ، اسماعيل عبد الفتاح ، مصطلحات عصر العولمة ، الدار الثقافية للنشر والتوزيع ، ط1 ، القاهرة ، 2007.
- 22 عبد الوهاب ، عبد المؤمن ، النظام الانتخابي في الجزائر(مقاربة حول المشاركة والمنافسة السياسية في النظام الجزائري) ، ط1 ، دار الالمعية للنشر والتوزيع ، قسنطينة ، 2011 .
- 23 العريشي ، جبريل بن حسن ، الدوسري ، سلمى بنت عبد الرحمن محمد ، الشبكات الاجتماعية والقيم ، ط1 ، الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015 .
- 24 عفيفي ، علاء الدين محمد ، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العامة ، ط1، دار الكتب المصرية ، القاهرة ، 2015.
- 25 علي ، سيد اسماعيل ، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة ، دار التعليم الجامعي الإسكندرية 2020.

- 26 العوض ، محمد وداعة الله محمد ، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب ، ط 1 ، دار الخليج للنشر والتوزيع ، عمان ، 2020.
- 27 قادري ، حليلة ، التواصل الاجتماعي ، ط 1 ، الدار المنهجية للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2016.
- 28 قاسمي ، أحمد ، جدائي ، سليم ، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية ، ط 1 ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية ، برلين ، 2019.
- 29 قمحية ، حسان أحمد ، الفيسبوك تحت المجهر ، ط 1 ، دار النخبة ، 2017.
- 30 قنديلجي ، عامر ابراهيم ، منهجية البحث العلمي ، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الاردن ، 2019.
- 31 الكاظم ، صالح جواد ، العاني علي غالب ، الأنظمة السياسية ، د ط ، مطبعة دار الحكمة ، بغداد ، 1991
- 32 لطاد ، ليندا عباس ، عائشة وآخرون ، منهجية البحث العلمي وتقنياته الاجتماعية ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية ، برلين ، 2019.
- 33 محمد جابر ، نجلاء ، الإعلام التجاري ، ط 1 ، دار المعتر للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014.
- 34 محمود ، أحمد أبو سمرة ، الطبطبي ، محمد عبد الاله ، مناهج البحث العلمي من التبيين الى التمكين ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان ، 2020.
- 35 مركز المحتسب للإستشارات ، دولر مواقع التواصل الاجتماعي في الإحتساب (تويتر نموذجاً) ، ط 1 ، دار المحتسب ، الرياض ، 1438هـ.
- 36 المساري ، محمد عبد حمادي ، النظام الانتخابي وبناء العملية الديمقراطية ، ط 1 ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2018.
- 37 المسيري ، عبد الوهاب ، إشكالية التحيز (رؤية معرفية ودعوة للاجتهاد) ، ط 1 ، المعهد العالي للفكر الإسلامي ، فيرجينيا ، 1997 .
- 38 المشاقبة ، بسام عبد الرحمان ، معجم المصطلحات البرلمانية والدبلوماسية ، د ط ، دار المأمون للنشر والتوزيع ، عمان ، 2011.

- 39 المقدادي ، خالد غسان يوسف ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع ، 2013.
- 40 المقدادي ، كاظم شنون ، الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة ، ط1 ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013.
- 41 منصور ، عبد المجيد يسد احمد ، و الشريبي ، زكرياء احمد ، والفقي ، اسماعيل محمد ، السلوك الانساني بين التفسير الاسلامي واسس علم النفس المعاصر ، مكتبة الانجلو مصرية ، القاهرة ، 2002.
- 42 النوايسية ، فاطمة عبد الرحيم ، اساسيات علم النفس ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015.
- 43 هتيمي ، حسين محمود ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي ، ط3 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015.
- 44 يوسف ، محمد خيرات ، مؤشرات التقييم الإعلامي ، ط1 مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2015 .

