



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم الإعلام والاتصال  
أطروحة دكتوراه

دور مواقع التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية  
- دراسة ميدانية على عينة من النساء المستخدمات للفيسبوك -

مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: علوم الإعلام والاتصال

للطالبة: بلفضل فوزية

مديرة الأطروحة: بالطة مريم الرتبة: أستاذة محاضرة - أ -

المؤسسة الجامعية: جامعة سكيكدة

أمام أعضاء اللجنة:

الإسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة
شابي سناء	أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة
بالطة مريم	أستاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا	جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة
بضياف سوهيلة	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة
شرقي اسماعيل	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة باتنة 01
بولكعيبات أحلام	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03

السنة الجامعية: 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِّنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا

تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ

وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ"

سورة النحل (78)

## التصريح الشخصي:

عملا بأحكام المادة الثالثة من القرار رقم 1082 مؤرخ في 27 ديسمبر 2020 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها، أصرح بشرفي بأن الأطروحة التي قدمتها من أجل استكمال متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه الطور الثالث، بقسم الإعلام والاتصال جامعة 20 أوت 1955- سكيكدة، هي نتاج شخصي احترمت فيه أخلاقيات البحث العلمي، وتجنب السرقة العلمية، واحترام خصوصيات المبحوثات، وأتحمل مسؤولية ما جاء في محتوياتها.

وأعلن إمكانية الإسناد إليها والاقتباس منها شريطة الإقرار بذلك حسب الأصول المنهجية العلمية.

الطالبة:

بفضل فوزية

## شكر وعرفان

الحمد لله حمدا كثيرا الذي علمني وأعانني على إنجاز هذا العمل العلمي، وما توفيقني إلا منه، فما أعظم فضله.

ومن أدب رد الفضل لأهله أتقدم بجزيل الشكر للأستاذة الدكتورة بالطة مريم على كل مجهود رافقتني به بالنصح والتوجيه، وإشرافها الشخصي على هذه الدراسة،

والشكر موصول أيضا لكل الأساتذة الذين ساهموا في هذا البحث العلمي، بداية من مدير مشروع الدكتوراه، والطاقم المشرف على تكوين دفعة الدكتوراه بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة سكيكدة، وإلى الأساتذة المحكمين، وكل من ساعدني ولو بكلمة.

وأشكر كذلك الطاقم الإداري والبيداغوجي لكلية وقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة  
20 أوت 1955 سكيكدة

أشكر أيضا كل من الأساتذة: علاوة محمد من جامعة أم البواقي، (زينة جدعون، فيصل مامن، ياسين قوتال، كمال تكواشت، عواطف مومن) من جامعة خنشلة. كما لا أنسى الطيبة الجراحة أسيا سابق.

ختاما أشكر كل أفراد العائلة والأصدقاء والزملاء، وكل من قدم لي العون وتمنى لي التوفيق في هذا المسار العلمي.

الطالبة:

بلفضل فوزية

## الإهداء

أهدي هذا العمل العلمي

إلى من أنار لي درب العلم والمعرفة،

وحرص علي منذ الصغر،

واجتهد في تربيتي والاعتناء بي،

والدي الحبيب الغاليان القريبان إلى قلبي.

إلى إخوتي وأبنائهم.

إلى كل من ساندني خلال مرحلة الدراسة.

الطالبة:

بفضل فوزية

**الملخص:**

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية، مع التركيز على كيفية تمكينها من التعرف على الأحداث والقضايا السياسية والمشاركة في الحياة العامة.

اعتمدت الباحثة على الوصف التحليلي باستخدام المنهج المسحي، حيث تم اختيار عينة عرضية مكونة من 517 امرأة جامعية مستخدمة لموقع فيسبوك. تم جمع البيانات عبر استبيان شمل تحليلاً كمياً ونوعياً لتقييم دوافع وآثار استخدام هذه المواقع في المجال السياسي.

أظهرت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم بشكل متوسط في تنمية الوعي السياسي للمرأة الجزائرية. فقد تبين أن الدوافع الرئيسية تشمل التعرف على الأحداث والقضايا السياسية وتعدد الآراء والمنشورات، مما يعزز من الرصيد المعرفي. كما كشفت النتائج عن تأثيرات عاطفية (مثل الشعور بالحزن والتعاطف تجاه الضحايا) وتأثيرات معرفية أدت إلى تكوين آراء سياسية صائبة، في حين كانت التأثيرات السلوكية على المشاركة السياسية بدرجة متوسطة.

تشير النتائج إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً فعالاً في تعزيز الوعي السياسي للمرأة الجزائرية، مما يبرز أهميتها في دعم المشاركة السياسية من خلال تشجيعها على التصويت والترشح والترؤيخ للحملات الانتخابية. وتوصي الدراسة بمزيد من البحث لتطوير استراتيجيات استخدام هذه الوسائل في تعزيز العملية الديمقراطية ودعم المشاركة المجتمعية.

**الكلمات المفتاحية:**

مواقع التواصل الاجتماعي، فيسبوك، الوعي السياسي، المرأة الجزائرية.

**Abstract:**

This study aimed to determine the role of social media in enhancing the political awareness of Algerian women, with a focus on how it enables them to become familiar with political events and issues and to participate in public life.

The researcher adopted an analytical descriptive approach using the survey method, selecting a non-probability sample consisting of 517 female university students who are Facebook users. Data were collected via a questionnaire incorporating both quantitative and qualitative analyses to evaluate the motivations and effects of using these platforms in the political arena.

The study revealed that social media contributes moderately to the development of political awareness among Algerian women. It was found that the main motivations include familiarization with political events and issues and the diversity of opinions and posts, which enhances their knowledge base. The results also indicated emotional effects (such as feelings of sadness and sympathy towards victims) and cognitive effects that led to the formation of sound political opinions, while the behavioral effects on political participation were moderate.

The findings suggest that social media effectively enhances Algerian women's political awareness, highlighting its importance in supporting political participation by encouraging voting, candidacy, and the promotion of electoral campaigns. The study recommends further research to develop strategies for using these media to strengthen the democratic process and support community participation.

**Keywords:** Social Media, Facebook, Political Awareness, Algerian Women.



**Résumé :**

Cette étude avait pour objectif de déterminer le rôle des réseaux sociaux dans l'accroissement de la conscience politique des femmes algériennes, en se concentrant sur la manière dont ces plateformes leur permettent de se familiariser avec les événements et les enjeux politiques ainsi que de participer activement à la vie publique.

La chercheuse a adopté une approche descriptive analytique en recourant à la méthode d'enquête, en sélectionnant un échantillon non probabiliste composé de 517 étudiantes universitaires utilisatrices de Facebook. Les données ont été recueillies au moyen d'un questionnaire intégrant des analyses quantitatives et qualitatives, dans le but d'évaluer à la fois les motivations et les effets liés à l'utilisation de ces réseaux dans le domaine politique.

Les résultats de l'étude indiquent que les réseaux sociaux contribuent de manière modérée au développement de la conscience politique chez les femmes algériennes. Il apparaît que les principales motivations résident dans la possibilité de se familiariser avec les événements et les enjeux politiques ainsi que dans la diversité des opinions et des publications, ce qui enrichit leur base de connaissances. Par ailleurs, les analyses ont révélé des effets émotionnels (notamment des sentiments de tristesse et de sympathie envers les victimes) et des effets cognitifs qui ont permis la formation d'opinions politiques éclairées, tandis que les effets comportementaux sur la participation politique demeurent modérés.

Ces conclusions suggèrent que les réseaux sociaux jouent un rôle efficace dans l'amélioration de la conscience politique des femmes algériennes, soulignant ainsi leur importance dans le soutien à la participation politique, que ce soit par l'encouragement au vote, à la candidature ou à la promotion des campagnes électorales. L'étude recommande par ailleurs de poursuivre les recherches afin de développer des stratégies d'utilisation de ces médias en vue de renforcer le processus démocratique et de favoriser la participation communautaire.

**Mots-clés :** Réseaux sociaux, Facebook, conscience politique, femmes algériennes.

## فهرس الموضوعات

"وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِّن بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ"

3	سورة النحل (78).....
4	التصريح الشخصي:.....
5	شكر وعرافان.....
6	الإهداء.....
7	الملخص:.....
10	فهرس الموضوعات.....
18	فهرس الجداول.....
21	فهرس الأشكال.....
23	1. مقدمة.....
23	1.1. تمهيد.....
25	2.1. الإشكالية.....
27	3.1. تساؤلات البحث.....
27	4.1. فرضيات البحث.....
27	5.1. أهداف الدراسة.....
28	6.1. أهمية الدراسة.....
29	7.1. أسباب اختيار موضوع الدراسة.....
30	8.1. مجالات الدراسة.....
30	9.1. مفاهيم الدراسة.....

31	10.1. الدراسات السابقة .....
41	11.1. المداخل النظرية للدراسة .....
41	1.11.1. نظرية الإستخدامات و الإشباعات .....
48	2.11.1. نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام.....
56	2. مواقع التواصل الإجتماعي والوعي السياسي.....
56	1.2. مواقع التواصل الإجتماعي.....
56	1.1.2. مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي.....
56	1.1.1.2 تعريف مواقع التواصل الإجتماعي ونشأتها.....
59	2.1.1.2. أنواع مواقع التواصل الإجتماعي وومميزاتها.....
60	3.1.1.2. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وأشكالها.....
62	4.1.1.2. خصائص مواقع التواصل الإجتماعي، إيجابياتها وسلبياتها.....
71	2.1.2. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي.....
71	1.2.1.2 موقع فيسبوك (Facebook).....
76	2.2.1.2. موقع تويتر (Tuitter).....
79	3.2.1.2. موقع يوتيوب (YouTube).....
82	2.2. الوعي السياسي.....
82	1.2.2. مفهوم الوعي.....
82	1.1.2.2. تعريف الوعي والعناصر التي تدخل في تشكيله.....
85	2.1.2.2. أهمية الوعي و طرق تنميته.....
88	2.2.2. مفهوم الوعي السياسي.....
89	1.2.2.2. تعريف الوعي السياسي وأهميته.....

92	..... كيفية تحصيل الوعي السياسي
94	..... وسائل تشكيل الوعي السياسي
99	..... معوقات اكتساب الوعي السياسي
102	..... الدور السياسي لمواقع التواصل الإجتماعي
102	..... تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي
103	..... التأثيرات المعرفية
103	..... التأثيرات الوجدانية
104	..... التأثيرات السلوكية
105	..... مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي السياسي، وتحقيق المواطنة
105	..... 1.2.3.2 مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي السياسي
106	..... 2.2.3.2 مواقع التواصل الإجتماعي في تحقيق المواطنة والديمقراطية
106	..... 3.3.2 مواقع التواصل الإجتماعي والتغيير السياسي
107	..... 1.3.3.2 مواقع التواصل الإجتماعي وتغيير أنظمة الحكم
111	..... 2.3.3.2 مواقع التواصل الإجتماعي في الإنتخابات
117	..... 3. الوعي السياسي للمرأة الجزائرية واستخدامها لمواقع التواصل الإجتماعي
117	..... 1.3. الحقوق السياسية للمرأة ضمن القوانين الدولية والوطنية
117	..... 1.1.3. الحقوق السياسية للمرأة ضمن القوانين الدولية
118	..... 1.1.1.3. المواثيق الدولية التي اهتمت بالحقوق السياسية للمرأة
125	..... 2.1.1.3. المؤتمرات الدولية والإقليمية التي اهتمت بالحقوق السياسية للمرأة
129	..... 2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية ضمن القوانين والتشريعات الوطنية
129	..... 1.2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية في الدساتير

- 137 .....2.2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية ضمن الإطار القانوني
- 144 .....3.1.3. سبل الإرتقاء بالوعي السياسي للمرأة
- 144 .....1.3.1.3. تشجيع المرأة لتولي المناصب والدعم المادي والمعنوي من قبل الحكومة
- 145 .....2.3.1.3. دور وسائل الإعلام والاتصال في التعبئة الجماهيرية والسياسية
- 145 .....3.3.1.3. تخصيص حصة ضمن مقاعد المجالس المنتخبة
- 146 .....4.3.1.3. دور المجتمع المدني في تشجيع المرأة
- 146 .....2.3. المرأة الجزائرية والعمل السياسي
- 147 .....1.2.3. العمل السياسي للمرأة الجزائرية قبل وأثناء ثورة التحرير
- 147 .....1.1.2.3. العمل السياسي للمرأة الجزائرية قبل ثورة التحرير
- 149 .....2.1.2.3. العمل السياسي للمرأة الجزائرية اثناء ثورة التحرير
- 151 .....2.2.3. المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية بعد الاستقلال
- 152 .....1.2.2.3. تواجد المرأة الجزائرية في المجالس المنتخبة
- 154 .....2.2.2.3. تقلد المرأة الجزائرية لمناصب في مراكز صنع القرار والوظائف العامة
- 155 .....3.2.2.3. تواجد المرأة الجزائرية ضمن تشكيلات الأحزاب السياسية
- 156 .....4.2.2.3. انخراط المرأة الجزائرية في مؤسسات المجتمع المدني
- 159 .....3.3. استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الإجتماعي
- 159 .....1.3.3. استخدام المرأة لمواقع التواصل الإجتماعي لإثبات نفسها والدفاع عن حقوقها
- 159 .....1.1.3.3. توجه المرأة نحو استخدام مواقع التواصل الإجتماعي لإثبات نفسها
- 160 .....2.1.3.3. توجه المرأة الجزائرية نحو استخدام مواقع التواصل الإجتماعي للدفاع عن حقوقها
- 162 .....2.3.3. المرأة الجزائرية تناقش قضاياها على مواقع التواصل الإجتماعي
- 162 .....1.2.3.3. في المجال الإجتماعي، الديني والصحي

164	..... 2.2.3.3. في التسويق والتجارة
166	..... 3.2.3.3. في المجال السياسي
172	..... 4. التحليل الكمي والكيفي لبيانات الدراسة
172	..... 1.4. الإجراءات المنهجية والإحصائية للدراسة
172	..... 1.1.4. نوع الدراسة ومنهجها
172	..... 1.1.1.4. نوع الدراسة
174	..... 2.1.1.4. المنهج المستخدم في الدراسة
178	..... 2.1.4. مجتمع وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات
178	..... 1.2.1.4. مجتمع الدراسة
179	..... 2.2.1.4. عينة الدراسة
181	..... 3.2.1.4. أدوات جمع البيانات
184	..... 3.1.4. الأساليب المستخدمة في تحليل البيانات
184	..... 1.3.1.4. الأسلوب الكمي
189	..... 2.3.1.4. الأسلوب الكيفي
191	..... 2.4. تحليل بيانات الدراسة
191	..... 1.2.4. تحليل البيانات الشخصية للعينة، المحور الأول والثاني
191	..... 1.1.2.4. تحليل البيانات الشخصية للعينة
	..... 2.1.2.4. تحليل بيانات المحور الأول (عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في
193	..... المجال السياسي )
	..... 3.1.2.4. تحليل بيانات المحور الثاني ( دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال
206	..... السياسي )
210	..... 2.2.4. تحليل بيانات المحور الثالث، الرابع، الخامس والسادس

1.2.2.4	تحليل بيانات المحور الثالث ( التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية	210
	الجامعية )	
2.2.2.4	تحليل عبارات المحور الرابع ( التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية	213
	الجامعية )	
3.2.2.4	تحليل عبارات المحور الخامس ( التأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية	216
	الجامعية )	
4.2.2.4	تحليل عبارات المحور السادس ( دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على	218
	المشاركة السياسية )	
5	اختبار الفرضيات ومناقشة نتائج الدراسة	223
1.5	اختبار فرضيات الدراسة	223
1.1.5	الإختبار الإحصائي للفرضيات الفرعية: الأولى، الثانية والثالثة	225
1.1.1.5	الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية الأولى	225
2.1.1.5	الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية الثانية	226
3.1.1.5	الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية الثالثة	227
2.1.5	الإختبار الإحصائي للفرضيات الفرعية: الرابعة، الخامسة والسادسة	228
1.2.1.5	الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية الرابعة	228
2.2.1.5	الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية الخامسة	229
3.2.1.5	الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية السادسة	230
2.5	مناقشة و تفسير نتائج تحليل بيانات الدراسة	232
1.2.5	مناقشة و تفسير نتائج تحليل عبارات المتغير المستقل: ( الفيسبوك )	232
1.1.2.5	مناقشة نتائج تحليل عبارات المتغير المستقل: ( الفيسبوك )	232
2.1.2.5	تفسير نتائج تحليل عبارات المتغير المستقل ( الفيسبوك )	242

- 2.2.5. مناقشة و تفسير نتائج تحليل عبارات المتغير التابع ( تنمية الوعي السياسي للمرأة الجزائرية الجامعية ..... 245
- 1.2.2.5 مناقشة وتفسير نتائج تحليل عبارات المحور الثالث ( التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية ) ..... 246
- 2.2.2.5 مناقشة وتفسير نتائج تحليل عبارات المحور الرابع ( التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية ) ..... 256
- 3.2.2.5 مناقشة و تفسير نتائج تحليل عبارات المحور الخامس ( التأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية) ..... 265
- 4.2.2.5 مناقشة وتفسير نتائج تحليل عبارات المحور السادس ( دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية ) ..... 274
- 3.5 مناقشة نتائج اختبار الفرضيات، ونتائج الدراسة ..... 288
- 1.3.5 مناقشة نتائج اختبار الفرضيات ..... 288
- 1.1.3.5 مناقشة نتائج اختبار الفرضيات الفرعية: الأولى، الثانية والثالثة ..... 288
- 2.1.3.5 مناقشة نتائج اختبار الفرضيات الفرعية: الرابعة، الخامسة والسادسة ..... 289
- 2.3.5 نتائج الدراسة الميدانية ..... 292
- 1.2.3.5 نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الأول ( عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لموقع الفيسبوك في المجال السياسي ) ..... 292
- 2.2.3.5 نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الثاني ( دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لموقع الفيسبوك في المجال السياسي ) ..... 293
- 3.2.3.5 نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الثالث (التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية ) ..... 294
- 4.2.3.5 نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الرابع ( التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية) ..... 295



5.2.3.5. نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الخامس ( التأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية )	296
6.2.3.5. نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور السادس ( دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية )	297
7.2.3.5. نتائج الدراسة المتعلقة بالفرضيات	298
6. الخاتمة	301
7. قائمة المصادر والمراجع	306
8. الملاحق	330

## فهرس الجداول

185	الجدول رقم 1: يمثل عبارات المحور الأول (عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لموقع فيسبوك في المجال السياسي)
185	الجدول رقم 2: يمثل عبارات المحور الثاني (دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لموقع الفيسبوك في المجال السياسي)
186	الجدول رقم 3: يمثل عبارات المحور الثالث (التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)
187	الجدول رقم 4: يمثل عبارات المحور الرابع (التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)
187	الجدول رقم 5: يمثل عبارات المحور الخامس (التأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)
188	الجدول رقم 6: يمثل عبارات المحور السادس (دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية)
190	الجدول رقم 7: يوضح مقياس ليكرت الخماسي وفق الأوزان
190	الجدول رقم 8: مقياس ليكرت الخماسي وفق المتوسط المرجح
191	الجدول رقم 9: تحليل خصائص العينة
193	الجدول رقم 10: مدة استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك
195	الجدول رقم 11: عدد ساعات تصفح المرأة الجزائرية الجامعية لموقع فيسبوك في اليوم
196	الجدول رقم 12: الفترة المفضلة لدى المرأة الجزائرية الجامعية لتصفح المنشورات السياسية على موقع فيسبوك
197	الجدول رقم 13: المكان المفضل لدى المرأة الجزائرية الجامعية لمتابعة المنشورات السياسية على موقع فيسبوك
198	الجدول رقم 14: يوضح الأشخاص الذين تتابع معهم المرأة الجزائرية الجامعية موقع فيسبوك
199	الجدول رقم 15: الوسيلة المفضلة لمتابعة المنشورات السياسية على موقع الفيسبوك
200	الجدول رقم 16: يبين أهم خاصية تتفاعل بها المرأة الجزائرية الجامعية مع المنشورات السياسية
201	الجدول رقم 17: أهم المواضيع السياسية التي تهتم المرأة الجزائرية الجامعية على الفيسبوك
203	الجدول رقم 18: يبين انضمام المرأة الجزائرية الجامعية إلى مجموعة فيسبوكية سياسية
204	الجدول رقم 19: يبين إنشاء المرأة الجزائرية الجامعية لمجموعة أو صفحة سياسية على الفيسبوك
206	الجدول رقم 20: دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية الفيسبوك في المجال السياسي

210	الجدول رقم 21: التأثيرات الوجدانية السياسية لـفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية
213	الجدول رقم 22: التأثيرات المعرفية السياسية لـفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية
216	الجدول رقم 23: التأثيرات السلوكية السياسية لـفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية
218	الجدول رقم 24: دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية
224	الجدول رقم 25: يبين حدود معامل الارتباط لبيرسون
226	الجدول رقم 26: يبين العلاقة بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لـفيسبوك في المجال السياسي والتأثير الوجداني السياسي لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع.
227	الجدول رقم 27: يبين العلاقة بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لـفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات المعرفية السياسية لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع
228	الجدول رقم 28: يبين العلاقة بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لـفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات السلوكية السياسية لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع
229	الجدول رقم 29: يبين العلاقة بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لـفيسبوك في المجال السياسي ودعم هذا الأخير لها على المشاركة السياسية
230	الجدول رقم 30: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيسبوك.
231	الجدول رقم 31: يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيسبوك.
232	الجدول رقم 32: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية ودوافع استخدامها للفيسبوك في المجال السياسي
233	الجدول رقم 33: يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية ودوافع استخدامها للفيسبوك في المجال السياسي
246	الجدول رقم 34: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية والتأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك عليها
247	الجدول رقم 35: يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية والتأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك عليها
256	الجدول رقم 36: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية والتأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك عليها
257	الجدول رقم 37: يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية والتأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك عليها

266	الجدول رقم 38: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية والتأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك عليها
267	الجدول رقم 39: يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية والتأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك عليها
274	الجدول رقم 40: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية ودور الفيسبوك لدفعها للمشاركة السياسية
275	الجدول رقم 41: يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية ودور الفيسبوك لدفعها للمشاركة السياسية السياسية

## فهرس الأشكال

171	الشكل رقم1: مودج يوضح إشكالية الدراسة في ظل الترابط بين أبعاد المتغير الأول مواقع التواصل الإجتماعي (الفيسبوك) وأبعاد المتغير الثاني(تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية)
192	الشكل رقم2: يبين توزيع الفئتين العمريتين
193	الشكل رقم 3: يبين توزيع مفردات العينة حسبة المستوى الجامعي
194	الشكل رقم 4: يبين مدة استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك
196	الشكل رقم5: يبين عدد ساعات تصفح المرأة الجزائرية الجامعية لموقع فيسبوك في اليوم
197	الشكل رقم 6: يوضح فترات تصفح المرأة الجزائرية الجامعية لموقع فيسبوك في اليوم
198	الشكل رقم 7: يوضح المكان المفضل للمرأة الجزائرية الجامعية لتصفح موقع فيسبوك
199	الشكل رقم 8: يوضح الأشخاص الذين تتابع معهم المرأة الجزائرية الجامعية موقع فيسبوك.
200	الشكل رقم 9: يبين الوسيلة المفضلة لدى المرأة الجزائرية الجامعية لمتابعة المنشورات السياسية على موقع الفيسبوك
201	الشكل رقم 10: يبين أهم خاصية تتفاعل بها المرأة الجزائرية الجامعية مع المنشورات السياسية
203	الشكل رقم 11: يبين التدرج في خيارات المرأة الجزائرية الجامعية للمواضيع السياسية حسب أهميتها
204	الشكل رقم 12: يبين انضمام المرأة الجزائرية الجامعية إلى مجموعة فيسبوكية سياسية
205	الشكل رقم 13: يبين إنشاء المرأة الجزائرية الجامعية لمجموعة أو صفحة سياسية على الفيسبوك

---

# 1. مقدمة

---

1.1. تمهيد

2.1. الإشكالية

3.1. تساؤلات البحث

4.1. فرضيات البحث

5.1. أهداف الدراسة

6.1. أهمية الدراسة

7.1. أسباب اختيار موضوع الدراسة

8.1. مجالات الدراسة

9.1. مفاهيم الدراسة

10.1. الدراسات السابقة

11.1. المداخل النظرية للدراسة

## 1. مقدمة

### 1.1. تمهيد

إن تطور مختلف العلوم والاكتشافات أدى إلى إنفجار معرفي هائل في شتى مجالات الحياة مما أدى إلى إحداث تغييرات كبيرة في أسلوب ممارسة الوظائف الإنسانية المختلفة الثقافية، الاجتماعية، الفكرية، السياسية وغيرها. وتعتبر تكنولوجيا الإتصال الحديثة وليدة هذه التطورات العلمية، حيث فتحت أفاقاً جديدة للتواصل بين البشرية عبر كافة أنحاء العالم لتجسيد مفهوم القرية الكونية.

فتكنولوجيا الإتصال هي ذلك التقدم الذي حدث في أواخر القرن العشرين في مجال الإتصالات وما رافقه من تطور تكنولوجي معلوماتي كبير، والذي يتمثل في مجموعة التقنيات والوسائل المختلفة التي تستخدم لمعالجة المضامين خلال عمليات التواصل الشخصي أو الجماهيري عبر وسائل مسموعة أو مكتوبة أو مصورة أو مختلطة، عن طريق بيانات ذات تواصل مباشر أو مخزنة يتم استرجاعها متى كانت الحاجة إليها. ففي نهاية القرن الماضي تم دمج المزايا التكنولوجية المتوفرة في مختلف وسائل الاتصال في وسيلة واحدة بعدة خصائص ألا وهي شبكة الأنترنت، فهذه الأخيرة هي من بين مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتي تربط بين شبكات الحاسوب ومرافقه التنظيمية، ونظراً لما تقدمه هذه الشبكة من خدمات عديدة تشمل كافة النشاطات اليومية أصبح استخدامها أمراً ضرورياً فرضه التطور الذي يشهده النظام العالمي الجديد وحتمية تكنولوجية أقرتها العولمة. ولعل الشيء الذي يترجم بوضوح الثورة هو التطور المتسارع للشبكة بفضل تقنياتها المختلفة التي مهدت الطريق لكافة المجتمعات من أجل التعارف، التقارب، التواصل، وتبادل الأفكار والخبرات والآراء، وبناء علاقات تعدت حدود الزمان والمكان. بعد التطورات العديدة مع نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الأولى من القرن الواحد والعشرون ظهر الجيل الثاني للأنترنت الذي أدى إلى بروز مجموعة من التطبيقات الحديثة للشبكة أدت إلى تعميق الجوانب الاجتماعية والإتصالية، وتفعيل دور المستخدم من مستقبل إلى متفاعل.

تمثل مواقع التواصل الإجتماعي إحدى أهم تطبيقات شبكة الأنترنت والتي أخذت حيزاً واسعاً من الإستخدام بين أوساط المجتمعات العالمية بكل أطيافها وعقائدها، ومن هنا ظهرت مفاهيم جديدة في الإتصال بين الأفراد والمجتمع مما أدى إلى تشكيل مفهوم الواقع الافتراضي، وتكوين نمط جديد من الإتصال يختلف عن سابقه في الإعلام التقليدي، فبعدما كان اتصالاً يعتمد على إرسال الرسالة من الوسيلة وتلقيها من قبل المتلقي، أصبح بالإمكان التفاعل مع المضامين ورجع الصدى بين طرفي العملية الاتصالية، وامتداد هذا

التفاعل بين الجماهير المختلفة عبر العالم رغم الإختلاف الجغرافي والسوسولوجي للمجتمعات، وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أسلوبا جديدا للحياة، تمنح للفرد فضاء للكتابة والتصوير وإنتاج مواد إعلامية بالصورة والصوت يسهل التفاعل معها.

ارتفع عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي خاصة مع تمكن الفرد من امتلاك التكنولوجيات الحديثة على غرار الحاسوب المحمول، الهاتف الذكي واللوحة الإلكترونية. وتزامنا مع ظهور استخدامات جديدة لها في جميع جوانب الحياة لعبت هذه المواقع منذ اندلاع ما يسمى بالربيع العربي في العالم العربي دورا رياديا في التعبئة الشعبية التي قادها الشباب الذين خرجوا للمطالبة بحقوقهم وممارسة الحرية في التعبير، فكان لهذه الشبكات القدرة على التأثير والتعبئة الاجتماعية، وأصبحت فضاء افتراضيا للتأثير ضد حكوماتهم ومناقشة القضايا السياسية ومتابعة آخر المستجدات والتطورات. ولم يقتصر دور مواقع التواصل الاجتماعي في بلدان الإحتجاجات أو البلدان العربية فقط، فقد سبق وأن لعبت أدوارا مهمة في البلدان المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، حيث استخدمت في الحملات الإنتخابية من أجل التواصل مع الناخبين وعرض برامجهم ونشاطاتهم ونشر تصريحاتهم.

وفي الجزائر كغيرها من دول العالم يستخدم أفرادها شبكات التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية، لكونها وسائل للترفيه وممارسة النشاطات الإقتصادية والتعليمية والتثقيفية. أما في المجال السياسي ومع التطورات الكثيرة التي حدثت على الساحة السياسية فكان التوجه إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير خاصة أثناء أحداث التغيير السياسي التي شهدتها الجزائر منذ حراك فيفري 2019.

هذه المواقع منذ بداياتها الأولى ليست حكرا على الرجال فقط، فللمرأة أيضا نصيب من الاستخدام لها خاصة وأنها واكبت كل التطورات والأحداث العالمية، كما ساهمت في التغيير في شتى المجالات، حتى في الميدان السياسي أصبح موضوع مشاركة المرأة في العمل السياسي أمرا مهما، ومن أهم المسائل التي لاقت اهتماما كبيرا لدى الباحثين والفاعلين في حقوق الإنسان وفي مختلف الحركات النسوية. وموضوع مشاركة المرأة الجزائرية في العمل السياسي أصبح من المسائل المهمة خاصة منذ التغيير الديمقراطي لتسعينات القرن الماضي، هذا ما ساعد في التأثير على قرارات الدولة الجزائرية والمنظمات الرسمية وغير الرسمية وإصدار قوانين وتشريعات ترمي إلى ضمان حقوق المرأة الجزائرية والإقرار بدورها في النهوض بالمجتمع نحو التقدم، والإعتراف بها كقوة مشاركة في شتى مجالات الحياة مثلها مثل الرجل خاصة في الجانب السياسي.



وتمارس المرأة الجزائرية أدوارها المختلفة على جميع الأصعدة، فقد وجدت لنفسها متنفسا عبر موقع التواصل الاجتماعي فكانت الأكثر تقبلا للتكنولوجيات الحديثة لممارسة نشاطاتها الاجتماعية والمهنية، بالمقابل أسهمت هذه المواقع في تعزيز قدرة المرأة في تكوين علاقات اجتماعية ومهام خاصة بها خارج الأطر التقليدية، ولدراسة دور هذه المواقع في تنمية وعيها السياسي نقدم هذا البحث الذي قسمناه إلى خمسة فصول.

يتناول **الفصل الأول**: التمهيدي، الإشكالية، تساؤلات البحث، فرضيات البحث، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، أسباب اختيار موضوع الدراسة، مجالات الدراسة، مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة والمداخل النظرية للدراسة.

أما **الفصل الثاني** خصصناه لمواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي، حيث قسمناه إلى ثلاثة أجزاء: في الأول تطرقنا إلى مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، أما الثاني خصصناه لمفهوم الوعي السياسي، والثالث بعنوان الدور السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي.

و**الفصل الثالث** تضمن الوعي السياسي للمرأة الجزائرية واستخداماتها لمواقع التواصل الاجتماعي بالتطرق للحقوق السياسية للمرأة ضمن القوانين الدولية والوطنية، سبل الإرتقاء بالوعي السياسي للمرأة الجزائرية، والعمل السياسي للمرأة الجزائرية واستخدامات المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي.

أما **الفصلان الرابع والخامس** هما جوهر الدراسة والإطار التطبيقي لها، حيث في **الفصل الرابع** قمنا بالتحليل الكمي والكيفي لبيانات الدراسة، بالتطرق إلى الإجراءات المنهجية والإحصائية للدراسة وعرض وتحليل بيانات الدراسة، أما **الفصل الخامس** خصصناه لاختبار الفرضيات ومناقشة نتائج الدراسة.

وفي الأخير خاتمة وحوصلة لما قمنا به لإخراج هذا البحث وأهم النتائج التي توصلنا لها مع أهم التوصيات.

## 2.1. الإشكالية

يعتبر ظهور مواقع التواصل الاجتماعي تغييرا نوعيا للإعلام الحديث، أعطى لمستخدميه قدرة أكبر في التأثير والتواصل، فتورة الجيل الثاني للإنترنت ميزتها باحتلال الصدارة في تكنولوجيا الإتصال، حيث أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الإنتشار جعلت من المجتمعات العالمية فضاءات افتراضية للتفاعل فيما بينها تتقاسم الإهتمامات، التطلعات والآراء.

درست أهمية مواقع التواصل الاجتماعي من مجموع الخصائص التي تتميز بها والأدوار التي تؤديها على جميع الأصعدة، حيث أصبحت من أهم أدوات التعبير لمناصرة الحملات الداعمة للمرأة خاصة في العالم العربي، نظرا لميزتها بعدم وجود رقابة وقيود الإعلام التقليدي، بالإضافة إلى سهولة استخدامها، فأصبحت هذه المواقع ملجأ للمرأة لطرح قضاياها، وفضاء افتراضيا للتفاعل والنقاش. فمفهوم المرأة كغيره من المفاهيم في عصرنا الحالي بعدما كانت مظطهدة وحبيسة التمييز تأثرت تدريجيا بالتطورات الحاصلة في بنية المجتمعات، فلا شك أن شؤونها اليوم أضحت من أهم القضايا المطروحة على طاولات النقاش في أجنات المنظمات الحكومية وغير الحكومية.

والمرأة الجزائرية هي الأخرى لم تستثن من هذه التغيرات خاصة ولوجها عالم الشغل والحدثة ومواكبة العصر الذي ميزه التطور التكنولوجيا بشكل واسع، فأصبحت تتقلد الكثير من المناصب والمراتب في الدولة، ونتيجة التقدم الهائل في التقنيات الرقمية كانت السبابة إلى استخدامها، وأصبحت من مستعملي مواقع التواصل الاجتماعي التي كانت في البداية من أجل التواصل والتعارف مع كل الفئات الاجتماعية، وتحولت لاحقا إلى فضاءات لإبداء الرأي وتبادل المعارف والخبرات في مجالات عملها، كما تعدت إلى طرح قضاياها بشكل واسع حيث وجدت من هذه الشبكات مصدرا لإشباع رغباتها المعرفية وفضولها للتعلم واكتشاف ما هو جديد، وكان لها السبيل في ولوج عالم التجارة والاقتصاد والسياسة وغيرها.

يعتبر موقع فيسبوك أهم موقع من مواقع التواصل الاجتماعي لتمييزه باستقطاب المستخدمين الجزائريات له وظهور صفحات نسوية خاصة باهتمامات المرأة عموما وتلبي حاجاتها النفسية والثقافية والاجتماعية، فمنها ما يهتم بعالم الجمال والموضة ومنها ما يهتم بتربية الأبناء، ومنها صفحات تختص بالتعليم وأخرى تهتم بالجانب الإقتصادي وأخرى تختص بمناقشة القضايا السياسية وغيرها من الصفحات. والمتتبع لموضوع المرأة الجزائرية يلاحظ انتشار مئات المواقع والمدونات والمجموعات التي تهتم بقضاياها، كمكافحة العنف ضد المرأة، الإهمال الأسري، التمييز الجنسي، فضلا إلى الدعوة لتحقيق العدل والمساواة بينها وبين الرجل في كافة الميادين.

شهدت الجزائر تقدما ملحوظا في مجال مشاركة المرأة في الحياة العامة والسياسية وتمثيلها في مؤسسات الدولة، ومع التطور الكبير لهذه الشبكات واستخداماتها خاصة موقع فيسبوك الذي أنشئ من طرف مارك زوكربيرغ عام 2004 من أجل ضم أصدقاء الجامعة للتواصل في ما بينهم أضحي اليوم يضم ما يقارب نصف المليار مشترك ليصبح أكثر المواقع استخداما وشهرة نظرا للإماتيزات الكثيرة التي يتيحها، ونظرا لتأثيراتها المختلفة على البناء الاجتماعي لايزال الجدل قائما حول مدى مساهمة هذه المواقع خصوصا

الفيسبوك في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية، باعتبارهم مؤشرا قويا على تطور المجتمعات سياسيا. ومن هذا المنطلق فرضت علينا طبيعة الدراسة طرح الإشكال التالي:

- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي للمرأة الجزائرية؟

### 3.1. تساؤلات البحث

- ماعادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي - فيسبوك - لتنمية وعيها السياسي؟

- مادوافع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي- فيسبوك - لتنمية وعيها السياسي؟  
- فيما تتمثل أهم التأثيرات السياسية لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي- فيسبوك - على المرأة الجزائرية لتنمية وعيها السياسي ودعمها على المشاركة السياسية؟

### 4.1. فرضيات البحث

- الفرضية الرئيسية العامة للبحث:

تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دورا فعالا في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية.

تتدرج تحت هذه الفرضية الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التأثيرات السياسية على المرأة الجزائرية لتنمية وعيها السياسي.

- الفرضية الثانية: لمواقع التواصل الاجتماعي دور في دعم المرأة الجزائرية على المشاركة السياسية.

- الفرضية الثالثة: يتعلق الوعي السياسي للمرأة الجزائرية المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي بعمرها ومستواها الجامعي.

### 5.1. أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي لغرض تنمية وعيها السياسي بتحقيق جملة من الأهداف أساسها:

معرفة عادات وأنماط ودوافع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي لتنمية وعيها السياسي.

- الكشف عن طريقة تنمية الوعي السياسي وتشكيله لدى المرأة الجزائرية من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك.
- تسليط الضوء على المزايا التي أتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي للمرأة الجزائرية وولوج العالم الافتراضي في المجال السياسي ومعرفة كيفية التفاعل من خلاله.
- الكشف عن الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية لاستخدام الصفحات السياسية عبر الفيسبوك من قبل المرأة الجزائرية.
- للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة رؤية المرأة الجزائرية واتجاهاتها نحو المواضيع المطروحة داخل البلاد وخارجها.
- استخلاص الإشباعات المحققة للمرأة من استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي مما يدفعها للمشاركة السياسية.

### 6.1. أهمية الدراسة

تكمن أهمية دراستنا هذه في التأكيد أنه لا تزال هناك حاجة إلى إجراء أبحاث علمية في مجال الإعلام والاتصال، من أجل فهم الأدوار التي تؤديها تكنولوجيا الإتصال الحديثة خصوصا مواقع التواصل الاجتماعي بكل أنواعها وكيفية تأثيرها على مستخدميها من جهة، ومعرفة كيفية تنمية الوعي السياسي من خلالها خاصة لدى فئة النساء التي تعتبر محل اهتمام لدى الباحثين، لأن هذه الفئة حديثة العهد بالمجال السياسي بعدما كان دورها مقتصرًا على الأعمال المنزلية وممارسة وظيفتها المهنية فقط. أهمية الدراسة في معرفة المراحل التي تمر بها عملية تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية عبر المواقع الأكثر شعبية وهو الفيسبوك.

وأيضا لبحثنا هذا أهمية في طبيعة الظاهرة التي تخضع للدراسة وهي مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الدوافع، الإستخدامات والإشباعات المحققة من ذلك، حيث يمثل تطبيقا علميا منهجيا لنظرية الإستخدامات والإشباعات بالدرجة الأولى ثم نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، بإسقاط النظريتين على واقع استخدام المرأة الجزائرية لهذه المواقع. وأيضا محاولة منا في تحقيق التراكم المعرفي من خلال تمهيد الطريق للعديد من الدراسات العلمية المستقبلية الراضية في إثراء هذا الموضوع أكثر والتطرق له بطريقة واسعة.