الاطروحات والمذكرات

1. أحمد، عصام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري، دراسة وصفية حول الخصوصية والبنية القيمية للأفراد، مذكرة ماستر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علوم والاتصال ، تخصص اتصال ، جامعة الاتصال ، 2013
2. براشدي طارق ، سعدي إحسان ، صناعة القرار الأمني في إسرائيل وتأثير المؤسسة العسكرية فيه ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص علاقات دولية ودراسات أمنية ، قسم العلوم السياسية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، 2014/2013
3. بن يمينة، يحيى، السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر (شباب مدينة وهران نموذجاً)، رسالة ماجستير في علم الاجتماع السياسي ، جامعة وهران ، 2013-2014.
4. جود، لؤي محمد يوسف، دور المواقع الإلكترونية الفلسطينية الحزبية في التنشئة السياسية (دراسة تحليلية وميدانية مقارنة)، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة، 2018، ص 87-88.
5. حمودي، سميرة، الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين (جامعة تلمسان نموذجاً)، رسالة ماجستير، تخصص علم الاجتماع السياسي ، جامعة ابي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2015-2016.
6. حيرش ، جمال ، بن عليّة ، أحمد ، النظام الانتخابي وأثره على المشاركة السياسية في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص سياسات عامة لتنمية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة زيان عاشور ، 2017/2016
7. داودي ، عبد المالك ، حدود السلطة التنفيذية في العملية الانتخابية المحلية ، رسالة ماجستير ، تخصص إدارة الجماعات المحلية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة الدكتور الطاهر مولاي ، سعيّة ، 2015-2016.
8. رأفت ، مهند عبد الرزاق ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي (دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والانبار وتكريت) ، رسالة ماجستير في الإعلام ، كلية الآداب والعلوم ، قسم الصحافة والعلوم ، 2013
9. رزاق ، الحسن ، الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة (دراسة في تحليل مضموني صحيفة الخبر والشروق)، رسالة ماجستير ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، تخصص صحافة ، كلية الإعلام والاتصال ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2009-2010

10. رعاش، عمر، أدوات التعبير عن السيادة الشعبية وتطبيقها في الجزائر ، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر ، تخصص دولة ومؤسسات ، قسم الحقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة زيان عاشور بالجلفة ، 2018/2017
11. الريمحي، علي محمد علي، دور وسائل الإعلام البحرينية في تعزيز الثقافة السياسية لدى النواب البحرينيين من وجهة نظرهم (2016-2017)، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة الشرق الأوسط، 2017.
12. زواوي، الحاج سعد، اتجاهات الجمهور نحو الرامج الاخبارية لقناة الجزيرة (دراسة ميدانية اجريت على عينة من جمهور ولاية ورقلة)، رسالة ماجستير، تخصص علم الاجتماع والاتصال، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2012.
13. سكر، ماجد رجي العبد، التواصل الاجتماعي (انواعه- ضوابطه- اثاره- ومعوقاته)، دراسة قرانية موضوعية، رسالة ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، كلية اصول الدين، قسم التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الاسلامية، غزة، 1432 هـ / 2011م
14. سلامة الآغا، ريهام، التنبؤ بالسلوك الاجتماعي للنساء الارامل في ضوء بعض المتغيرات النفسية، رسالة ماجستير في الارشاد النفسي، قسم علم النفس، الارشاد النفسي بكلية التربية بالجامعة، غزة، 2011.
15. شدان، يعقوب خليل أبو يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، فلسطين، 2015
16. صقر، وسام محمد جميل، النخبة السياسية وإنعكاسها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، 2008-2009، (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قطاع غزة)، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر - غزة، 2010
17. الصوافي، عبد الحكيم بن عبد الله الراشد، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الاساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة عمان، 2014-2015.

18. الطماح ، المطيري حسين فطيم ، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الوسط، 2013.
19. عرفة ، مسعودة، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية الجزائرية 2017، مذكرة ماستر تخصص تنظيمات سياسية وادارية قسم العلوم السياسية ، جامعة قاصدي مرياح ورقلة 2017-2018
20. قعقاع ، اسلام الدين ، دراسة السلوك الانتخابي لدى مواطني عين مليلة من خلال الانتخابات البلدية 29 نوفمبر 2012 ، مذكرة ماستر اكايمي في علم السياسة ، جامعة ام البواقي ، 2015- 2016
21. قعمير ، فاطنة ، الثقافة السياسية وانعكاسها على السلوك الانتخابي في الجزائر (1999-2014) ، مذكرة ماستر ، علوم سياسية ، بومرداس ، 2015-2016
22. قول ، خيرة ، انتقاء النخبة السياسية في المجتمع المحلي (دراسة حالة ولاية الجلفة) ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، تخصص علم الاجتماع السياسي ، جامعة الجزائر بن خدة يوسف ، 2008-2009.
23. مجاهد، حنان، السلوك الانتخابي من خلال صفحات الاحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي ، رسالة ماجستير في علم الاجتماع السياسي، جامعة مستغانم، 2014-2015
24. المري ، خولاء غانم ، تأثير تويتر على طبيعة عمل عينة قصديه من الإعلاميين في القنوات الفضائية الخليجية ، مذكرة ماجستير في الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، 2016
- مذكرات أجنبية