## 7.1. أسباب اختيار موضوع الدراسة

بعد عرضنا لمشكلة دراستنا نتطرق إلى عرض الأسباب التي دفعت بنا إلى اختيار موضوع الدراسة، حيث تراوحت الأسباب بين الذاتية والموضوعية وهذا ما يمهد لنا السبيل لإجراء هذا البحث. ونستعرض في ما يلي الأسباب كالتالي:

### 1.7.1. الأسباب الذاتية:

- الشغف العلمي للقيام بالدراسة حول مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالمرأة الجزائرية وكيفية استخدامها لهذه الشبكات خاصة مايتعلق بالمجال السياسي.

- الرغبة العلمية في التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع فيسبوك في تنمية الوعي السياسي ومدى فاعليته وتأثيره على المرأة الجزائرية.

### 2.7.1. الأسباب الموضوعية:

- الحاجة المعرفية إلى إجراء أبحاث تجريبية لفهم دور مواقع التواصل الاجتماعي في جميع الأصعدة، خاصة أمام زيادة عدد مستخدميها وامتدادها لكافة مجالات الحياة الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية، السياسية والعلمية، ومحاولة منا معرفة أدوارها خاصة في المجال السياسي بالتحديد وفي مجتمع جزائري، لاسيما استخداماتها من قبل المرأة الجزائرية في هذا الجانب.

- نتائج الكثير من الأبحاث العلمية على المستوى العربي والوطني حول أهمية الدور الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في العديد من الحركات الاجتماعية الكبيرة في جميع الأصعدة، بدءا من ما يعرف الثورات العربية ومختلف الحركات الاجتماعية والسياسية في الكثير من دول العالم، الشيء الذي أثار فضولنا لاختيار مثل هذه المواضيع.

- الكثير من الأدبيات البحثية للأدوار التي تتقمصها المرأة الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدءا من وظيفتها المنزلية والدراسية والمهنية، أردنا الكشف عن جانب آخر لأدوارها من خلال هذه الدراسة التي تعنى بالمجال السياسي.

## 8.1. مجالات الدراسة

**1.8.1. المجال المكاني:** الحدود المكانية لهذه الدراسة هي دولة الجزائر في الأصل كون مجتمع الدراسة المرأة الجزائرية، وبحكم تواجد هذه الأخيرة بكل أنحاء العالم فتنوسع الحدود المكانية إلى كل منطقة استقبلت فيها المرأة الجزائرية استثماراً البحث، لأن توزيع الإستبيان تم يدويا وإلكترونيا.

**2.8.1. المجال الزمني:** تم إنجاز الدراسة التطبيقية في الفترة ما بين فيفري 2023 إلى غاية نوفمبر 2024، حيث بدأنا العمل بإعداد استثمار أولية وعرضها على المحكمين، ثم على عينة استطلاعية، وبعد التعديل تحصلنا على استثمار نهائية والتي وزعناها فيما بعد على مجموع المبحوثات. وفي المرحلة الموالية بعدما استرجعنا الإستثمارات قمنا بعمليات تفرغ وتحليل البيانات التي تحصلنا عليها، وفي الأخير قمنا بمناقشة وتفسير النتائج.

## 9.1. مفاهيم الدراسة

- **مواقع التواصل الإجتماعي:** اعتبرت مواقع التواصل الاجتماعي على أنها وسائل الإعلام الجديدة على الأنترنت تشترك في ما بينها بخاصية التشارك بين الأعضاء المنتمين للصفحات بإضافات وتعليقات، وتتيح لهم التجمع والتواصل في ما بينهم لطرح القضايا المشتركة، كما تساهل التفاعل بين الأطراف وتبادل المعلومات إلى ابعده الحدود دون قيود كلمة المرور<sup>1</sup>.

- **فيسبوك:** هو موقع خاص بالتواصل الاجتماعي انشأه مارك زوكربيرغ عام 2004 يجمع بين مجموعة الطلبة للتواصل فيما بينهم، ومع الموظفين وأعضائه هيئة التدريس بجامعة هارفارد، وسرعان ما اتسع ليشمل جميع أنحاء العالم، وقد حقق الموقع شعبية كبيرة خاصة لتعزيزه للمشاركة السياسية خصوصا بين الشباب<sup>2</sup>.

- **الوعي السياسي:** الوعي السياسي هو مدى المعرفة الصحيحة للأحداث التي تحصل في الواقع السياسي وتطوراتها، والمعرفة المعمقة بأهداف ومشاريع وتحركات القوى المؤثرة في المجتمع<sup>3</sup>، مرتبط بالثقافة

<sup>1</sup> محمد عبد البديع السيد، تكنولوجيا الإعلام في العصر الرقمي، د ط، دار الكتب المصرية، مصر، 2022، ص 85.

<sup>2</sup> محمد عبد البديع السيد، المرجع نفسه، ص 86.

<sup>3</sup> عمار حمادة، الوعي والتحليل السياسي، ط1، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2005، ص 29.

السياسية للفرد، وهذا الأخير يحتاج للنمو الثقافي لديه حيث كلما كانت هناك ثقافة سياسية تولد الوعي السياسي لدى الفرد<sup>1</sup>.

- المرأة الجزائرية: وضعت الدولة الجزائرية استراتيجية وطنية لإدماج وترقية المرأة الجزائرية وتحقيق المساواة بينها وبين الرجل، بداية بضرورة ترقية حقوقها السياسية بالتعديل الدستوري لسنة 2008 وزيادة حظوظها في التمثيل في المجالس المنتخبة<sup>2</sup>، ودخل هذا النص حيز التنفيذ بموجب القانون العضوي 03/12 الخاص بكيفية إشراك المرأة في المجالس المنتخبة، وعدل قانون الانتخابات ضمن الأمر رقم 01-21 في مادته 2/176 ومراعاة مبدأ المناصفة بين النساء والرجال<sup>3</sup>.

### 10.1. الدراسات السابقة

الدراسات السابقة من بين العناصر المهمة في البحث العلمي، فهي توظف في البحث بالتحليل النقدي لها، وعرض ما جاء فيها بتلخيص أهم النقاط للقارئ بجدية البحث الحالي ومدى استعانة الباحث بالمصادر الأولية، من أجل ذلك قامت الباحثة بجمع ما يمكن من مختلف الدراسات حول تأثير وسائل الإعلام وعلاقتها بالجمهور خاصة ما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي دون حصر البحوث بالدرجة العلمية التي أجريت من أجلها الدراسة، والأهم منها أنها بحوث أصيلة وفق منهجية صحيحة معترف بها في مجال البحث العلمي. تنوعت هذه الدراسات حيث ستركز الباحثة على الدراسات التي تساهم في إثراء البحث العلمي بالتعليق عليها والإشارة إلى أبرز ملامحها واستخراج الإلتفاق والإختلاف مع الدراسة الحالية، والدراسات التي سوف يتم عرضها جاءت في فترة ما بين 2019 إلى 2022 من جامعات وبلدان مختلفة مما يشير إلى تنوعها الزمني والجغرافي.

<sup>1</sup> عبد الكريم غانم، الوعي السياسي في المجتمع الأردني، ط 1، المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسية، قطر، 2016، ص 26.

<sup>2</sup> رأي رقم 08/1 مؤرخ في 07 نوفمبر 2008، المتضمن التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية عدد 63، الصادرة بتاريخ 16 نوفمبر 2008، ص 04.

<sup>3</sup> أمر رقم 01-21، مؤرخ في 26 رجب عام 1442 الموافق ل10 مارس 2021، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 17، المؤرخة في 26 رجب عام 1442 الموافق ل10 مارس سنة 2021، ص 25.

**الدراسة رقم 1:** دراسة خالد هدار وسعاد عيساني بعنوان: " دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري - مقارنة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري "<sup>1</sup> وهي مقال منشور بالمجلة الجزائرية للأمن الإنساني سنة 2019.

اعتبرت هذه الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي أحدثت طفرة نوعية في المجال السياسي نظرا لخصائصها التي تساعد على حرية انتشار وتداول المعلومات مما يؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب. وكان التساؤل الرئيسي للدراسة كالتالي: ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري ؟

من أهم أهداف هذه الدراسة معرفة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على زيادة المعرفة السياسية للطلبة الجزائريين من خلال معرفة درجة اعتمادهم عليها لغرض الوصول للأخبار والمعلومات الإعلامية والسياسية الرائجة على الموقع، وبالتالي الكشف عن دورها في دعم المشاركة السياسية لدى الشباب.

اعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي كونه المناسب للتحليل، واستخدم الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات من مفردات العينة التطبيقية التي بلغ عدد مفرداتها 600 مبحوثا.

وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تدعيم المعرفة السياسية لدى الشباب، وأصبحوا يناقشون المواضيع السياسية الرائجة على الساحة الوطنية والعربية. غير أن هذه الشبكات لم تتمكن من دعم المشاركة السياسية لدى الشباب غير أنها لعبت دورا في تشكيل الوعي السياسي لديهم.

**الدراسة رقم 2:** دراسة الباحثة حداد ناريمان بعنوان " الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي"<sup>2</sup>، وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة، الجزائر، نوقشت عام 2019. تمحورت إشكالية الدراسة حول الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال هذه الدراسة عملت الباحثة على الكشف عن كيفية تناول موقع الفيسبوك للمضامين المتعلقة بالفكر النسوي وقضايا المرأة العربية من خلال الصفحات النسوية. التساؤل الرئيسي للإشكالية كالتالي: ما واقع الحركة النسوية العربية من خلال صفحات الفيسبوك، وما طبيعة الآثار التي تخلفها على مستخدماتها؟

<sup>1</sup> خالد هدار، سعاد عيساني، دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، مقارنة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 04، العدد 02، 2019.

<sup>2</sup> حداد ناريمان، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أطروحة دكتوراه، الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، الجزائر، 2019.



هدفت هذه الدراسة إلى أهم النقاط والمتمثلة في:

- التعرف على طبيعة استخدام صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك كأهم شبكة التواصل الاجتماعي على الأنترنت.

- الكشف عن دوافع استخدام صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك من قبل عينة الدراسة من مستخدماتها؟

- الكشف عن الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية لاستخدام صفحات الحركة النسوية عبر الفيسبوك على مستخدميها من عينة الدراسة.

استخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي التحليلي، حيث سعت من خلاله إلى جمع المعلومات والبيانات ودراستها. وقسم مجتمع الدراسة إلى:

- المجتمع المستهدف: بالنسبة لتحليل المحتوى يتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي، أما بخصوص دراسة الجمهور والآثار المترتبة يتمثل في جمهور النساء العربيات المستخدمات شبكات التواصل الاجتماعي.

- الجمهور المتاح: مايتعلق بجانب تحليل المحتوى يتمثل في صفحات النسوية عبر شبكات التواصل الاجتماعي - الفيسبوك- أما مايتعلق بدراسة الجمهور وقياس الأثر فهو مستخدميها هذه الصفحات من النساء العربيات.

استخدمت الباحثة نوعين من العينات، بالنسبة للدراسة التحليلية اعتمدت العشوائية المنتظمة، واختارت ثلاث صفحات نسوية أجرت عليها تحليل المحتوى، واختارت العينة العرضية بالنسبة للدراسة الميدانية ووزعت عليها استمارة إلكترونية واسترجعت ما عدده 500 استمارة أجريت عليها الدراسة الميدانية.

توصلت الباحثة إلى أهم النتائج:

- بينت الدراسة على أن من أهم الدوافع المعرفية لاستخدام النساء للصفحات النسوية للتعرف على أهم القضايا النسوية والحلول المقترحة، أما الدوافع النفسية هي الإحساس بالقواسم المشتركة بين النساء.

- توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ما يتعلق بالتأثيرات النفسية والمعرفية والسلوكية على مستخدميها الصفحات النسوية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

- بينت نتائج الدراج أن المواضيع الاجتماعية من أهم تفضيلات مستخدميها صفحات النسوية، إلى جانب المطالبة بالحقوق والمكانة الاجتماعية.

الدراسة رقم 3: دراسة مرام محمد مناجرة بعنوان: " اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم - دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الأروبية - مقال منشور بالمجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، سنة 2020.<sup>1</sup>

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي منتشرة بين الشباب خاصة فئة الطلبة الجامعيين كونها قادرة على تحقيق أهدافهم وإشباع رغباتهم، من هذا المنطلق سعت دراسة الباحثة إلى كشف مدى اعتماد طلاب الجامعات الأردنية الخاصة والحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) لتعزيز وتشكيل وعيهم السياسي، ومعرفة مدى مساهمتها في تثقيفهم سياسياً وتأثيرها على سلوكياتهم السياسية. وكان التساؤل الرئيسي كالتالي: ما درجة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم ؟

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام طلاب الجامعات الأردنية لموقع الفيسبوك، وأهم الأخبار والقضايا التي يحتاجونها، والتأثيرات الوجدانية، المعرفية والسلوكية الناتجة من استخدامهم للموقع بغرض زيادة وتعزيز وعيهم السياسي.

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تركز على خصائص المجتمع أو الظواهر محل الدراسة. واعتمدت الباحثة على منهج المسح، أما مجتمع الدراسة تكون من مجموع الطلبة الجامعيين بالجامعات الأردنية، حيث استخدمت العينة العشوائية البسيطة عدده مفرداتها 200 طالباً، وأجريت الدراسة في أربعة جامعات من مجموع سبعة وعشرون جامعة بين الحكومية تمثلت في جامعة أربد الأهلية، وجامعة جدارا، أما الجامعات الخاصة تمثلت في جامعة العلوم والتكنولوجيا، جامعة اليرموك. اعتمدت الباحثة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين، وفي الأخير توصلت إلى أهم النتائج تمثلت في:

- الشباب الجامعي يعتمد بدرجة متوسطة على الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لديه.
- تحققت آثاراً بدرجة متوسطة من اعتماد الشباب الجامعي للفيسبوك.
- وجود درجة متوسطة لدوافع استخدام الشباب الجامعي الأردني للفيسبوك من أجل تنمية الوعي السياسي لديهم.

<sup>1</sup> مرام محمد مناجرة، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم - دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 1، الجزائر، جوان 2020.

الدراسة رقم 4: دراسة سالمة شداني<sup>1</sup>، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال " دور وسائل الإعلام في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية - دراسة استطلاعية لعينة من النساء، المتعلمات. سنة 2020.

تبنت الباحثة فكرة دراستها على أن مختلف وسائل الإعلام لها دور في تشكيل الوعي السياسي للمرأة الجزائرية المتعلمة، حيث أصبحت تتميز بوعي سياسي يعطيها تأشيرة للعمل السياسي من خلال المشاركة في كل مظاهره سواء بالانتخاب أو الترشح أو تقلد مناصب قيادية وغيرها من أساليب المشاركة السياسية، فتمحورت الإشكالية حول درجة الاعتماد على وسائل الإعلام ودورها في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية تحديدا المرأة المتعلمة، وكان التساؤل الرئيسي كالتالي: ما هو دور وسائل الإعلام في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية المتعلمة ؟

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين درجة الاعتماد على وسائل الإعلام ودرجة المعرفة السياسية لدى المرأة المتعلمة، وحجم مشاركتها السياسية، وذلك من خلال كشف المعلومات عنها ونشاطها السياسي، و دور وسائل الإعلام في تحفيزها على ذلك.

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الميدانية الأمريكية، والمنهج المستخدم هو المنهج المسحي، حيث تمثل مجتمع الدراسة في مجموع النساء الجزائريات المتعلمات (أستاذات جامعات، إعلاميات، ناشطات في أحزاب سياسية، وبرلمانيات). استخدمت الباحثة العينة القصدية مكونة من 400 مفردة وزعت عليها الاستمارة، فيما تم ارجاع 356 استمارة تمت دراستها وفقا للشروط المطلوبة، وتوصلت في الاخير إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- تلعب مختلف وسائل الإعلام دورا فعالا في تفعيل وتحقيق المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية بإدماجها في الوسط السياسي، وفتح أمامها مجالات واسعة للمشاركة ضمنه كمترشحة لتقلد مناصب سياسية، أو كناخبة أو في مناصب اتخاذ القرارات وناشطة في أحزاب لسياسية.

- يعتبر التلفزيون أهم وسيلة إعلام أكثر استخداما من قبل المرأة المتعلمة.

<sup>1</sup> سالمة شداني، دور وسائل الإعلام في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة المتعلمة، دراسة استطلاعية لعينة من النساء المتعلمات، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال سياسي، جامعة الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإتصال، الجزائر، 2020

- توصلت الباحثة إلى أن المستوى التعليمي للمرأة الجزائرية له دور بارز في النقاشات السياسية ويتحكم في تحديد نمط المشاركة السياسية.

- تعتبر المرأة الجزائرية المتعلمة أن وسائل الإعلام لها تأثير قوي في توجيه الرأي العام صوب قضايا معنية دون الأخرى.

**الدراسة رقم 5:** هذه الدراسة للباحثة رانيا حسين عليوي العكايشي بعنوان: " دور البرامج السياسية الساخرة في تكوين الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات العراقية من وجهة نظرهم" برنامج البشير شو أنموذج<sup>1</sup>، نوقشت سنة 2021.

تمثلت مشكلة البحث في الكشف عن دور البرامج السياسية الساخرة في تغيير الواقع والتكوين الوعي السياسي لطلبة الجامعات العراقية، حيث كان سؤال الإشكالية كالتالي: كيف ينظر طلبة الجامعات العراقية إلى دور البرامج السياسية الساخرة لتكوين الوعي السياسي لديهم من خلال برنامج البشير شو؟

ركزت هذه الدراسة على فئة الطلبة الجامعيين بالجامعات العراقية، وهدفت إلى معرفة وجهة نظر طلبة الجامعات العراقية حول دور البرامج السياسية الساخرة في تكوين الوعي السياسي لديهم من خلال برنامج البشير شو، والتعرف على دور هذا الأخير في تشجيع طلبة الجامعات العراقية على المشاركة السياسية. اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي حيث ترى بأن هذا المنهج هو الأنسب للدراسة، موظفة الدراسة في مجتمع يتكون من طلبة الجامعات العراقية ببغداد 58000 طالبا من ذكر وأنثى وجامعة دجلة 7800 طالب، وتم اختيار عينة قصدية مكونة من 380 مفردة من طلبة جامعة بغداد من أصل 58000 و 260 مفردة من جامعة دجلة من أصل 1800 وقد تم استرجاع 625 استمارة، واعتمدت في جمع المعلومات والبيانات على الإستبيان الذي تتناسب وأغراض الدراسة بالإعتماد على مقياس ليكرت الخماسي كمقياس للإجابة على فقرات الإستبيان.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ارتفاع مستوى اهتمام طلبة الجامعات العراقية مشاهدة البرنامج السياسي الساخر البشير شو إذ بلغت نسبة المشاهدة 82,4 % اهتمام الطلبة بالبرنامج.

<sup>1</sup> رانيا حسين عليوي العكايشي، دور البرامج السياسية الساخرة في تكوين الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات العراقية من وجهة نظرهم " برنامج البشير شو أنموذج"، رسالة ماجستير في الإعلام ، جامعة البتراء، الأردن، الشرق الأوسط، العراق، 2021.

- ارتفاع معدل الطلبة الذين بحاجة من البرنامج الساخر، هذا يعني أن البرنامج يقدم للطلبة الجامعيين بالجامعة العراقية درجة مرتفعة من الإستفادة من الموضوعات السياسية.

- أظهرت النتائج أن البرنامج الساخر البشير شو حقق إشباعات الطلبة العراقيين من مستجدات المواضيع السياسية بنسبة كبيرة، وأن للبرنامج دور متوسط في تشجيع الطلبة بالتحدث في القضايا السياسية ومناقشتها مع أصدقائهم، ومعرفة مختلف الأحداث السياسية وطبيعة العلاقات بين الدول العربية، وللبرنامج دورا متوسطا في تشجيع طلبة الجامعات العراقية المشاركة السياسية بشكل عام.

**الدراسة رقم 6:** دراسة مبارك زودة بعنوان: " بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الإجتماعية - موقعي الفيسبوك وتويتر أنموذجا ". وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال سنة 2021<sup>1</sup>. تمحورت إشكالية الدراسة حول عمليتي بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر موقعي فيسبوك وتويتر، وتسليط الضوء على كيفية بناء مجتمعات شبكية افتراضية. والتساؤل الرئيسي كالتالي: كيف يتم بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر فيسبوك وتويتر؟

وهدفت الدراسة إلى كشف المزايا التي وفرها الفضاء الافتراضي لمستخدمي فيسبوك وتويتر وكشف طريقة تشكيل الآراء ووجهات النظر لديهم. ومعرفة كيفية تشكل الرأي العام عبر فيسبوك وتويتر، ومعرفة طريقة تحويل مواقع الإعلام الإجتماعي المجتمعات من جماهيرية إلى شبكية افتراضية بالإطلاع على أهم قضاياها وكيفية تشكيل آراء عنها.

اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي كون الدراسة وصفية، واستخدمت الإستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات على عينة عرضية مكونة من 390 مبحوثا من مستخدمي فيسبوك، ونفس العدد من مستخدمي موقع تويتر.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- من أهم الدوافع لاستخدام الفيسبوك هو الإطلاع على القضايا المطروحة للنقاش والتدوين والتحليل.

<sup>1</sup> مبارك زودة، بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الإجتماعية - موقعي الفيسبوك و تويتر أنموذجا- كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، الجزائر، 2021.

- من دوافع استخدام المبحوثين للفيش بوك ما يتميز من سهولة ومرونة في الإستخدام من أجل التعبير بهعن الآراء واقتراح حلول للمواضيع الراهنة.

**الدراسة رقم 7:** هذه الدراسة لمضوي أبكر عبدالله آدم عثمان بعنوان: " انعكاسات الإعلام الرقمي على الإتجاهات السياسية للشباب الجامعي"، سنة 2022<sup>1</sup>، انطلق الباحث من خلال إحساسه بالمشكلة من خلال مراقبته للأحداث التي عاشتها الدول العربية من حراك سياسي وثورات شعبية ضد نظام الحكومات الحاكمة، حيث تبلورت إشكاليته في دور وسائل الإعلام الجديدة وتأثيرها على الشباب بالجامعة السودانية، ومدى مساهمتها في تشكيل الإتجاهات السياسية لديهم ومعرفة آرائهم ومواقفهم تجاه قضايا الدول. ومن هذا المنطلق أدرج الكاتب إشكاليته في تساولين: إلى أي مدى أسهم الإعلام الجديد في تشكيل الإتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعية السوداني؟ وما الدور المؤثر الذي لعبته وسائل الإعلام الجديد في إرضاء طموحاته وتحديد رأيه وقناعاته حول مختلف قضايا الطلاب؟

وهدفت هذه الدراسة إلى مجموعة من النقاط:

- التعرف على مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الإتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي.

- التعرف على مدى مصداقية المواضيع والمعلومات والقضايا التي تبث عبر وسائل الإعلام.

\_ التعرف على مدى وعي الطالب بخطورة تأثير وسائل الإعلام الجديد عليه، والوقوف على أسباب ظهور الإعلام الجديد.

ولبلورة البحث في إطاره المنهجي اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى وصف وتسجيل الحقائق وبيانات الظاهرة موضوع الدراسة. وفي الأخير إلى مجموعة من النتائج التي توصل إليها من خلال الدراسة الميدانية التي قام بها حيث:

- أصبحت بأن وسائل الإعلام الجديد تساهم في تشكيل الإتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين السودانيين.

- يهتم الطالب الجامعي عبر وسائل الإعلام بقضايا التوظيف، العنف الطلابي، التعليم، البطالة.

<sup>1</sup> مضوي أبكر عبد الله آدم عثمان، انعكاسات الإعلام الرقمي على الإتجاهات السياسية للشباب الجامعي، ط1، المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا، 2022.

- يستخدم الشباب وسائل الإعلام الجديد يوميا.
- تطرح وسائل الإعلام الجديد قضايا وموضوعات تلبى طموحات ورغبات طلبة الجامعة.
- تستخدم عينة الدراسة وسائل الإعلام الجديد بدافع معرفة الأخبار والأحداث.
- حسب رأي الشباب وسائل الإعلام الجديد هي فضاء للتعبير عن الأفكار والآراء.
- يتشارك الطلاب الجامعيين ويتفاعلون مع المواضيع التي تقدمها وسائل الإعلام الجديد.
- تؤثر وسائل الإعلام الجديد بشكل إيجابي في الطلاب حيث عززت لديهم الوعي السياسي ونبذ العنف الطلابي.

### التعقيب على الدراسات السابقة ومقارنتها بالدراسة الحالية:

#### جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

عرضت الباحثة مجموعة من الدراسات السابقة التي لها صلة بالموضوع، خاصة ما يتعلق بمتغيري البحث ( مواقع التواصل الاجتماعي كأداة تكنولوجية حديثة وأدوارها المختلفة وتنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية )، حيث استفدنا منها في تأسيس إشكالية الدراسة ورسم خارطة البحث من أجل استقراء وفهم ظاهرة استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية. فهذه الدراسات ساعدتنا في تأطير بحثنا من الناحية النظرية والتطبيقية وبناء تصور عام لها، بالإطلاع على الأسلوب النظري لها، والطرق المنهجية المطبقة ونتائجها للاستفادة منها كإطلاقة جديدة في بحثنا، حيث ساعدتنا في استخلاص أبعاد ومؤشرات البحث، هذا من جهة، ومن جهة أخرى كانت لنا هذه الدراسات مرجعا علميا استفدنا عليه في التوثيق والإستدلال بها، كما ساعدتنا في اختيار العينة وحجمها، وتحديد المنهج المستخدم، وطريقة تحليل البيانات والنتائج المتوصل إليها، وساعدتنا أيضا في توزيع محاور الإستبيان وتصميمه ومقارنة نتائجها بنتائج الدراسة الحالية.

نلاحظ أن هذه الدراسات أغلبها تنتمي إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح في معظمها، أما في ما يخص أدوات جمع البيانات فجميعها اعتمدت على استمارة الإستبيان.

#### مقارنة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية:

- طبيعة الدراسة: تشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة كونها دراسات وصفية تحليلية.
- اعتمدت الدراسة الحالية نفس المنهج المستخدم ونفس أداة جمع البيانات للدراسات السابقة ( منهج المسح، الإستبيان).

- اعتمدت الدراسة الحالية نفس النظريات التي استخدمتها الدراسات السابقة - نظرية الإستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام -
- من حيث متغيرات الدراسة: تشابه استخدام المتغير - مواقع التواصل الاجتماعي - للدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة، وركزت على نموذج منها وهو موقع فيسبوك، باستثناء دراسة رانيا حسين متغيرها المستقل البرامج السياسية الساخرة، تشابه المتغير التابع - الوعي السياسي - للدراسة الحالية مع دراسة رانيا حسين عليوي العكاشي.
- أما ما يتعلق بمجتمع الدراسة فأغلب الدراسات تشابهت فيما بينها في ما يخص المجتمع الذي طبقت عليه الدراسة- الشباب - واختلفت في مكان وزمان وبلد إجراء الدراسة، وبالمقارنة مع دراستنا فمجتمعها هو النساء الجزائريات، وفي هذه النقطة تشابهت مع دراسة سالمة شداني. أما مجتمع دراسة حداد ناريمان هو المرأة العربية.
- أما ما يتعلق بمقارنة النتائج فصلناه ضمن مناقشة وتحليل النتائج في الجانب التطبيقي للدراسة.
- من خلال الدراسات السابقة التي تم عرضها وتلك التي صادفتنا خلال المسيرة البحثية. وبعد تفحصنا لمضمونها وتدقيقنا في منطلقها وأدواتها ونتائجها بدت جليا أمامنا أرضية الإنطلاق في بحثنا، والتي تعكس الفروقات الأساسية بين ماكان فيها وما يجب أن تكون في دراستنا، وتظهر الفجوة البحثية من منطلق تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي، فتعددت الدراسات التي تناولت الأدوار المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي في كل النواحي، غير أنه في المجال السياسي كان موضوع استخدامات هذه الشبكات لغرض تنمية الوعي السياسي ركز على الفئة الذكورية و فئة الشباب في أغلب الدراسات الجزائرية والعربية، خاصة بعد أحداث الربيع العربي. وجاءت هذه الدراسة لتغطي القصور في طرح موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي، بإسقاطه على المرأة وبالتحديد المرأة الجزائرية، هذا من جهة. ومن جهة أخرى إجراء البحث في الفترة الزمنية بعد أحداث التغيير السياسي في الجزائر ( بعد حراك فيفري 2019)، ومعرفة التوجه السياسي للمرأة الجزائرية خاصة بعد صدور القانون العضوي للانتخابات 2021، والتحفيزات التي قدمتها الدولة الجزائرية لها من أجل المشاركة السياسية.



## 11.1. المداخل النظرية للدراسة

استعانت الباحثة بنظيرتي الإستخدامات والإشباعات والإعتماد على وسائل الإعلام، اعتبرتتهما كافتان لإسقاطهما على مجريات الدراسة والإجابة على إشكالية البحث المتعلق بموضوع تنمية الوعي السياسي للمرأة الجزائرية من خلال استخدامها لمواقع التواصل الإجتماعي.

### 1.11.1. نظرية الإستخدامات و الإشباعات

نظرية الاستخدامات والإشباعات من أهم نظريات الاتصال الحديثة، تنتمي إلى فئة نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي تعمل على تفسير الدور الذي يقوم به الجمهور في العملية الإتصالية، كونه يملك القدرة على أن يحدد الوسيلة الإعلامية المناسبة التي تلبى رغباته وينتقي ما يريد منها لإشباع حاجاته في محاولة للربط بين دوافع الاستخدام والنتائج التي تتحقق من هذا الاستخدام.<sup>1</sup> تحظى نظرية الإستخدامات والإشباعات بعناية خاصة في الدراسات الإعلامية، كونها تركز على الجمهور النشط في استخدامه الوسيلة الإعلامية قبل وأثناء وبعد التعرض للمضمون الإعلامي. فالجمهور قبل التعرض يختار المحتوى الذي يلبي حاجاته ويحقق له إشباع معين، أما أثناء التعرض يتولد لديه ميولات خاصة واهتمامات إلى رسائل معينة دون الأخرى حسب أولوياته، وبعد التعرض يعمل الجمهور على استرجاع ما تم التعرض له وانتقاء أهم المعلومات منها.<sup>2</sup> فهذه النظرية نقطة تغيير جديدة في الدراسات الإعلامية، حيث تحول البحث من ما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى البحث حول ما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام.

كانت البدايات الأولى لهذه النظرية خلال الأربعينيات من القرن الماضي<sup>3</sup>، أين كان الإعتقاد السائد بسلبية الجمهور في تلقي الرسائل الإعلامية، وهذا التحول جاء وفقا للدور الذي كلف به الجمهور في عملية الاتصال من خلال اختياره للوسائل الإعلامية وانتقائه للمضامين الذي تهمة ومدى تحقيقها في إشباع حاجاته ورغباته.<sup>4</sup> يهدف مدخل الإستخدامات والإشباعات إلى تفسير وشرح طريقة استخدام الوسيلة الإعلامية لتحقيق

<sup>1</sup> حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الإجتماعي، دط ، دار فكر وفن، 2013، ص 185.

<sup>2</sup> أسامة عبد الرحيم، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية عند القراء، ط1، أترك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص81.

<sup>3</sup> سعد بن سعود آل سعود، الإتصال والإعلام السياسي، ط1، دار الكتاب الحديث، الرياض، 2010، ص111.

<sup>4</sup> رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، دط، منتدى صور الأزيكية، مصر ، 2007، ص65.

الأهداف، والجمهور هو الركيزة الأساسية لهذه النظرية لكونه لديه احتياجات نفسية واجتماعية وهذا ما يؤدي به بالبحث عن كيفية تلبيتها<sup>1</sup>.

أول من قام بدراسة الدوافع والإشباع المحققة وسائل الإعلام هي " هيرتا هيرزوج " سنة 1944 تحت عنوان " دوافع وإشباع الاستماع للمسلسلات الصباحية في الإذاعة المسموعة" من أجل معرفة الإشباع التي يحققها الراديو لربات البيوت، أين أثبتت نتائج الدراسة بأنه هناك ثلاث فئات أساسية للإشباع وهي إثارة الخيال، الحصول على المعلومات والتحرر العاطفي<sup>2</sup>. أين تدخل وسائل الإعلام التنافس مع المصادر الأخرى إشباع الحاجات الفردية والتي جزءا منها مصدرها الوسائل الإعلامية، وتختلف هذه الأخيرة في ما بينها في تحقيق رغبات وإشباع الجمهور بدرجات متفاوتة<sup>3</sup>.

وتعتبر دراسة " بلومر وماكويل" تحت عنوان " التلفزيون في السياسة " عام 1969 من أبرز الدراسات ضمن الإتصال السياسي لنظرية الإستخدامات والإشباع حول الإنتخابات العامة البريطانية عام 1964 أين توصلت الأبحاث إلى أن السياسيين البريطانيين استخدموا الوسائل الإعلامية كأداة لهم من أجل التوجيه الإنتخابي وتوطيد أفكارهم وقراراتهم السياسية والإستحواذ على المجال السياسي<sup>4</sup>.

هنا نقول بأن مدخل الإستخدامات والإشباع يجعل من الناس يتحصلون من وسائل الإعلام ما يحتاجونه، فالهدف منها " الإجابة على سؤال أساسي وهو كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الاعلام؟ وبعبارة أخرى ما هي الدوافع التي تجعل الناس يتعرضون لوسائل الإعلام؟ وما هي الإشباع التي تتحقق لهم نتيجة لهذا التعرض؟ ما هي طبيعة هذه الإشباع؟<sup>5</sup>، وكان موضوع المسلسل التلفزيوني " دالاس " محل بحوث ميدانية أشرف عليها كل من الأستاذين تمار ليباس واليهو كاتز من أجل تفسير دور المتلقي

<sup>1</sup> حسن عماد مكوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، دط، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، مصر، 2007، ص363.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 272.

<sup>3</sup> عبد النبي عدا الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، دار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2014، ص 145.

<sup>4</sup> مارك بالنافز وأخرون، ترجمة عاطف خطيبة، منال أبو الحسن، نظريات ومناهج الإعلام، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2017، ص 100.

<sup>5</sup> عبد الرزاق الداليمي، نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 249.

ونشاطه.<sup>1</sup> وأدرجت هذه النظرية أول مرة في كتاب اليهو كاتز وبلوملر عنوانه " استخدام وسائل الإتصال الجماهيري" سنة 1974<sup>2</sup>، وركزت على الفروض التالية:<sup>3</sup>

- بإمكان أفراد الجمهور دوما من تحديد دوافعهم وحاجاتهم وبالتالي يستخدمون وسائل الإتصال التي تلبى توقعاتهم.

- جمهور وسائل الإعلام نشط و إيجابي له فاعلية في العملية الإتصالية واستخدامه لوسائل الإعلام لغرض تلبية حاجات معينة لديهم.

- يعتبر استخدام الجمهور لوسائل الإعلام مقياس الإستقلال على المعايير الثقافية السائدة، وليس عن طريق المحتوى الإعلامي فقط.

- العلاقة بين اختيار وسيلة إعلامية معينة والرغبة في إشباع حاجات محددة مرتبطة بالفروق الفردية بين الأشخاص والجمهور نفسه.

- تؤكد النظرية على أن الجمهور هو المسؤول على اختيار المضمون والوسائل التي تشبع حاجاته، لأن الأفراد هم من سيستخدمون الوسائل الإعلامية وليست الوسائل من تستخدمهم.

تعمل فروض النظرية على تحقيق أهداف رئيسية تتمثل في التعرف على كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التي تحقق أهدافه وتشبع حاجاته باعتباره نشطا، والكشف عن دوافعه لاختياره وسيلة إعلامية محددة دون الأخرى، ومعرفة حجم التفاعل من هذا الإستخدام الذي يتوقف على فهم عملية الإتصال الجماهيري<sup>4</sup>. ويتشكل الهيكل الأساسي لمدخل الاستخدامات والإشباعات من عدة عناصر تشكل المفاهيم الأساسية له:

- الجمهور النشط من أهم افتراضات نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث يعتبر هذا المدخل بأن جمهور وسائل الإعلام نشط وإيجابي في استقبال المحتوى الإعلامي، وليس خاملا وسلبيا في عملية

<sup>1</sup> أركان وميشال، تاريخ نظريات الإتصال، ط3، ترجمة نصر الدين العياضي الصادق رايح، المنظمة العربية للترجمة، بيروت لبنان، 2005، ص 168.

<sup>2</sup> محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، ط1، دار العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص 253.

<sup>3</sup> مي العبد، نظريات الإتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006، ص 81، 80.

<sup>4</sup> مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الإتصال، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 215.

الإتصال، حيث يميز بين وسائل الإعلام ويختار بينها مايمكنه من تحقيق إشباعاته لاحتياجات معينة<sup>1</sup>. عكس الفكرة السائدة سابقا حول سلبية وخمول الجمهور، وركزت النظرية في تحديد دوره على الإنتقائية للوسيلة والمضمون والمنفعة التي تحقق إشباع حاجاته الأساسية ودوافعه، وهذا الإختيار نابع من إدراكه لحاجاته الفردية والإجتماعية والبيئة المحيطة به، حيث كلما زاد التعرض للوسيلة زادت المشاركة فيها<sup>2</sup>.

- تتوقف درجة تقبل الفرد لمحتوى اتصالي على صفاته الشخصية ورغبته في تحقيق احتياجاته المختلفة المتعلقة بتواجده داخل المجتمع الذي ينتمي إليه، فالإختلاف في استخدام وسائل الإعلام ومضامينها متعلق باختلاف الجمهور نفسه، فالأصول الإجتماعية للإشباعات تؤكد وجود علاقة وثيقة بين الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه<sup>3</sup>. أما الأصول النفسية للإشباعات تثبت أن الأفراد ينتقون ويفسرون الرسائل التي يستقبلونها من خلال وسائل الإعلام بطرق مختلفة وفقا للعوامل النفسية التي يمكن أن تؤدي إلى دوافع محددة من استخدام وسائل الإعلام، فالدافع النفسي يساعد الفرد على اختيار المحتوى الذي يريده والوسيلة التي يستخدمها، والعوامل النفسية يمكن أن تكون دافعا لاستخدام الوسائل الإعلامية<sup>4</sup>.

- نفترض نظرية الاستخدامات والإشباعات أن الحاجات الإجتماعية والنفسية للجمهور تؤدي إلى دوافع التعرض للوسائل الإعلامية، وهذه الحاجات تفتح أفقا واسعة لتوقعات معينة بالإمكان إشباعها باستخدام وسائل اتصالية أوغيرها. فالحاجات تنقسم إلى أساسية وثانوية؛ فالأساسية تكون فيزيولوجية ثم تليها الحاجات النفسية وتشمل الحاجة للأمن والإستقرار وتجنب الخطر، ثم الحاجة إلى الإندماج والتواصل مع المحيط، والحاجة إلى الإحترام والتقدير، أما الحاجات الثانوية تأتي أهميتها بعد الحاجات الرئيسية فإن لم تتحقق لا ضرر فيها مقارنة بالحاجات الأساسية؛ وتشمل الحاجات المعرفية والجمالية<sup>5</sup>. أما الدافع هو وضع نفسي أو فيزيولوجي يوجه الفرد إلى التصرف بسلوك معين يزيد من استجابته إلى حافز ما، أو يرضي ويشفي حاجات ما<sup>6</sup>. وقسمت الدراسات الإعلامية دوافع التعرض إلى<sup>7</sup>دوافع نفعية حيث يعمل الفرد على اختيار المحتوى الذي يتعرض له، وتستهدف هذه الدوافع إشباع الحاجات المعرفية وتعكس اهتماماته من خلال متابعة

<sup>1</sup> رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 72.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 260.

<sup>3</sup> سعد بن سعود آل سعود، مرجع سابق، ص 113.

<sup>4</sup> عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 262، 263.

<sup>5</sup> رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 76.

<sup>6</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 279.

<sup>7</sup> حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 369.

الأحداث والأخبار، أما الدوافع الطقوسية تهدف هذه الدوافع إلى بناء علاقات وصدقات بالتحديد مع الوسيلة لتمضية الوقت والاسترخاء والهروب من الواقع.

- بينت الدراسات على أن هناك ارتباطاً بين التعرض لوسائل الإعلام والبحث عن الإشباع، فدوافع الجمهور تؤدي به إلى التعرض للوسائل الإعلامية لغرض تلبية الاحتياجات وتحقيق الإشباع، فحسب المدخل فإن الشخص يتعرض انتقائياً لوسائل الإعلام التي لها القدرة على إشباع حاجاته، وهذا الاختيار يتوقف على الخبرة السابقة حول مميزات كل وسيلة ومحتواها التي تستخدم في إطارها<sup>1</sup>.

- التوقعات حسب كاتز هي الإشباع التي تصورها الجمهور من استخدام وسائل الإعلام، حيث تختلف هذه الإشباع من وسيلة لأخرى فالتوقعات هي مطالب الأفراد من الوسائل الإعلامية، إذ يتعرضون لوسائل معينة أو مضامين محددة وتحقق لهم الإشباع الذي يتوقعونه<sup>2</sup>، فهو ينتج من دوافع التعرض لوسائل الإعلام وفقاً للعوامل النفسية والداخلية فهذه الوسائل هي التي تلبى تلك الإشباع التي كان يتوقعها الفرد أن تتحقق جراء تعرضه للمضمون الإعلامي.

فالإشباع هو تحقيق الغاية وتنفيذ المطلب الذي يلح عليه الدافع، ويكون إما كاملاً أو غير كامل حسب الظروف المتوفرة من إمكانيات شخصية أو البيئة المحيطة والوسط الاجتماعي، والإشباع هي مجموع ما يتحصل عليه الفرد من استخدامه لوسيلة إعلامية، وهي مزج من المعرفة والتسلية والمنفعة<sup>3</sup>. " إذ الجمهور له دوافع وحاجات من تعرضه الانتقائي لوسائل الإعلام ويبحث عن إشباع لهذه الدوافع وتلك الحاجات<sup>4</sup>.

ومانستطيع ربطه بموضوع الدراسة فالإشباع صنف في هذا الصدد إلى شبه إجتماعية تتعلق باستخدام وسائل الإعلام للمحتوى السياسي من أجل إثبات الهوية الشخصية عبر الشخصيات الإعلامية التي تترجم المحتوى السياسي عبر الوسائل، وإشباع إجتماعية في شكل منفعة فرضية إجتماعية التي تهتم بالقضايا المثيرة المستخدمة في المحادثات المقربين حول الأخبار اليومية، وإقناعية تعتمد على تخزين الآراء والمعلومات المتحصل عليها من المحتوى السياسي واستخدامها في وقت لاحق في المناقشات. أما الإشباع شبه التوجيهية وهي تلك التي تعكس محتويات الترفيه، الإثارة والتسلية فهي تتحقق من خلال

<sup>1</sup> حداد ناريمان، مرجع سابق، ص 79، 80.

<sup>2</sup> رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 79.

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 371.

<sup>4</sup> محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، ط1، العبيكان، الرياض، السعودية، 2014، ص 132.

الدفاع عن الذات والتخفيف من حدة التوتر<sup>1</sup>، بينما التوجيهية تتعلق بمحتوى وسائل الإعلام، والتي تشير إلى الوظيفة الرقابية التي تمارسها هذه الوسائل تجاه الجمهور<sup>2</sup>، وتتصل هذه الإشباعات باهتمامات أخرى كالتأثيرات والإهتمامات السياسية، الشؤون العامة وقيادة الآراء، وتتمثل فيما يتعلق باتخاذ القرارات السياسية كالحصول على المعلومات السياسية والتصويت.

رغم تميز مدخل الاستخدامات والإشباعات في بحوث الدراسات الإعلامية واستخدامه بنسبة عالية إلا أنه تعرض إلى انتقادات عديدة ركزت على وظيفته وبعض المفاهيم التي لم تؤدي معناها الحقيقي إلى جانب صعوبة تعميم نتائجه وعدم مصداقية المقياس المستخدم، بالإضافة إلى انتقادات أخرى<sup>3</sup>.  
وأهم الانتقادات هي:

- يعتبر البعض أنه لا يمكن تصنيف نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى مصاف النظريات، فهي أقل من ذلك باعتبارها ليست منهجا متكاملًا فهي تعيد صياغة جوانب معينة فقط من نظريات التأثير الانتقائي<sup>4</sup>.
- تعدد الحاجات واختلافها بين الأفراد مع صعوبة تحديدها، بالإضافة إلى تشعب المفاهيم المرتبطة بالنظرية مثل الإشباع، الحاجة، الوظيفة، الهدف والدافع، وعدم وضع تعريفات دقيقة لها، كل هذا قد يخل بالنتائج عند تطبيق المدخل بحسب اختلاف المفاهيم وبالتالي التأثير في مصداقية قياس حاجات الجمهور<sup>5</sup>.
- تفترض النظرية أن الفرد يعتمد في استخدامه للوسائل الإعلامية ويهدف من تعرضه للمحتوى إلى تحقيق إشباع معين غير أنه في الواقع قد يكون التعرض في بعض الأحيان بشكل عشوائي غير مقصود وتتحقق إشباعات جديدة مقصودة أثناء التعرض<sup>6</sup>.

- وفيما يخص تطبيقات المدخل تثار العديد من التساؤلات حول قياس الاستخدام فيما يتعلق بمدى التعرض للوسائل الإعلامية أو مضمونها في تحديد كثافة الاستخدام أو التعرض، ومدى تحديد معيار الإستغراق في المضمون والشعور بالرضا خلال التعرض، وعلاقة كثافة الاستخدام والتعرض بضغوطات

<sup>1</sup> حداد ناريمان، المرجع نفسه، ص 81.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاي، عاطف عدلي العبد، المرجع نفسه، ص 371.

<sup>3</sup> عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 269.

<sup>4</sup> ميلفين ديفلير وسندرا بول روكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1999، ص 267.

<sup>5</sup> مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 216.

<sup>6</sup> مصطفى يوسف كافي، المرجع نفسه، 217.

الحاجات والدوافع على المتلقي<sup>1</sup>، لهذا عند البحث عن الرابط بين التعرض وتلبية الحاجات لابد من عزل كافة العوامل التي تؤثر على كثافة التعرض مع الفصل بين الحاجات كمؤثر قوي للدفع، والتعرض بدفع أسباب أخرى غير الحاجات.<sup>2</sup>

- هناك العديد من العوامل تؤثر على قدرة الأفراد في تحديد اختياراتهم للوسيلة، فقد يكون دافع التعرض متوقفاً على حدود إمكانياته بالإضافة إلى تعدد الحاجات واختلافها بين الأفراد، ومن أجل إشباعها تتعدد أنماط التعرض للوسائل الإعلامية وانتقاء المضمون، وفي هذه الحالة لا يمكن قياس قوة الحاجات وأهميتها لدى الفرد.<sup>3</sup>

- نظرية الاستخدامات والإشباعات تبالغ كثيراً في الثناء على نشاط المتلقي (الجمهور) ووعيه في اختيار المضامين، غير أنه قد تكون في الواقع وسائل الإعلام مفروضة عليه أكثر من كونها مختارة إختياراً حراً، كما أن مفهوم النشاط لم يحدد بدقة<sup>4</sup>.

- لم تتجح دراسات الاستخدامات والإشباعات في إسناد "إشباعات" وسائل الإعلام للعوامل الاجتماعية والنفسية بشكل منتظم، لأن الباحثين يصنفون عنصر الدوافع والإشباعات على أساس قيمهم ومعتقداتهم، كما أنه لا يمكن تعميم النظرية على كل الأفراد أو على أكبر فئة من الجمهور، لأن نتائج البحوث متباينة حسب اختلاف الثقافات، بالإضافة إلى العوامل الديموغرافية للجمهور.<sup>5</sup>

يعتمد تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات على منصات التواصل الاجتماعي على خصائص الجمهور، حيث تختلف الدوافع في الإعلام الرقمي عن سابقها في الإعلام التقليدي، وتوفرت الكثير من الخيارات والبدائل الإعلامية، وأصبح الجمهور مشاركاً في الأحداث، مما زاد من وعيه خاصة على المستوى السياسي للتعبير عن آرائه بكل حرية، وذلك من خلال التعقيب، التعليق والمناقشة، وحتى منتجاً لمختلف المضامين الإعلامية ومشاركتها، وبالتالي تغيرت وظيفة الجمهور وزاد نشاطه من وضعية المستقبل فقط إلى مستقبل ومنتج لها في نفس الوقت.

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2011، ص 314.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 292، 293.

<sup>3</sup> محمود حسن اسماعيل، مرجع سابق، ص 257.

<sup>4</sup> عاطف عدلي العبد، المرجع نفسه، ص 314.

<sup>5</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 270.

## 2.11.1. نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من بين النظريات التي تهتم بجانب مختلف التأثيرات لوسائل الإعلام على الأفراد، تشكل العلاقة الثلاثية بين الجمهور، المجتمع، ووسائل الإعلام<sup>1</sup> التي تعتبر نظاما معلوماتيا يعتمد عليه الجمهور بتأثير من دوافعه الداخلية (البقاء والنمو) من أجل بلوغ وتحقيق أهدافه الرئيسية. فالفرد يحتاج إلى فهم ذاته للكشف عن قدراته، وتمييز سلوكياته، ومعتقداته، ومعرفة جوانب شخصيته، ويحتاج أيضا إلى فهم النظام الاجتماعي المحيط به، وفهم الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام ومعانيها ومدى تفسيرها للحقائق والوقائع، كما يحتاج إلى التوجيه فيعتمد على وسائل الإعلام للحصول على تفسيرات لمواقف، وظواهر معينة من أجل اتخاذ القرارات الخاصة به، وتلك التي تربطه مع الآخرين، ويحتاج أيضا إلى التسلية، والإسترخاء، فتكون وسائل الإعلام دعما نفسيا له، من خلال المضامين الجذابة التي تحوي المتعة، الجمال، والتسلية، قد تكون فردية أو مع المجتمع.

تنطلق فكرة النظرية أن استخدام وسائل الإعلام لا يتم بمعزل من النظام الاجتماعي الذي تنتمي إليه، والأسلوب الذي تستخدم به هذه الوسائل والتفاعل معها تتأثر بما يتعلمه الفرد من المجتمع الذي يعيش فيه، وماتعلمه من وسائل الإتصال نفسها<sup>2</sup>. تنطلق نظرية الإعتماد من مجموعة فرضيات:

- يتعلق استقرار وتوازن النظام الاجتماعي بالتغيرات المستمرة التي تحدث، ووفقا لهذا التباين تختلف درجات الحاجة للأخبار، والمعلومات، وبالتالي تزداد درجة أو تقل درجة الإعتماد على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات، أي أن الفرد يزداد اعتماده على وسائل الإعلام كلما زادت حالة عدم الإستقرار في المجتمع<sup>3</sup>.

- كلما توفرت مصادر بديلة للمعلومات قل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، و يزداد الإعتماد في حال حصول الأفراد على إشباع لحاجاته وأهدافه.

<sup>1</sup> منال أبو الحسن، أساسيات علم الإجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2007، ص 127.

<sup>2</sup> محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص 278.

<sup>3</sup> ميرفت الطرابيشي، وعبد العزيز السيد، نظريات الإتصال، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 142.



- كلما كانت المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام وفيرة دقيقة، ومتميزة، وتحقق أهداف، ومصالح أفراد الجمهور مباشرة، زادت قدرة الرسائل الإعلامية على تحقيق التأثيرات المعرفية، الوجدانية، والسلوكية.<sup>1</sup>

4- تختلف درجات إعتقاد الجمهور على وسائل الإعلام تبعاً لإختلاف مصالحهم وحاجاتهم وأهدافهم الفردية.

- هناك العديد من المتغيرات تؤثر على درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، منها ما يتعلق بطبيعة العلاقة بين المجتمع، ووسائل الإعلام، ومدى تنوع هذه الأخيرة تعددها، والمحتوى الذي يقدمه، بالإضافة إلى خصائص المجتمع نفسه.

- كلما زادت درجة الإعتقاد على وسائل الإعلام، زاد مستوى التركيز، والانتباه للمضامين التي تقدمها، وكلما أدرك الفرد بقدرة هذه المضامين على تحقيق (انطباعاته) وأهدافه الشخصية زاد اعتماده على وسائل الإعلام، ويقل الإعتقاد في حال عجز المضامين على تحقيق أهدافه.<sup>2</sup>

ومما سبق نقول أن مستويات الإعتقاد على وسائل الإعلام تتحدد بمرجعيات، وآثار مختلفة لأفراد الجمهور حسب مستوياتهم ووعيهم الإجتماعي، والسياسي والإقتصادي واتجاهاتهم الدينية، والفكرية، ودوافعهم التي تقودهم إلى تحديد مدى اعتمادهم على وسيلة إعلامية، دون الأخرى، وبحسب درجة مستوى مصداقية الوسيلة، وتأثيراتها المختلفة من خلال المضامين التي تقدمها وتجعل الفرد يعتمد عليها في تحقيق أهدافه وحاجاته.

تتجلى التأثيرات المختلفة على الفرد جراء الإعتقاد على وسائل الإعلام في: التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، التأثيرات السلوكية .

- **التأثيرات المعرفية:** وتشمل ما يلي<sup>3</sup>:

- **الغموض:** ويظهر بسبب نقص المعلومات خاصة أثناء الأزمات، لما يفتقر أفراد المجتمع لتفسيرات عن الشؤون العامة، الأحداث الجارية ويصبح المصدر الرئيسي للمعلومات هي وسائل الإعلام.
- **تشكيل الاتجاهات:** تعمل وسائل الإعلام على تكوين إتجاهات أفراد الجمهور عندما تعرض مضامينها بشكل مكثف حول القضايا العامة خاصة أثناء الاضطرابا، والحروب، والأزمات.

<sup>1</sup> سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، 2020، ص 364.

<sup>2</sup> حداد ناريمان، مرجع سابق، ص 92.

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ، ص 412-414.

• **ترتيب الاهتمامات:** تعمل وسائل الإعلام بانتقاء، وتصنيف المضامين التي تقدمها للجمهور، وهكذا ترتيب أولوياته تجاه القضايا المهمة.

• **توسيع معتقدات الأفراد:** يتعلم الأفراد من وسائل الإعلام، وتوسيع معتقداتهم التي يدركون عن الأماكن، والمجتمعات، والأشياء التي حولهم ويتم ضبط هذه المعتقدات ضمن فئات كدين، أو الأسرة أو السياسة ضمن الأهداف الأساسية للأنشطة الاجتماعية.

• **القيم:** تعمل وسائل الإعلام على توضيح للقيم المتباينة حيث تقدم المعلومات حول صراعات القائمة مما يدفع الأشخاص إلى إعادة النظر في قيامهم للحفاظ عليها وترويجها والحرية، والتسامح الحرية، والأمانة.

- **التأثيرات الوجدانية (العاطفية):** ترتبط التأثيرات الوجدانية، بالعواطف، والمشاعر التي تتشكل لدى الأفراد تجاه الوسط الذي يحيط به، ويحدث هذا التأثير بعد الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات التي تؤثر على المشاعر، وتؤدي إلى استجابات عاطفية متعددة.<sup>1</sup> وصنفت التأثيرات الوجدانية إلى:

• **الفتور العاطفي:** التعرض المكثف للمضامين الإعلامية التي تتضمن العنف تؤدي إلى انعدام الرغبة في مساعدة الآخرين، أثناء العنف الحقيقي، وهذا يسمى بالفتور، والخمول فيصبح بذلك الفرد بليدا ولا مبالي، لأي عنف يحدث أمامه.<sup>2</sup> ويذكر أن التأثيرات العاطفية الناتجة من التعرض لمحتوى أعمال العنف، عبر وسائل الإعلام تقل مع مرور الوقت.

• **القلق والخوف:** التعرض المستمر للمضامين الإعلامية، التي تحمل مشاهد الكوارث والعنف تؤدي إلى إثارة القلق، والخوف<sup>3</sup>، فمثلا لما تقدم الوسائل الإعلامية اخبارك عن ظهور مرض أو إنتشار وباء في مدينة ما. فهذا يؤدي إلى الخوف من الذهاب إلى تلك المدينة، وقد تتناقص حدة التوتر، والخوف في حل تقديم وسائل الإعلام معلومات عن كيفية الوقاية من هذه الأمراض، والأوبئة.

• **الدعم المعنوي والاعتراب:** لوسائل الإعلام تأثيرات إيجابية وسلبية على الجمهور، فهي قد ترفع الروح المعنوية لديه لما يعتمد عليها في الحصول ما تقدمه على معلومات تحقق أهدافه، ورغباته خاصة، وما تعكسه من حياة المجتمع الذي يعيش فيه، أما الجانب السلبي هو أن يحس الفرد

<sup>1</sup> محمود حسن إسماعيل ، مرجع سابق ، ص 280.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد مرجع سابق ، ص 303.

<sup>3</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 243.

بالاغتراب لما لا يجد في المحتوى الإعلامي ما يحقق أهدافه ورغباته و يجد نفسه بعيدا عن ثقافته وانتمائه العربي، والديني، والسياسي.<sup>1</sup>

- **التأثيرات السلوكية:** هي عبارة عن ردود الأفعال، أو التصرف جراء حدوث التأثيرات السابقة ذكرها (التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية)<sup>2</sup>. ويحدث التغيير في الإتجاه، والمعتقدات، والوجدان، وأهم التأثيرات السلوكية على الجمهور جراء الإعتماد على وسائل الإعلام ما يلي:

• **التنشيط (الفعالية):** المضمون الإعلامي الذي تقدمه وسائل الإعلام ينشط السلوك الإجتماعي للأفراد

الذين يتعرضون بكثافة لهذه الرسائل وتحفيزهم للقيام بردود الأفعال، كاتخاذ مواقف وسلوكات سواء في الجانب الإيجابي<sup>3</sup>، مثل القيام بتقديم مساعدات، والإقلاع عن التدخين أما في الجانب السلبي هي تلك التصرفات السيئة مثل القيام بأعمال العنف، والاضطرابات، والجرائم.

• **الخمول (عدم الفعالية):** ويعني عدم الاستجابة للرسائل الإعلامية، وتجنب القيام بالفعل،

والنشاط. تكون نتيجته السلبية، واللامبالاة، وصرف النظر عن المشاركة ضمن المجتمع، فالمبالغة في التعرض لوسائل الإعلام تجعل الفرد يشعر بالملل وعدم المشاركة كالعزوف عن التصويت في الإنتخابات.<sup>4</sup>

لكي تكون فاعلية وسائل الإعلام في تقديم رسائلها إلى جمهور المتلقين لابد وأن تركز في أداء وظائفها على مختلف الأنظمة الأخرى الإقتصادية، والتعليمية، والسياسية في حين أن هذه الأنظمة تعتمد في ازدهارها، ونجاحها على ما تقدمه وسائل الإعلام من خلال مضامينها، ومحتوياتها وهذا الإحتياج، والتفاعل المتبادل يسمى بالإعتماد المتبادل.

واسقاطا على مجال دراستنا فالنظام السياسي يعتمد على وسائل الإعلام لدعم وزيادة المعايير والقيم السياسية كالمساواة، الحرية، المسؤولية تجاه القوانين والمشاركة الإنتخابية، والتأصيل للنظام السياسي، والحفاظ على قيم الدولة من خلال تشكيل وتهيئة الرأي العام، وزرع روح المواطنة للمشاركة في الأنشطة الأساسية، مثل التصويت الإنتخابي والإستعداد للحرب، وبسط السيادة الوطنية والتحكم في الصراعات التي تحدث داخل وخارج الوطن.<sup>5</sup> من جهة أخرى فوسائل الإعلام تعتمد على النظام السياسي كمصدر للمعلومات

<sup>1</sup> آل سعود، سعد بن مسعود بن محمد، مرجع سابق، ص 110.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 415.

<sup>3</sup> آل سعود، سعد بن مسعود بن محمد، المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

<sup>4</sup> منال أبو الحسن، مرجع سابق، ص 129.

<sup>5</sup> آل سعود سعد بن مسعود، مرجع سابق، ص 107.

الرسمية وغير الرسمية للمواضيع الإخبارية، مثل تصريحات القادة السياسيين بشأن القضايا الاقتصادية الإجتماعية والسياسية، وأيضاً اكتساب الحماية القانونية في ظل السلطات الثلاثة التشريعية، التنفيذية والقضائية ) ، ومن جانب آخر فإن وسائل الإعلام تستفيد من النظام السياسي من خلال عائدات الإعلانات الحكومية والحملات الانتخابية.<sup>1</sup>

يقوم الفرد بمتابعة وسائل الإعلام واختيار المضامين المتنوعة، وتحدث الإستجابة لهذه الرسائل وفق الخطوات التالية:

**الخطوة الأولى:** في حالة كون الفرد نشيطاً، فإنه ينتقي المضامين الإعلامية بشكل دقيق ومميز، على اقتناع بأن التعرض الذي يقوم به سوف يحقق أهدافه ويلبي رغباته من الفهم، التوجيه والتسلية، وهذا التوقع يعتمد على خبراته وتجاربه السابقة والتواصل مع الأصدقاء، بالإضافة إلى إشارات تقدمها وسائل الإعلام كالبرنامج اليومي. أما في حالة كون الفرد غير نشيط فيكون تعرضه عرضي غير مقصود وليس له توقعات مسبقة، والمتعارف عليه أن غالبية الناس ينتقون ما يريدون التعرض له في أكثر الأوقات، غير أنهم في بعض الأحيان يكونون غير مهتمين فتكون متابعتهم هو غير مقصودة ( عرضية) لوسائل الإعلام.

**الخطوة الثانية:** تتوقف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام على الأهداف والأوضاع الشخصية والإجتماعية، والفائدة المتوقعة من الرسالة الإعلامية ومدى إتاحة المحتوى الإعلامي للأفراد. وتختلف توقعات الأفراد بخصوص مضمون ما، فالشخص النشط تكون توقعاته أكبر من المراقب العارض فتتأثر قوة الاعتماد على وسائل الإعلام بدرجات التوقع من المعلومات المفيدة، و تتأثر درجة التأثير المتعلقة بالمواضيع على الإعلام وبمدى أن تكون هذه الأخيرة متاحة للجميع.

**الخطوة الثالثة:** الأفراد الذين استجابوا عاطفياً وإدراكياً بعد التعرض يشتركون في تنظيم المعلومات، فكلما كان التأثير العاطفي والإدراكي قوياً زاد الاشتراك في المعلومات.

**الخطوة الرابعة:** الأشخاص الذين يزيد اشتراكهم في تنسيق المعلومات يزيد احتمال تأثيرهم الإدراكي، العاطفي والسلوكي.

تعرضت نظرية الاعتماد إلى جملة من الإنتقادات رغم الجوانب الإيجابية التي قدمتها، وأهمها:

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي وليلي السيد، مرجع سابق، ص 379.

- بلغت النظرية في إعطاء حجم الإعتماد الحقيقي للمكونات المختلفة خاصة تلك المرتبطة بوسائل الإعلام وهي مستقلة عن النظام الإجتماعي، فوسائل الإعلام تتميز في الغالب بالحياد باعتبارها مصدرا غير رسمي.<sup>1</sup>

- اعتبرت النظرية أن زيادة الإعتماد على وسائل الإعلام يزيد من حجم التأثيرات المعرفية، والعاطفية والسلوكية على الجمهور، لكن هذا المبدأ لا يمكن تطبيقه دوما، فمحتويات وسائل الإعلام لا يمكنها أن تحدث التأثير دوما، فالأفراد بحكم تعاملهم فيما بينهم يتأثرون أيضا ببعضهم البعض ( المعارف والأصدقاء وغيرهم ...).

- جل الباحثين وصفوا الإعتماد بالتعرض، غير أنه في الواقع لا يمكن الحكم على كل من يتعرض لوسيلة إعلامية بأنه يعتمد عليها، مثلا قد يتعرض شخص ما للتلفزيون بشكل مكثف غير أنه يعتمد على الجريدة في الحصول على المعلومات السياسية.

- نظرية الاعتماد لم تتطرق لأهمية قنوات التأثير الشخصي بالرغم من الاتجاه المؤيد لدور هذه القنوات من نشر واستقبال المعلومات.<sup>2</sup>

- يعاب على نظرية الاعتماد على أنها معقدة ومركبة نتيجة عدم تناسق عناصرها مما أضعف مصداقيتها وأصبح قياس تأثيراتها صعبا.<sup>3</sup>

وفي جانب من دراستنا حول تطبيق نظرية الإعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، فهذه الأخيرة تعتبر مجالا خصبا لإسقاط تأثيراتها المختلفة، وحسب ما اعتبره كل من ميلفين وروكيتش أن هذه النظرية تركزها على دعامتين أساسيتين؛ أن للجمهور حاجات وأهداف يريد دوما تحقيقها ولهذا لا بد من البحث عن المعلومات التي تلبى رغباته، ومن جهة أخرى لا بد من توظيف نظام الإعلام في تحقيق الأهداف وتلبية احتياجات الجمهور، ومقارنة بالإعلام التقليدي والتحكم في كل نظام المعلومات والرقابة عليه الذي جعل من الإعتماد على وسائل الإعلام محدودا في بعض الأحيان، فقد فرض الإتصال الرقمي وجوده وصلاحيته وموثوقيته لتلبية الحاجات والأهداف كونه مجالا واسعا لتدفق وانتقال المعلومات، الشيء الذي أدى إلى الإنفجار المعرفي والحداثة والتطور.

<sup>1</sup> منال هلال المزاهرة، نظريات الإتصال، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 233.

<sup>2</sup> آل سعود اسعد بن مسعود، مرجع سابق، ص 110.

<sup>3</sup> آل سعود سعد بن مسعود، المرجع نفسه، نفس الصفحة.

وتبرز وظائف الإعلام الرقمي في فتح سبل التواصل مع الغير وتبادل الاخبار، والمعارف والتسلية. وفي مناطق الصراعات والحروب أثبتت الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي يتزايد الإعتماد عليها كونها مصدرا للمعلومات الإعلامية تسهل على تشكيل الافكار وتنسيقها في هذه الفترات يلاحظ تأثيرها على الجمهور بزيادة الاعتماد عليها أكثر<sup>1</sup>.

وفي هذا الشأن - نشير إلى أن خلال المراحل العمرية تتولد لدى الفرد حاجات مختلفة تؤدي إلى الإعتماد على هذه المواقع بدافع النمو للحصول على المعلومات الشيء تساعد في بناء أفكاره وفهم ذاته والعالم الذي يعيش فيه، ومعرفة مختلف أنماط الحياة (السلوك، اتخاذ القرارات الاجتماعية المناسبة، التسلية). ويرتبط الإعتماد على هذه المواقع باختلاف الحاجات والأهداف وقدرتها على تحقيق ذلك، ويتعلق تأثيراتها بتباين درجات الإعتماد عليها، وتظهر التأثيرات المعرفية في وفرة المعلومات التي تساعد الفرد على إدراكه للأحداث ومنحه القدرة على تحليلها و تفسيرها وطرح المعاني الخفية منها. كما تساهم في تكوين الآراء والإتجاهات ودعمها خاصة أثناء الحروب والأزمات. أما التأثيرات الوجدانية للإعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي تبرز خلال تبادل الرسائل بين الأفراد حيث يعبر بها عن الخوف والمقاومة والقلق، والحزن وغيرها من المشاعر والعواطف، في حين تظهر التأثيرات السلوكية في ردود أفعال الأفراد من خلال اتخاذهم لمواقف معينة أو تصرفات تعبيراً عن مجمل التأثيرات كنتيجة للتأثيرات المعرفية والوجدانية.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 308.

---

## 2. مواقع التواصل الإجتماعي والوعي السياسي

---

1.2. مواقع التواصل الإجتماعي

1.1.2. مفهوم مواقع التواصل الإجتماعي

2.1.2. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

2.2. الوعي السياسي

1.2.2. مفهوم الوعي

2.2.2. مفهوم الوعي السياسي

3.2. الدور السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي

1.3.2. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي

2.3.2. مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي السياسي، وتحقيق المواطنة

3.3.2. مواقع التواصل الاجتماعي والتغيير السياسي

## 2. مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي

### 1.2.1. مواقع التواصل الاجتماعي

شبكة الأنترنت هي وسيلة لقيام علاقات اجتماعية في واقع افتراضي، ومصطلح الشبكات الاجتماعية نتاج التطور التقني للشبكة العنكبوتية حيث ظهر المصطلح عام 1954 من قبل الباحث في العلوم الإنسانية جون بارنر للتعبير عن العلاقات الاجتماعية في علم الاجتماع، أما في السبعينات ظهرت بعد الإلكترونيات الاجتماعية البدائية مرتبطة بجهاز الحاسوب، ويعتبر عام 2002 البداية الفعلية لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ ظهر موقع frinedster من قبل جوناثان ابرامز بكاليفورنيا، يتوفر الموقع على خدمة اختيار اللغة (الانجليزية، اليابانية، الصينية، الكورية والإسبانية)<sup>1</sup>.

### 1.1.2. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

#### 1.1.1.2. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

##### 1.1.1.1.2. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

تعددت وتنوعت البحوث التي تناولت موضوع مواقع التواصل الاجتماعي، فلقد تشابهت في بعض الجوانب واختلفت في جوانب أخرى حسب المنظور الذي يتم التطرق من خلاله للدراسة، وقد اختلفت الآراء حول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي غير أنه مرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتغيير الحاصل على شبكة المعلومات العملاقة. ويطلق عليها الشبكات الاجتماعية، مواقع الشبكات الاجتماعية الشبكات الرقمية الاجتماعية، وسائل الإعلام الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي، فهي مواقع يشترك فيها المستخدمون من أنحاء العالم بالاستفادة من تفاعلية الأنترنت، حيث يقدمون أنفسهم ويعبرون عن آرائهم وأفكارهم في فضاء افتراضي. وسميت هذه المواقع بالاجتماعية بارتباط مهمتها في بناء المجتمعات لها نفس الإنتماءات والإهتمامات بمشاركة الملفات والصور والمذكرات<sup>2</sup>. توجد على شبكة الويب أنشئت لغرض جميع المستخدمين، تعتمد على فكرة مشاركة الأنشطة والإهتمامات في مجال من المجالات وتبادل الرأي والمعلومات الخاصة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عثمان محمد الدليمي، مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص127.

<sup>2</sup> ليندا كولز، ترجمة أحمد المغربي، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2016، ص 13.

<sup>3</sup> فهد بن عبد العزيز الغفيلي، الإعلام الرقمي، أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله، ط1، دار المجدد للنشر والتوزيع، الرياض، 2001، ص 32.



وتعرفها أمينة نبيح على أنها أي موقع على شبكة الأنترنت يتم من خلالها إنشاء صفحة شخصية عامة يتواصل المستخدم من خلالها مع المستخدمين الآخرين، حيث يسمح لهم بالدخول إليها لتكوين علاقات فيما بينهم، ويمكن ذات طابع إجتماعي معرف الدردشة، مجموعات النقاش وغيرها<sup>1</sup>.

مواقع التواصل الإجتماعي هي مواقع تشكل مجموعات الكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الإجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة، مثل التعارف والصدقة، المراسلة الفورية، إنشاء مجموعات ذات اهتمام مشترك، وصفحات للأفراد والمؤسسات، والمشاركة في الأحداث والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديوهات والبرمجيات<sup>2</sup>.

مواقع التواصل الإجتماعي هي مساحات افتراضية تتضمن مجموعة متنوعة من التقنيات تسمح للأفراد بتكوين جماعات مترابطة ومتجانسة من أجل تشكيل بنية إجتماعية افتراضية متصلة عبر علاقات وباشكال متنوعة، ينشئ من خلالها المستخدمون صفحات شخصية للتفاعل والتواصل مع معارفهم ومن يتفقون مع اهتمامهم بطرح المواضيع ومناقشتها وتبادل الأفكار<sup>3</sup>.

وتعرفها نزمين بأنها مواقع على الأنترنت تجمع بين الأفراد لتبادل الإتصالات والإهتمامات، وإنشاء المدونات، يلتقي من خلالها المشتركون فيها في أي وقت وفي أي مكان من العالم عبر التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الوسائل التي توطد العلاقات الإجتماعية<sup>4</sup>.

من التعاريف السابقة يمكننا القول بأن مواقع التواصل الإجتماعي عبارة عن شبكات إجتماعية على شبكة الويب تتيح للأفراد إنشاء بيانات شخصية خلال النظام المحدد، تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء

<sup>1</sup> أمينة نبيح، الإتصال الرقمي والإعلام الجديد، موقع facebook نموذجاً، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص 35.

<sup>2</sup> معلاوي حورية، بوهالي حفيظة، الحملات الإعلامية عبر منصات التواصل الإجتماعي ودورها في التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا (كوفيد 19) - قراءة وصفية لحملات إعلامية عبر موقع فيسبوك - مؤلف جماعي، الإتصال الرقمي مابعد جائحة كورونا بين تقييد الحريات ومتطلبات المرحلة، د ط، المركز الدولي للأبحاث والدراسات الإجتماعية والإنسانية، بريطانيا، 2022، ص 93.

<sup>3</sup> عبد المالك شاكور، استخدام أدوات الإعلام الرقمي في التحصيل العلمي الذاتيلدى طلبة الجامعات اليمنية (الواقع، الإنعكاسات، المعوقات) دراسة تطبيقية، مؤلف جماعي، الإعلام الرقمي: الأسس النظرية والممارسات المهنية وحدود التلقي، ط1، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، 2022، ص 234.

<sup>4</sup> نزمين علاء الدين، إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020، ص 12.

المشاركين في هذه الشبكة الاجتماعية على الأنترنت والذين تجمعهم إهتمامات أو تخصصات معينة، بتبادل الأفكار والآراء من خلال الملفات والفيديوهات، الصور والمحادثات الفورية والمناقشات الجماعية، حيث تعتمد على تقنيات متنوعة لبناء مجتمع افتراضي لا تحده عوامل الزمان والمكان.

### 2.1.1.1.2 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

مر ظهور مواقع التواصل الاجتماعي بمرحلتين، مرحلة الجيل الأول من الويب (web1.0) ومرحلة الجيل الثاني من الويب (web2.0)، حيث ظهر في منتصف التسعينات 1995 موقع "كلاس مايت" classmats.com من أجل الربط بين زملاء الدراسة، وموقع دكيز degries عام 1997، الذي ركز على التفاعل بين المشاركين، لكن سرعان ما أخفق عام 2000 بسبب ظروف مالية،<sup>1</sup> كما ظهرت خلال هذه المرحلة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" "كايوورد"، وقد كانت خدمة الرسائل القصيرة من أبرز ما ركزت عليه هذه المواقع في بداياتها.

تعتبر مرحلة خدمات الجيل الثاني للأنترنت هي الأوفر حظاً، حيث أضيفت مجموعة من التطبيقات (مواقع، وسائط وومدونات). خلال هذه المرحلة برزت العديد من المواقع من سنة 2002 الى 2012، فريند ستار (frindstar) عام 2002 وهي أقدم موقع إجتماعي وضع كلمة "صديق" في تركيب اسمه، وهو شبكة لتبادل الملفات الموسيقية mp3، جذب الموقع ثلاث ملايين مشترك خلال الأشهر الأولى من نشأته، وفي فرنسا موقع سكيروك (skyrock) للتدوين، وظهر موقع ماي سبيس (my Space) عام 2003 في الولايات المتحدة الأمريكية، وبعده موقع فيسبوك (facebook) عام 2004، حيث اقتصر هذا الأخير في بدايته طلبه جامعة هارفارد<sup>2</sup>، وتوسعت استخداماته عالمياً عام 2006، وأصبح أكثر شهرة من بين المواقع الأخرى وارتفع عدد مستخدميه مع زياده تطبيقات أخرى، وظهر موقع يوتيوب سنة 2005 الذي يختص بالفيديوهات، وبعده موقع تويتر سنة 2006 الذي يهتم بخدمة التدوين المصغر.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط 1، مدونة شمس النهضة، السودان، 2010، ص 07.

<sup>2</sup> Tricha Dowerah Bberuah, **effectiveness of social media as a tool of communication and and its potentiel for technology connections: a micro-level study**, international journal of scientific and research publicqtions, volume 2, issue 5, May 2012, p 4.

<sup>3</sup> بول ليفنسون، ترجمة هبة ربيع، أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015،

## 2.1.1.2. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي ومميزاتها

### 1.2.1.1.2. أنواع مواقع التواصل

ظهرت مواقع وقت التواصل الاجتماعي من خلال المراحل المختلفة لشبكة الأنترنت، لتصبح منصة متاحة للمستخدمين فيها لتبادل المحتوى المقروء والمسموع والمرئي.

وتختلف مواقع التواصل باختلاف الغايات التي أنشئت من أجلها، فمنها ما يختص بإنشاء علاقات صداقة، ومنها من أجل بناء المعارف والروابط المهنية، ومنها ما يهتم بالإتجاهات الإيديولوجية والانتماءات العرقية والحزبية وغيرها، ونفصل في ما يلي أنواع مواقع التواصل الاجتماعي<sup>1</sup>:

#### 1- مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الإتصالات وتبادل المعلومات والبحث عنها:

تتمثل في المدونات الجزئية، وهي مواقع تتعلق بأهم القضايا كموقع ويكي، مواقع الفعاليات مثل موقع التويتتر، مواقع من أجل تشارك الإهتمامات وتبادل المعلومات والمواقع التي تستخدم في التواصل المباشر للمستخدمين مثل موقع فيسبوك.

#### 2- مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التعاون وتشكيل فرق عمل:

من أمثلتها مواقع الأخبار الاجتماعية، مواقع الملاحظة الاجتماعية، مواقع المرجعيات، وموقع تحرير النصوص وإدارتها.

#### 3- مواقع الوسائط المتعددة:

مثل مواقع التصوير، الفن، المشاركة الموسيقية والمقاطع الصوتية، مواقع لمشاركة الفيديوهات وبثها على المباشر و تخزينها.

#### 4- مواقع الإستعراض والرأي: صبر الآراء، مواقع التسويق.

#### 5- مواقع الترفيه و القضايا الاجتماعية :

مثل مواقع الألعاب والعالم الافتراضي.

## 2.2.1.1.2. المميزات المشتركة بين مواقع التواصل الاجتماعي

اكتسبت مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من المميزات مقارنة بمواقع أخرى، وهذا التميز راجع الى التقنيات الحديثة التي ظهرت بظهور الجيل الثاني للويب، فأصبح المستخدم منتجا ومعدلا للمحتوى، كما

<sup>1</sup> نرمين علاء الدين، مرجع سابق، ص 15، 16.

أتاحت له فرصة مشاركة المحتوى مع المتعاملين الآخرين، وهنا تبرز سمات مواقع التواصل الاجتماعي في أهم النقاط التالية<sup>1</sup>:

**1- إنشاء الملف الشخصي للمستخدم:** لكل مستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي فرصة تدوين معلوماته الشخصية في ملف خاص بالموقع مثل الإسم واللقب، تاريخ الميلاد، رقم الهاتف، البلد والإهتمامات، هذه المعلومات تسمح للأشخاص بالتعرف على صاحب الملف مباشرة ومعرفة الأنشطة التي يقوم بها.

**2- قائمة الأصدقاء:** يتعرف المستخدم عبر الموقع الذي هو عضو فيه على مجموعة من الأشخاص وهم عبارة عن أصدقاء أو معجبين أو متابعين للصفحة، يمكن الدخول للملفات الشخصية لهم عبر قائمة الأصدقاء.

**3- إنشاء المجموعات:** لمواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعات لاهتمامات مشتركة وأهداف محددة، كأن تكون سياسية، اجتماعية وثقافية، من خلالها يتم التواصل بين مجموع ذات إهتمام مشترك تسمح لهم بتبادل الأفكار والآراء بين أعضائها.

**4- إرسال الرسائل وإنشاء ألبومات الصور:** تتوفر مواقع التواصل الاجتماعي على خدمات عديدة مثل إرسال الرسائل السريعة عن الملف الشخصي للأصدقاء وخدمة إنشاء ألبومات الصور ومشاركتها مع الأصدقاء، مع إمكانية التعليق عليها.

**5- مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر وسائل الإعلام وتبليغ الجمهور،** حيث يتم الإعلان عبرها عن أهم الأحداث ومواعيدها، مع إمكانية إعلام الأصدقاء بهذه المواعيد.

### 3.1.1.2. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وأشكالها

#### 1.3.1.1.2. أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا الراهن نظرا للدور الكبير الذي تلعبه في الحياة اليومية للأفراد، فأصبحت أدوات فاعلة في نشر المعلومات وتقديم الخدمات المختلفة، وبروز موقع فيسبوك وتويتر واليوتيوب وغيرها من المواقع فتحت ابوابا عديدة في التأثير على التوجهات السياسية في الإحتجاجات العربية الأخيرة<sup>2</sup>، والتغيير في أسلوب الحياة للمجتمعات، ومن هنا يمكننا القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي

<sup>1</sup> أمينة مزيان، مرجع سابق، ص 99.

<sup>2</sup> حداد ناريمان، مرجع سابق، ص 146.