Williams Christine B and Galati Girish JK The Political impact of face book : Evidence from the 2006 elections and the 2008 nomination contest Bentely College Waltham ,Massachusetts , January 2009

المجالات

1. الأعرجي ، إبراهيم مرتضى ، السلوك الانتخابي وعلاقته بالاعتقاد بعدالة العالم لدى طلبة جامعة بغداد ، مجلة كلية الآداب ، العدد 98، 2010.
2. بارة سمير ، الإمام سلمى ، السلوك الانتخابي في الجزائر دراسة في المفهوم الأنماط والفواعل ، مجلة دفاتر السياسة والقانون ، العدد الأول ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، جوان 2009 .
3. بارة سمير،لیمام سلمى ،النماذج الانتخابية :نحو مقارنة ميدانية لتحليل الانماط الانتخابية في الجزائر ،دفاتر السياسة والقانون ،عدد خاص افريل 2011.
4. بدائي ، فؤاد ، حتمية ماكلوهان لفهم قيمية عزري عبد الرحمان ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، جامعة الوادي ، العدد الرابع ، جانفي 2014
5. براي ، محمد ، الشباب والتواصل الافتراضي بين الحتمية التقنية والضرورة القيمية -رؤية سوسيولوجية- ، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية ، جامعة محمد الامين دباغين -سطيف 2- ، العدد الرابع عشر
6. بلبية لحبيب ، بلغيث عبد الله ، محددات السلوك الانتخابي في الجزائر، دفاتر السياسة والقانون ، العدد19 ، 2018.
7. حسن ، عبد العزيز علي ، العلاقة بين الإتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب (دراسة تطبيقية على إنتخابات رئاسة الجمهورية على مصر) ، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 43 ، العدد 01 ، 2016 . ص 230.
8. حسن، عبد العزيز علي، العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية، (دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر)، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد43، العدد2013،09
9. حليلو،نبيل، التنمية والثقافة السياسية :اية علاقة ،مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ،العدد الثامن ،جامعة قاصدي مرباح ،ورقلة ،الجزائر ،جوان 2012.
10. حمدي ، احمد علي ، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي (دراسة في سوسيولوجيا الانترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر)، دورية الاعلام الاوسط ،العدد العاشر، كلية الاداب، جامعة سوهاج ، 2014.
11. الزاوي محمد الطيب،قندوز عبد القادر ،تنظيم الحملات الانتخابية من خلال قانون الإنتخابات الجزائري ،دفاتر السياسة والقانون ،عدد خاص أفريل 2011 ،قسم العلوم السياسية ،جامعة ورقلة ، الجزائر
12. محمدعبد،إتسام، دور الثقافة السياسية في تشكيل الهوية الوطنية في عراق ما قبل وما بعد الاحتلال ،دراسات دولية ،العدد الخامس والثلاثون

المقالات

1-بارة سمير،ليمام سلمى، مقال حول السلوك الانتخابي في الجزائر(دراسة في المفهوم والأنماط والعوامل)

المؤتمرات

2-مصطفى ، مهند :النظم الانتخابية وأثرها على الاندماج الاجتماعي والسياسي في الدول العربية التي تمر بتحول ديمقراطي : حالتنا مصر وتونس ، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ، المؤتمر السنوي للعلوم الاجتماعية والإنسانية ،31مارس 2013

المواقع الالكترونية

07/06/2020 14:00<https://school22level1.wordpress.com/>

الزبون، اسلام ،مواقع التواصل الاجتماعي: بحث عن الانستغرام، 28 فبراير2019، الساعة 21:58

<https://mawdoo3.com> 28/05/2020 10:10

- http://fatenahh.blogspot.com/2013/11/blog-post_22.html?m=1,2020/05/29 :13;30

فتحي ، مصطفى: مراجعة عن الانستغرام، مميزات وعيوب تطبيق انستغرام، 13 ابريل .