أصبحت ظاهره كونية تبرز أهميتها من خلال كونها تساهم في زيادة التعارف والتقارب بين الناس لتسهيل التواصل في ما بينهم ونشر قيم المعرفة والتعاون وتبادل الأفكار، كما تلعب دورا كبيرا في تقديم الأخبار والأحداث الآنية والمباشرة بكل حرية، حيث تعتبر إعلاما بديلا عن الإعلام التقليدي الذي تحده قيود الممارسة الإعلامية والقوانين الضابطة لها<sup>1</sup>، وتعتبر عاملا مهما في تفعيل الطاقات الإيجابية، وزيادة مجالات المعرفة له وتكوين الوعي والإتجاهات الفكرية لديه، لقد فتحت آفاقا جديدة أمام الفرد للبحث والكتابة بكل المواضيع التي تتعلق بحياته اليومية، فهي تتيح المجال للبحث عن العمل والترويج الإقتصادي والمساهمة في الحملات التطوعية<sup>2</sup>.

### 2.3.1.1.2. اشكال مواقع التواصل الاجتماعي

قسمت مواقع التواصل الاجتماعي حسب الأشكال التالية:

- 1- **مواقع إجتماعية كبيرة ( مواقع الشبكات الاجتماعية):** مثل موقع فيسبوك وموقع ميسبيس، حيث تسمح هذه المواقع بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص استخدام كلمه السر والبريد الإلكتروني مع إمكانية تكوين العلاقات ومشاركة الأحداث ضمن نظام خاص<sup>3</sup>.
- 2- **المدونات : blogs :** تعتبر من أبرز الأشكال الحديثة المعروفة في شبكة التواصل الاجتماعي، بمثابة ساحة يتم من خلالها طرح الآراء الشخصية، فهي مجالات على الشبكة العنكبوتية مع مداخلات تظهر وفق حداثتها تسمح للقراء المهتمين بالتعليق والتفاعل مع المؤلفين مما يتيح مشاركة العامة<sup>4</sup>.
- 3- **موسوعات ويكس wikis :** هي مواقع تسمح للمستخدمين بتدوين المعلومات عليها أو تعديلها، فهي تمثل مرطز بيانات، ومن أمثلتها الموسوعة الإلكترونية الحرة ويكيبيديا.
- 4- **المنتديات forums :** مساحات واسعة للحوار الإلكتروني حول المواضيع والإهتمامات المشتركة، وهي اجتماعات افتراضية في مكان واحد وهو الصفحة وزمان واحد.

<sup>1</sup> عبدالرحمان بن ابراهيم، الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، د ط، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص68.

<sup>2</sup> عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق ، ص 138.

<sup>3</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط 1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص25.

<sup>4</sup> Tricha Dowerah Bberuah, op.cit, p 4.

6- المدونات الصغيرة: **microbloggings** هي عبارة عن شبكات إلكترونية على الأنترنت محتواها يكون أقل حجم الملف الأصلي، حيث تسمح بتبادل الجمل القصيرة و الصور الفردية أو روابط الفيديوها<sup>1</sup>. وأشهر تطبيقاتها موقع تويتر.

وتضيف الدكتورة نيرمين علاء الدين إلى الأشكال السابقة<sup>2</sup>:

7- **مجتمعات المحتوى**: وهي التي تتيح للمستخدمين بوضع المحتوى على الموقع أن يشترط على المستخدم الإشتراك في الموقع لتمكينه من تحميل المضمون ومشاركته على الأنترنت، وتختلف هذه المواقع حسب المضامين التي تحويها، فهناك مواقع لمشاركة الملفات المكتوبة ( النصية) مثل موقع بوكس كروسين Books crossing، ومواقع لمشاركة ملفات الفيديو مثل موقع يوتيوب ( youtube )، وأيضا مواقع تتيح مشاركة ملفات بوربوينت PowerPoint لمشاركة الصور مثل موقع فليك ( flicker ).

**المجتمعات والألعاب الافتراضية ( الحياه الافتراضية):** يقوم الشخص بمحاكاة العالم الواقع حيث يمكنه التسجيل والدخول على الموقع الافتراضي، ويختار شخصيته الافتراضية والشخصيات التي يرغب في التعامل معها المجتمع الافتراضي ثلاثي الأبعاد.

#### 4.1.1.2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، إيجابياتها وسلبياتها

##### 1.4.1.1.2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي إحدى عناصر الإعلام الجديد، تعمل على الصعيد العالمي بربط الأشخاص فيما بينهم ضمن مجتمع افتراضي لتبادل الإتصال والأنشطة والأفكار والآراء ضمن خدمات خاصة تعتمد على المحادثات، الرسائل، البريد، الفيديوها، المدونات والمناقشات الجماعية<sup>3</sup>.

هذه المواقع باختلافها وتنوعها فهي تؤدي وظائف عديدة نظرا لما تتميز به من خصائص تجعلها الرائدة في مجال الإعلام والاتصال، وتغيير أسلوب الحياة الاجتماعية، وهذه الخصائص يمكن إبرازها كالآتي:

1- **التفاعلية**: تغير دور الفرد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي فبعدما كان مستقلا فقط من خلال وسائل الإعلام التقليدية أصبح مرسلا ومستقبلا في نفس الوقت، إذ يمكنه أن يحدد نوع المعلومة التي

<sup>1</sup> Deborah Lupton, **Digital Sociology**, 1 ed, Routledge, New York, 2015, p 70.

<sup>2</sup> نيرمين علاء الدين، مرجع السابق، ص 14.

<sup>3</sup> طلال ابراهيم المسعد، الإدمان الإلكتروني، ط 1، المركز العربي لتأليف وترجمة العلوم الصحية، الكويت، 2020، ص 26.

يريدها ويختار زمن ومكان القيام بالتواصل والحوار<sup>1</sup>، فأصبح الإتصال على مواقع التواصل الإجتماعي متعدد الأطراف يتشارك فيه الجميع عبر النشر على الصفحات والتعليق عليها وإبداء الرأي فيها، ومتابعة ردود الأفعال المختلفة<sup>2</sup>.

**2- التلقائية:** التواصل عبر مواقع التواصل الإجتماعي يتميز بأنه غير متوقع وغير رسمي، فهو تلقائي لعدم وجود قوانين تضبطه أو لوائح وقيود بين طرفي الإتصال، فلا يوجد هناك تخطيط أو تنسيق بين الأعضاء.

**3- سهولة الإستخدام:** مع ظهور الهاتف النقال تطور استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأكسبها هذه الخاصية أين أحدثت ثورة في عالم الإتصال، فالمتعامل مع مواقع التواصل الإجتماعي لا يحتاج أن يكون ذا خبرة في مجال المعلوماتية لإستخدامها أو خبرات وتدريبات معمقة، فهي سهلة الإستخدام، يكفي أن يكون على دراية بالأسس والمبادئ الأخرى الأولية من أجل النشر والتواصل عبر الأنترنت، عكس الإعلام التقليدي الذي يفرض على مسيريه امتلاكهم لمؤهلات كتعلم فنون الكتابة والتصوير والإخراج، وتظهر سهولة استخدام شبكات التواصل أيضا في قلة تكلفتها وبساطة اللغة المستخدمة.

**4- المرونة:** حيث يمكن فتح المواقع في أي جهاز متاح للمستخدم دون شرط تفضيل جهاز عن آخر، فكافة الأجهزة الإلكترونية المحمولة تتضمن برامج خاصة للتواصل الإجتماعي.

**5- التواصل والتعبير عن الذات:** يتيح للمستخدمين الإشتراك في العديد من الأنشطة الإبداعية على مواقع التواصل الإجتماعي، وإبراز المواهب ومشاركة المحتوى مع الآخرين حول الأحداث الجارية والمناسبات.

**6- الإنفتاح والإنتشار:** ساعدت مواقع التواصل الإجتماعي على الإنفتاح والعالمية حيث أتاحت للجمهور استقبال التعليقات ومشاركتها دون عوائق على هذه المشاركات أو على تصفح المحتوى وتبادله فيما بينهم وإبداء آرائهم وأفكارهم، وقد أصبحت شبكات التواصل أكبر المواقع انتشارا على المستوى العالمي لتمديد خاصية التواصل والربط بين الأعضاء في كل زمان وكل مكان<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 138.

<sup>2</sup> فاضل محمد البدراني، الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، ط1، منتدى المعارف، بيروت، لبنان، 2017، ص 14.

<sup>3</sup> فاضل محمد البدراني، مرجع سابق، ص 15.

7- **الدوام والشمولية:** مواقع التواصل الاجتماعي تحافظ على المحتوى المنشور عبر الصفحات حيث تبقى مخزنة ومسجلة يمكن للأفراد العودة إليها في أي وقت، كما تسمح هذه المواقع عبر أنظمتها الرقمية بنقل البيانات في شكل نصوص وصور وفيديوهات وتشتمل مختلف المواقع بدقة عالية<sup>1</sup>.

8- **ظهور الصحفي المواطن:** يمكن للمواطنين عبر مواقع التواصل نقل الأخبار ونشرها ومشاركتها مباشرة من منطقة الحدث هنا أصبح الفرد بمثابة الصحفي المواطن له دور فعال في التأثير والتغيير دون ضابط حارس البوابة<sup>2</sup>.

9- **السرعة والآلية:** مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في نقل الأخبار والمعلومات والأحداث بشكل سريع من أي مكان وفي أي زمان<sup>3</sup>.

10- **حرية التواصل والتدفق الحر للمعلومات:** تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي من كسر الحواجز التي تفرضها وسائل الإعلام التقليدية، فأصبح التواصل من خلالها حراً دون رقابة، مما سمح من تنقل المعلومات الحديثة عبر الوسائط المتعددة، فقد أصبحت إعلاماً بديلاً في نقل الأحداث السياسية والوقائع الاجتماعية والإقتصادية التي يمر بها العالم، خاصة أمام الأنظمة المتعلقة سياسياً وإعلامياً.

11- **اللازمانيّة و الامكانيّة:** استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي الربط بين مختلف الأجناس، مهما تنوعت عاداتها وثقافتها، فالفرد يتقيد بأوقات معينة لوضع المحتوى ومشاركته والتعليق ومتابعة محتوى الأصدقاء والأعضاء الآخرين، كما أنه لا يتقيد بالقيود المكانية فأينما يتواجد الأعضاء يتلقون نفس المحتوى ويتبادلونه عبر كافة أنحاء العالم<sup>4</sup>.

12- **بناء مجتمعات افتراضية وجمهور غير مرئي:** وسائل التواصل الاجتماعي تسمح للمستخدمين الإتصال فيما بينهم وتبادل الآراء والأفكار حول القضايا التي تهمهم وتبادل المعلومات بشأنها، وبالتالي استطاعت هذه المواقع تشكيل مجتمعات افتراضية تتواصل بشكل فعال فيما بينها وترتبط بالعالم أجمع حول

<sup>1</sup> عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 139.

<sup>2</sup> علي سيد اسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة... والأخلاقيات المفروضة، دط، دار التعليم الجامعي، مصر، 2020، ص 46.

<sup>3</sup> بشير تركي كريشان، محمد صالح جرار، الإتصال الرقمي وتعزيز التنوع الثقافي في عالم متغير، مداخلة مؤتمر إشكاليات التلقي في الإتصال الرقمي، الرابطة العربية لعلوم الإتصال، الأردن، 2019، ص 08.

<sup>4</sup> بشير تركي كريشان، محمد صالح جرار، مرجع سابق، ص 08.



مصالحهم واهتماماتهم المشتركة، كالقضايا السياسية والاجتماعية والثقافية وغيرها، وبالتالي أصبح العالم قرية كونية مصغرة تحوي مجتمعا متقاربا<sup>1</sup>.

**13- التكامل:** يجد المتلقي خيارات متعددة في شبكات التواصل الاجتماعي خاصة وأنها تجمع بين نظم الإتصال وأشكالها، ومختلف الوسائل الرقمية في نظام واحد حيث تتيح للفرد إختيار المواد الإعلامية التي يريدتها، أو بمادة إرسالها<sup>2</sup>.

**14- قلة التكلفة:** إن امتلاك صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي بدون تكاليف مادية، فمثلا على صفحات الفيسبوك مكتوب عليها مجاني، فقط يمكن لأي شخص الاستفادة من خدمات الإنترنت بشكل مجاني أو بمبالغ بسيطة تتناسب مع المقدور المالي للمستخدمين، ولهذا أصبحت تكنولوجيا الإتصال الحديثة في متناول الجميع<sup>3</sup>.

**15- سقوط الحواجز الثقافية:** تميزت المجالات الإتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بما يسمى تجاوز الحدود الثقافية، إذ أنه عبر هذه الشبكات سقطت كل الحواجز الثقافية بين مستخدميها.

**16- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي محرك بحث<sup>4</sup>:** حيث يستخدمها الأشخاص من أجل البحث عن المعلومات التي يحتاجونها.

#### 2.4.1.1.2. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

##### 1- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي صرحا إعلاميا واسع المدى فهي وسيلة التواصل السريع بين البشر وتبادل الأفكار والمعلومات، وأداة للتعبير عن الآراء والمشاعر والإتجاهات مما يزيد من قوة العلاقات بين المجتمعات. فتلك المواقع لها العديد من الإيجابيات والتي تظهر في إعطاء المستخدمين فرصة التعرف على ثقافات الشعوب، وتربط بين الأشخاص في كل مناطق العالم، وتسهل التواصل فيما بينهم، وقد أصبحت في الآونة الأخيرة ملتقى الآراء السياسية وساعدت على قيام الثورات الشعبية التي دعت إلى إسقاط الأنظمة المستبدة.

<sup>1</sup> سامية قطوش، عولمة الإتصال، دار الخلدونية، دط، الجزائر، 2017، ص 101.

<sup>2</sup> علي سيد اسماعيل، مرجع سابق، ص 45.

<sup>3</sup> عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 140.

<sup>4</sup> علي سيد اسماعيل، المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ما تقدمه من خدمات رائدة في الإعلام التفاعلي، فلها إيجابيات عديدة نذكرها فيما يلي:

- توفر مواقع التواصل الاجتماعي مجالا خصبا للمعلومات ولها خصائص تسهل عملية التعليم والتعلم وإثراء ثقافة الشباب<sup>1</sup>، فهي تتيح التعليم الإلكتروني خاصة وأنها تقرب بين الأستاذ والطالب، وتسهل عملية التواصل وسرعتها في تبادل الملفات والكتب ونشرها<sup>2</sup>، وساهمت كثيرا هذه الشبكات في التعليم عن بعد خلال الأزمات العالمية وخاصة ما عايشناه خلال جائحة كورونا، فكشفت الأبحاث في هذا الشأن أن مواقع التواصل الاجتماعي لعبت دورا كبيرا في التعليم عن بعد.

- مواقع التواصل الاجتماعي قربت بين العائلات وذويهم في البلدان البعيدة وأقاربهم وأصدقائهم.

- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي نافذة بين الحكومات وشعوبها، إذ من خلالها يتم التعرف على ردود أفعال المواطنين وإنشغالاتهم، وإبداء مواقفهم تجاه الأداء الحكومي.

- تعتبر مجانية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي حافزا للملايين من المستخدمين من أبناء الطبقات الوسطى والفقيرة لاستعمالها من أجل التواصل مع أقرانهم من جميع أنحاء العالم دون عناء التنقل وإنشاء عالما افتراضيا هروبا من الواقع الذي يعيشون فيه.

- تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الثقة بالنفس خاصة لدى الأشخاص الذين يعانون الخجل عند التواصل المباشر، فيجدون من هذه الشبكات ملجأ للتعبير والحوار في العالم الافتراضي<sup>3</sup>.

- تتميز مواقع التواصل الاجتماعي على خاصية إضافة أصدقاء جدد وإمكانية إرسال الرسائل واستقبالها، والانضمام إلى مجموعات، وسهولة إضافة وتعديل المحتوى على الصفحات وبالتالي حرية التعبير دون خوف من أي قيد، وتكلفة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مجانية أو قد تكون بسعر رمزي مقارنة بوسائل الإتصال الحديثة الأخرى.

- إن ميزة السرعة والآنية في نقل المعلومات جعلت من مواقع التواصل الاجتماعي، إعلاما بديلا عن الإعلام التقليدي، فأصبحت الأخبار والمعلومات تنتقل مباشرة من منطقة الحدث دون المرور على غرف

<sup>1</sup> عبد المالك شاعر، مرجع سابق، ص 235.

<sup>2</sup> Deborah Lupton, *op.cit*, p 70.

<sup>3</sup> محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 214.

التحرير وحارس البوابة، كما أصبحت وجهة للصحفيين إلى مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار للمعلومات.

- تتيح مواقع التواصل الاجتماعي فرص البحث عن العمل والوظائف، فنشأت إعلانات التوظيف والبحث عن مناصب العمل عبر صفحاتها، حيث يتم عرض السير الذاتية والكفاءات المهنية من خلالها، وهناك مواقع أنشئت خصيصا لهذا الشأن خاصة الموقع لنكدن.

- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي حافزا قويا في تكوين الأفكار والدعوة للتعبير عن طريق تكوين الوعي.

## 2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

يعرف أن مواقع التواصل الاجتماعي له أدوار مهمة في حياة البشر، فهو يعتبر كوسيلة إعلامية بامتياز من جهة، ومن جهة أخرى هو ملاذ الكثير من مستخدميها، في جميع المجالات سواء كانت إجتماعية أو ثقافية أو إقتصادية أو سياسية، هذا نظرا للمميزات التي تتميز بها خاصة القدرة على تغيير الشخصية الحقيقية وإبراز الشخصية الافتراضية، إضافة إلى أنها غير مراقبة مما سهل على التواصل الفوضوي. وظهرت العديد من الظواهر السلبية عبر هذه المواقع ونشر الشائعات والمحتويات للأخلاقية وجرائم أخرى إلكترونية، وظهور حروب مواقع التواصل الاجتماعي كنمط جديد من الحروب الإلكترونية<sup>1</sup>.

وقد أثرت العديد من التساؤلات طرحت حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمعات، وهنا يمكن عرض مجموعة من السلبيات لهذه المواقع الإلكترونية:

### - إنتهاك خصوصية الأفراد:

ان الإشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي يتطلب من المشترك معلوماته الشخصية كرقم الهاتف، أو البريد الإلكتروني، أو العنوان، وهذه المواقع تعتبر مجالا تعارفي بين الأقارب والأصدقاء من جهات أخرى حيث يطرح الأشخاص معلومات عن أنفسهم وأمورا تتعلق بشخصيتهم وخصوصياتهم، وأمام تزايد الهجمات الإلكترونية، أصبح من الإمكان خرق المعلومات واستغلالها " وقد كشفت التقارير أن وكالة الأمن القومي الأمريكي NSA تقوم بتطوير تقنيات تسمح لهم باستغلال تطبيقات الهواتف الذكية للوصول إلى المعلومات

<sup>1</sup> عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق ، ص 212.

الخاصة بالمستخدمين»، وأنفقت وكالة الإستخبارات الأمريكية ما يزيد عن مليار دولار لأجل برامج التجسس لإستهداف بيانات الهاتف المحمول للمستخدم<sup>1</sup>.

#### - تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الإرتباط الأسري والعلاقات الاجتماعية:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي شريكة الأسرة في داخل الوسط الأسري، فأدت إلى العزلة الاجتماعية والإنطواء لأفرادها خاصة فئة الشباب<sup>2</sup>، أصبح لكل فرد عالمه الخاص بعيدا عن الرابطة الأسري، لكل منهم مشاكله وهمومه الخاصه بعيدا عن مشاركتها لجميع أفراد العائلة كما كانت في السابق.

فبالرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على إنشاء علاقات وروابط إجتماعية، وإحياء علاقات قديمة، غير أنها تبقى إفتراضية بعيدة عن واقع التواصل والتفاعل المباشر، فهنا كان تهديم العلاقات الحقيقية على حساب العلاقات الإفتراضية.

#### - الإدمان على إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

إن المبالغة في إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى الإدمان عليها بشكل يشبه لحد ما في طبيعته على الإدمان الذي تسببه المخدرات أو الكحول. فبعض الدراسات أثبتت أنه عند قطع وسائل الإتصال الحديثة كالهاتف والأنترنترنت على بعض مستخدميه يحدث لديهم الإرتباك والشعور بالعزلة والقلق، والذين يتعرضون إلى الإدمان هم هؤلاء الأشخاص الذين لديهم وقت فراغ زائد غير مستغل، والذين يبحثون عن إقامة علاقات إفتراضية عوضا عن فشلهم في إقامة علاقات حقيقية<sup>3</sup>، وضعفهم في التواصل مع الآخرين، أو هؤلاء الذين تعرضوا للصدمات جراء علاقاتهم بالآخرين، وأيضا الذين يفضلون التفاعل عن بعد بأسماء مستعارة تعويضا عن عدم رضاهم بالواقع الذي يعيشونه، وبالتالي إنشاء أسماء مستعارة ليجدوا أنفسهم شخصيات أخرى قريبة لأمانهم لإبراز مكبوتاتهم الداخلية، وقد كشفت الدراسات أن هناك علاقة بين الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة استهلاك الكحول والتدخين<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق ، ص 235.

<sup>2</sup> منذر صالح جاسم الزبيدي، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2013، ص 98.

<sup>3</sup> وفيق صفوت مختار، وسائل الإتصال والإعلام وتشكيل وعي الأطفال والشباب، دط، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2010، ص 295.

<sup>4</sup> طلال ابراهيم المسعد، الإدمان الإلكتروني، المركز العربي لتأليف وترجمة العلوم الصحية، الكويت، 2020، ص3.

### - تراجع القيم الأسرية والاجتماعية وانحراف الشباب:

تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على قيم مستخدميها، حيث تغير ملامح العلاقات الأسرية والاجتماعية، فحدث التقليد الأعمى الحياة الغربية خاصة في طريقة الغذاء، واللباس، وأسلوب التعامل، فأصبح المستخدم يخاطب الجنس الآخر بكل جرأة، وانتشار الرذيلة والفساد الأخلاقي والثقافي والاجتماعي والديني. والشباب هم أكثر عرضة لهذه الظواهر وظهرت لديهم ما يسمى بالعزلة الاجتماعية والإكتفاء بالأصدقاء الافتراضيين في العالم الافتراضي، يعيشون الوحدة والنفور في عالم لا أخلاقي أين يؤدي بهم إلى الإدمان وهدم طاقاتهم فتظهر لديهم مظاهر سلوكية غير لائقة مثل: الإفراط في الكذب أثناء التواصل والتفاعل، وعدم التحكم في الوقت المخصص لإستخدام المواقع بسبب الإدمان القهري، تغيير نمط التفكير وظهور مفاهيم جديدة مختلفة ليس لها سند قانوني أو ديني أو أخلاقي، إهمال العلاقات الأسرية والأنشطة الاجتماعية، انخفاض المردود الدراسي وظهور المشاعر السلبية والهروب إلى استخدام الأنترنت والإنبهار بها بسبب فقدان الشخصية الذاتية.

### - مواقع التواصل الاجتماعي تضعف المهارات العقلية والجسدية والتواصلية: إن إعتياد رواد شبكات

التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات بطريقة سهلة من المواقع مباشرة يجعل من الذاكرة تركز على الحصول في المعلومة دون تثبيتها بشكل مركز<sup>1</sup>.

أثبتت الدراسات أن مستوى الذكاء لدى الأشخاص الذين يركزون على مواقع التواصل الاجتماعي في إثراء معلوماتهم، وهذا يؤدي إلى ظهور جيل جديد نمطي يعتمد في تفكيره على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تضعف لديه مستويات المهارات الجسدية والتواصلية وشعورهم الدائم بالخمول وإضعاف الطاقات الكامنة لديهم<sup>2</sup>.

### - ظهور النرجسية ووهم القيادة لدى مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي:

تسبب مواقع التواصل الاجتماعي الغرور لدى مستخدميها، والشعور الدائم بالتفوق، فتجاوز البعض العدد الهائل من الأصدقاء أو المتابعين ينتج عنه الوهم بالنجومية والريادة وتحولهم إلى قادة في نظر البعض<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> مارتين إل كوتش، ترجمة حسام الشراوي، أطفال العصر الرقمي، دار جامعة حمد بن خليفة، قطر، 2020، ص 12.

<sup>2</sup> وفيق صفوت مختار، مرجع سابق، ص 295.

<sup>3</sup> عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 251.

### - ازدياد نسب الطلاق والإنشقاق الأسري:

وسائل التواصل الاجتماعي تهدد الحياة الزوجية وقد ارتفعت نسب الطلاق بين الأزواج بسبب هذه المواقع فقد أصبح لكل طرف حساب خاص به يتواصل مع أصدقاء جدد ومعجبين من الجنس الآخر، هذا ما يسبب الإنشقاق الأسري والإستغناء عن الشريك الزوجي، ويصبح كل أفراد الأسرة الواحدة منشقين عن بعضهم البعض، وعدم الاندماج فيما بينهم.

### - الدفع إلى ارتكاب الجرائم الإلكترونية عن بعد:

من سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي عدم مسؤولية المستخدمين وانعدام الرقابة عليها ظهرت العديد من المشاكل كالإخلال بالآداب العامة، والقرصنة والسرقة الإلكترونية للملكيات الفكرية والمعلوماتية للأخريين واستهداف مواقع إلكترونية ضد مصالح الدولة<sup>1</sup>، وللتصدي لهذه الجرائم لابد من تشفير البيانات المهمة، وإيجاد نظام أمني متكامل، وتجنب تداول المعلومات الأمنية عبر الشبكات المفتوحة<sup>2</sup>.

### - الإساءة إلى الشخصيات السياسية أو الدينية:

عبر خاصية النشر وتفعيل الهاشتاق.

### - تدني مستوى اللغة:

أثرت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير على اللغة الأصلية، فظهرت مصطلحات جديدة شكلت قاموساً جديداً تستخدمه الجماهير العادية عبر هذه الشبكات، فظهرت الرموز والإشارات والإيماءات الخاصة التي تتطابق مع ما يريد المرسل أو المتلقي من الرسالة<sup>3</sup>. وحسب الباحثة (ظافرة سعيد الأحمدى) بأن اللغة العربية أهملت بشكل كبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى من قبل المتعلمين أنفسهم والملمين بقواعد اللغة العربية، وهذا التدهور في اللغة راجع إلى بعض التطبيقات في وسائل الإتصال بعدم توفر مساحات كافية للكتابة لذا يلجأ المستخدم للإختصار، أيضاً الأخطاء الإملائية في لوحات الإستخدام كاستبدال بعض الحروف مثلاً تستبدل همزة القطع بهمزة الوصل وحرف المد، التاء المربوطة بالهاء المربوطة، وقد ظهرت

<sup>1</sup> حسام فايز، الإرهاب الإلكتروني والثورة الرقمية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019، ص123.

<sup>2</sup> عبدالله حسن مسلم، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، ط1، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص238.

<sup>3</sup> وفيق صفوت مختار، مرجع سابق، ص 287.

اختصارات للكلمات المتداولة<sup>1</sup> والتعبيرات، مثل الضحك هههههههه، واستبدلت الحروف العربية بالحروف اللاتينية في التعبير بالعربية وإضافة لها أرقاماً تشبه الحروف العربية الأخرى مثل:

حرف (أ) أو (ء): أجمل=2ajmal، شتاء chita2

حرف (خ) : خجول=5ajoul

حرف (ع): عام=3am

## 2.1.1.2. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

### 1.2.1.2 موقع فيسبوك (Facebook)

يعتبر موقع فيسبوك أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي، وأصبح قاعدة تكنولوجية واسعة الاستخدام بين جميع أطياف المجتمعات، إذ يمثل الصدارة في الاستخدام وأضخم مؤسسة تجارية، وهو أداة فعالة من أجل إرسال الرسائل والتفاعل وبناء مجتمعات افتراضية كبيرة، فهو ضمن نظامنا اليومي لما يتميز به من خصائص كسهولة الاستخدام ومجانية التسجيل فيه، ويقدم خدمات التواصل السريع واسترجاع صداقات قديمة، وبناء صداقات جديدة ضمن مجموعات لها نفس الميولات والأفكار والاتجاهات، ويتم التعبير عنها عبر تبادل الملفات المكتوبة، والمصورة ومقاطع الفيديو<sup>2</sup>.

#### 1.1.2.1.2 تعريف موقع فيسبوك

هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي تديره شركة فيسبوك ذات المسؤولية المحدودة، يسمح للمستخدمين الانضمام إلى الشبكات المنظمة من قبل الأصدقاء أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم للتواصل مع الآخرين والتفاعل معهم، ويتيح لهم إمكانية إضافة أصدقاء جدد إلى قائمة الأصدقاء القديمة، وتبادل الرسائل فيما بينهم، و تحديث الملفات الخاصة بهم<sup>3</sup>.

هو موقع الكتروني للشبكة الاجتماعية يسهل الإتصال بين الناس وأصدقائهم وعائلاتهم، وإسم الموقع يعود إلى ورقة الفيسبوك التي تسلم إلى الطلبة الذين ينتمون إلى جامعات الولايات المتحدة الأمريكية، وكذا المدارس ليتعرف كل منهما على الآخر.

<sup>1</sup> عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 242.

<sup>2</sup> Krzysztof Rajman, Mateusz Porada, *social media-a new era of communication, humanities and social sciences*, research journal 29, no 2, 2022, p45.

<sup>3</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق ، ص 13.

## 2.1.2.1.2. نشأة وتطور موقع فيسبوك

أصل التسمية هو (ذا فيس بوك) أي كتاب الوجوه، وفكرة هذا الموقع جاءت من المدرسة الثانوية التي درس بها " مارك زوكربيرغ " تسمى أكاديمية " فيليبس اكستر " وفكرة هذا الموقع من الكتاب السنوي (wxter) (Face Book). وتقضي فكرة الموقع إلى إنشاء موقع انترنت يربط طلاب جامعة هارفارد في شبكة تعارف والإبقاء على التواصل فيما بينهم بعد التخرج.

انطلاق موقع فيسبوك في 04 فيفري 2004 من جامعة هارفارد الأمريكية من طرف مارك زوكربيرغ وكان الهدف من إنشائه للموقع هو الربط الإلكتروني بين زملاء الدراسة بعد التخرج في منصة إلكترونية تتيح لهم التواصل فيما بينهم وتبادل الأخبار. كان الموقع في بداياته محصورا بجامعة هارفارد الأمريكية محدودا بأصدقاء مارك، ثم تطور لمساعدة زملائه وعم على الجامعات وأصبح متاحا لجميع الطلبة وكافة أعضاء الجامعة ليتمدد فيما بعد إلى المدارس.<sup>1</sup>

وفي شهر سبتمبر 2004 أضيفت المجموعات التطبيقية، وتغير الاسم من the facebook إلى Facebook بحذف "the" في أوت 2005، وفي نوفمبر من نفس السنة أضاف الموقع الصور كتطبيق، حيث وصل عدد مشتركه 5,5 مليون مشترك<sup>2</sup>.

وفي عام 2006 أتيح للطلبة والشركات الكبرى إضافة أصدقاء خارجيين كأصدقاء حسب طلبات المستخدمين، وأنشأت المدونات مع إمكانية التعليق، ودخول مدونات أخرى، وأصبحت هناك صفحة تغذية الأخبار (news feed) تمكن المستخدم من تتبع ما ينشره الأصدقاء وأصبح الموقع متاحا لكل المستخدمين عن طريق البريد الإلكتروني، كما سمح الفئة العمرية أكثر من 13 عشرة سنة بالإنضمام إليه، حيث وصل عدد المستخدمين إلى 12 مليون مستخدم، وبين سنوات 2007 إلى 2012 قفز الموقع قفزة نوعية وتمكن من إضافة ملفات الفيديو الموجودة على اليوتيوب، وظهر برنامج جديد يسمح بالتواصل من الهاتف النقال، وأول منصة للدردشة عام 2007 وإمكانية الترجمة إلى 21 لغة إضافية، وفي عام 2009 ظهرت تحديثات على الموقع مثل إضافة زر الإعجاب، وإصدار تحديث جديد (التايم لاين Timeline) التي تسمح بعرض مقتطفات من الحياة الشخصية للمستخدمين، وإضافة غلاف (فيسبوك).

<sup>1</sup>Krzysztof Rajman, op.cit, p45.

<sup>2</sup>عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 148.



وفي عام 2012 توسع الموقع بشكل كبير إذ قام بشراء تطبيق انستغرام Instagram لتبادل الصور، وتطبيق الواتساب للمراسلات الفورية<sup>1</sup>، وقد أخذ الموقع في التوسع والانتشار بإحداث تطبيقات جديدة، وتدعيم العديد من اللغات حتى احتل الصدارة في الاستخدام، فلم يعد أداة للتعرف مع أصدقاء جدد أو الإتصال بالأصدقاء، بل أصبح وسيلة تعليمية أين ماتم استخدامه بطريقة صحيحة.

### 3.1.2.1.2. خصائص موقع فيسبوك

يتميز الفيسبوك بالعديد من المميزات جعلت منه يحتل الصدارة من ضمن المواقع الأخرى، وأهم هذه المميزات مايلي

- 1- **الملف الشخصي:** يمكن المستخدم إنشاء صفحة خاصة به، تحتوي على المعلومات المرتبطة به من صور ومقاطع فيديو وروابط، وأنشطة أخرى، فعند الإشتراك في الموقع لا بد من إنشاء ملفا شخصيا يحتوي على المعلومات الشخصية تسمح بالتواصل مع الآخرين<sup>2</sup>.
- 2- **المجموعات:** يتم إنشاء مجموعات عبر موقع فيسبوك، حيث بإمكان أي شخص إنشاء مجموعة وإعطاء تسمية لها والتعريف بها، ترتبط هذه المجموعة بالخصائص المشتركة للأعضاء المنتمين إليها مثل طلاب الجامعة، أو المدرسة، أشخاص لهم نفس الإنتماء السياسي، نفس الميولات أو غير ذلك... المجموعة لها نفس خصائص الصفحة الشخصية تسمح للأعضاء بالكتابة ومشاركة المنشورات والملفات، والحوار وتبادل المناقشات<sup>3</sup>.
- 3- **خاصية إضافة صديق:** يمكن إضافة أصدقاء عبر الفيسبوك بواسطة المعلومات الشخصية لهم أو البحث عن أصدقاء آخرين عن طريق البريد الإلكتروني أو رقم الهاتف<sup>4</sup>.
- 4- **النكزة:** يمكن الترحيب ولفت انتباه أحد الأصدقاء عن طريق إشعاره بإرسال نكزة إفتراضية.

<sup>1</sup> عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 150.

<sup>2</sup> أمينة مزيان، الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية للمضامين الصحية لصفحة " ويب طب" عبر شبكة الفايسبوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والإتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والعلوم ال'جتماعية، قسم علوم الإعلام والإتصال وعلم المكتبات جامعة باتنة، الجزائر، 2021، ص 107.

<sup>3</sup> بول ليفنسون، ترجمة هبة ربيع، مرجع سابق، ص 39.

<sup>4</sup> أمينة مزيان، مرجع سابق، ص 107.

- 5- **لوحة الحائط:** هي مساحة تخصص في الملف الشخصي للمستخدم، تتيح للأصدقاء بالكتابة والنشر على حائطه إن سمح له بذلك.
- 6- **التعليقات:** يوفر الموقع مساحة لإضافة التعليقات على المنشورات، وهي خاصية متاحة بين الأصدقاء والمجموعات في الصفحات المنظمين إليها، وقد يكون التعليق في شكل كتابة أو صورة، أو رابط، أو إيحاء، أو مقطع فيديو<sup>1</sup>.
- 7- **خاصية الصور والفيديوهات:** هذه الخاصية تمكن المستخدمين من تحميل الصور وعرضها على الموقع مع إمكانية عرض صور الأصدقاء.
- 8- **خاصية الحالة:** عبارته عن إطار متواجد أعلى الصفحة مكتوب فيه ( أكتب شيئاً، بما تفكر الآن، ماذا تتمنى الآن )، هذه الخاصية تتيح للمستخدمين إعلام أصدقائهم بموقعهم والنشاطات التي يقومون بها<sup>2</sup>.
- 9- **إشعارات:** هي خاصية تتيح للمستخدم الإطلاع على آخر التحديثات التي قام بنشرها أو التعليق عليها.
- 10- **الإعجاب:** وهي خاصية مثل التعليق يتم من خلالها التعبير عن المنشور برمز الإعجاب، وأُظهِفَت معه إيحاءات أخرى.
- 11- **خاصية المشاركة:** هذه الخاصية يتم من خلالها مشاركة المنشورات مع الآخرين كرسالة، أو في مجموعة أو على صفحة وأخرى.
- 12- **خاصية الإشارة:** متوفرة في النص والصورة والفيديو، يمكن من خلالها إرسال تنبيه للأصدقاء لمتابعه أي تحديث جديد، وتتيح لهم تنظيم المعلومات بما يشبه عمل الدماغ البشري<sup>3</sup>.
- 13- **خاصية الحلقات:** يمكن للمستخدمين عبر هذه الخاصية من إعداد مجموعات نقاش حول مواضيع معينة.
- 14- **خاصية الإعلانات:** يعتبر موقع فيسبوك مساحة إعلانية يتم من خلالها نشر إعلانات المستخدمين وتفتح هذه الخاصية آفاقاً على السوق الافتراضي للمستخدمين بنشر إعلانات مبدية مجانية.

<sup>1</sup> وائل مبارك خضر فضل الله، مرجع سابق، ص 18.

<sup>2</sup> بول ليفنسون، ترجمة هبة ربيع، مرجع سابق، ص 42.

<sup>3</sup> H. Jones Rrondney and A. Hafner christoph, **understanding dijital literacies, a pratical introduction**, 2<sup>nd</sup> ed, routledge, nsw york, 2021, p23.

15- خاصية إنشاء صفحات خاصة على الموقع: يسمح الفيسبوك بإنشاء صفحات وتسميتها بأسماء خاصة مرتبطة بالإهتمام الذي أنشئت من أجله، متخصصة في مواضيع وأفكار معينة<sup>1</sup>.

16- التغذية الإخبارية: عبارة عن العرض المستمر على الصفحات لكل ما هو جديد عن أنشطة المستخدمين وأصدقائهم مثل التغيير أو التي تحدث على الملف الشخصي، الأحداث المرتقبة، أعياد الميلاد وغيرها.

17- الهدايا: هي خاصية تسمح للمستخدمين بإرسال هدايا وإستقبال هدايا إفتراضية على الملفات الشخصية لهم.

#### 4.1.2.1.2. استخدامات موقع فيسبوك

شهد الموقع تطورا كبيرا وانتشارا سريعا، وزاد عدد مستخدميه بشكل كبير جدا، إذ أصبح رفيق كل المجتمعات وأداة إعلامية بامتياز، فبعدما كانت خدماته تقتصر على عرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء، أصبح الآن همزة وصل بين المجتمعات الإلكترونية، يقدم العديد من الخدمات التسويقية، ونقل الأخبار والمعلومات إن لم نقل لأنه أصبح أكبر تجمع إلكتروني يقدم العديد من الخدمات، وإن صح التعبير يمكن أن نقول أن الفيسبوك تظهر أهميته في:

- أصبح الفيسبوك موقعا إعلاميا تلجأ إليه وسائل الإعلام كمصدر للأخبار، وتستخدمه الصحف والمجلات وحتى القنوات التلفزيونية من أجل نشر أخبارها فأصبح لكل وسيلة إعلامية حساب خاصة بها باسمها على الموقع.

- أما في المجال الديني فتظهر أهمية موقع فيسبوك كونها نافذة للإبلاغ أمر الله، ونشر الدين الإسلامي والإتصال مع المسلمين وغير المسلمين عبر العالم، والموقع هو واسطة لمن يريد التعرف على العقيدة الإسلامية<sup>2</sup>.

- أما في المجال السياسي يعتبر موقع الفيسبوك ذا أهمية كبيرة خاصة وأن السياسيين يلجؤون إليه من أجل تعبئة الرأي العام، والترويج لحملاتهم السياسية والإنتخابية وإبراز مكانتهم في السلطة.

<sup>1</sup> أمينة مزيان، مرجع سابق، ص 107.

<sup>2</sup> مشتاق طلب فاضل، مرجع سابق، ص 81.

- أما في المجال الإقتصادي والتسويق أصبحت العديد من الشركات والمؤسسات تعتمد على الموقع للترويج لمنتجاتها وخدماتها بوضع الإعلانات على صفحاتها الخاصة مع متابعة ردود أفعال المستهلكين وآرائهم اتجاه سلعهم المعروفة.

### 2.2.1.2. موقع تويتر (Twitter)

يأخذ موقع تويتر من العصفورة رمزاً له، وأخذ اسمه من (tuit) يعني التغريدة، وهذا الرمز هو تعبير عن حال العصفير بإصدار الزقزقة حسب كل ظرف (الفرح، الحزن، الاحساس بالخطر)<sup>1</sup>، حيث يتم إرسال رسائل قصيرة تتكون من 140 حرفاً كحد أقصى من الحروف<sup>2</sup>،. يعتبر التويتر ثاني أشهر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً، أصبح ينافس موقع فيسبوك، وأخذ في الشهرة يوماً بعد يوم، خاصة وأنه يستعمل بالعديد من اللغات مما زاد في عدد مستخدميه عبر العالم. وقد تغلغل التويتر كثيراً في الحياة العامة لمستخدميه أين ظهرت ملامحه في القضايا السياسية والاجتماعية والإقتصادية. وأصبح الموقع يعتمد عليه في نقل الأخبار والأحداث الآتية، وتجده المؤسسات الاعلامية وسيلة اتصال بينها وبين الجمهور يساهم في التغطية الاخبارية من داخل المجتمع وخارجه.

#### 1.2.2.1.2. تعريف موقع تويتر

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح بإرسال وتبادل تغريدات صغيرة بين المغردين، موقع تويتر يعتبر الأكثر قرباً من المواقع الأخرى بالنشاط الإعلامي حيث يسمى عند البعض موقع التواصل الإخباري، نظراً لميزته في نقل أكبر كم من المعلومات بإيجاز من خلال كلمات لا تتعدى حروفها 140 حرفاً<sup>3</sup>، وهو نوع جديد من الإتصالات ضمن المدونات الصغيرة يعمل على نقل الرسائل القصيرة بالهواتف النقالة والبريد الإلكتروني.

#### 2.2.2.1.2. نشأة وتطور موقع تويتر

أنشأ هذا الموقع في بدايات عام 2006 على يد المهندس رجل الأعمال جاك دورسي Jack Dorsey في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية بمساعدة بيزستون Bizestone وإيفان ويليامز Evan Williams، يعتبر موقع تويتر وليد الأبحاث التطويرية في مجال التدوين المصغر بالشركة الأمريكية (أبفيوز

<sup>1</sup> عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 171.

<sup>2</sup> مشتاق طلب فاضل، المرجع نفسه، ص 91.

<sup>3</sup> Nelson John, New media and social change, how non-profits are using web-based technologies to reach their goals, sl, the hatcher group, 2009, p 14.

( obvious ) ، حيث أنتجت الخدمة فيما بعد لكافة الناس، وأخذ الموقع في الإنتشار إلى أن فصل عن الشركة الأم، وأطلق عليه اسم ( تويتر ) في أبريل 2007<sup>1</sup>، وتطور موقع تويتر بشكل كبير ومتسارع خاصة مع إضافة لغات أخرى إلى جانب اللغة الأصلية الإنجليزية، فظهرت اللغة اليابانية أين تفوقت على النسخة الإنجليزية بسبب تزايد عدد المستخدمين اليابانيين ونشاطهم الملحوظ على الموقع، وبعد ذلك أدرجت اللغة العربية نظرا لتزايد العرب على استخدام الموقع. وقد صرح مؤسس تويتر أن سهولة استخدام هذا الموقع اكسبه شعبية واسعة بين مستخدميه، حيث يمكن إرسال رسائل نصية قصيرة بسرعة كبيرة من خلاله.

يتم إرسال تحديثات عبر تويتر بثلاث طرق<sup>2</sup>:

- 1- عبر نموذج الويب من خلال الموقع أو بعض التطبيقات التي تسمح بذلك.
- 2- من خلال الرسائل القصيرة عن طريق إرسال رسائل sms من الهاتف المحمول للحساب الشخصي على الموقع.
- 3- عبر الرسائل الفورية من خلال برامج الرسائل الفورية.

وأخذ موقع تويتر في التطور مع دخول خصائص جديدة حيث طرحت الشركة ( نيو تويتر ) طبعة مجددة بالكامل من Twitter.com، أين ظهرت تغييرات جديدة من رؤية الصور ومواقع الفيديو. وفي عام 2012 تطورت التغريدات عبر تويتر أين أتيح للمستخدم فرصة الإطلاع على التقارير وملفات الفيديو والصور عبر مساحات أكبر من خلال تطوير حزمة من التغريدات المطولة، هذا ما أدى إلى زيادة تفاعلية الأشخاص عبر الموقع<sup>3</sup>، كما وأنه أصبح لهذا الأخير مجموعة شركاء مثل صحيفة (وول ستريت جورنال)، ومجلة ( تايم )، وخدمة (M.S.NP.C) الإخبارية، حيث تسمح للمستخدم الإطلاع على التغريدات المطروحة وتسهيل قراءة المقال والتعليق عليه ومتابعة بعض مقاطع الفيديوهات لبرامج تلفزيونية مهمة<sup>4</sup>

توسعت التغريدات بظهور الإصدار الجديد لتويتر (3، 4) هذه التغريدات الموسعة تسمح للمستخدم عرض الصور ومقاطع الفيديو، وإمكانية الحصول على تنبيهات وإشعارات Puch الأشخاص الذين يتابعهم المستخدم مع كل تغريدة جديدة أو إعادة التغريدة، كما أصبح من الممكن عبر موقع تويتر عرض نتائج بحث

<sup>1</sup> محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 172.

<sup>2</sup> مشتاق طلب فاضل، مرجع سابق، ص 92.

<sup>3</sup> بول ليفنسون، ترجمة هبة ربيع، مرجع سابق، ص 64.

<sup>4</sup> محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 181.

الأشخاص. لقد أصبح موقع تويتر رائدا ضمن مواقع التواصل الاجتماعي حيث يجمع بين الأصدقاء عبر كافة أنحاء العالم، وتبادل الأخبار القصيرة معهم عبر رسائل نصية قصيرة

### 3.2.2.1.2. خصائص موقع تويتر

يتميز موقع تويتر بالعديد من المميزات<sup>1</sup>:

1- **سهولة الاستخدام والفورية:** حيث يتم الإشتراك في الموقع عن طريق إدخال البريد الإلكتروني وتسجيل إسم الشخص، وإسم الاستخدام، بالإضافة إلى كلمة السر وما أن يصبح الفرد مشتركا في الموقع يمكنه مباشرة إرسال الرسائل القصيرة والتدوين من خلاله، كما يسمح الموقع بمراقبة الأحداث الفورية وإبداء الرأي فيها وإرسال التعليق أمام كافة الناس عبر العالم، خاصة وأنه يتحرك ويحمل مع المستخدم.

2- **الموقع مجاني:** إرسال الرسائل القصيرة عبر التويتر مجاني مقارنة بنظيراتها عبر الهاتف النقال.

3- **وسيلة التواصل وتبادل الأفكار:** يتيح التويتر فرصة التواصل مع الآخرين من المعارض والأصدقاء في وقت وجيز وإرسال إليهم رسائل فورية وسريعة عن المواضيع المهمة للجميع، وتبادل الأفكار والإهتمامات ونشرها لأكبر عدد من المهتمين.

4- التويتر أداة لترويج السلع والخدمات، تستخدمه الشركات للترويج عن السلع والخدمات عن طريق عرض المنتجات عبر إرسال رسائل قصيرة من خلال الموقع ليصل الإعلان إلى جميع أنحاء العالم مجانا.

5- يوفر موقع تويتر إمكانية وضع شعار مميز unique badge يعطي الطابع الشخصي للمستخدم عند الاستخدام.

6- يوفر موقع تويتر خاصية التتبع Following تسمح بتتبع تدوينات الآخرين.

### 4.2.2.1.2. استخدامات تويتر

يعتبر موقع تويتر من بين أهم مواقع التواصل الاجتماعي شهرة حيث يقدم العديد من الخدمات التي توفر الوقت والجهد للمغربين من أجل الإطلاع دوما على أعمال واهتمامات الأصدقاء مع تبادل الرسائل التي تحوي الأخبار المهمة بشكل سريع وفوري، مع إمكانية الإطلاع على أحداث العالم في كل مكان وزمان من خلال تغريدات مرفقة بالصور والفيديوهات القصيرة المتعلقة بالحدث.

<sup>1</sup> بول ليفنسون، ترجمة هبة ربيع، مرجع سابق، ص 66-72.

وما ساعد على تميز موقع تويتر لدى المؤسسات الإعلامية هو نقل ما يكتب في الوقت نفسه حيث تعتمد عليه وكالات الأنباء ومختلف وسائل الإعلام المكتوبة والمرئية في نقل الأخبار وإرسالها في نفس وقت الحدث. ويعتمد عليه الصحفيون كمصدر لمادتهم الإعلامية والإستفادة مما يرسله الأشخاص عبر الموقع (صحافة المواطن)، وإلى جانب الحصول على معلومات عن الشخصيات البارزة من خلال حساباتهم على تويتر، وهو من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في المجال السياسي ومصدرا للمعلومات السياسية، خاصة وأن كبار الشخصيات الدولية لديهم حسابات خاصة عليه لنشر الآراء والمواقف وتبادل المعلومات.

وفر موقع تويتر للشركات خدمات تساعد في نشاطها، حيث تتيح لها فتح حسابات مدفوعة الأجر مثل حساب premium الذي يوفر خدمة تحليل الحسابات ودراسة مدى جودة الإعلان على تويتر، إضافة إلى حسابات أخرى كحساب promoted وحساب Erly bord الذي يهتم بعروض وإعلانات الشركات بمقابل مادي<sup>1</sup>. مع انتشار شبكة wi-Fi وتطور التدوين أصبح من الإمكان متابعة الملتقيات والأحداث المختلفة مباشرة من خلاله<sup>2</sup>. هذا الموقع أصبح مصدر المعلومات للشباب نظرا لقدرته على جذبهم واستقطابهم واستخدامهم له بشكل كبير، خصوصا مع ميزة التفاعلية التي يوفرها، إضافة إلى مزايا أخرى كتبادل وإنشاء المحتوى الإعلامي. عموما فإن الشباب يعتمدون عليه للحصول على المستجدات السياسية.

### 3.2.1.2. موقع يوتيوب (YouTube)

يعتبر موقع اليوتيوب ثالث أهم مواقع التواصل الاجتماعي، يختص بمقاطع الفيديو ويوفر خاصية التحميل منه أو عليه، يشترك فيه العديد من المشتركين ويزوره الأشخاص يوميا، وهو من أبرز أدوات الإعلام الرقمي الحديث، يشهد إقبالا كبيرا على استخدامه من قبل كافة فئات المجتمع من كل الجنسيات، وأصبح مكسبا ربحيا لمؤسسيه بعد الشهرة التي نالها خاصة في الفترة الأخيرة، أين أصبح وعاء لأفلام الفيديو للأشخاص العاديين ولشركات الإنتاج، فلم يعد حكرا على المؤسسات الإعلامية والصحفيين فقط، فكل شخص يستطيع أن يحصل على موقع خاص به على غرار كبار المسؤولين والقادة عبر العالم والأفراد العاديين بمختلف الأعمال.

<sup>1</sup> محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 183.

<sup>2</sup> مشتاق طلب فاضل، مرجع سابق، ص 94.

### 1.3.2.1.2. تعريف موقع يوتيوب

اليوتيوب موقع إلكتروني يتيح تنزيل وتحميل ومشاركة الفيديوات بصفة مجانية، وعرض الأفلام القصيرة والأفلام الخاصة المسموح لفئة معينة بمشاهدتها، مع إمكانية المشاهدة المجانية لمقاطع الفيديو ومشاركتها عبر الشبكة العنكبوتية. اليوتيوب هو أحد المواقع الإلكترونية تميزا وشهرة على شبكة الأنترنت، يوفر الموقع خدمة الإرفاق المجاني لملفات مقاطع الفيديو، يتطلب فقط التسجيل على الموقع، ويمكن للأشخاص من خلاله التعليق على الفيديو وتقييمه<sup>1</sup>. فهو أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت، له خاصية التشارك الإجتماعي، يتيح للمستخدمين خدمة مشاركة الفيديو من أجل التسلية في الإطار الإعلامي دون تكاليف<sup>2</sup>.

### 2.3.2.1.2. نشأة وتطور اليوتيوب

أنشأ يوتيوب كموقع مستقل على يد ثلاثة موظفين سابقين من شركة (باي بال Pay Pal)<sup>3</sup> وهم (جاود كريم)، (ستيف تشين)، (تشار هيرلي)، وفكرة إنشاء هذا الموقع هو مجموعة مقاطع الفيديو التي صوروها أثناء حفلة جمعتهم حيث كانت رغبتهم ملحة في نشرها وإرسالها لزملائهم، خصوصا أنهم فشلوا في إرسالها عبر الإيميل، لأن هذا الأخير لا يمكنه تحميل ملفات كبيرة، وقد تم رفع أول فيديو على اليوتيوب من قبل (جاود كريم) تحت عنوان أنا في حديقة الحيوان في أبريل 2005<sup>4</sup>، مدته 13 ثانية، وأطلق الموقع للعمامة في ماي 2005، وتأسست في نفس السنة الشركة الخاصة به وبدأت بإطلاق الخدمات.

وفي عام 2006 حقق موقع اليوتيوب تقدما كبيرا مما استدعى شركة « قوقل » إلى شرائه ويصبح بعدها ملكية لها. في سنة 2007 أضيفت خدمة جديدة إلى الموقع من أجل إبعاد المحتويات التي تخالف حقوق الملكية الفكرية وهي خدمة « اليوتيوب لتعريف الفيديو (Vedeo identification) » التي تعمل على حماية الملكية الفكرية للمستخدمين عن طريق تحميل النسخ من أعمالهم على هذه الخدمة لمعرفة المحتوى المقلد من الأصلي، وقد حدثت تطورات كبيرة على موقع اليوتيوب ودعمه ل600 لغة، وبينت إحصائيات

<sup>1</sup> محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 189.

<sup>2</sup> حسام فايز، مرجع سابق، ص 40.

<sup>3</sup> حسام فايز، المرجع نفسه، ص 40.

<sup>4</sup> محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 187.



شركة إنتال Intl عام 2012 أن 30 ساعة فيديو يرفع في الدقيقة الواحدة، و 1,3 مليون مشاهدة فيديو في الدقيقة، ويستقبل ما يزيد عن مليار مستخدم كل شهر<sup>1</sup>.

### 3.3.2.1.2. خصائص اليوتيوب

يعتبر اليوتيوب من أبرز الابتكارات ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، نظرا لمزاياه العديدة، من أهمها:

1- **سهولة الاستخدام:** يتميز موقع اليوتيوب بسهولة الإستعمال، حيث يملك محرك بحث خاص به ماإن يتم كتابة عنوان البحث أو الفيلم حتى يظهر الفيديو كما يوفر خاصية تنزيل الأفلام ومشاهدتها بكل سهولة.

2- **نو إستعمال عام دون تكلفة:** اليوتيوب يستخدمه كافة الناس متى أرادوا تنزيل وتحميل الأفلام ومقاطع الفيديو مهما كان نوعها دون عناء التكلفة المالية يتطلب التسجيل في الموقع فقط..

3- توفير خدمة ربط الفيديو مع صفحات انترنت أخرى.

4- إمكانية تشغيل يوتيوب مع الشبكات الأخرى.

5- يعتبر يوتيوب أداة لترويج الأفكار وشرحها، حيث يستخدم في التعليم والترقية والتثقيف وشتى المجالات الأخرى وفي مجال التسويق وبت الإعلانات للشركات.

7- يحتوي اليوتيوب على ميزة بث الأفلام مباشرة من حيث يتم مشاهدة الفيديو على الموقع دون الحاجة إلى تنزيله ومن أي جهاز مثل الحاسوب أو هاتف محمول.

### 4.3.2.1.2. استخدامات موقع يوتيوب

نظرا للشهرة الكبيرة الذي يتمتع بها الموقع حول العالم، فهو يستخدم في مجالات عدة خاصة السياسية منها، على غرار كبريات الشركات والمؤسسات والشخصيات المهمة والفنانين والمروجين لسلعهم كوسيلة إعلامية لإيصال أفكارهم وبرامجهم ونشاطاتهم.

الوظيفة الرئيسية لموقع اليوتيوب في استقبال ملفات الفيديو من المستخدمين الراغبين في مشاركتها عبر الانترنت، وفتح مجالاً واسعاً أمام الشركات بشكل مجاني من أجل القيام بنشاطاتها، فقط يعتمد اليوتيوب على خدمات الدعاية والإعلان، ويسهل على المستخدمين إنشاء صداقات عبر الموقع والمناقشة والتعليق

<sup>1</sup> محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 87.

على مقاطع الفيديو والمواضيع ضمن مجموعات نقاش خاصة<sup>1</sup>. كما ويسهل الموقع عملية البحث عن مقاطع الفيديو التي يريد المستخدم الحصول عليها.

## 2.2. الوعي السياسي

### 1.2.2. مفهوم الوعي

إن تكوين الرؤية الكونية وصياغة الأسس المعرفية يتوقف على امتلاك الصور الذهنية والركائز الفكرية والمفاهيم التي يختزلها الإنسان، وأي تغيير في السلوكيات والتصرفات يتوقف على تنمية الوعي ورفع المستوى الفكري، من أجل تحقيق أي خطوة نحو الأهداف السامية لابد من بذل المجهود في هذا الإطار<sup>2</sup>.

### 1.1.2.2. تعريف الوعي والعناصر التي تدخل في تشكيله

#### 1.1.1.2.2. تعريف الوعي

##### 1- التعريف اللغوي

حسب لسان العرب الوعي بمعنى حفظ قلب الشيء، ووعي الشيء، والحديث يعيه وعياً أي حفظه وفهمه وقبله، فهو واع<sup>3</sup>. تستخدم كلمة الوعي للجمع والحفظ، وفي قوله سبحانه وتعالى: " وتعيها أذن واعية"<sup>4</sup>، الوعي من فعل وعى أي حفظه وفهمه وقبله<sup>5</sup>، في قواميس اللغة العربية تدل على الإدراك، الإحاطة، الفهم، الحفظ، التقدير<sup>6</sup>.

وفي معجم الوسيط: الوعي بتشديد الياء وتعني الكيس، الحافظ، الفقيه، وهي كلمة تفيد ضم الشيء، فهمه وحفظه، وقبله، فهو واع<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> عثمان محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 191.

<sup>2</sup> علاء الحسون، تنمية الوعي، منهج في ارتفاع المستوى الفكري وتشبيد العقلية الواعية، ط1، دار الغدير، إيران، 2003، ص10.

<sup>3</sup> ابن منظور، لسان العرب، المجلد 15، دار الصادر للطباعة والنشر، بيروت، 2000، ص254.

<sup>4</sup> سورة الحاقة، الآية 12

<sup>5</sup> ابن منظور، لسان العرب، تحقيق عبد الله علي الكبير وآخرون، دار العرب، القاهرة، 2000، ص748.

<sup>6</sup> جاد الله ابي القاسم الزمخشري، البلاغة، دار الكتاب، القاهرة، 1983، ص581.

<sup>7</sup> المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية القاهرة، 1966، ص208.

وفي قوله تعالى " وجمع فأوعى"<sup>1</sup>، أي جمع المال ولم يؤدي الزكاة إلى أهلها.

وفي قوله تعالى " والله أعلم بما يوعون" وكلمة يوعون من الإيعاء، وهو دلالة على ما يخفى في الصدور من تدليس وكذب وآثام، ويقول رسول الله صلى الله عليه وسلم " ليبلغ الشاهد الغائب فإن الشاهد عسى أن يبلغ من هو أوعى له منه" أوعى له منه أي أفهم وأحفظ منه للأحكام والقول أي الشخص الذي بلغه الحديث يكون أوعى من حامله<sup>2</sup>. والوعي من الكلمة اللاتينية conscenta ويعني معرفة الأشياء باستمرار، وهو مجموعة الأفكار التي تمر في عقل الإنسان<sup>3</sup>.

ولقد أخذت كلمة الوعي العديد من المعاني مع تطور الوقت ، وقد عرف علماء النفس في الماضي بأن الوعي هو شعور الكائن الحي بنفسه وما يحيط به، ومع تطور العلوم وتشابك المفاهيم والمصطلحات اتجه مدلول الوعي نحو التوسع والتفرغ والعمق، أين أصبح ضمن العديد من المجالات الاجتماعية، الفكرية والنفسية<sup>4</sup>.

## 2- التعريف الاصطلاحي

فالوعي حسب تعريف عبد الكريم بكار هو مجموع عمليات شعورية وذهنية معقدة عبارة عن خليط من الحدس، الأحاسيس، المشاعر، الخيال، الضمير والإرادة، إضافة إلى القيم والمبادئ وحوادث الحياة والنظم الاجتماعية والفطرة، وهذا المزيج من المكونات السابقة تختلف نسبتها لدى كل فرد مما يتشكل الوعي مختلفاً من شخص لآخر<sup>5</sup>.

وفي معجم علم الاجتماع لإبراهيم مذكور يعرف الوعي على أنه إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به، وهو على درجات من التعقيد والوضوح، وبهذا المعنى يحتوي على إدراك الشخص الجسمية والعقلية وإدراكه بميزات العالم الخارجي وفي الأخير إدراكه لنفسه لأنه ينتمي إلى الجماعة<sup>6</sup>. وهو مجموعة من المعلومات الصحيحة المتاحة عن مشكلة ما أو قضية معينة ويتولد الإتجاه والميول نحوها واختيار التصرف الأفضل

<sup>1</sup> سورة المعارج، الآية 18.

<sup>2</sup> الرحمن المباركوري، تحفة الأحوذى، باب فضل علم الحديث وأهله، ج 10، دار الكتب العلمية، بيروت، ص 275.

<sup>3</sup> بشير ناظر حميد، دراسات في علم الاجتماع، ط 1، دار نيبور للطباعة والنشر والتوزيع، العراق، 2014، ص 26.

<sup>4</sup> عبد الكريم بكار، تجديد الوعي، ط 1، دار القلم، دمشق، 2000، ص 09.

<sup>5</sup> عبد الكريم بكار، المرجع نفسه، ص 10.

<sup>6</sup> إبراهيم مذكور، معجم علم الاجتماع، الدولة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975، ص 644.

تجاهها، والوعي يعتمد على ثلاثة جوانب الجانب الوجداني المتعلق بالإيمان، الجانب التطبيقي أي السلوكي المتعلق بالعمل، والجانب المعرفي المتعلق بالعقل<sup>1</sup>.

الوعي حسب محمد صالح هو صحة الإدراك والفهم، وهو أسلوب التفكير في الأشياء إلى جانب الوسائل التي تساهم في فهم العالم الذي يحيط بنا، وهذا يتوقف على طبيعة البيئة الاجتماعية، والوظائف الجسدية والعقلية لقياس مستوى الوعي للأشخاص باعتبارهم أطرافا في المجتمع<sup>2</sup>.

ويشير عبد الله بوجلال على أنه يتوجب التفرقة بين مفهومين مختلفين للوعي، الأول عن طريق تلقين الفرد لفكرة أو مجموعة من الأفكار على كل وسائل الإعلام والثقافة والتعليم مع حجب كل معلومة مخالفة من مصادر أخرى، فهنا ينحصر الوعي في التبني السلبي للفكرة حيث يحدث إلغاء إرادة الفرد وتعتيم الأفكار أمامه، أما المفهوم الثاني للوعي فهو أن يكون الفرد ذو فاعلية في استقطاب وإدراك قضايا المجتمع بنفسه والبحث عنها دون تدخل أطراف أخرى حيث يعمل على اتخاذ قراره النهائي بنفسه مع متابعة تنفيذه<sup>3</sup>.

ويعرف الوعي على أنه إدراك الفرد لنفسه ومحيطه الخارجي من خلال المعرفة والإحاطة بقضايا المجتمع وفهم ظواهره، حيث يكون من خلالها الفرد افكاره اتجاهاته ومن ثم سلوكياته التي تعبر عن مدى وعيه لتلك الظواهر والقضايا<sup>4</sup>.

### 2.1.1.2.2. العناصر التي تدخل في تشكيل الوعي

يكون الإنسان أكثر وعيا بالفكر حيث يصبح يدرك حدود وجوده وعلاقته بالكون، ولتشكيل الوعي لابد من تداخل مجموعة من العناصر ضمن عملية التفكير، نذكرها في ما يلي<sup>5</sup>:

<sup>1</sup> سعيد مراح، أثر متابعة البرامج السياسية وتشكيلها للوعي السياسي القنوات الجزائرية الخاصة، دراسة وصفية تحليلية عينة من الطلبة الجامعيين، جمهور قناة النهار tv، اطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، 2016/2017 ص 159.

<sup>2</sup> محمد وليد صالح، العلاقات العامة والتمكين السياسي للمرأة، ط1، دار امجد، عمان، 2016، ص 74.

<sup>3</sup> عبد الله بوجلال، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، عدد 145، 1991، ص 45  
<sup>4</sup> أمال باي، دور الإعلام السياسي المكتوب في تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور الجزائري، دراسة تحليلية وميدانية على عينة من اعداد صحيفة السياحي، أطروحة الدكتوراه مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث ل م د، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة 01، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

<sup>5</sup> علاء الحسون، تنمية الوعي، منهج في ارتفاع المستوى الفكري وتشبيد العقلية الواعية، 1، دار الغدير، 2003، ص

1- **الدماغ:** يتكون الدماغ من العديد من ملكات فكرية تقوم بعمليات متعددة، التحليل، التبويب، التمييز، المقارنة، الاستقراء، التخصيص، الإستنتاج، الافتراض، التصور، التعميم، التركيب، التخيل وغير ذلك.

2- **الحواس الظاهرية:** عبارة عن وسائل الإدراك الظاهرية تت جاوب مع المجال العصبي، فهي تساعد الإنسان على التعرف على العالم الخارجي.

3- **الواقع:** يعتبر الواقع موضوع التفكير والتدبر، وقد يكون ماديا أو غير مادي، فهو لا يمكن التعرف عليه بالحسم مباشرة وإنما عن طريق الأحكام الذهنية والإستنتاج من خلال ما يعبر عنه من عناصر وجود المادية، وعلى سبيل المثال فقد تعلمنا التدبر والإيمان بوجود الله سبحانه وتعالى والتفكير في خلق السماوات والأرض من خلال الواقع المادي الملموس الذي يكمن في كتاب الله وسنة رسول الله صلى الله عليه وسلم.

4- **المعلومات والخبرات السابقة:** تعتبر المعلومات والخبرات السابقة مرجعا يستند اليه لتفسير الواقع الجديد الذي ينتقل من العالم الخارجي إلى الحواس، وهذه المعلومات بمثابة استدلال على صحة الفكرة الجديد أو خطئها تكتسب عبر الزمن بطريقة تراكمية، وتخزن في الدماغ ومتى احتاجها الشخص لجأ إليها عن طريق التذكر.

يرى عادل سعيد ال عواض أن أهم مكونات الوعي هي: اللغة، المعرفة، القيم، المبادئ، اتساع الخيال الملكات الفكرية والتجارب الماضية، إن وسائل استخدام الوعي، السؤال، التأمل، الدليل، استعمال الحواس الخمسة، والوسائل السالفة الذكر هي التي تكون مكونات الوعي<sup>1</sup>.

## 2.1.2.2. أهمية الوعي و طرق تنميته

### 1.2.1.2.2. أهمية الوعي

من أجل بلوغ الأهداف السامية لابد من سمو الوعي وارتقائه لأعلى الدرجات ، لأن النمو الفكري يفتح أفاقا واسعة ومعرفة الحقيقة، وبالتالي فالفرد لا يمكنه إحداث التغييرات في تصرفاته وسلوكاته إلا بعد تنمية وعيه والرقى بمستواه الفكري، وتتجلى أهمية الوعي وارتقائه في<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> عادل سعيد ال عواض، **إيقاظ الوعي**، ط1، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض، السعودية، 2011، ص18، 20.

<sup>2</sup> علاء الحسون، **مرجع سابق**، ص10-12.

- يزداد الفرد معرفة بالحياة بسمو وعيه، حيث يكون له تفكيراً خاصاً به معتمداً على نفسه في اتخاذ قراراته والقدرة على تسيير شؤونه لبلوغ الأهداف وبالتالي يتحرر من التبعية للمخلفات الفكرية والعقائدية الخاطئة.

- بسمو الوعي يصبح الفرد داخل المجتمع شخصية بارزة ذات استقلالية في تحديد مصيره حيث يكون ثابتاً ومستقيماً غير منقاد للدعوات الزائفة والشعارات التي ليس لها معنى.

- بسمو الوعي يصبح الفرد حريصاً على خطواته وتصرفاته، ويستطيع مجابهة الظروف ويتمكن من الإلمام بالقواعد التي تبين الطرق الصحيحة التي تساعد للوصول إلى غاياته وأهدافه بأسهل السبل، وهكذا يكون الشخص بالوعي شخصية ثابتة الخطى تستطيع مجابهة ظروف الحياة.

### 2.2.1.2.2. طرق تنمية الوعي

يتم الارتقاء بالوعي وتمميته من خلال ما يلي<sup>1</sup>:

#### تنشيط عملية التفكير:

للقيام بعملية التفكير لابد من دوافع تمنحه القوة لأداء النشاط الفكري، يعتبر مرحلة الإحساس بالمشكلة أكبر دافع لتحفيز الذهن على التفكير، ومن هنا يتولد لدى الإنسان الرغبة للبحث عن حلول هذه المشكلة، ولحلها لابد من بذل جهد من أجل الوصول إلى النتائج، ففي البداية لابد من تحديد المشكلة والتعرف على الجوانب الأساسية فيها عن طريق التقصي عن المعطيات حولها ومختلف تفاصيلها من أجل تكوين رؤية واضحة عنها وكل ما يتعلق بها، ومعرفة الجهد والوقت الممكن لحلها.

أما المرحلة الثانية فهي عملية توليد الأفكار عن طريق تنشيط الفكر من أجل صياغة الحلول الممكنة لمعالجة هذه المشكلة، ويتطلب في هذه المرحلة اتباع طريقة صحيحة للتفكير وليس بشكل عشوائي. وفي الأخير مرحلة اتخاذ الحل النهائي حيث يتم فيها تنسيق الأفكار التي تم الحصول عليها في ما سبق، فيقوم صاحب المشكلة بفرزها وترتيبها وتصنيفها حسب الأولوية، وبعدها اختيار الفكرة المناسبة لحل المشكلة.

وبعد اختيار الحل الأمثل للمشكلة تأتي مرحلة التخطيط للتنفيذ حيث يتم ترجمة الأفكار المختارة إلى سلوك وأفعال وإجراءات من أجل إحداث التغيير بنجاح. وفي الأخير تأتي مرحلة اختيار الحل المختار وتقييم نتائجها.

<sup>1</sup> علاء الحسون، مرجع سابق، ص 19-44.

**2- إثراء الرصيد المعرفي:**

يعتبر تحصيل المعرفة وتلقي العلم من أهم مرتكزات تنمية الوعي، فالمعلومات المتراكمة والمخزنة لدى الفرد بمثابة سلعة للذهن من أجل إنتاج الإبداعات العلمية، فبالعلم يستطيع الفرد التحرر من المعتقدات الخاطئة والانفتاح على العالم الحقيقي واكتساب القدرة على التمييز بين الخطأ والصواب. ولنجاح عملية التعلم لابد من توفر الظروف الملائمة لذلك، وتتم عملية التعلم عن طريق التلقي عبر المعلم، التعلم الذاتي والقراءة الواعية.

**3- تنمية الوعي بالتفكير:**

الوعي بالتفكير يعني الإستطاعة على تصحيح التفكير وتقويمه، من خلال اتباع تعليمات وطرق معينة خلال زمن محدد مع رسم الأهداف الأساسية، وبهذا الأسلوب يصبح الإنسان قادراً على وصف ما يجري في ذهنه لما يفكر، ويكون بمقدوره رسم خطة من أجل حل المشكلات وتحديد النقص التي في خطته، ومن خلال نمو الوعي بالتفكير يصبح الفرد واعياً بالهدف الذي يريده وعارفاً بالسبب الذي قاده للقيام به، مع الرغبة للتعرف أكثر على اكتشاف الجوانب المخفية وربط المعطيات الجديدة بالمكتسبات السابقة. وتعتبر عملية التعبير عن عملية التفكير بالكتابة من أهم الطرق العلمية لتنمية الوعي بالتفكير، حيث يتم كتابة أهم الأفكار الذهنية في مقاطع صغيرة أو تدوين مذكرات أو تسجيل انطباعات شخصية بالأسلوب الذي يختاره الشخص سواء على شكل نكتة، حوار، نثر، تساؤل، شعر، مع مراجعة ما تم تدوينه.

**4- تصوير مهارات التفكير:**

يرتقي الوعي أيضاً بمهارات التفكير التي يكتسبها الإنسان ويعمل على تطويرها، ومن أبرزها المهارات التي تعمل على تحسين القدرة على التفكير التي تكون في:

**المرونة:** التفكير في حلول كثيرة من أجل تخطي المأزق تقبل التغيير أو التأقلم مع الظروف غير الملائمة.

**الطلاقة:** هي القدرة على استرجاع الأفكار المخزنة عند حاجتها اجتياز العواقب الموجودة.

**الشمولية:** هي التعامل مع المواقف من زوايا متعددة اعتبار النتائج التي سيجر من حدوثها بناء على الأسلوب المستخدم.

**5- ضبط مسار الفكر:**

تتم عملية ضبط مسار الفكر من خلال مراقبة على المتواصلة مع التركيز على الأهداف الإيجابية والصور الذهنية ، إضافة إلى السلامة البدنية لكافة الجسم لأن هذا الأخير يحتاج دوماً إلى الإسترخاء وتجديد الهواء عن طريق التنفس، وهذه العملية تمنح العضلات الراحة وتمنع التوتر. وبالتالي تختفي الانفعالات النفسية وتبقى سلطة التفكير وحدها.

ويتطلب ضبط مسار التفكير عن طريق التركيز والمراقبة وتصفية الذهن من الإنفعالات السلبية... عنصر التحدي والصبر وبذل المزيد من الجهد والوقت مع الإستمرارية في الممارسة المنتظمة إلى أن يصل الشخص إلى أعلى مستويات التفكير.

**6- صيانة الأفكار من الأوهام:**

قد يتدنى المستوى الفكري لدى الإنسان بسبب اختلاط فكره بالأوهام هذا ما يؤدي به إلى فقدان الرؤية الصحيحة للواقع، فتصبح معرفته مبنية على الأمان بعيدة عن المشاكل التي تحيط به، وبالتالي يصبح غير قادر على الإستيعاب، وفي حال ما استحوذت الأوهام على الفكر فهي تؤدي بصاحبها إلى الضلال والانحراف وتبني التقاليد القديمة والخرافات. ويعتبر الأسلوب غير المجدي في تلقي المعرفة من أهم الأسباب التي تؤدي إلى الأوهام لتلك العوامل النفسية التي تثبط قوة الإنسان في فهم الواقع. ولعلاج الفكر من الأوهام لابد من تهذيب النفس من الهوى وتنظيف القلب من الأضغان وتنقية العقل من الشوائب.

**7- حرية الذهن:**

لتنمية الوعي لابد من تمتع الذهن بالحرية، لأن العقل لما يحجب عنه الواقع فهو يلجأ إلى الخيال والتجرد من الحقيقه، وكلما سلبت حرية الفكر كبرت فجوة الإبتعاد عن الواقع وظهور التعصب الفكري والتمسك بالرأس الواحد مما يؤدي إلى التبعية والإنغلاق، ولأجل منح الذهن حريته لابد من رفع جميع القيود عنه حتى يتمكن الإنسان من رفع مستواه الفكري .

**2.2.2. مفهوم الوعي السياسي**

يهتم علم السياسية بمصطلح الوعي السياسي باعتباره ضمن أهداف وطموحات كل الأفراد، فهو يؤدي إلى تطور المجتمع، تتفاوت مستوياته وفق العديد من العوامل التي تتدخل في تشكيلها، وتعددت تعريفات الوعي السياسي حسب اهتمامات الباحثين في هذا الإطار.



## 1.2.2.2. تعريف الوعي السياسي وأهميته

### 1.1.2.2.2. تعريف الوعي السياسي

الوعي السياسي هو مجموعة من المبادئ والآراء والمعلومات السياسية التي تتشكل لدى الأفراد عبر وسائل الإتصال الإجتماعي، حيث تسمح لهم بإدراك ما يدور حولهم في المجتمع الذي يعيشون فيه، ويعملون على إبراز مواقفهم منها، وتحليلها وإبداء الحكم عليها<sup>1</sup>.

كما يعرف على أنه مدى دراية الفرد لواجباته وحقوقه السياسية، ومجمل المعارف حول العملية السياسية والنظام السياسي الذي ينتمي إليه، فتتولد لديه إمكانية تصور الواقع الذي يعيش فيه وفهمه الوقائع والأحداث التي حوله، وبالتالي يمكنه تحديد مواقفه وتوجهاته الخاصة به ومن ثم المساهمة في العملية السياسية<sup>2</sup>.

ويعرفه عبد الرؤوف مشري على أنه أهم أنواع الوعي الإجتماعي، فهو الأكثر تأثيراً في المجتمع، عبارة عن المكتسبات السابقة للأفراد بغية تنظيم الشؤون الداخلية<sup>3</sup>، كما يعبر عن ممارسة الأفراد النشاط السياسي ضمن مجموعات حزبية وتنظيمات معينة من أجل تحقيق أهدافهم السياسية<sup>4</sup>، فهو أن يكون الفرد على دراسة عميقة للبيئة السياسية التي ينتمي إليها وفقاً لجميع التغييرات وكل النشاطات والأعمال التي تتم فيها والتي تؤدي إلى التصرفات الحسنة ضمن الواقع السياسي<sup>5</sup>. وبمنظور آخر فهو إدراك الشخص للمحيط الذي يعيش فيه، وللمجتمع الذي ينتمي إليه، ومعرفة الظروف المحيطة به في شتى المجالات، فهو إمكانية الفرد من تصور الواقع الذي يعيشه، بتحليله وبناء أفكاره حوله<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> حمدي أحمد عمر علي، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي، دراسة في سوسيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات تصعيد مصر، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد 10، خريف 2014، ص 52.

<sup>2</sup> قوي بوخميس، مالك شعباني، وسائل الإعلام والوعي السياسي في المجتمع الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من أفراد المجتمع بولاية سكيكدة، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، الجزائر، العدد 35، سبتمبر، 2018، ص 1137.

<sup>3</sup> عبد الرؤوف مشري، شبكة الفيسبوك وتنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي بالجزائر، دراسة استطلاعية على عينة من طلاب جامعة قسنطينة 3، مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، المجلد 23، العدد 01، جوان، 2022، الجزائر، ص 349.

<sup>4</sup> عبد الله بوجلال، الإعلام وقضايا الوعي الإجتماعي في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، عدد 145، 1991، ص 44.

<sup>5</sup> عصام رزاق لبزة، الحاج عيسى سعيدات، الصحافة الإلكترونية وتظاهرات الوعي السياسي لدى النخبة المثقفة، دراسة مسرحية لرصد تجليات السلوك السياسي لعينة من الباحثين الأكاديميين، مجلة العلوم الإنسانية، الجزائر، المجلد 20، العدد 01، 2020، ص 745.

<sup>6</sup> سعيد مراح، مرجع سابق، ص 171.

ويرى أوليدوف أن الوعي السياسي هو صورة المصالح الأساسية للطبقات، فهو همزة وصل بين الإقتصاد والأصناف الأخرى من الوعي الإجتماعي، ومتى كان الوعي السياسي للطبقة العاملة يكون هناك انتصار على الطبقة الحاكمة، فالوعي السياسي هو مصدر قوة الدول بنمو وعي شعوبها<sup>1</sup>. وهو مقياس الوعي الفكري للفرد من خلال اكتسابه للمعارف والمعلومات حول الوضع السياسي المحيط به، حيث تساعده على النقاش والتحاور حول الأوضاع السياسية وبالتالي يأخذ القرارات الصائبة<sup>2</sup>.

وتتحدد مؤشرات الوعي السياسي في إدراك الأشخاص لمتغير الأوضاع السياسية المختلفة، مع الإقبال على المشتركة السياسية، وتعبيرهم عن مدى اهتمامهم بالمجال السياسي<sup>3</sup>.