<https://WWW.ts3a.com/> 02/07/2020 17:00

تهامي ، محمد ، السلوك الانتخابي ، الموسوعة السياسية ،

<https://ploticalencyclopedia.org/dictionary> 17/6/2020 14:25

مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، الخميس 18 ماي 2017. 2805 .[Item/ainpageM/AF.ar/](http://ainpageM/AF.ar/)

22/07/2020 11,23 .mofutureae

خضر ، احمد إبراهيم، الفرق بين مصطلحي (اجتماعي) و(مجتمعي)، 01-06-2013

<https://www.Alukah.Net/web/khedr/0/55384/> 27/06/2020 09:00 <https://cte.Univ-setif.dz/moodle/mod/book/view.php?id=31400&chapterid=7315&lang=en> s 06/09/2020 18:00

قَائِمَةُ الْمِلَاحِقِ

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

فرع علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان بعنوان :

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي لدى الجزائريين

دراسة ميدانية على عينة من جمهور ولاية قالمة

تم إعداد هذا الاستبيان استكمالاً لنيل شهادة الماستر ، تخصص اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الأستاذة :

بوقرة نوال

من إعداد الطالبات :

سالمي إيمان

بوشحان سرور

عبيدات صباح

ملاحظة : نرجو ملأ هذه الاستمارة بوضع علامة (x) أمام الإجابة المختارة ، و شكرا

السنة الجامعية : 2020/2019

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس :

☐ ذكر

☐ أنثى

2- السن :

☐ - من 19 سنة إلى 39 سنة

☐ - من 40 سنة إلى 60 سنة

☐ - من 61 فما فوق

المحور الثاني : عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

1- أي مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم أكثر؟

☐ - فيسبوك

☐ - تويتر

☐ - انستغرام

☐ - يوتيوب

2- ما هو مجال اهتمامك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ - المجال الاجتماعي

☐ - المجال الاقتصادي

☐ - المجال السياسي

☐ - المجال الترفيهي

3- ما هي فترة تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

☐ - صباحا

☐ - مساء

☐ - ليلا

المحور الثالث : السلوك الانتخابي

1- هل تتابع الصفحات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم ☐

- لا ☐

2- إذا كانت الإجابة بنعم فما هي هذه الصفحات التي تتابعها أثناء الحملات الانتخابية؟

.....

.....

....

3- كيف تتفاعل مع هذه الصفحات ؟

- عن طريق المشاركة في النقاش ☐

- عن طريق الإعجاب ☐

- عن طريق التعليق ☐

4- ما هي دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحملات الانتخابية؟

- متابعة الأوضاع السياسية ☐

- الاطلاع على برامج المرشحين ☐

- الدخول في مناقشات سياسية ☐

5- هل أثرت هذه الصفحات على سلوكك الانتخابي؟

- نعم ☐

- لا ☐

6- إذا كانت الإجابة بنعم ،كيف كان هذا التأثير ؟

.....

.....

....

7- هل تابعت المناظرة بين المرشحين ؟

- نعم ☐

- لا ☐

8- إذا كانت الإجابة بنعم، فما هو تقييمك لمستوى المناظرة؟

- ضعيف ☐

- متوسط ☐

- جيد ☐

9- هل ساهمت هذه المناظرة في التأثير على سلوكك الانتخابي ؟

- نعم ☐

- لا ☐

10- إذا كانت الإجابة بنعم ، كيف ذلك ؟

.....
.....
.....

11- حسب رأيك إلى جانب مواقع التواصل الاجتماعي، ماهي العوامل الأخرى التي تؤثر على

سلوكك الانتخابي؟

- عامل السن ☐

- الخبرة المكتسبة من المسار الانتخابي ☐

- المستوى الاقتصادي ☐

- المستوى التعليمي ☐

- تأثير المحيط الاجتماعي ☐

12- وفقا لوجهة نظرك ماهي مواصفات الرئيس المثالي ؟

.....
.....
.....
.....