من جهة أخرى الوعي السياسي " يعني معرفة مايجري في المحيط السياسي من أحداث وظواهر بحيث تؤثر في العملية السياسية من خلال تأثير السلطة والمرافق الحكومة بالأحداث التي تحدث في المحيط السياسي، وهذه المعرفة تكون معرفة علمية وأكاديمية بحيث يمكن للمراقب من تحليلها ومعرفة جوانبها المختلفة<sup>4</sup> فهو كذلك مدى معرفة مظاهر السلطة السياسية و أنواعها وهيكل الأحزاب السياسية، وفهم مدى تبادل العلاقات السياسية بين الدول، وتعبير الفرد عن موقفه السياسي استنادا إلى معلوماته السياسية وتجسيد هذا السلوك في المشاركة السياسية بإبداء آرائه ومواقفه والعمل على التغيير واستيعاب الأحداث والوقائع التي تحصل في الساحة السياسية<sup>5</sup>.

مما تقدم من التعاريف نتوصل إلى أن الوعي السياسي هو جل المعتقدات والمفاهيم والآراء التي يكتسبها الأفراد داخل الوطن أو خارجه، ومدى إلمامهم بالقضايا والأحداث المحيطة بهم، ويتحدد مستوى الوعي السياسي في مستويين، المستوى النظري الي يمثل درجة الإيديولوجيات والأفكار من عواطف ومعايير وقيمة ثقافية التي يتضمنها الوعي، أما المستوى التطبيقي فهو تعبير عن المستوى الذي يصله الفرد من الوعي أين يصبح بإمكانه المشاركة السياسية حسب موقعه في النظام السياسي.

<sup>1</sup> أوليدوف، مرجع سابق، ص 78.

<sup>2</sup> عقبة سعيدة، الوعي السياسي في ظل الإعلام الجديد - الفيسبوك نموذجا، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 07، العدد 02، أبريل 2022، ص 566.

<sup>3</sup> سعيد مراح، مرجع سابق، ص 171.

<sup>4</sup> محمد خيرت يوسف، الإعلام والصحافة السياسية، ط 1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015، ص 58.

## 2.1.2.2.2. أهمية الوعي السياسي

الوعي السياسي في وقتنا الحالي يعد من ضمن الأهداف الإنسانية خاصة والظروف الراهنة التي تمر بها مختلف الشعوب، خاصة العربية منه. وتكمن أهمية الوعي السياسي كونه مرتبط بالواقع الإنساني ومشاكله وهمومه، فهو يساعد على رؤية الأحداث الداخلية والدولية بتحليلها ودراستها لمعرفة مايجري عليها من تطورات وتغييرات ومدى تأثيرها على المجتمع المحلي.

وتبرز أهمية الوعي السياسي في:<sup>1</sup>

- يساعد الوعي السياسي على النهضة الحضارية من خلال تزويد الأفراد بالمعلومات عبر التكنولوجيات الحديثة وإدراكهم بالظروف وتغييراتها، والنهضة الفكرية الحضارية لا تتحقق إلا بربطها بالمعرفة التاريخية وإدراك الأمور والأحداث خلال الفترة الراهنة ثم وضع خطة مستقبلية من أجل إقناع الجيل الجديد بإحداث تغييرات في المجال السياسي.

- الوعي السياسي لدى الأفراد يحدد دور الدولة ومؤسساتها من خلال تقييد حركتها وتصرفاتها تجاه القضايا التي تحدث داخل البلاد، ولا يسمح لها التصرف بشكل مطلق تجاه الأحداث المحلية والدولية، فيصبح الرأي العام في هذه الحالة له دورا كبيرا في تغيير سياسات الدول ويظهر ذلك جليا من خلال نشاطات النقابات والجمعيات في حركاتها السياسية والاجتماعية دفاعا عن حقوق المواطنين والمطالبة بها عن طريق التجمعات والإحتجاجات.

- بالوعي السياسي يعرف الشعب حقوقه في القضاء على الإستبداد السياسي في بعض الدول، عن طريق التفكير في حقوقه وواجباته وكيفية التصرف تجاه القضايا المصيرية التي تهم بلاده وتطوير مؤسساتها، وتمهيد الطريق للمجتمع المدني للعمل وفق سبل علمية منظمة لأجل تحقيق تلك الأهداف.

- يساعد الوعي السياسي على تحليل الوقائع بصورة علمية وموضوعية، بعيدة عن العواطف ومؤثرات الوسط التي تؤدي إلى التخلف، كما يعمل على طرح الإيجابيات والتشجيع على تحليل القضايا السياسية بطرق متعددة بوصف الواقع بصورة أكاديمية وعلمية تخدم المتعلمين في هذا المجال. فغياب الوعي السياسي

<sup>1</sup> فراشة البيطار، الموسوعة السياسية والعسكرية، ج2، دار النيل للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص253.

يؤدي إلى التخلف وضياع فرصة مواكبة التطور، إذ أنه يربط بين مختلف أنواع الوعي والإقتصاد، ويهدف إلى حماية المصالح<sup>1</sup>.

وعلى العموم يمكن أن نقول أن للوعي السياسي أهمية كبيرة في حياة المجتمعات، ونبرز ذلك في النقاط التالية:

- يعتبر كحصن للتأثيرات السلبية على الأفراد خاصة الإعلامية منها، ويمنح الشعوب قدرة الفهم وإدراك الواقع السياسي، والتحري عن كل التغييرات التي تطرأ على الساحة السياسية، وبالتالي يصعب على أصحاب النفوذ وحكام السلطة إستغلالهم وكسب تأييدهم من أجل البقاء في الحكم.

- أما على مستوى الشأن العربي فالوعي السياسي هو بمثابة همزة وصل بين شعوب البلدان العربية بتقريب وجهات النظر نحو الوقائع والأحداث ذات الإهتمام المشترك بينهم، وبالتالي الإتحاد فيما بينهم من أجل مناصرة القضايا العربية كالقضية الفلسطينية مثلا، وهذا التلاحم بين الشعوب يؤدي إلى تغيير الأوضاع<sup>2</sup>.

- للوعي السياسي أهمية في تنمية المجتمع من خلال تعزيز إدراك الفرد تجاه قضايا وطنه، وأصبح سبيلا لتحقيق الديمقراطية وغيرها في المجتمع بغية تحقيق المساواة والعدل<sup>3</sup>. إذا فالوعي السياسي يساهم في إقناع الأفراد بالمشاركة السياسية من أجل الممارسة الإيطالية في المجتمع بوضع أهدافه.

### 2.2.2.2. كيفية تحصيل الوعي السياسي

يرى عمار حمادة أنه لتحصيل الوعي السياسي لابد من العديد من العوامل لذلك<sup>4</sup>:

#### 1.2.2.2.2. متابعة الأحداث يوميا

إن الإطلاع اليومي على الأحداث يبين ترابطها فيما بينها، ومدى تأثيرها المتبادل فيما بينها، وهذا يؤدي إلى معرفة السبب والمسبب. ومتابعة الأحداث اليومية تتم عادة من خلال وسائل الإعلام المختلفة كالجرائد، المجلات، التلفزيون والراديو، إضافة إلى الإعلام الجديد عبر الأنترنت، فالمعلومات المتحصل

<sup>1</sup> صلاح محمد عبد الحميد، ممدوح منير الشامي، الإعلام السياسي، ط 1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2012، ص18.

<sup>2</sup> خالد هدار، سعاد عيساني، مرجع سابق، ص 301.

<sup>3</sup> ريغي خديجة، فلاق شبرة صالح، مجلة الرواق للدراسات الإجتماعية والإنسانية، المجلد 08، العدد01، 2022، ص 294.

<sup>4</sup> عمار حمادة، الوعي والتحليل السياسي، ط 1، دار الهادي، بيروت، لبنان، 2005، ص48-61.

عليها عبارة عن مادة خام للوعي السياسي، وعلى المنتبغ التمييز بينها وانتقاء المهم منها لتغذية وعيه دون الإنقياد وراء اتجاهات الوسيلة الإعلامية التي تخلف تبعية لها بعيدة عن الواقع، وعليه تمحيص المعلومات التي يتحصل عليها جيدا بالتدرب على قراءة ما بين الأسطر والتمييز بين المواضيع بموضوعية مع التركيز والتدقيق فيها والإستفادة من خبرة المتخصصين.

#### 2.2.2.2.2. التعرف على تسلسل القضايا في العالم و القراءة الواقعية للتاريخ

إن الأحداث التي تحدث في العالم كلها مرتبطة فيما بينها، فالشخص الواعي سياسيا أثناء دراسة قضية ما يربطها بالقضية الأساسية، ويتوجب عليه معرفة أهم القضايا في العالم والتي تتسلسل معها هذه القضية قيد الدراسة، بمعرفة تواريخها، وأسبابها والأطراف المسببة لها والأحداث المرتبطة بها.

وبشكل فعال لابد من الدقة في قراءة التاريخ بكل وعي من أجل فهم أبعاد الأشياء والأحداث بالرجوع إلى المحطات الكبرى عبر التاريخ ومعرفة طبائع الشعوب، وبالتالي يتوجب قراءة الكتب التي تختص في تحليل الظواهر التاريخية.

#### 3.2.2.2.2. الإطلاع على المواقع الإستراتيجية في العالم والجغرافيا السياسية والإمام بالأمور الإقتصادية

الجغرافيا السياسية عبارة عن العلاقات السياسية والتواصل الإجتماعي والتبادل الإقتصادي بين الدول، أما المواقع الإستراتيجية هي عبارة عن مدى التموقع الخصب للمنطقة. فالعامل الجغرافي كالجبال، الأنهار، السهول، الثروات الباطنية وخصوبة الأرض وغيرها، كلها عوامل تعطي قيمة سياسية بين الدول، فيحدث التنافس عليها، ومن عوامل الحصول على الوعي السياسي لابد من معرفة المواقع الإستراتيجية عبر العالم وسياسات الدول في التبادلات والمعاملات الكبرى.

والإقتصاد هو مجال غير بعيد عن السياسة فهو الدافع الأساسي لها، ومصدر العلاقات بين الدول والنشاطات الدبلوماسية ومحرك الدول لإقامة التحالفات وخوض الحروب، فمن يريد تحصيل الوعي السياسي عليه الإيمان الجيد بالقضايا الإقتصادية ومعطياتها الدقيقة في الجانب السياسي، وفهمها وتحليلها واتخاذ موقف إزاءها. فوعي الأبعاد الإقتصادية ومتابعتها يؤثر على الحركة السياسية وجوانبها.

#### 4.2.2.2.2. الإمام بالقوانين والمؤسسات والهيئات العالمية والمناقشة والحوار

أنشأت عبر العالم مؤسسات وهيئات تعنى بالمشاكل والقضايا الدولية، خاصة المتعلقة بالحروب والإستبداد والنزاعات الإقليمية، هذه المؤسسات عملت على استصدار قوانين وقرارات وأنظمة عبر مؤتمرات

عالمية تحتكم إليها مختلف دول العالم، وبالتالي فالإطلاع عليها ومعرفة طرق عملها وصلاحياتها وقوانينها يدخل ضمن الواقع السياسي. والوعي السياسي في هذا الصدد مرتبط بمعرفة هذه المسائل، فالفرد عليه أن يتعرف على الساحة السياسية الدولية وما يحدث فيها من قضايا وأحداث، ونوع النزاعات والمحاكم الدولية وقوانينها إلى غير ذلك.

ويعتبر أسلوب المناقشة والحوار دافعا لتحصيل الوعي السياسي، لأنه في عالم السياسة يتوجب على الشخص معرفة آراء وتحليلات الآخرين من خلال متابعة النقاشات في الشأن السياسي، خاصة مع الشخصيات الواقعية ذات التأثير الإيجابي في المجال للإستفادة من المعلومات واستخلاص النتائج.

### 3.2.2.2 وسائل تشكيل الوعي السياسي

يكتسب الإنسان منذ ولادته معلومات مختلفة عبر مراحل حياته، باختلاف الأوساط التي يتعايش فيها والوسائل التي يستخدمها، هذه الأوساط تعتبر مجالا حيويا لإكساب الفرد الثقافات المختلفة وتؤثر في سلوكه سواء بالإيجاب أو بالسلب، وحتى في السياسة ومن أجل تشكيل الوعي السياسي لابد من دافع لتبني هذا الوعي من جهة وتوافر الوسائل المناسبة لذلك، ونجد أن هذه الأدوات سواء مباشرة أو غير مباشرة فهي تساهم في تكوين الفرد الواعي سياسيا.

#### 1- الوسائل المباشرة

وهي مجموعة الأدوات والقنوات التي تساهم في إمداد الفرد بالمعلومات السياسية وبناء وعي سياسي بشكل مباشر، وتتمثل في الأحزاب السياسية، الوسائل الإعلامية وجماعات الضغط.

#### أ- الأحزاب السياسية:

الحزب السياسي هو اتفاق بين مجموعة من الأفراد من حيث الأهداف والمبادئ من أجل تحقيق أغراضا مشتركة، فهو وسيلة للتعبير عن متطلبات الشعب من جهة، ومن جهة أخرى هي وسيلة لتحقيق الأغراض الشخصية الأخرى، فالحزب السياسي تنظيم بشري مشكل من مجموعة منظمة مقاربية فكريا، هدفها الوصول للسلطة بغية إدارة شؤون الدولة من خلال برنامج مسطر<sup>1</sup>، فالحزب يدخل في تكوينه ثلاثة عناصر أساسية<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> جبار علاوي، الإتصال السياسي، الطبعة العربية، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 82.

<sup>2</sup> جبار علاوي، المرجع نفسه، ص 83-84.

- **الهيكل التنظيمي:** وهو ذلك الإطار المنظمة الذي يشتمل الجانب البشري والمادي للحزب من إداريين ومنخرطين ومسيرين، إلى جانب توفر المقرات المجهزة بالمكاتب والأدوات وشبكات الإتصال، وأيضاً العمل في إطار قانوني منظم للحزب.

- **برنامج الحزب:** برنامج الحزب هو عبارة عن مجموعة من النقاط المتفق على تحقيقها في إطار منظم، حيث يحدد البرنامج أهداف وأفكار ومواقف الحزب وكيفية تعامله مع القضايا المطروحة، والعمل على إيجاد حلولاً لها في الشأن المحلي أو الدولي، فالبرنامج الحزبي وسيلة لكسب تأييد الشعب.

- **الوصول السلطة:** الوصول إلى السلطة من أولويات الحزب وهدفه الأسمى، حيث يعمل تحت غطاء الدفاع عن حقوق المواطنين وتحقيق مطالبهم، فيخوض المعارك الانتخابية وتقديم مرشحين وإقناع المواطنين للانتخاب لصالح الحزب.

ونقول أن الأحزاب السياسية من ضمن الوسائل الرسمية التي تساهم في تشكيل الوعي السياسي، حيث أنها تزود المنخرطين والمتعاطفين معها بمعلومات سياسية، وتساهم في تشكيل الآراء والتوجهات نحو قضايا مطروحة تهم المصالح العامة للمجتمع، فهي تضع برامج خاصة بتكوين أعضائها عن طريق تنظيم ندوات ومحاضرات ومؤتمرات دورية وغيرها من الأنشطة الأخرى، وتسعى إلى التأثير على الأشخاص من خلال ترويج برامجها ودعوة الأفراد للانضمام إليها<sup>1</sup>.

الأحزاب السياسية دورها يشبه إلى حد كبير دور المؤسسات الإعلامية والجماعات الضاغطة غير أنها تختلف باختلاف المجتمعات، وهي غالباً ماتكون وسيلة للتوعية السياسية في المراحل الأولى من التنمية السياسية، ففي الدول المتقدمة تتوافق المبادئ والقيم التي تغرسها الأسرة والمدرسة مع اتجاهات الأحزاب السياسية، بينما في المجتمعات المتخلفة لا يتوافق التكوين الأسري والتعليمي مع القيم التي تحاول غرسها الأحزاب السياسية<sup>2</sup>. فهذه الأخيرة تساهم في الأحداث السياسية بشكل كبير، وأهميتها تظهر جلياً عبر مناقشتها وتحاورها مع الأحزاب الأخرى في كيفية ممارسة السلطة ووضع مخطط واستراتيجيات لتطوير المجتمع<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> سعيد مراح، مرجع سابق، ص 180.

<sup>2</sup> محمد خيرت يوسف، مرجع سابق، ص 106.

<sup>3</sup> مولود زايد الطبيب، التنشئة السياسية ودورها في تنمية المجتمع، ط 1، المؤسسة العربية الدولية للتوزيع، عمان، 2001، ص 83.

وفي الأخير يمكن أن نقول أن الأحزاب السياسية تساهم في تشكيل الوعي السياسي عن طريق وضع قاعدة لتنظيم الأفراد وفتح قنوات الإتصال والتحاور، وغرس المعايير والقيم السياسية في المجتمع، وعرض برامج مبسطة وواضحة لشرح المعطيات الإقتصادية والسياسية في البلاد، وبناء جسر بين المواطنين والدولة ومؤسساتها.

#### ب- وسائل الإعلام:

وسائل الإعلام والإتصال تطورت بشكل هائل في العصر الحديث، بسبب التطور التكنولوجي الكبير الذي ساد مختلف الدول خاصة المتقدمة، إذ أصبحت الإتصالات سهلة وسريعة، أين تحول العالم إلى قرية صغيرة كونية موحدة وتداخلات الثقافات فيما بينها، وهذا ماساعد على تنقل المعلومات والأخبار حول الظروف الدولية والأحداث السياسية .

وتعتبر وسائل الإعلام من أدوات تشكيل الوعي السياسي، تختلف وظائفها باختلاف مصدرها وأنواعها حسب الأنظمة السائدة، ففي الأنظمة الشمولية تكون تحت سيطرة السلطة العامة بحيث تصبح هذه الوسائل واجهة للتعبير عن أفكار وإرادة هذه الأخيرة، أما في المجتمعات الديمقراطية تصبح وسائل الإعلام المسيطرة على آراء وإرادة الحكام<sup>1</sup>. فوسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية لها القدرة على خلق رأي عام تجاه القضايا السائدة، فهي تدعم الإتجاهات السياسية وتنقل الأخبار والمعلومات من الدولة إلى المواطن أو العكس، فهي عبارة عن همزة وصل بين كل شرائح المجتمع، بل وامتدت إلى نقل الوقائع العالمية مباشرة من منطقة الحدث. وتركز الدول الحديثة على هذه الوسائل من أجل التنشئة السياسية من خلال تعزيز شعور الإلتزام للوطن وزرع مبادئ وقيم المجتمع والدعوة للدفاع عنها ضد الإتجاه المعادي لها والتصدي للأفكار الهدامة التي ترسلها الأنظمة المسيطرة إلى شعوب الدول النامية<sup>2</sup>.

فالتغطية الإعلامية وسيلة لتكوين الإتجاهات والآراء تجاه القضايا السياسية، فقد أصبح الإعلام وسيلة فعالة لتوجيه عقول الأفراد نحو تبني سياسات معينة من خلال الدعاية الموجهة والغرس المععمق للأفكار، ومع التطور الكبير للإنترنت أصبح الأفراد قادرين على تكوين قناعاتهم بأنفسهم إزاء القضايا الداخلية

<sup>1</sup> محمد خيرت يوسف، مرجع سابق، ص 109.

<sup>2</sup> مضوي أبكر، مرجع سابق، ص 31.



والدولية، فيصبح الشخص قادرا على اكتساب الوعي السياسي بنفسه، ويتوقف ذلك على الإستعداد النفسي والثقافي والإجتماعي لذلك، فوسائل الإعلام الجماهيري يتضح دورها في تشكيل الوعي السياسي من خلال<sup>1</sup>:

- نوع الأداة الإعلامية المتاحة.

- التغذية الراجعة من التعرض للوسيلة الإعلامية.

- الخصائص الشخصية للفرد.

- مدى تحقق اشباعاته من الوسيلة الإعلامية، و تأثيره بالمحتوى الإعلامي.

### ج- جماعات الضغط:

جماعات الضغط هي عبارة عن مجموعة من الأشخاص تربطهم روابط وعلاقات خاصة ذات صفة دائمة ومتواترة، بحيث على أعضائها نمطا معيناً من السلوك الجماعي<sup>2</sup>.

يظهر تشكيل الوعي السياسي عن طريق جماعات الضغط من خلال التأثير المباشر وغير المباشر على الحكومات، على تبني سياساتها التي يتعدى تأثيرها على الأفراد الذين هم تحت غطاء الجماعات الضاغطة، عن طريق إرسال وفود للحكومة أو عن طريق تمويل الحملات الإنتخابية لصالحها. وتختلف درجات تشكيل الوعي السياسي عن طريق الجماعات الضاغطة باختلاف المجتمعات التي تنتمي إليها، فمثلا في الدول المتقدمة الغربية خاصة الولايات المتحدة الأمريكية يظهر دورها فيها عن طريق فرض بعض الإلتزامات الإجتماعية أو السياسية أو الإقتصادية على الحكومات بواسطة هيئات ومؤسسات مثل النقابات، الشركات، والمؤسسات الإعلامية، أما في البلدان العربية فجماعات الضغط لم ترقى إلى ما هي عليه في الدول المتقدمة، فمازالت تنحصر في الشيوخ ورؤساء القبائل<sup>3</sup>. ونقول أن الجماعات الضاغطة تسعى دائما وراء ما يخدم مصالحها في السلطة، وبالتالي يظهر تأثيرها في صنع القرار السياسي ونشاط العمليات الإنتخابية وهكذا يكون لها تأثير على تشكيل الوعي السياسي.

<sup>1</sup> اسماعيل سليمان أبو جلال، مرجع سابق، ص 39.

<sup>2</sup> محمد خيرت يوسف، مرجع سابق، 107.

<sup>3</sup> محمد خيرت يوسف، المرجع نفسه، ص 108.

### 2.3.2.2.2. الوسائل غير المباشرة

تعتبر الأسرة المؤسسات التعليمية، الدينية وجماعات الرفاق والزملاء ضمن الوسائل غير المباشرة في تشكيل الوعي السياسي، وسميت هكذا لأن تأثيرها في تشكيل الوعي السياسي لا يلاحظ بشكل رئيسي، وإنما من خلال الوظيفة الاجتماعية التي يقوم بها، وبطريقة غير مباشرة يكون لها تأثيرا سياسيا على تنشئة الفرد سياسيا.

#### 1- الأسرة :

تعتبر الأسرة النواة الأولى التي ينشأ منها الطفل، وفي وسطها تنمو أحاسيسه وتتشكل تصورات، حيث يأخذ من طباعهم وثقافتهم، فالأسرة عبارة عن وعاء يحوي مختلف أفراد الأسرة ويأخذون من نفس التنشئة الاجتماعية و السياسية، فالآباء يؤثرون على أبناءهم في تشكيل آرائهم ومعتقداتهم وتوجهاتهم السياسية بشكل بدائي، فيصبح في ذهن الطفل بعض الرموز والمفاهيم السياسية.

فالأسرة هي الجماعة الأولى للشخص، ففيها يتعلم كيف يتصرف داخل المجموعة وطريقة التعامل مع الآخرين من أجل تحقيق أهدافه وإشباع حاجاته<sup>1</sup>.

#### 2- المؤسسات التعليمية ( المدرسة والجامعة ):

تعتبر المدرسة أول محيط تعليمي مستقر ينتسب إليه الطفل بعد أسرته وفيها ينتقل تكوين فكره من الأبوين إلى المعلم، فالمؤسسات التعليمية هي رابط اجتماعي تحت نظام سياسي. فالمدرسة تساهم في اكتساب الوعي السياسي ولها دور في التنشئة السياسية بعد الأسرة من خلال صياغة الإتجاهات والأفكار ضمن التكوين الاجتماعي بواسطة أدواتها ووسائلها، فالأطفال يتعلمون أولى بديهيات التنشئة السياسية من خلال المدرسة تحت نظام تربوي رسمي وهو بمثابة نظام تدريب مدني<sup>2</sup> من خلال المناهج الدراسية التي يتوجب أن تكون ضمن سياسات الدولة وبالتالي لابد من تأهيل المدرسين لتكوين الأطفال وتعليمهم على صياغة الأفكار والاتجاهات السياسية وتحليلها.

تعتبر الجامعة أيضا أهم مؤسسة تعليمية نظرا لوظيفتها السامية في إنتاج الأفكار وتطويرها، ولها مركز بارز في المجتمعات، فهي تقوم بدور فعال من خلال إشراكها في القرارات السياسية خاصة وأنها تحوي

<sup>1</sup> عبدالله قاسم محمود باشا كريشان، أثر الثورة والمعلوماتية الإعلامية في نشر الوعي السياسي ( لدى الشباب الأردني) في ظل الربيع العربي 2010-2012، ط 1، دار الجنان، الأردن، 2014، ص 23.

<sup>2</sup> محمد خيرت يوسف، مرجع سابق، ص 103.

فئة متميزة من المجتمع وهم الشباب الذين يعتبرون القوة الضاغطة على الأنظمة والحكومات، أين برز دورهم في العديد من الأحداث السياسية كالربيع العربي<sup>1</sup>، ويظهر دور الجامعة هنا في تكوين الطالب على قيم الدولة والمجتمع بتوفير وسائل التعليم وفتح آفاق الحوار والنقاشات وفق البرامج الدراسية والندوات والملتقيات والتبادل المعرفي بين الجامعات.

### 3- جماعة الرفاق والزملاء

وهم مجموعة الزملاء و الأصدقاء والمحيطين بالفرد، سواء على مستوى الأسرة أو المدرسة، أو في مكان العمل، هؤلاء لهم هواياتهم وميولاتهم المشتركة وأعمارهم متقاربة هذا مايسهل عليهم تبادل الإتجاهات وتبني سلوكيات سياسية<sup>2</sup>، وجماعة الرفاق هم الأشخاص الذين يتعدون حدود الأسرة والمدرسة فهو عالم الجمهور الواسع والشارع، فالفرد في الغالب يكون صداقات مختلفة يتعلم منهم سلوكيات جديدة، ويدخل في حوارات حول مختلف القضايا السياسية والأحداث المحيطة، وبهذه الطريقة يكون مندمجا في الوسط المحيط به ويتأثر بالنقاشات مما يؤدي به إلى تبني الأفكار والقيم السياسية وتقليد سلوكيات الأشخاص الذين يعجب ويتأثر بهم<sup>3</sup>.

### 4- المؤسسات الدينية

المؤسسات الدينية هي مجمل دور العبادة كالمساجد والكنائس، وتكمن أهمية هذه المؤسسات في كونها تعمل على قيام الأفراد حب التعاون داخل المجتمع وحماية الأوطان والدفاع عنها، وكل هذا بمثابة غرس للمعتقدات والقيم الدينية التي تؤثر بدورها في سلوكيات الأشخاص داخل المجتمع، وتشكل الوعي السياسي لديهم، وكمثال على ذلك الخطابات المستجدة حول الواقع السياسي والدعوة إلى التعاون لحماية الوطن ومصالحه، والتذكير بجرائم الإحتلال الإسرائيلي<sup>4</sup>.

### 4.2.2.2. معوقات اكتساب الوعي السياسي

هناك العديد من العوامل تحول دون تحقيق الوعي السياسي المتكامل، خاصة في المناطق العربية التي يسودها الوضع السياسي الغير مستقر واستبداد الحكام والركود الإقتصادي والجمود الفكري، ناهيك عن غياب خارطة التنمية للدول، كل هذه العوامل وأخرى أدت إلى إضعاف العوامل الأولية ( الأسرة والمؤسسات

<sup>1</sup> محمد خيرت يوسف، مرجع سابق، ص 104-105.

<sup>2</sup> عبد الله قاسم محمود باشا، مرجع سابق، ص 23.

<sup>3</sup> مضوي أبكر عبد الله، مرجع سابق، ص 29.

<sup>4</sup> مضوي أبكر عبد الله، المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

التعليمية ) والمؤسسات الرسمية ( الأحزاب السياسية، الإعلام، الجماعات الضاغطة ) عن دورها في اكتساب الوعي السياسي<sup>1</sup>.

#### 1.4.2.2.2. العائلة

بالرغم من أن العائلة تعتبر النواة الأولى في بناء المجتمع وهي اللبنة الأولى في بناء شخصية الأفراد، غير أن في المجتمع الذي نعيشه فيه نوعا من الإستبداد الأسري، خاصة ممارسة السلطة من طرف الأب والأخ الأكبر على باقي أفراد الأسرة من حيث الإلزام بتطبيق الأوامر وفرض نوع من النظام وتقييد الحريات، خاصة وأن النظام الأسري دائما فيه بعض الأشخاص غير واثقين من أنفسهم ولا يمكنهم التمييز بين الإيجابي والسلبي مما يضعف قدرتهم في الأمور بأسلوب حكيم، فالإرتباط المطلق بالعادات والتقاليد تنقيد بها الأسرة يساهم في تقييد الحريات وبالتالي إضعاف دورها في كسب الوعي السياسي.

#### 2.4.2.2.2. المؤسسات التعليمية

المؤسسات التعليمية تحتاج لقاء الأفراد داخل نظام إجتماعي يعيشون المخلفات السلبية من الجو العائلة الإستبدادي الذي يتواجدون فيه، وهكذا تنتقل القيم السلبية داخل المدرسة خاصة مع غياب منهج علمي هادف والتقلبات السياسية التي تحدث في البلدان تؤثر كثيرا في بنية المؤسسات التعليمية واستراتيجياتها، فالجامعة أيضا في الوقت الحالي تعاني الإنفصال من المجتمع ولا يوجد هناك وصل بين الإنتاج والمعرفة، مما يضعف دورها وعدم فعاليتها في التوعية السياسية.

#### 3.4.2.2.2. الأحزاب ووسائل الإعلام وجماعات الضغط

المؤسسات الرسمية كالأحزاب ووسائل الإعلام وجماعات الضغط يعرف عنها مساهمتها في تشكيل الوعي السياسي، غير أنها تعاني من مشاكل في المنطقة العربية وعدم فاعليتها في توعية الجماهير أين أصبحت عائقا لاكتساب الوعي.

ويغلب دوما على هذه المؤسسات طابع تحقيق المصلحة الذاتية من الممارسة السياسية دون تحقيق وظيفة التوعية السياسية، وما نلاحظه هو الولاء الدائم من قبل الأحزاب للسلطة وبالتالي السير على خطاها من أجل كسب التأييد فقط دون تحقيق وظيفة تكوين الأفراد سياسيا. في الجهة المقابلة نجد أحزاب المعارضة فقط هي من تعمل على نشر الوعي السياسي من أجل مواجهة أفراد الموالاة، أما كبار العشائر وفتنة الجيش

<sup>1</sup> محمد خيرت يوسف، مرجع سابق، ص 111-117.

الذين يمثلون جماعات الضغط فدورها في نشر الوعي السياسي ضئيل في المنطقة العربية مقارنة بالحكومات الغربية أين أصبحت فيها هذه الجماعات وسيلة لتوجيه سياسات هذه الدول.

في نطاق آخر نجد المؤسسات الإعلامية في الدول المتقدمة تلعب دورا كبيرا في اكساب الجمهور وعيا سياسيا وإمداده بالمعلومات السياسية بكل موضوعية دون قيود الحكومات عليها، أما في المنطقة العربية لازال الإعلام تحت سلطة الدولة والنخبة الحاكمة، فهو موجه لايؤدي دوره المستقل سوى الإشادة بأعمالها ونشاطاتها. ويرى محمد خيرت يوسف أنه هناك عوامل تحول دول تحقق الوعي السياسي العلمي والأكاديمي، وقد قسمها إلى<sup>1</sup> :

#### - العامل الإيديولوجي :

هذا المعوق مرتبط بتفكك المجتمعات إلى طائفتين فكريتين متضادتين كل واحدة منها لها تفكير خاص بها دون مراعاة المصلحة العامة ونقاط التفاهم فيما بينهما من أجل النهوض بالدولة، هذا الخلاف هو وليد مخلفات الإستعمار والرغبة الملحة للوصول إلى السلطة بحكم الشرعية الثورية من أجل السيطرة على الشعوب، وعليه يتوجب توزيع الممارسات السياسية على كل فئات المجتمع بشكل تداولي لمزج جميع الأفكار والآراء من أجل خدمة المصلحة العامة، والقضاء على الحكم الإستبدادي وكسر كل الحواجز التي تقف في وجه التنمية.

#### - العامل السياسي : (الفهم الخاطئ للسياسة)

من المعوقات الأخرى لاكتساب الوعي السياسي هو المعنى الحقيقي لمصطلح السياسة ومختلف المعاني المرتبطة بهذا المفهوم، حيث هناك من يرى أن الواقع السياسي هو وسط سيء، خلقته الأنظمة السابقة، فأصبح الإهتمام اليوم مركز على أمور الحياة اليومية السطحية فقط دون التوجه الفكري نحو أمور السياسة ومتطلبات التنمية للبلاد.

#### - الإتكالية وعدم التفكير بالتغيير.

من معوقات اكتساب الوعي السياسي الجمود الفكري وعدم الخوض في تغيير الأوضاع إلى أحسن بسبب الحكم المسبق على الإستعمار والأطراف الأجنبية المتسببة في جعل الدول على الوضع التي آلت إليه، فبقي الحديث فقط مضمونه البكاء على الأطلال على مافعلته الدول الغربية والإستعمارية وماتسببت فيه

<sup>1</sup> محمد خيرت يوسف، مرجع سابق، ص 114.

من خراب للدول، دون تقوية الذات وإقناع أنفسهم بالتغيير في جميع جوانب الحياة و النهوض بالفكر إلى التفكير الإيجابي.

### 3.2. الدور السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت وسائل الإعلام والاتصال الحديثة من أقوى التكنولوجيات، أين وفرت قدرات هائلة لتوجيه الكلمة وصناعة الفكر والتحكم في حركة المعلومات وتدفعها، وتشكيل الآراء على جميع الأصعدة، وترتبط أهمية الدور التي يؤديها الإعلام بطبيعة العلاقة الناشئة بينهم وبين النظامين الاجتماعي والسياسي السائدين في كل بلد، والعملية الإعلامية مهما كان مستواها التقني وتوجهها السياسي<sup>1</sup>.

#### 1.3.2. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي

تلعب وسائل الإعلام بما فيها أدوارا مختلفة في عملية صنع القرار السياسي من خلال مضامينها الإتصالية، أين تتشكل تصورات ومفاهيم لدى الناس وتكوين رأي عام على المستوى المحلي والدولي، كل هذا يتوقف على خصائص كل وسيلة، وهذه الأدوار لا تتم بمعزل عن الواقع الاجتماعي الذي ينتمي إليه الفرد، ويختلف من مجتمع إلى آخر طبقا لدرجة الديمقراطية والحرية السياسية للنظام الإعلامي فيها خاصة ما يتعلق بمعالجة قضايا المجتمع ومدى استجابة النظام السياسي<sup>2</sup>. وفي هذا الصدد فوسائل الإعلام تؤدي الى تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية ضمن النظام الاجتماعي الذي تتواجد فيه<sup>3</sup>.

واثبتت العديد من الدراسات تتعلق بتأثير النظام الإعلامي على السلوك السياسي للأمريكيين على أن التعرض للوسائل الإعلامية بكفاءة تدفع بالأشخاص إلى مناقشة سياسية مع زيادة نسبة الإستخدام لهذه الوسائل، كما تثبت اتجاهاتهم وآرائهم، وكلما استطاعت وسائل الإعلام على تشكيل وعي سياسي لدى العديد من الأفراد زادت رغبتهم في المشاركة السياسية<sup>4</sup>، ويظهر تأثير وسائل الإعلام في الفهم والإدراك والمعرفة، وتغيير القيم والاتجاهات وتغيير السلوك<sup>5</sup>. يرى الدكتور محمد عبد الحميد أن الإتصال الرقمي يحقق أهدافه

<sup>1</sup> جبار حسين علاوي، مرجع سابق، ص166.

<sup>2</sup> عادل عبد الغفار، الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة، رؤية تحليلية واستشرافية، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2009، ص 116.

<sup>3</sup> سامي محسن، وآخرون، علم النفس الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2010، ص97.

<sup>4</sup> بسيوني ابراهيم حمادة، دراسات في الإعلام والتكنولوجيا الإتصال والرأي العام، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ص 343.

<sup>5</sup> فؤاد علي أحمد، وسائل الإعلام والمشاركة السياسية، ط 1، دار امجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص 27.

من خلال نظام معلوماته التي يؤكد لدى الفرد موثوقيته من خلال وفرة المعلومات والإنفجار المعرفي التي أحدثتها المستجدات الرقمية<sup>1</sup>، وتتعدد أدوار الشبكات الاجتماعية في مجال التأثير على الوعي السياسي والتي تظهر آثارها من خلال التأثيرات المعرفية، الوجدانية، والسلوكية:

### 1.1.3.2. التأثيرات المعرفية

تقوم على وفرة المعلومات وإزاحة الغموض عن بعض القضايا، فهذه الوفرة تساهم في تنمية وعي الأفراد ومنحهم القدرة على تفسير الأحداث ومساعدتهم في دعم وتشكيل الإتجاهات، وبناء ثقافة معرفية بالبيئة السياسية خاصة وأنها - مواقع التواصل الاجتماعي - أصبحت مصدرا مهما للمعلومات السياسية.

وتظهر التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي في<sup>2</sup>:

- التعريف بالحقوق والواجبات السياسية وفق ما تنص عليه الدساتير والقوانين.
- التعريف بأنظمة الإنتخابية السائدة وكيفية الإنتخاب.
- التعريف بمواقف إجراء الإنتخابات ببرامج المرشحين والأحزاب.
- التعريف بمعطيات البيئة السياسية المحيطة وما تشمله من التعريف بمواقع صنع القرار والمجالس المنتخبة.
- تعريف بطرق ممارسة الديمقراطية وكيفية التعبير عن الذات والرأي الشخصي، والتظاهرات السلمية، ومخاطبة الحكام.
- التعريف بالتطورات السياسية المحلية والإقليمية والدولية، من خلال بث معلومات دقيقة واضحة تساعد على تشكيل رأي عام بخصوص الأحداث.
- تغيير مجال القيم التقليدية، واستهداف نظام قيمي معاصر وحديث يساعد على المشاركة الفعالة.

### 2.1.3.2. التأثيرات الوجدانية

تظهر التأثيرات الوجدانية بأشكال مختلفة وهو التأثير في الشعور أو العاطفة، فبعد مرحلة الإدراك والوعي بالتأثيرات المعرفية السياسية التي تحدثها وسائل التواصل الاجتماعي تأتي مرحلة أخرى وهي التأثير

<sup>1</sup> علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، دط، دار اليازوري، د سنة الطبع، الأردن، ص 13.

<sup>2</sup> عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص 120 .

على مشاعر الأفراد واستجاباتهم المختلفة، بمتابعة القضايا السياسية والإهتمام بها، فهي إذا تؤثر في المواقف وتشكيل الإتجاهات فيزيد الإهتمام بالفضاء السياسي والدفع بالبحث عن المعلومات المهمة، وتعمل على<sup>1</sup>:

- تشكيل آراء واتجاهات الأفراد نحو الهياكل السياسية للدولة. تشكيل الإتجاهات بخصوص النظام الانتخابي السائد، والعملية الانتخابية وكيفية إدارتها.

- تشكيل الآراء والإتجاهات بخصوص المشاركة السياسية وأهميتها على كافة الأصعدة.

- تشكيل الآراء والإتجاهات بشأن سلبيات العزوف عن المشاركة السياسية وتأثيرها الخطير في المجالات الأخرى.

- تشكيل آراء واتجاهات بخصوص المشاركة السياسية الداخلية ومقارنتها بمثلها في الدول الأخرى.

### 3.1.3.2. التأثيرات السلوكية

هي عبارة عن " ناتج نهائي للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية"<sup>2</sup>، وهي أهم مرحلة لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الوعي السياسي، فهي حوصلة عما اكتسبه الفرد من معلومات ومعارف سياسية وتشكلت لديه اتجاهات ومواقف تساعد على المشاركة الفعلية في العملية السياسية.<sup>3</sup> من خلال<sup>4</sup>:

- التشجيع على ممارسة الحقوق والواجبات السياسية التي أقرها الدستور كالتسجيل في القوائم الانتخابية، واستخراج بطاقة الناخب والتصويت في الإنتخابات.

- التشجيع على الإنخراط والترشح في الأحزاب السياسية.

- التشجيع على الإنخراط في مؤسسات المجتمع المدني ( المنظمات غير الحكومية، النقابات المهنية، والنقابات العمالية ).

- التشجيع على التعبير عن الآراء بشتى الوسائل المتاحة والمشاركة في عملية اتخاذ القرار.

<sup>1</sup> منذر صالح الزبيدي، دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي، ط1، دار النشر والتوزيع ومكتبة الحامد، 2013 ، ص 171.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 304.

<sup>3</sup> لقوي بوخميس، مالك شعباني، وسائل الإعلام والوعي السياسي في المجتمع الجزائري، دراسة ميدانية على عينة عن أفراد المجتمع بولاية سكيكدة، مجلة البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، سبتمبر 2018، ص 1174.

<sup>4</sup> عادل عبد الغفار، مرجع سابق، ص 122 .



## 2.3.2. مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي السياسي، وتحقيق المواطنة

### 1.2.3.2 مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي السياسي

مع تطور الشبكات الاجتماعية أضحت المجال السياسي متغيراً أساسياً لها، أين ساهمت في مزج التفاعلات السياسية بين واقعين، الواقع الأول هو العالم الواقعي والواقع الثاني هو العالم الافتراضي لمواقع التواصل الاجتماعي، فيظهر دورها جلياً في الإطار السياسي حيث أصبحت بدائل جديدة لجمع المعلومات والبيانات الكمية والنوعية<sup>1</sup>.

ففي دراسة لمشتاق طلب فاضل حول مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية<sup>2</sup>، تبين من خلال النتائج أن كون هذه الوسائل تجمع خصائص التلفزيون في الصوت و الصورة مع الكلمة المكتوب فتحت مجالات واسعة أمام الشباب لمتابعتها والتعرض لها مما يبرو دورها الكبير في تحديد التوجهات السياسية لديهم هو، ولهذا حققت هذه المواقع الريادة في الإستخدام من قبل المؤسسات والجامعات ومنظمات المجتمع المدني، وغزت كافة المجالات الاجتماعية، الثقافية، الإقتصادية والسياسية وأصبحت وسيلة للتعبير السياسي، لذا يتوجب إحتواء الرأي العام الشبابي وتوجيهه، كون هذه الفئة - الشباب - مهمة في المستقبل. أبرز المواقع التي أثرت بنسبة كبيرة في التوجهات السياسية هي موقع فيسبوك، يوتيوب وتويتر كونها تتميز بخصائص منها قوة ضاربة على الساحة السياسية، ومنها تطورت من وظيفة التسلية والترفيه وأصبحت ميادينها لاحتواء الإنتفاضات الشعبية التي تدعو إلى تغيير أوضاع البلدان وشعوبها، وفتح المجال لتبادل الثقافات والحضارات الأخرى<sup>3</sup>، بعد ما كانت وسائل الإعلام في السابق صرحاً للنزاعات المساحة والصراعات السياسية، حيث أنشأت إيطاليا عام 1927 وزارة الصحافة والدعاية من أجل الضغط على الصحف اليومية لنشر أفكار موسيليني الفاشية، والدعوة إلى احترام هذه الأفكار وعدم انتقادها، ونفس الشيء في ألمانيا 1933 أين أشرف غوبلز خبير الدعاية النووية على وزارة التربية الشعبية تختص في الدعاية حيث خصص لها مبالغ ضخمة ويسيرها العديد من الخبراء، والولايات المتحدة الأمريكية أنشأت هي أيضاً الوكالة الأمريكية للإعلام سنة

<sup>1</sup> Joe Murfphy and others, **socil media inpublic opinion reserctch; report of the aapor task force on emergin technologies in public opinion reserth**, American association for public opinion reserctch , 2014, p3.

<sup>2</sup> مشتاق طلب فاضل، **مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية**، ط1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 136.

<sup>3</sup> صلاح عبد الحميد، **يمنى عاطف، الإعلام والفضاء الإلكتروني**، ط1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2015، ص 47.

1935 حيث امتد عملها إلى البعثات الدبلوماسية في الخارج، وأنشأت العديد من خلايا الإعلام تسييرها الجهاز المخبرية<sup>1</sup>.

### 2.2.3.2. مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق المواطنة والديمقراطية

يظهر دور مواقع التواصل الاجتماعي جليا في الميدان السياسي بتحقيق المواطنة من خلال تفعيل دور المجتمع المدني باستغلال الجمعيات والنقابات لصفحات مواقع التواصل من أجل الربط بين منخرطيها وتسهيل مهامهم، ونشر برامجهم ومشروعاتهم إلى العامة<sup>2</sup>، وظهر ما يسمى بالمواطنة الافتراضية، أي تشكل مواقع التواصل الاجتماعي فضاء لممارسة الديمقراطية والمطالبة بالحقوق السياسية<sup>3</sup>. تعبئة الرأي العام بتوجيهه نحو القضايا السياسية، أين أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مجالا خصبا للتشجيع على الإضرابات والإحتجاجات، حيث يتحول الموضوع من العالم الافتراضي إلى العالم الواقعي، مثل حركة شباب 06 أبريل في مصر، ومن جهة أخرى تعتبر هذه الشبكات فضاء لطرح الدراسات والحملات الانتخابية لجميع تأييد الشعب ونشر البرامج الانتخابية<sup>4</sup>.

### 3.3.2. مواقع التواصل الاجتماعي والتغيير السياسي

عمدت الشعوب في السابق إلى استعمال كل الوسائل المتاحة من أجل الحصول على الديمقراطية والحرية، وكانت من بين تلك الوسائل وسائل الإعلام وما رافقها من تغيير في التطور التكنولوجي، والتطور في الأحداث عبر الأزمنة المختلفة، كما لها دور يتوقف على النظام السياسي القائم. وتعتبر الأنترنت أعظم اكتشاف للعصر الحديث لما لها من مزايا في جمع كل الخصائص الإيجابية، ومع التطور الكبير في متغيراتها ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي كأسلوب حديث التواصل بين الأفراد والمجتمعات في شتى

<sup>1</sup> كاظم المقدادي، الإعلام الدولي والجديد وتصعد السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2013، ص 213.

<sup>2</sup> خالد جمال عبدة، الإعلام البديل على الأنترنت، فلسفة جديدة في الإعلام الإتصال، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، مصر، 2016، ص 67.

<sup>3</sup> عبد الله قاسم محمود باشا كريشان، أثر الصور المعلوماتية الإعلامية في نشر الوعي السياسي ( لدى الشباب الأردني ) في ظل الربيع العربي 2010-2012، ط1، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 86-87.

<sup>4</sup> ليا ليفرو، ترجمة هبة ربيع، وسائل الإعلام الجديدة البديلة والناشطة، ط1، المركز القومي للترجمة، مصر، 2016، ص 177.

المجالات<sup>1</sup>، وفي الشأن السياسي أصبحت هذه المواقع مجالا واسعا للحكومات وشعوبها من أجل ترسيخ الديمقراطية وإحداث تغييرات جذرية في الأنظمة السائدة، والتحكم في سلوك الجمهور.

### 1.3.3.2 مواقع التواصل الاجتماعي وتغيير أنظمة الحكم

تعتبر سنة 2001 أول بداية لدور شركات التواصل الاجتماعي في إسقاط نظام الحكم في الفيليبين، كما استخدم موقع فيسبوك في أحداث الشعب بالصين بين قومية العام ومسلمي اليوغور عام 2009 بالمنطق الغربية لشينجيانغ، وأطاح برئيس الوزراء الإسباني في مظاهرات شعبية نظمت عن طريق الرسائل النصيحة عام 2004، وزادت شركات التواصل الاجتماعي من تضخيم الإحتجاجات في أوكرانيا عام 2004، نظمها الشباب بعد التهمة الموجهة الحكومة من قبل المعارضة بتزوير الإنتخابات النيابية<sup>2</sup>.

شهدت المنطقة العربية تغييرات سياسية كثيرة، فبعد أن كان العالم العربي منعزلا عن التحولات الديمقراطية ظهرت بوادر تفكك النظام السلطوي أين أصبحت القضايا الدينية والسياسية تطرح في نقاشات الشباب العربي عبر شركات التواصل الاجتماعي. تعود بدايات الإهتمام بالدور السياسي المواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها المختلفة بالمغرب العربي والشرق الأوسط عقب الإنتخابات الرئاسية الإيرانية لسنة 2009 أين شن المواطنين احتجاجات سميت ثورة تويتير<sup>3</sup>، وشكلت حركات كثيرة في الدول العربية للمطالبة بالتغيير ورفض الأنظمة الحاكمة، فظهور هذه الوسائل أحدثت ثورة رقمية كبيرة وأصبحت وسائط لانتقال المعلومات بسرعة<sup>4</sup>.

والإحتجاجات التونسية كانت البداية لإشعال فتيل الربيع العربي في 17 ديسمبر 2010، وسببها يعود إلى حادثة إشعال بوعزيزي محمد - شاب يعمل متجولا - نفسه بالنار احتجاجا لما العرض له من مصادرة عربته التي يعمل بها، وبعدها عمت الإحتجاجات كافة أرجاء البلاد، وكان هذا إيذانا لتخلص الشعب من خوفه، وتحولت هذه الإحتجاجات في الأخير إلى ثورة بعد أسابيع من بداياتها، أدت إلى مغادرة الرئيس

<sup>1</sup> صلاح عبد الحميد، يمنى عاطف، مرجع سابق، ص 46.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 130، 131.

<sup>3</sup> فائزة بوزيد، استخدامات السياسيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي وأولويات القضايا، أطروحة دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2020، ص 119.

<sup>4</sup> علي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 31.

التونسي السابق زين العابدين بن علي إلى المملكة السعودية، وانتصار سلطة الشعب<sup>1</sup>، واعتمدت احتجاجات تونس على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير كحلقة وصل بين الشباب الثائر وسيلة تفاعل بينهم، وساهمت في تشكيل الوعي والتنسيق بينهم باستخدام الهواتف المحمولة واعتماد الفيسبوك واليوتيوب والتويتر في تغطية الأحداث ونقلها بشكل مباشرة من منطقة الحدث. فحادثة البوعزيزي لو لم يتم تداولها على شبكات التواصل الاجتماعي لما وقعت كل هذه التغييرات على النظام السياسي وشحن الجماهير تجاه القضايا بمشاركة 2 مليون محتج عبر الفيسبوك واسقاط النظام.

وفي مصر تشكلت مجموعة أنشطة عبر الفيسبوك دعت إلى إضراب 06 أبريل سنة 2010، حيث شارك خلالها 71 ألف شخص مكونين حركة سياسية ساهمت في إسقاط نظام الرئيس المصري الأسبق حسني مبارك، وبعدها أنشأت صفحة على موقع فيسبوك باسم « كلنا خالد سعيد » تشمل الراضين لوزارة الداخلية المصرية أين ساهمت هذه المجموعة في جمع الحشود ليوم الغضب المصري 25 يناير 2011<sup>2</sup>. فالمشهد السياسي المصري منذ ثورة 25 يناير ومع التطورات المتعددة لشبكة الانترنت اتخذت مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات منبرا للحركات الشبابية الجديدة فأصبحت مجالاً للكتابة والمراسلة والتفاعل في قضايا سياسية وخلق ديمقراطية إعلامية ومجال اتصالي مفتوح للرأي والرأي الآخر<sup>3</sup>.

أصبح الإعلام الرقمي في الوقت الحالي منفذاً لتحرير الخطاب العام، وقلل من كافة تبادل المعلومات والحصول عليها، فظهرت بين الأفراد جسور تواصل عبر منصات التواصل الاجتماعي التعبير عن آرائهم والتعبير عن أفكارهم، فبرز ما يسمى بصحافة المواطن، وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي أداة للتغيير السياسي. فالإنتشار الحر للمعلومات من خلالها ساهم في التأثير على تصور المواطن سياسياً، فهي تؤثر بشكل فعال على تشكيل الرأي وصناعة القرار<sup>4</sup>.

وفي الجزائر برز دور شبكات التواصل الاجتماعي بشكل واضح في الحياة السياسية بعد نجاح تطبيقها في تحريك ثورات الربيع العربي بتونس، مصر، اليمن، ليبيا وسوريا، وتجدر الإشارة إلى أن الحراك

<sup>1</sup> عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظرة الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 62.

<sup>2</sup> كامل مجدي، خالد سعيد، أيقونة الثورة المصرية، ط1، دار الكتاب العربي، القاهرة، 2012، ص38.

<sup>3</sup> أحمد رشاد علي الرويني، مشاركة الأفراد في وسائل الإعلام، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دار الجديد للنشر والتوزيع، الجزائر، دون سنة الطبع، ص218.

<sup>4</sup> Lize-Marie Smuts, social networking sites as a new public sphere: facebook and its potential to facilitate public opinion as the function of public discourse a case study of the 2008 Obama campaign, M, phil, Stellenbosch university, 2010, p 6.

السياسي في الجزائر عبر وسيلة الاتصال الجديدة خصوصا موقع فيسبوك لم تكن بداياتها في فترة الإحتجاجات التي حدثت عام 2011، وإنما الأمر يعود إلى ما قبل ذلك حيث استخدم الجزائريون المدونات كوسيط للتعبير عن آرائهم في المواضيع السياسية قبل مواقع التواصل الاجتماعي، فالتدوين ظهر في الجزائر سنة 2006 وتعتبر Blog.dz أول منصة للتدوين في الجزائر، وبعد ذلك تطور التدوين بعد حركة التكنولوجيا لنشر ثقافة التدوين<sup>1</sup>. وهكذا أصبحت المدونات بالنسبة للجزائريين فضاء لطرح الأفكار السياسية وكبديلا عن الإعلام التقليدي في ترويج أفكار بعض السياسيين ونقل المواضيع والقضايا السياسية العامة، فالكثير من المدونين تحملوا عبء النضال ضد نظام الحكم بأسماء مستعارة<sup>2</sup>.

ونتيجة للأحداث السياسية الداخلية في الجزائر خاصة الإنتخابات الرئاسية وتعديل الدستور وتليها الأحداث الشهيرة لكرة القدم بين الجزائر ومصر سنة 2009، تغيرت محتويات مضامين المدونات الجزائرية فزاد الإهتمام بالميدان السياسي عبر مدونات كل الجزائريين.

شهدت الجزائر مطلع سنة 2011 احتجاجات على مستوى الوطن أين تغيرت مطالب المتظاهرين من مطالب اجتماعية واقتصادية إلى سياسية، حيث كان الهدف منها تغيير نظام الحكم بالكامل مثل ما حدث في مصر وتونس، وجراء هذه الإحتجاجات استجابت السلطة الجزائرية لنداءات المتظاهرين في خطاب لرئيس الجمهورية السابق عبد العزيز بوتفليقة بمبادرة منه للإصلاح واعترافه بأن مطالب الشعب هي مطالب شرعية يهدف من ورائها تحقيق الديمقراطية الحقيقية والحريات العامة، وتضمن الإصلاحات مراجعة قانون الأحزاب والجمعيات والإنتخابات، وقانوني البلدية والولاية، وإلغاء قانون الطوارئ، وإعطاء المجالس المنتخبة صلاحيات واسعة، ومناقشة العديد من القضايا منها القضية المشتركة السياسية للمرأة الجزائرية، كقانون الإشهار والإعلام، وصلاحيات المؤسسات الدستورية، وحالات التنافي مع العهدة الإنتخابية<sup>3</sup>.

يعتبر ترشح الرئيس المنتهية ولايته عبد العزيز بوتفليقة للعهدة الخامسة ذريعة مقنعة للشعب الجزائري من أجل الخروج للشارع والتعبير عن رفضه، يعتبر هذا الإحتجاج ليس فقط للمعارضة، بل أيضا ردا على فساد نظام الحكم إداريا وسياسيا وماليا، وفقدانه الشرعية السياسية والأخلاقية لمواصلة الحكم في البلاد،

<sup>1</sup> عبد الكريم تفرقنيت، المدونات الإلكترونية الجزائرية، دراسة وصفية لعينة من المدونات السياسية المكتوبة بالعربية خلال الإنتخابات الرئاسية سنة 2009، رسالة ماجستير، كلية الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2011، ص157.

<sup>2</sup> Najar sihem, les réseaux sociaux sur internet à l'heure des transitions démocratiques, IRMC, karthala, paris, 2013, p231.

<sup>3</sup> أحمد شريف بسام، دور وسائط الإتصال الجديدة في التعبير السياسي في الدول العربية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 3، 2018، ص282.

وكانت الرغبة الملحة في البحث عن الأدوات البديلة للتعبير بكل حرية عن مطالب الشعب الجزائري وطرح مختلف البدائل السياسية، لاسيما بعد الإنغلاق الإعلامي التقليدي ومعالجته للقضايا من زاوية نظام الحكم فقط، وتماديه في تضليل الرأي العام حول القضايا السياسية في البلاد.

كانت الأنظار موجهة نحو البدائل الإعلامية الجديدة، فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منفذا إعلاميا لإلغاء الحدود والحواجز التقليدية بين الشعب والسلطة وترويج الخطاب السياسي بأسلوب مختلف، عن طريق التعبئة للوصول الى الحراك السياسي الميداني، نظرا لفاعليتها الفائقة في نقل الأخبار والأحداث بسرعة بالصورة والصوت، وقدرتها الكبيرة في زيادة الوعي وبناء الفكر السياسي حول ما يحدث في الوسط وصولا إلى تشكيل الإتجاهات والآراء نحو القضايا السياسية<sup>1</sup>.

وحدث هذا فعلا بتاريخ 22 فبراير 2019، أين شملت الإحتجاجات والحراك الشعبي كافة ربوع الوطن - ونشير إلى أن الشعب الجزائري بكل أطيافه استجاب للنداء عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الخروج للشارع - وقبل ذلك خرج الشباب في ولاية خنشلة بتاريخ 19 فيفري 2019 استجابة للدعوة عبر الفيسبوك من أجل تنظيم لقاء شعبي في ساحة بلدية خنشلة ردا على استقراز رئيس بلدية خنشلة - الذي كان داعما للعهد الخامسة - للمواطنين عبر صفحته في الفيسبوك، وتهديد كل من يقترب إلى الساحة ، وكان هذا تزامنا مع زيارة أحد الناشطين السياسيين للولاية، فما كان على الشباب الخنشلي إلا الإتفاق عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة على صفحات الفيسبوك لتنظيم وقفة شعبية أمام ساحة البلدية في 19 فبراير 2019 كتحدي لخطاب رئيس البلدية، وردا رافضا للعهد الخامسة، وهنا انطلقت المقولة الشهيرة لأحد الشباب المحتجين مخاطبا آخر في أعلى سطح البلدية « انزع الصورة ودع العلم »، أين قام المحتجون بتمزيق لافتة صورة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة.

أعطت أحداث خنشلة بهذا التاريخ الإشارة الفورية للشعب الجزائري من أجل الإلتحام والإلتفات حول القضية الوطنية، وعجلت بانهباء جدار الصمت والخوف لدى الشباب، وهكذا نظمت الإتصالات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد تاريخ 22 فبراير لانطلاق الحراك الشعبي عبر كافة ربوع الوطن، حيث حددت من خلالها أماكن ومواعيد تجمع الجماهير والنقل المباشر للأحداث، كما استخدمت في توحيد المطالب من جهة، ومن جهة أخرى نقد عمل الحكومة، وأصبحت الصفحات الخاصة لبعض النساء من أجل توجيه

<sup>1</sup> Lize-Marie Smuts, op.cit, p 5.

وتوعية المتظاهرين بالتقيد بالتعليمات والإبقاء على مظاهرات سلمية، كما كانت هذه المواقع صرحا لتبادل الآراء والأفكار والمقترحات<sup>1</sup>.

أدى الحراك الشعبي الجزائري إلى إسقاط النظام وتغيير كل أجهزة الحكومة وتلبية مطالبه ، ومن خلاله تبين الدور الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي خاصة موقع فيسبوك في تغيير الأوضاع في مختلف جوانب الحياة للمجتمع الجزائري. فالدوافع الأساسية التي أدت إلى بروز هذه المواقع واحتلالها الصدارة في المجال الإعلامي وغزوها الحياة السياسية والاجتماعية للمجتمعات تنحصر في:

- الإعتماد عليها كأداة إعلامية بديلة كتعبير عن الواقع السياسي والاجتماعي الذي يعاني تضيقا سياسيا وإعلاميا، واستحواذ الأنظمة السياسية بالخصوص العربية على وسائل الإعلام.
- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة فعالة في تكوين الإتجاهات والوعي السياسي.
- أصبحت هذه المواقع مكانا آمنا لطرح القضايا السياسية ومناقشتها، حيث تشكل قنوات اتصالية للشباب في فضاءات افتراضية بعيدة عن الواقع الذي تطرحه الوسائل الإتصالية التقليدية التي تستحوذ عليه السلطة الحاكمة.

### 2.3.3.2. مواقع التواصل الاجتماعي في الإنتخابات

برزت العديد من الوسائل والأحداث لأول مرة في الحملة الانتخابية الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2008، وتعتبر هذه الإنتخابات من أفضل وأغرب الحملات التي عرفتها أمريكا حيث رشح الحزب الديمقراطي باراك أوباما كأول مواطن افريقي يعنى بهذا الإمتياز، ومن جانب آخر ظهرت هيلاري كلينتون كأول امرأة يرشحها الحزب الجمهوري للإنتخابات الرئاسية، واستخدمت في الحملتين الإنتخابيتين لأول مرة وسائل الإتصال الحديثة في الإعلان والوصول إلى المنتخبين والدعاية<sup>2</sup>.

كانت الحملة الانتخابية الرئاسية لبارك أوباما سنة 2008 ناجحة بامتياز على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث استخدمت استراتيجية إعلامية جديدة، أين كانت لهذه المواقع الأولوية والمحرك الرئيسي

<sup>1</sup> محمد الصالح بوعافية، عائشة إيدير، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي في الجزائر، مجلة دفاتر السياسة والقانون، المجلد 13، العدد 01، الجزائر، 2021، ص 511.

<sup>2</sup> John Allen Hendricks and rebert e.denton, jr, **communicator-in-chief: haw barach Obama used new média technology to win the white house**, lescington Books, usa, 2010, p7.41

لقيادة الحملة، فاستخدمت من أجل تحديد موقع الناخبين والتفاعل معهم وكسب المؤيدين<sup>1</sup>. فأُنشئت في حملة أوباما حوالي مليون ونصف مليون حساب على منصات التواصل الاجتماعي، وفتح حساب رسمي على الفيسبوك للمترشح أوباما بلغ حوالي 987923 من الأصدقاء. واستخدم موقع اليوتيوب لأول مرة للدعاية المجانية، أين وصلت تبرعات الحملات الانتخابية حوالي 600 مليون دولار جمعت عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي.

اكتسبت الأنترنت شعبية كبيرة كوسيلة للحملات الانتخابية، أين أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة مهمة للتعبيئة الاجتماعية، حيث توسع المجال لطرح أولويات القضايا للرأي العام من خلالها، ومن جهة أخرى فالهيئات الحكومية والمؤسسات السياسية بحاجة دوماً لجميع المعلومات السياسية من هذه المواقع لأجل تلخيصها وتحليلها ومراقبتها باستمرار من أجل تحسين التواصل مع الجماهير، فهذه المواقع خلال الحملات الانتخابية توجه وعي الناخبين واتجاهاتهم نحو المواضيع والقضايا التي يعيشونها<sup>2</sup>.

أصبحت في الوقت الراهن معظم الدول وحتى الجزائر تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي كاستراتيجية متينة للإتصال السياسي، فأصبح المرشحون السياسيون يتبنون هذه المواقع لكسب أصوات الناخبين والتفاعل المباشر معهم وتعزيز أنفسهم وتوضيح أهدافهم السياسية<sup>3</sup>. ونظرا لضخامة تكاليف الحملات الانتخابية التي تثقل كاهل المرشحين والأحزاب السياسية، فهذه المواقع أضحت سبيلا سهلا للتواصل مع الجمهور دون عناء الفواتير المالية، ومنصاتا لبث الرسائل السياسية، وسوقا للأحزاب والمرشحين، فاستخدامها والترويج للحملات من خلالها لا تحتاج لتكاليف باهظة، ومن جهة أخرى لها قاعدة شعبية واسعة فاقت كل الحدود<sup>4</sup>، فالأحزاب السياسية والقادة السياسيون يستغلون مزايا هذه التكنولوجيات لصالحها.

وفي الجزائر تجلّى الدور الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات الرئاسية سنة 2014، أين كان محتواها نشطا وغزيرا، فاستغلت في الدعاية من أجل استمرار العهدة الرئاسية الرابعة للرئيس عبد العزيز

<sup>1</sup> خالد بومخيلة، واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي - دراسة حالة الجزائر - المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، الجزائر، المجلد 04، العدد 04، أكتوبر 2021، ص 371.

<sup>2</sup> Amin Hellweg, *social media of sites of politicians influence their perception by constituents*, the elon journal of undergraduate resrch in communications, vol 2, no 1, spring 2011, p24.

<sup>3</sup> Suomen Toivo Think Tank, *social media- the new power of political influence*, vertion 1, centre for european studies, p 4.

<sup>4</sup> فيليب ماريك، ترجمة عبد الحكم الخزامي، الحملة الإعلامية والتسويق السياسي، ط1، دار الفجر النشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2012، ص 252.



بوتفليقة، حيث أنشأت مديرية الحملة الانتخابية لبوتفليقة قناة على اليوتيوب وصفحة على الفيسبوك باسم عبد العزيز بوتفليقة، من أجل استقطاب الشباب مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي، أين كانت هناك ضجة إعلامية نتيجة بعض المضامين المنشورة مثل أغنية ( تعاهدنا مع الجزائر) التي شارك فيها 60 مغنيا جزائريا، حيث أشادت الأغنية بإنجازات الرئيس.

أما الطرف المناهض للانتخابات الرئاسية خاصة الرافضون لاستمرار العهدة الرابعة فقد ظهر العديد من الناشطين على شبكات التواصل مثل " أنس تينا "، " مستر أكس "، شمس الدين عمراني dzjoker " وغيرهم ينشرون نداءات للرئيس للتراجع عن الترشح بالإعتماد على فيديوهات وأغاني قصيرة ذات طابع اجتماعي وسياسي بأسلوب ساخر، وخلال نفس الانتخابات ظهرت شخصية سياسية صنعت الحدث على منصات التواصل الاجتماعي تمثلت في رشيد نكاز الذي شارك الجزائريين يومياته من خلال صفحته على الفيسبوك في كل الولايات التي زارها<sup>1</sup>.

أما في الانتخابات التشريعية 2017 وظفت منصات التواصل الاجتماعي بشكل كبير خلال حملات المترشحين، حيث برزت العديد من الصفحات الخاصة بهم مثل صفحة رئيس حركة حماس لعبد الرزاق مقري، والصفحة الخاصة بالمترشحة نعيمة صالحى الأمينة العامة لحزب العدل والبيان، واعتمد خلال هذه الفترة الترويج المدفوع لمنشورات المترشحين وصفحاتهم لتصل إلى نسبة كبيرة من المستخدمين الجزائريين، هذا من جهة، ومن جهة أخرى ظهرت هناك حملة مناهضة لحملة المترشحين بقيادة نشطاء ومؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي تدعو إلى مقاطعة هذه الانتخابات، فكانت هذه الوسائط المتنافس الوحيد أمام الشباب الجزائري للتعبير عن موقفه بشكل حر حول الأحداث السياسية خاصة تلك الفترة والإنغلاق السياسي الذي مرت به الجزائر.

كان الرافضون للانتخابات ينشرون عبر صفحاتهم أفلاما قصيرة يعالج من خلالها وضع الشباب أمام السلطة الحاكمة بأسلوب كوميدى، ف" انس تينا " نشر فيديو قصير بعنوان رسالة إلى البرلمانيين يصور فيها الصراع القائم بين هذا الأخير وقبيلة الشعب، وترجم هذا الفيديو واقع الحملات الانتخابية باستغلال عقول الشعب، وتعبير عن الغضب من النظام الحاكم. ونشر أيضا " انس تينا " فيديو قصير بعنوان " راني زغان " حقق مشاهدة واسعة على منصة اليوتيوب وصلت إلى خمسة ملايين مشاهدة. أيضا الناشط الاجتماعي " جوكر " الذي أرسل رسالة للشعب الجزائري عن طريق فيديو عنوانه " ما نصوتيش " وهي تعبير عن كلمة "

<sup>1</sup> خالد بومخيلة، مرجع سابق ، ص381.

مانفوطيش " في اللهجة الجزائرية معناها " لن أنتخب " كان هذا الفيديو دعوة للجزائريين للعزوف على الانتخابات<sup>1</sup>.

في سنة 2019 شهدت مواقع التواصل الاجتماعي قوة كبيرة في الفضاء الاجتماعي والسياسي بالجزائر، حيث شهدت ضجة واسعة بسبب الأوضاع السياسية خاصة بعد إعلان ترشح الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة لولاية خامسة، فكانت هذه الوسائل الإتصالية الدافع لخروج الشعب الجزائري لحراك 2019 الذي اتسم بالسلمية والإنضباط مقارنة بالحركات الإحتجاجية السابقة خصوصا بلدان الربيع العربي، وساهم الحراك الذي تم تنظيمه عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إلغاء الإنتخابات الرئاسية التي كانت مبرمجة في ماي 2019، وفي الأخير أجريت في 12 ديسمبر 2019 بعد تأجيلها لمرتين.

وخلال مرحلة التحضير للإنتخابات لعبت منصات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في دعم بعض الشخصيات التي زكاهها الشعب الجزائري من أجل الترشح، وأثناء الحملة الإنتخابية الرئاسية التي انطلقت يوم 17 نوفمبر 2019 وظفت شبكات التواصل في تركية بعض المرشحين وتغطية تجمعاتهم ونقل أخبارهم وبناء تنبؤات من خلالها بالإعتماد على أساليب إقناعية عبر صفحاتهم لجلب اهتمام المتابعين، وعرض مواضيع سياسية واقتصادية وفق أساليب معينة كتنكرار الألفاظ والإستشهاد بالأرقام والإحصائيات<sup>2</sup>. ونفس الشيء بالنسبة للإنتخابات التشريعية والمحلية سنة 2021 أين حقق الفيسبوك شهرة واسعة في الإستخدام من بين كل مواقع التواصل الاجتماعي.

نقول أن أشكال التنافس الإنتخابي خلال الحملات الإنتخابية أخذت أبعادا جديدة عبر وسائط التواصل الاجتماعي، أين أدت هذه المنصات إلى تعزيز المشاركة السياسية وساهمت في التأثير على أفكار الشعوب وتغيير آرائها، فالنخبة السياسية أصبحت تعتمد على الإعلام الجديد من أجل الانتخابات والإستفتاءات وفتح فضاءات واسعة من الإحتجاجات ضد القرارات التي لا تخدم الجماهير، فأصبحت هذه المنصات ملجأ للأحزاب السياسية والمرشحين من أجل إيصال أفكارهم لكسب أكبر عدد من المؤيدين عن طريق ممارسة الإقناع.

<sup>1</sup> خالد بومخيلة، مرجع سابق ، ص 382.

<sup>2</sup> جهاد صحراوي، وليد شايب الدراع، أساليب الإقناع في صفحات المترشحين للإنتخابات الرئاسية 12-12-2019 على مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، الجزائر، المجلد 03، العدد 02، ديسمبر 2020، ص195.

مما سبق يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي من المصادر الأساسية التي تمكن الفرد من المعلومات السياسية، فهي تلعب دورا هاما في التوعية السياسية، حيث تعمل على تغيير المعتقد والاتجاه، وتساهم في تشكيل القيم السياسية عن طريق وظيفتها كقنوات ربط بين الجماهير والنخبة، هذا ما يؤدي إلى تعزيز القيم الثقافية السائدة، والدفع بالجماهير للإهتمام بالميدان السياسي، وإشراكها في طرح القضايا والبدائل للحوار واتخاذ القرارات .

مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مزاياها المتعددة ترتبط ارتباطا وثيقا بالوعي السياسي من خلال دفع الأشخاص للمشاركة السياسية وفهم السياسات الجديدة وبناء فكر سياسي عام مشترك حول القضايا الوطنية والعالمية، كما تساهم في تشكيل الرأي العام عن طريق تزويد الشعوب بالمعلومات والحقائق والأخبار، واستخدامها كوسائل التعبير السياسي بكل حرية ونشر الآراء والأفكار. من جانب آخر تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على التأثير في الاتجاهات وتغييرها حسب التوجه المتفق عليه بين الأفراد.

منصات التواصل الاجتماعي نقلت المجتمعات من واقع افتراضي إلى واقع حقيقي، من خلال الدعوات التي ينادي بها الناشطون عبر صفحاتهم، خاصة على موقع فيسبوك حيث كان المستخدمون يستجيبون للحركات الاحتجاجية السلمية للمطالبة بتحقيق مطالبهم الاقتصادية، الاجتماعية، والأمنية على ذلك ما حدث في الجزائر خلال الحركات الاحتجاجية في ولايات الجنوب، وحركات احتجاجات الطلبة، وكذا المسيرات السلمية لمقاعد الجيش التي كانت تنظم في الجزائر العاصمة، أين أجبرت هذه المسيرات النظام الحاكم للدخول معها في حوارات لتثبيت مطالبها، ومع زيادة عدد مستخدمي الأنترنت مع ظهور الجيل الثالث والرابع لها تمكن الجزائريون من الإتصال مع العالم الافتراضي وإنشاء صفحات وحسابات مختلفة على اليوتيوب، الفيسبوك والتويتر، وأصبحت هذه المواقع المساهم الأول في التعبئة الشعبية أين تظهر أهميتها في قدرتها على تنظيم الجماهير للخروج في مسيرات كل يوم جمعة وفي وقت واحد عبر كافة ربوع الوطن.

---

## 3 . الوعي السياسي للمرأة الجزائرية واستخدامها

### لمواقع التواصل الإجتماعي

---

3. الوعي السياسي للمرأة الجزائرية واستخدامها لمواقع التواصل الإجتماعي

1.3. الحقوق السياسية للمرأة ضمن القوانين الدولية والوطنية

1.1.3. الحقوق السياسية للمرأة ضمن القوانين الدولية

2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية ضمن القوانين والتشريعات الوطنية

3.1.3. سبل الإرتقاء بالوعي السياسي للمرأة

2.3. المرأة الجزائرية والعمل السياسي

1.2.3. العمل السياسي للمرأة الجزائرية قبل وأثناء ثورة التحرير

2.2.3. المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية بعد الاستقلال

3.3. استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الإجتماعي

1.3.3. استخدام المرأة لمواقع التواصل الإجتماعي لإثبات نفسها والدفاع عن حقوقها

2.3.3. المرأة الجزائرية تناقش قضاياها على مواقع التواصل الإجتماعي

### 3. الوعي السياسي للمرأة الجزائرية واستخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي

كانت المرأة تعاني كثيرا عبر الأزمنة من النظرة الدونية في الفكر الاجتماعي القديم، ومع بروز القرن 19 ظهرت الموجة النسوية لمناهضة قضية تهميش المرأة من طرف الذكور، تغيرت هذه النظرة تدريجيا نحو الأفضل، خاصة وطرح القضية ضمن الحركات التي تدعم القضية النسوية. فالتعدد من النظريات والأفكار ركزت في بداياتها على تحقيق المساواة بين الرجل والمرأة على مستوى العالم.

ترى نوال السعداوي أنه في بداية القرن 20 كانت السلطة الأبوية هي المسيطرة على العائلة والمجتمع، بينما تنحصر وظيفة المرأة داخل البيت والمطبخ وتربية الأولاد، غير أن الفرصة الوحيدة للخروج من البيت هي الذهاب للمدرسة أو التزويج المبكر. وبعد التغيرات الحديثة في العالم مع دخول القرن 21 بقيت حرية المرأة مقيدة حتى وإن قلنا بأنها تحررت في البلدان الأوروبية وأمريكا وليس لها أية مشاكل، غير أنه في الواقع لم يكن هناك أي واقع من التحرر حتى في تلك البلدان التي لطالما كان الحكم الاستبدادي هو السائد فيها والذي يعتبر امتدادا لقانون الأسرة تحت سلطه الأب، واستمرت العبودية بأشكال مختلفة تحت مسميات أخرى<sup>1</sup>.

#### 1.3. الحقوق السياسية للمرأة ضمن القوانين الدولية والوطنية

أصبح تواجد العنصر النسوي في هياكل الدولة ظاهرة عالمية بالرغم من ضعف مشاركتها في الحياة السياسية، فاستطاعت أن تتوج بمناصب قيادية في المؤسسات المختلفة، وهذا دليل على رغبتها وقابليتها في تولي المسؤوليات إلى جانب تمتعها بالحقوق السياسية التي تفتح لها المجال الواسع من أجل الترشح والانتخاب.

##### 1.1.3. الحقوق السياسية للمرأة ضمن القوانين الدولية

تعتبر الحقوق السياسية للمرأة من بين اهتمامات المجتمع الدولي، لذلك اهتم بها وجعلها من بين المسائل التي لا تتجزأ من حقوق الإنسان بصفة عامة، وأدرج كل هذا في التشريعات الدولية من أجل إجبار الدول على الإهتمام بالمرأة كعنصر فعال في المجتمع ومنحها كافة الحقوق كمواطن فالتشريعات الدولية تعتبر دعائما قانونية ممهدة للقوانين الوطنية المحلية، والجزائر من ضمن الدول التي صادقت على جل الاتفاقيات الدولية أين أصبح لزاما عليها بضرورة إدراج تلك الإتفاقيات في تشريعاتها والعمل على تطبيقها في

<sup>1</sup> نوال السعداوي، قضايا المرأة والفكر السياسي، د ط، مؤسسة هنداوي، سي آي سي، مصر، 2017، ص 91.

الجانب التنفيذي والعملي. وفي هذا الصدد سوف نتطرق إلى المواثيق والمؤتمرات الدولية التي صادقت عليها الجزائر.

### 1.1.1.3. المواثيق الدولية التي اهتمت بالحقوق السياسية للمرأة

المواثيق الدولية التي تعنى بالحقوق السياسية للمرأة هي ذلك التشريع الذي توثق وتصاغ من خلاله جهود الدول من أجل ضمان الممارسة السياسية للمرأة عن طريق الإعراف بحقوقها السياسية بالتوازي مع الرجل دون التفرقة بين الجنسين، وتحوي بذلك كل الإتفاقيات التي اهتمت بضمان الحقوق السياسية للمرأة، وتصدر عن هيئة دولية عالمية ( هيئة الأمم المتحدة ) وتأخذ الصبغة العالمية، وقد تكون ذات طابع إقليمي بحيث تنتمي الدولة إليها كأن تكون مثلا الجزائر طرفا على المستوى العربي أو الإفريقي<sup>1</sup>.

#### 1.1.1.1.3. المواثيق الدولية ذات الطبع العام

الإتفاقيات الدولية ذات الطابع العام هي التي اهتمت بحقوق الإنسان بصفة عامة وما تشمله بين طياتها للحقوق السياسية للمرأة، حيث دعت الى ضرورة المساواة بين الجنسين في كافة الحقوق والحريات الأساسية<sup>2</sup>، وتكون هذا الإتفاقيات ذات طابع عالمي أو إقليمي<sup>3</sup>.

#### 1- المواثيق المتعلقة بهيئة الامم المتحدة :

تأسست الأمم المتحدة عام 1945 بعد الحرب العالمية الثانية وهي منظمة دولية تسعى لتحقيق أهدافها في مجال الأمن الدولي والسلام العالمي خاصة بعد عجز عصبة الأمم في التصدي لوقوع الحرب العالمية الثانية<sup>4</sup>.

#### 1-1- ميثاق الأمم المتحدة:

اهتمت المواثيق والإعلانات الدولية بموضوع المرأة والعمل على مساواتها مع الرجل، فميثاق الأمم المتحدة صدر بمدينة سان فرانسيسكو بتاريخ 26 جوان 1945<sup>5</sup>، وهو أول وثيقة تجسدت ما بين الدول

<sup>1</sup> مناصرة سميحة، أليات تفعيل المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية في ظل المتغيرات الراهنة، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2020، ص 10.

<sup>2</sup> نصيرة بنت تركية، الحماية الدولية لحق المرأة في المشاركة السياسية، مجلة القانون الدستوري والمؤسسات الدستورية، المجلد الأول، العدد الثاني، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017، ص 3.

<sup>3</sup> مناصرة سميحة، المرجع نفسه، ص 10.

<sup>4</sup> <https://www.un.org/ar/about-us/un-charter/full-text> تاريخ زيارة الموقع 11-01-2023، الساعة 20:56.

<sup>5</sup> جامعة منيسوتا، مكتبة حقوق الإنسان، ميثاق الأمم المتحدة، منشور على الموقع:

<http://hrlibrary.umn.edu/arab/a001.html>، تاريخ زيارة الموقع: 11-01-2023، الساعة: 21:05.

اعترفت بالحريات الأساسية وبحقوق الإنسان التي تدرج ضمن مبادئ القانون الدولي، وترى الأمم المتحدة أن حفظ السلام والأمن الدوليين مرتبطان بحماية حقوق الإنسان<sup>1</sup>، حيث ورد في ديباجة ميثاق الأمم المتحدة " أن شعوب الأمم المتحدة آن لها أن تؤكد من جديد إيمانها بالحقوق الأساسية للإنسان وبكرامة الفرد وبما للرجال والنساء... من حقوق متساوية"<sup>2</sup>، وأكدت المادة الأولى منه على تحقيق التعاون الدولي من أجل حل القضايا الدولية ذات الطابع الإقتصادي والثقافي والإجتماعي والإنساني، وتعزيز احترام حقوق الإنسان والحريات الأساسية دون التفرقة بسبب اللغة أو الجنس أو الدين<sup>3</sup>. وألزم النصوص القانونية المتعلقة بحقوق الإنسان في ميثاق الأمم المتحدة الدول بعدم انتهاك حقوق الإنسان ابتداء من سريان الميثاق<sup>4</sup>.

### 1-2- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان:

الإعلان العالمي لحقوق الإنسان تم اعتماده بموجب قرار الجمعية العامة 217 ألف (د-3) المؤرخ في 10 ديسمبر 1948<sup>5</sup>، أكد على المبدأ الأساسي في المساواة بين الجنسين، أين أقر صراحة على أن " جميع الناس يولدون أحرارا ومتساويين بجميع الحقوق والحريات المذكورة في هذا الإعلان دون تمييز من أي نوع"<sup>6</sup>، وجاء في المادة الثانية منه على أن " لكل إنسان حق التمتع بجميع الحقوق والحريات المذكورة<sup>7</sup>، فالمادة السالفة الذكر أكدت على أن كل إنسان لا بد وأن يتمتع بحقوقه وحرياته التي ذكرها الإعلان دون التفرقة بسبب الجنس أو العنصر أو اللغة أو اللون أو الدين أو الأصل السياسي أو أي رأي آخر. يؤكد الإعلان في مادته 21 على أحقية كل فرد في تسيير الشؤون العامة لبلاده بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بالإختيار الحر

<sup>1</sup> جابر إبراهيم الراوي، حقوق الإنسان وحرياته الأساسية في القانون الدولي والشريعة الإسلامية، ط1، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص 54.

<sup>2</sup> تيسير فتوح حجة، حقوق المرأة في الشريعة الإسلامية والمواثيق الدولية - دراسة مقارنة-، ط1، مركز اعلام حقوق الإنسان والديمقراطية، شمس، رام الله، فلسطين 2009، ص 31.

<sup>3</sup> قادري عبد العزيز، حقوق الانسان في القانون الدولي والعلاقات الدولية " المحتويات والاليات"، دار هومة، الجزائر، 2005، ص 112.

<sup>4</sup> يحيوي نورة بن علي، حماية حقوق الانسان في القانون الدولي والقانون الداخلي، ط3، دار هومة، الجزائر، 2008، ص 21.

<sup>5</sup> الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، مكتبة حقوق الإنسان، جامعة مینوسوتا، منشور على الموقع: <http://hrlibrary.umn.edu/arabic/subdoc.html>، تاريخ الزيارة 2023/01/11، الساعة 21:05.

<sup>6</sup> تيسير فتوح حجة، مرجع سابق ، ص32.

<sup>7</sup> <https://www.un.org/ar/droit-us/universal-declaration-of-human-rights> تاريخ زيارة الموقع: 2023/01/11، الساعة: 21:00.

لممثلين ينوبون عنهم<sup>1</sup>، وأكدت الجزائر عبر المادة 11 من دستور 1963 انضمامها للإعلان العالمي لحقوق الإنسان<sup>2</sup>.

### 3- العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية :

أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة بموجب قرار 2200 ألف (د-21) المؤرخ في 16 ديسمبر 1966، ودخل حيز التنفيذ في 23 مارس 1976، وفقا لأحكام المادة 49<sup>3</sup>. هو معاهدة متعددة الأطراف تلزم أطرافها على احترام الحقوق المدنية والسياسية للأفراد بما تشمله من حق الحياة، حرية التعبير عن الرأي، حرية الدين والمعتقد، الحقوق الانتخابية، حرية التجمع والحق في المحاكمة العادلة، وتكفل جميع الحقوق للأفراد داخل الدولة دون التفرقة بسبب اللون أو الجنس أو العرق أو اللغة أو الدين أو الأصل أو أي سبب من الأسباب، كما أن حق المساواة بين المرأة والرجل أقرها العهد حيث أنه من غير المقبول حرمان المرأة من العمل والتعليم<sup>4</sup>. ولكلا الجنسين الحق في تقلد المناصب العامة في البلاد دون التفرقة بسبب الدين أو اللغة أو الجنس والعرق<sup>5</sup>. تنص المادة 25 منه على أنه من حق كل مواطن أن ينتخب في انتخابات نزيهة تجري بشكل دوري بالإقتراع وعلى قدم المساواة وبالتصويت السري، بحيث تضمن التعبير الحر عن إرادة الناخبين<sup>6</sup>، والمادة 26 منه تقر بضرورة المساواة بين جميع الناس أمام القانون دون تمييز تحت أي مبرر كان<sup>7</sup>. وقعت الدولة الجزائرية على العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية في 12 ديسمبر 1968، واستلمت صك التصديق من طرف الأمم المتحدة في 12 سبتمبر 1989، كما صادقت عليه وتم نشره في سنة 1989<sup>8</sup>، بدأ التطبيق به في الجزائر بتاريخ 12 نوفمبر 1989<sup>9</sup>.

<sup>1</sup> الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، مكتبة حقوق الإنسان، جامعة مينوسوتا، منشور على الموقع:

<http://hrlibrary.umn.edu/arab/b001.html> تاريخ الزيارة 2023/01/11، الساعة 21:05.

<sup>2</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دستور 1963، المركز الوطني للثقافة والصورة والإعلام، 2020، ص 10.

<sup>3</sup> العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، جامعة مينوسوتا، منشور على الموقع:

<http://hrlibrary.umn.edu/arab/b003.html>، تاريخ الزيارة: 2023/01/11، الساعة 21:23.

<sup>4</sup> تيسير فتوح حجة، مرجع سابق، ص 32.

<sup>5</sup> نصيرة بن تركية، مرجع سابق، ص 07.

<sup>6</sup> العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، المرجع نفسه.

<sup>7</sup> محمود الشريف بسبوني وآخرون، حقوق الإنسان " الوثائق العالمية والإقليمية "، ج 1، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1998، ص 87، 88.

<sup>8</sup> مناصرة سميحة، مرجع سابق، ص 12.

<sup>9</sup> المرسوم الرئاسي رقم 67/89، المؤرخ في 16 ماي 1989، يتضمن الإنضمام إلى العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، الجريدة الرسمية رقم 20، الصادره بتاريخ 17 ماي 1989، ص 532.



## 2- الميثاق الصادر عن الإتحاد العربي أو الإفريقي

## 2-1- الميثاق العربي لحقوق الإنسان والشعوب:

الميثاق العربي لحقوق الإنسان (الميثاق الأول) اعتمد ونشر على الملأ بموجب قرار مجلس جامعة الدول العربية 5427 المؤرخ في 15 سبتمبر 1997، ويتألف الميثاق من ديباجة وأربعة أقسام و43 مادة<sup>1</sup>. أقر الميثاق العربي لحقوق الإنسان والشعوب بكرامة الإنسان ووحدته، كما أكد على أن الأمة العربية تؤمن بسيادة القانون وحق الفرد بالعدالة والحرية وكفاءة الفرص، والعمل بمبادئ الأمم المتحدة ضمن القوانين الشرعية الدولية. وفي شأن الحقوق السياسية حسب المادة 19 من هذا الميثاق فالشعب هو مصدر السلطات، والممارسة السياسية مكفولة لكل مواطن دون استثناء، مع ضمان حرية الرأي والتعبير وتولي الوظائف العامة<sup>2</sup>، فتوجب على الدول الأطراف اتخاذ التدابير اللازمة من أجل تجسيد مبدأ المساواة لضمان الوضع القانوني والسياسي للمرأة كونها فردا كامل الأهلية له حقوقه المدنية والسياسية. فالرجل والمرأة متساويان في الواجبات والحقوق حسب ما أقرته حدود الشريعة الإسلامية. وأكدت المادة 24 من هذا الميثاق على أن حرية الممارسة السياسية للأفراد والمشاركة في إدارة الشؤون العامة بصفة مباشرة أو بالإختيار الحر لمن ينوب عنهم، ولكل شخص الحرية في الترشيح أو اختيار ممثليه وفق مبدأ الحرية والنزاهة والمساواة بين المواطنين في تقلد الوظائف العامة على أساس تكافؤ الفرص<sup>3</sup>. وأكد الميثاق أيضا على حرية إنشاء والانضمام إلى الجمعيات مع الآخرين وحرية التجمع والإجتماع بطرق سلمية<sup>4</sup>. انظمت الجزائر لهذا الميثاق بموجب المرسوم الرئاسي رقم 62/6 عام 2006<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> <http://hrlibrary.umn.edu/arab/a003.html>، تاريخ زيارة الموقع 06-05-2023، الساعة 14:37.

<sup>2</sup> الميثاق العربي لحقوق الإنسان، منشور على الموقع: <http://hrlibrary.umn.edu/arab/a003.html> تاريخ زيارة الموقع 06-05-2023، الساعة 14:37.

<sup>3</sup> نوال السعداوي، مرجع سابق، ص 63.

<sup>4</sup> مناصرة سميحة، ص 15.

<sup>5</sup> المرسوم الرئاسي رقم 06-62 المؤرخ في 11 فيفري 2006، يتضمن التصديق على الميثاق العربي المعتمد في تونس 2004، الجريدة الرسمية العدد 8، الصادرة بتاريخ 15 فيفري 2006، ص 3.

## 2-2- الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب

معاهدة دولية لحقوق الإنسان، صاغتها الدول الإفريقية في الدورة العادية رقم 18 للوحدة الإفريقية بكينيا بتاريخ 27 جوان 1981، وصادقت عليها 25 دولة إفريقية، بدأ حيز التنفيذ في 21 أكتوبر<sup>1</sup>. صادقت عليه الجزائر وتم نشره بموجب المرسوم الرئاسي رقم 37/87 المؤرخ في 03 فيفري 1987<sup>2</sup>.

نستشف الحقوق السياسية للمرأة من خلال الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب

أكد الميثاق على ضرورة تمتع الإنسان بحقوقه وتربيته الأساسية وما تشمله من الحقوق السياسية. نلاحظ ذلك من خلال نص المادة الثانية منه " ضروره أن يتمتع كل شخص بالحقوق والحريات المعترف بها والمكفولة في هذا الميثاق دون تمييز" أما المادة 13 فقد أكدت على أنه للمواطنين الحق في المشاركة في إدارة الشؤون العامة ببلدهم بالأسلوب المباشر أو عن طريق من ينوب عنهم، ولهم كل الحق في تقلد الوظائف العامة في الدولة من جهة، ويتوجب على الدولة كفالة حقوق المرأة والقضاء على كل تمييز ضدها، وضمان حقوق الطفل وفق ما نصت عليه الإعلانات والإتفاقيات الدولية.

### 2.1.1.1.3. المواثيق الدولية ذات الطابع الخاص

المواثيق الدولية ذات الطابع الخاص هي تلك الإتفاقيات التي أصدرت بصفة خاصة من أجل حماية الحقوق السياسية للمرأة، ومن أهم هذه الإتفاقيات الإتفاقية الدولية بشأن الحقوق السياسية للمرأة واتفاقية القضاء على جميع اشكال التمييز ضد المرأة CEDAW.

### الإتفاقية الدولية بشأن الحقوق السياسية للمرأة 1952

أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة بالإتفاقية الدولية بشأن الحقوق السياسية للمرأة بموجب قرار 640 (د-7) المؤرخ في 20 ديسمبر 1952، تاريخ بدء النفاذ 7 جويلية 1954، وفقا لأحكام المادة 6، تتكون من 11 مادة، ثلاثة منها جوهرية، وثمانية إجرائية<sup>3</sup>. تعتبر هذه الإتفاقية أول إتفاقية دولية تختص بالحقوق السياسية للمرأة بشكل خاص، استنادا إلى مبادئ الأمم المتحدة من أجل ضمان حق كل الأشخاص في

<sup>1</sup> 1986 ar.m.wikipedia.org ، تاريخ زياره الموقع 10 جانفي 2023، الساعة 23:10.

<sup>2</sup> المرسوم الرئاسي رقم 37-87، المؤرخ في 03 فيفري 1987، يتضمن المصادقة على الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب الموافق عليه في نيروبي سنة 1981، الجريدة الرسمية رقم 06، الصادرة بتاريخ 04 فيفري 1987، ص 194.

<sup>3</sup> نوال السعداوي، مرجع سابق، ص 63.

المشاركة في تسيير شؤون بلادهم بصورة مباشرة أو عن طريق الإختيار الحر للممثلين ينوبون عنهم ومنحهم الحق في المساواة، وإتاحة فرص تقلد الوظائف العامة في الدولة<sup>1</sup>.

ركزت الاتفاقية في ديباجتها على ما جاء في ميثاق الامم المتحدة والإعلان العالمي لحقوق الانسان بتحقيق المساواة بين النساء والرجال في التمتع بالحقوق السياسية وممارستها، أين ركزت المادة الأولى على حق المرأة في التصويت في جميع الإنتخابات بتحقيق شرط المساواة بينها وبين الرجل دون التمييز بينهما. أما المادة الثانية اعترفت بأن للمرأة حق الإنتخاب بالإقتراع العام في جميع الهيئات المنتخبة وفقاً للتشريع الوطني بالمساواة مع الرجل دون تمييز، وفي المادة الثالثة أكدت الإتفاقية على حق المرأة في تولي المناصب وممارسة جميع الوظائف العامة وفقاً للتشريع الوطني مع تحقيق المساواة مع الرجل دون اي تمييز<sup>2</sup>. صادقت الجزائر على الإتفاقية الدولية بشأن الحقوق السياسية للمرأة سنة 2004 بموجب المرسوم الرئاسي رقم 04-126<sup>3</sup>.

## 2- إتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة (CEDAW)

اعتمدها الجمعية العامة للأمم المتحدة الأمريكية في 18 ديسمبر 1979، وتاريخ بدء النفاذ 03 سبتمبر 1981، تضمنت 30 مادة تحوي تدابير ومبادئ معترف بها دولياً في سبيل تحقيق المساواة بين المرأة والرجل في جميع الميادين، وتعتبر هذه الإتفاقية بياناً رسمياً دولياً ينادي على كل أشكال التمييز بين الجنسين<sup>4</sup>، وجاء في الجزء الأول من الإتفاقية تعريف التمييز ضد المرأة حيث نص ذلك في المادة الأولى من الإتفاقية " التمييز ضد المرأة أي تفرقة أو استبعاد أو تقييد يتم على أساس الجنس... " <sup>5</sup>.

<sup>1</sup> الحبيب الحمدوني، حفيفة شقير، حقوق الإنسان للنساء بين الاعتراف الدولي وتحفظات الدول العربية، ط1، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، مصر، 2008، ص 59.

<sup>2</sup> الإتفاقية الدولية بشأن الحقوق السياسية للمرأة، مكتبة حقوق الإنسان، جامعة منيسوتا، منشور على الموقع:

<http://hrlibrary.umn.edu/arab/b023.html> تاريخ زيارة الموقع 11-01-2023، الساعة 21:04

<sup>3</sup> المرسوم الرئاسي رقم 04-126 المؤرخ في 19 أبريل 2004، يتضمن التصديق على الإتفاقية بشأن الحقوق السياسية للمرأة، الجريدة الرسمية، العدد 26، المؤرخ في 25-04-2004.

<sup>4</sup> حمداد صليحة، المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية في المجتمع المحلي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، تخصص علم الاجتماع السياسي، كلية العلوم الإجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران 2، الجزائر، 2016، ص 59.

<sup>5</sup> الأمم المتحدة، إتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، منشور على الموقع:

<https://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/0360793A> تاريخ زيارة الموقع 11/01/2023 الساعة 21:14

أما الجزء الثاني ركز على تأثير التقاليد والثقافات في تقييد حرية المرأة، أين دعت إلى ضرورة الرفع من شأنها والقضاء على النظرة الدونية لها. وطالبت الإتفاقية الدولية بالتصدي لجميع أشكال الإتجار بالمرأة واستغلالها في الإنحلال الخلفي، وأكدت على حق المرأة في التمتع بالمساواة الشاملة في الحياة العامة وفي المجال السياسي، إضافة إلى حقها وطفلها في التمتع بالجنسية دون حرمانها من ذلك.

أما الجزء الثالث من الإتفاقية نص على أهمية تعليم النساء، وعلى الدول الإلتزام بمنحهن حقهن كاملا دون تمييز، كما أكدت الإتفاقية على حق المرأة في المساواة أمام القانون فيما يخص الزواج وقانون الأسرة دون تمييز بينها وبين الرجل، وفي الجزء الخامس شكلت لجنة تتكون من خبراء لمراقبة تنفيذ الدول لبنود هذه الإتفاقية ومدى التزامها بمبادئها.<sup>1</sup>

منحت الحقوق السياسية للمرأة وفق ما تقتضيه بنود اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة سيداو فأصبحت لها الحق في المشاركة في الإنتخابات بالتصويت والإستفتاءات العامة ومنحت لها أهلية الإنتخاب وفق الإقتراع العام، كما لها الحق في المساهمة في صياغة وتنفيذ سياسة الحكومة، وتقلد الوظائف العامة وممارسة كافة المهام العامة على كل المستويات الحكومية، كما أكدت الإتفاقية على حق النساء في المشاركة في شتى الجمعيات والمنظمات غير الحكومية في إطار سياسة البلاد والحياة العامة.<sup>2</sup>

الجزائر من بين الدول التي انضمت لاتفاقية القضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة أين وافقت عليها بموجب الأمر رقم 96-03 المؤرخ في 10 جانفي 1996<sup>3</sup>، وانظمت إليها بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 96-51 المؤرخ في 22 جانفي 1996، وتحفظت على بعض المواد، المادة الثانية الخاصة بالمجالات الدستورية لحظر أنواع التمييز ضد المرأة والمادة التاسعة لفقرة الثانية المرتبطة بالمساواة بين المرأة والرجل بخصوص منح الجنسية للأبناء، أيضا ما يتعلق بالمساواة في الحقوق المدنية والأهلية في المادة 15 وبالمساواة في شؤون الأسرة والعائلة بالمادة السادسة، إضافة إلى ما يتعلق بالتحكيم بين الدول الأفراد في المادة 29. التحفظات التي أبدتها الدولة الجزائرية الجزائرية تتعارض ومبادئ الدين الإسلامي.

تراجعت الجزائر عن بعض التحفظات التي أعلنت عنها سابقا خصوصا في المادة التاسعة الفقرة الثانية المتعلقة بالمساواة بين الأم والأب في منح الجنسية للأبناء، فالتحفظات الواردة على بنود اتفاقية القضاء على

<sup>1</sup> تيسير فتوح حجة، مرجع سابق، ص 32، 33.

<sup>2</sup> نوال السعداوي، مرجع سابق، ص 62.

<sup>3</sup> مباركي ابراهيم، مدى التزام الجزائر باتفاقية سيداو في ظل التحفظ على بعض أحكامها، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 03، المجلد 15، المركز الجامعي البيض، الجزائر، 2022، ص 983.

كافة أشكال التمييز ضد المرأة من قبل بعض الدول الإسلامية والدولة الجزائرية يجردها من محتواها وينقص من أهمية الضمانات التي تكفلها، وقد تم إدراج المساواة من خلال نص المادة السادسة من قانون الجنسية<sup>1</sup>.

### 2.1.1.3. المؤتمرات الدولية والإقليمية التي اهتمت بالحقوق السياسية للمرأة

في نفس الصدد حول قضية المرأة وحقوقها على جميع الأصعدة الثقافية، الإجتماعية، الاقتصادية والسياسية، إضافة إلى مجمل الإتفاقيات الدولية عقدت العديد من المؤتمرات لتحقيق نفس الغرض الذي تناولته بنود المواثيق الدولية.

#### 1.2.1.1.3. مؤتمر ميكسيكو 1975

اعتبرت سنة 1975 عاما دوليا للمرأة، أين حظيت هذه الأخيرة باهتمام كبير من طرف المجتمع الدولي من جانب، ومن جانب آخر الإعراف بدورها الفعال من أجل بناء مجتمع إنساني قواعده السلم والتنمية والمساواة في المجتمع<sup>2</sup>. انعقد مؤتمر ميكسيكو بتاريخ 02 جوان إلى 19 جوان 1975 في ميكسيكو سيتي بالمكسيك، وهو أول مؤتمر دولي للأمم المتحدة يختص فقط بموضوع المرأة<sup>3</sup> وتحسين وضعها في كل المجالات، وماتعلق بحقها في التعليم والأجور واحترام جميع الحقوق الإنسانية لها<sup>4</sup>.

إذن فمؤتمر مكسيكو هو تذكير للمجتمع الدولي بأن مشكلة التمييز ضد المرأة لازال قائما وأصبح يمثل مشكلة كبرى في العديد من دول العالم. وركز المؤتمر على ثلاثة أهداف تتعلق بالسلامة والتنمية والمساواة، تؤكد على ضرورة القضاء على التمييز بين الجنسين، وإدماج المرأة في التنمية ومشاركتها فيها، إضافة إلى تشجيعها في تعزيز السلام العالمي<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> المرسوم الرئاسي رقم 08-426، المؤرخ في 28 ديسمبر سنة 2008، المتضمن رفع تحفظ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية حول المادة تسعة (09) فقرة إثنان (02) من اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة لسنة 1979.

<sup>2</sup> تيسير فتوح حجة، مرجع سابق، ص 34.

<sup>3</sup> وصال نجيب العزاوي، المرأة العربية والتغيير السياسي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2012، ص19.

<sup>4</sup> صليحة حمدا، مرجع سابق، ص 62.

<sup>5</sup> <http://www.un.org/ar/conférences/women/mixico-city1975> تاريخ زيارة الموقع 2023/01/12 الساعة 13:54

### 2.2.1.1.3. مؤتمر كوبنهاجن 1980

عقد المؤتمر تحت شعار المساواة والتنمية والسلام، ومن أهدافه العمل على تحقيق المساواة، الصحة والتعليم<sup>1</sup>، انعقد المؤتمر بالعاصمة الدنماركية عام 1980، شاركت فيه 154 دولة برعاية الأمم المتحدة، ركزت أهدافه على تقييم مدى تطبيق وتنفيذ ما تم الإتفاق عليه سابقا في المؤتمر الأول من السنة الدولية للمرأة، وإبراز المعوقات الرئيسية التي تحد من ممارسة المرأة لحقوقها وتقييم أدوارها التنموية<sup>2</sup>، ومن خلال هذا المؤتمر خصص برنامجا خاصا لصالح المرأة في جنوب إفريقيا، والمرأة الفلسطينية داخل وخارج الأراضي المحتلة، وكذا المرأة المهاجرة واللاجئة. وفي الجلسة الخامسة من الجلسة أقر المؤتمر في الفقرة الخامسة من برنامجه على أن التنمية تتحقق بالإستقرار والسلم وهذا شرط أساسي، ولا بد من القضاء على التمييز ونشر المساواة على جميع المستويات وفي جميع المجالات، وهذا ما يؤدي إلى القضاء على الإستعمار والإمبريالية والسيطرة والقهر والإحتلال الأجنبي، والصهيونية والعنصرية، وبالتالي يتحقق الإحترام الكلي لكرامة الشعوب وحققها في تقرير مصيرها دون وساطة كما تعزز حقوق الإنسان وحياته الأساسية<sup>3</sup>.

### 3.2.1.1.3. مؤتمر نيروبي 1985

انعقد مؤتمر نيروبي عام 1985 بنيروبي ( كينيا ) من أجل متابعة سيرورة وتطور أوضاع المرأة وحقوقها عبر العالم تحت رعاية الأمم المتحدة تطبيقا لما جاء في قرارها رقم 53-136 لعام 1980، من أجل وضع إستراتيجية للنهوض بأوضاع المرأة عبر العالم إلى غاية سنة 2000، من خلال خطة للتصدي لكل أنواع التمييز ضدها وإبراز دورها في المجتمع<sup>4</sup>، ركزت أهداف المؤتمر على مدى تقييم تنفيذ توصيات المؤتمر العالمي مكسيكو سيتي سنة 1979، وطالب المؤتمر بدمج المرأة في جميع جوانب التنمية والبحث عن سبل جديدة من أجل التغلب على العوائق التي تقف أمام تحقيق المطالب الرئيسية له ( المساواة، التنمية والسلام)، وأكدت استراتيجية المؤتمر على الدول الأعضاء العمل على وضع تدابير دستورية وقانونية تكفل بضمان حقوق المرأة والقضاء على جميع أشكال التمييز ضدها، وتفعيل مبدأ المساواة في المشاركة الإجتماعية والسياسية واتخاذ القرار عن طريق اشراكها في الحياة السياسية<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> تيسير فتوح حجة، مرجع سابق، ص 34.

<sup>2</sup> سميحة مناصرية، مرجع سابق، ص 19.

<sup>3</sup> <http://www.palastinapedia.net> م1980.كوبن- للمرأة - العالمي - المؤتمر 01/12/2023 الساعة 14:05

<sup>4</sup> تيسير فتوح حجة، مرجع سابق، ص 34.

<sup>5</sup> المؤتمر العالمي، لاستعراض وتقييم منجزات عقد الامم المتحدة للمرأة 15-26 يوليو 1985، نيروبي، كينيا: <https://www.un.org/ar/conférences/women/Na>

irobi 1985 [www.un.org/ar/conférences/women/Na](http://www.un.org/ar/conférences/women/Na) تاريخ زيارة الموقع 13-01-2023 الساعة 23:04.

### 4.2.1.1.3. مؤتمر فيينا لحقوق الإنسان 1993

انعقد مؤتمر فيينا لحقوق الإنسان بفيينا بالنمسا عام 1993<sup>1</sup>، وورد فيه بأنه لابد من دعم مشاركة المرأة بالمساواة في جميع الشؤون الاقتصادية، الاجتماعية، المدنية والسياسية، وطنيا وإقليميا ودوليا، وأكد على ضرورة القضاء على جميع أشكال التمييز بينها وبين الرجل، كما حث الدول والحكومات على توفير السبل للمرأة من أجل اعتلاء المناصب واتخاذ القرارات<sup>2</sup>.

### 5.2.1.1.3. مؤتمر بيكين 1995

يعتبر مؤتمر بكين أوسع مؤتمر عالمي يهتم بموضوع المرأة<sup>3</sup>، انعقد المؤتمر في بيكين بتاريخ سبتمبر 1995، شاركت فيه 189 دولة منها الجزائر. من أهداف المؤتمر تقييم مدى تطبيق مطالب المؤتمرات السابقة في مجال ترقية المرأة من قبل الدول وتحديد العوائق التي كانت سببا في الحد من التنمية البشرية، حيث ركز المؤتمر على أهم الأشياء التي تؤثر على المرأة وفي مشاركتها في المجتمع، التعليم، الفقر، العناية الصحية، التدريب المهني، العنف، الإقتصاد، النزاعات المسلحة، الآليات المؤسساتية وحقوق الإنسان، صنع القرارات، البيئة و حقوق البنات<sup>4</sup>...

طالبت الدول المشاركة بزيادة حظوظ المرأة في التمثيل السياسي في المجالس المنتخبة بتحديد 30% من مراكز صنع القرار، على أمل توسيع هذه النسبة إلى 50%<sup>5</sup>، وتواصلت النشاطات الدولية حول متابعة مدى تطبيق توصيات مؤتمر بكين، حيث عقدت الجمعية العامة للأمم المتحدة مؤتمر بيكين+5 في سبتمبر سنة 2000، أين طالب بالمساواة بين الجنسين والسلم والتنمية في القرن 21، وأكد على تطبيق توصيات مؤتمر بيكين1995<sup>6</sup>. بشأن الإجراءات والمبادرات الأخرى لتنفيذ منهاج عمل بيكين، 10 جويليه 2000، وفي مارس 2015 عقد مؤتمر بكين+20 عرض حال أعمال الدول في إطار تطبيق أهداف مؤتمر بيكين 1995، وكان من النتائج المتوصل إليها بأن جهود الدول في تحقيق المساواة بين الجنسين كانت ضعيفة

<sup>1</sup> مفوضية الأمم المتحدة، المؤتمر العالمي لحقوق الإنسان، فيينا، 1993، [https://www.ohchr.org/ar/about-](https://www.ohchr.org/ar/about-us/history/vienna-declaration)

us/history/vienna-declaration ، تاريخ زيارة الموقع: 2023-01-13، الساعة 36: 04.

<sup>2</sup> سميحة مناصرية، مرجع سابق، ص 21.

<sup>3</sup> تيسير فتوح حجة، مرجع سابق، ص 34.

<sup>4</sup> الأمم المتحدة، تقرير المؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، بيجين، 4-15 سبتمبر 1995، نيويورك، 1996. على الموقع:

<https://docs.un.org/ar/A/CONF.177/20/Rev.1> تاريخ زيارة الموقع: 2023-01-13، الساعة 36: 20.

<sup>5</sup> United nations, fourth World conférenceon womens action for equality, développement and peace, 04-15 september1995, Beijing, china,<http://www.ur.org/womenvatkch/daw/Beijing/officiel.htm>

<sup>6</sup> منظمة الأمم المتحدة، الجمعية العامة، قرار الجمعية العامة، 32-3 s

ومتفاوتة، هذا ما جعل الدول تتخذ مزيدا من التدابير والاجراءات لبلوغ الأهداف الكاملة بشأن تحقيق حقوق المرأة إلى أبعد مدى.

وردا على الإستبيان بخصوص تنفيذ أهداف مؤتمر بيكين خلال 20 سنة المقدم إلى الدول، قدمت الدولة الجزائرية بموجب مبادئ الدستور الجزائري بأن مبدأ المساواة مكفول بين المواطنين والمواطنات الواجبات والحقوق، مع إزالة كل العوائق التي تحول دون مشاركة الجميع في المجالات الاجتماعية والثقافية والإقتصادية والسياسية، مع ضمان مبدأ المساواة والعدل بين الرجل والمرأة في المجالس المنتخبة<sup>1</sup>، وأوضح التقرير بأن جملة من العوائق تواجه إدماج المرأة في الحياة السياسية وفي مراكز صنع القرار، أهمها مسؤولياتها المتعددة ومنظومة القيم على مستوى الأسرة، وضعف اهتمام التشكيلات الحزبية بإدماجها ضمنها. وتعددت الجزائر باتخاذ التدابير اللازمة من أجل إعادة النظر في قوانين الإنتخابات والقوانين المنظمة للأحزاب السياسية وكيفية تقلدها للمناصب السامية في الدول، والعمل على زيادة التمثيل النسبي للمرأة في المجالس المنتخبة ( نظام الكوطة) مع مواصلة العمل بمبادئ التعهدات الدولية خاصة ما يتعلق بمبادئ اتفاقية القضاء على أشكال التمييز ضد المرأة والميثاق العربي لحقوق الإنسان، مع تعزيز التكوين والتوعية في مجال حقوق الإنسان والمساواة بين الجنسين، وتوضيح صورة المرأة ومدى فاعليتها في مراكز القرار ما دام الدين الإسلامي كرم الإنسان، وقرار الإنصاف والعدالة والمساواة بين المرأة والرجل<sup>2</sup>.

### 6.2.1.1.3. المنتدى الإقليمي للنساء العربيات 2009

انعقد المنتدى الإقليمي للنساء العربيات بالجزائر سنة 2009 تمحور حول محورين أساسيين، الأول يتعلق بتحليل وضعية المرأة العربية في الحياة السياسية بصفة عامة، ومدى تأثير الواقع العربي والوضع الإقتصادي والاجتماعي والسياسي على الدول في عمليات اتخاذ القرارات السياسية.

أما المحور الثاني تمحور حول البحث عن الطرق الفعالة لإشراك المرأة العربية في الشأن السياسي وتجسيد حقوقها السياسية في الأحزاب ومؤسسات الدولة والمجتمع، وأكد المنتدى على مجموعة من الأهداف ركزت على ضرورة تفعيل الآليات الوطنية المؤسسية والقانونية من أجل زيادة المشاركة السياسية للمرأة، وتحسين أدائها من خلال ضمان تمثيلها في المجالس المنتخبة بتخصيص مقاعد تحت نظام الكوطة النسائية

<sup>1</sup> التقرير الوطني للجمهورية الجزائرية، بكين + 15، اعداد الوزارة المنتدبة المكلفة بقضايا الأسرة وقضايا المرأة، arabic.pdf <http://www.un.org/womenatkch/naw/review/réponses/algera->

التقرير الوطني للجمهورية الجزائرية، بكين + 15، اعداد الوزارة المنتدبة المكلفة بقضايا الأسرة وقضايا المرأة<sup>2</sup>، <http://www.un.org/womenatkch/naw/review/réponses/algera-arabic.pdf>



بشكل عادل، مع التأكيد بضرورة فتح المجال أمام النساء في شتى المجالات والقضاء على جميع أشكال التمييز ضدها<sup>1</sup>.

### 2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية ضمن القوانين والتشريعات الوطنية

تعتبر الإتفاقيات الدولية مصدرا للضمانات لحماية الحريات الأساسية وحقوق الإنسان وكذا الحقوق السياسية للمرأة، وبالتالي فالقوانين الداخلية هي ترجمة لما جاء في الإتفاقيات وتفسح مجالا قانونيا خصبا لممارسة الحقوق والحريات ضمن حدودها، وللاستفادة من الضمانات الدولية لابد من مطابقة التشريعات الداخلية مع أحكام الإتفاقيات الدولية المصادق عليها. أبدت الدولة الجزائرية تجاوبها مع الإلتزامات الدولية المرتبطة بالمرأة وحقوقها السياسية، أين صادقت على أغلب الإتفاقيات الدولية والإقليمية في ذات الشأن، إلى جانب مشاركتها في المؤتمرات التي عقدت لنفس الغرض ونلمس نية الدولة الجزائرية في تجسيد الحقوق السياسية للمرأة من خلال دساتيرها المختلفة إضافة إلى قوانين متنوعة من أجل ضمان هذه الحقوق.

#### 1.2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية في الدساتير

"... إن الدستور فوق الجميع، وهو القانون الأساسي الذي يضمن الحقوق والحريات الفردية والجماعية، ويحمي مبدأ حرية اختيار الشعب، ويضفي المشروعية على ممارسة السلطات، ويكرس التداول الديمقراطي عن طريق انتخابات حرة ونزيهة"<sup>2</sup>. الدستور الجزائري هو الإطار القانوني الأعلى في الدولة، وثيقة تعتمدها الجزائر من أجل حماية الحقوق والحريات الفردية والجماعية والمصالح العامة، كما يعمل على تحديد الأشخاص والهيئات في الدولة، وتحديد السياسات العامة وأشكال الحكم والسلطات والعلاقات فيما بينها. ويعتبر ميثاق طرابلس أول وثيقة للنصوص الدستورية والتأسيسية تقرر بالحريات العامة واحترام ممارستها.

#### 1.1.2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية في إطار دستور الجزائر 1963

يعتبر دستور 1963 أول دستور للدولة الجزائرية بعد الإستقلال في إطار الحزب الواحد، حيث أكدت من خلاله التزامها بالقوانين والمبادئ الدولية من خلال المادة 11 من الدستور "الجمهورية الجزائرية تعلن أنها توافق على الإعلان العالمي لحقوق الإنسان"، المادة 12 منه تؤكد على أن "كل المواطنين من الجنسين لهم نفس الحقوق والواجبات"، وأقر دستور الجزائر لسنة 1963 الحقوق الأساسية، حيث نصت المادة 12 منه " لكل المواطنين من الجنسين نفس الحقوق ونفس الواجبات، غير أنه حدد استكمال 19 عاما لممارسة

<sup>1</sup> نصيرة بن تركية، مرجع سابق، ص 24.

<sup>2</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجديدة الرسمية رقم 76، المؤرخة في 8 ديسمبر 1996، ص 8.

حق التصويت، واعتبرت المادة 27 من الدستور "السيادة الوطنية للشعب يمارسها بواسطة ممثلين له في مجلس وطني، ترشحهم جبهة التحرير الوطني، وينتخبون باقتراع عام مباشر وسري لمدة خمسة سنوات"<sup>1</sup>، هذه المادة تبين أنه من حق الشعب اختيار ممثليه في المجلس الوطني من تنظيم جبهة التحرير الوطني عن طريق انتخابات عامة بشكل سري ومباشر لعهدتها انتخابية مدتها خمسة سنوات.

اعترف دستور 1963 للمواطنين بممارسة حقوقهم في حرية الصحافة، حرية وسائل الإعلام الأخرى، حرية تأسيس جمعيات، حرية التعبير ومخاطبة الجمهور وحرية الإجتماع، غير أن ممارسة هذه الحقوق تكون ضمن حدود القانون. فمن خلال نصوصه نجد هناك عدم التمييز بين الجنسين في الحقوق والواجبات السياسية غير أن ضوابط الترشيح متعلقة بتزكية أعضاء جبهه التحرير الوطني آنذاك<sup>2</sup>.

### 2.1.2.1.3 الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية في إطار دستور الجزائر 1976

عمل دستور الجزائر 1976 على إنشاء قواعد واضحة لتحقيق المساواة بين المرأة والرجل في ظل التوجه الإشتراكي، وتعتبر ديباجة الدستور خطابا موجها للجنسين دون استثناء من أجل المشاركة في تسيير الشؤون العامة للدولة. "تقوم دعائم الدولة الجزائرية التي استعادت كامل سيادتها على مشاركة الجماهير الشعبية في تسيير الشؤون العمومية وخوض النزال من إجابة التنمية التي تستهدف خلق القاعدة العامة الإشتراكية"<sup>3</sup>. ويعبر مصطلح الشعب في المادة 05 من الدستور على كلا الجنسين "السيادة الوطنية ملك للشعب الجزائري يمارسها عن طريق الإستفتاء وبواسطة ممثليه المنتخبين"<sup>4</sup>، وتعتبر المادة 39 من ذات الدستور كتوضيح لنص المادة السابقة بضمان الحقوق والواجبات بين الجنسين إلغاء كافة التمييز بينهما "تضمن الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطن، كل المواطنين متساوون في الحقوق والواجبات، يلغى كل تمييز قائم على أحكام مسبقة تتعلق بالجنس أو العرق أو الحرفة"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 8 سبتمبر 1963، الجريدة الرسمية عدد 64، الصادرة بتاريخ 10 سبتمبر 1963، منشور على موقع مجلس الأمة، <http://www.majliselouma.dz/index.php/ar>

<sup>2</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 8 سبتمبر 1963، المرجع نفسه.

<sup>3</sup> دستور الجمهورية الجزائرية، المؤرخ في 22 نوفمبر 1976، الجريدة الرسمية عدد 94، الصادرة في 24 نوفمبر 1976، ص1293.

<sup>4</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 22 نوفمبر 1976، المرجع نفسه، ص 1294.

<sup>5</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 22 نوفمبر 1976، المرجع نفسه، ص 1301.

أما المادة 42 من ذات الدستور فقد عبرت صراحة عن ضمان الدستور للحقوق السياسية، الإقتصادية والثقافية للمرأة الجزائرية، مع ضمان المساواة أمام القانون<sup>1</sup>. نجد أن المساواة مكفولة للجنسين بإزالة جميع العقبات الإقتصادية والإجتماعية والثقافية التي تقف دون تحقيق هذا الهدف، وحق مشاركة المواطنين في التنظيم السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي من خلال المادة 41 " تكفل الدولة المساواة لكل المواطنين، وذلك بإزالة العقبات ذات الطابع الإقتصادي، الإجتماعي والثقافي التي تحد في الواقع من المساواة بين المواطنين وتعوق ازدهار الإنسان وتحول دون المشاركة الفعلية لكل المواطنين في التنظيم السياسي والإقتصادي والاجتماعي والثقافي"<sup>2</sup>.

أما فيما يتعلق بتجسيد نظام المساواة في تقلد الوظائف العامة في الدولة فقد تضمنت المادة 44 من الدستور أن " وظائف الدولة والمؤسسات التابعة لها متاحة لكل المواطنين وهي في متناولهم بالتساوي وبدون أي شرط ما عدا الشروط المتعلقة بالاستحقاق والأهلية<sup>3</sup>، في حين أقر الدستور على أحقية كل المواطنين في التصويت والترشح وهذا من خلال نص المادة 58 من الدستور " يعد كل مواطن تتوفر فيه الشروط القانونية ناخبا وقابلا للإنتخاب عليه"<sup>4</sup>.

من خلال ما سبق يتضح لنا أن دستور 1976 اهتم بالمرأة ، حيث أقر بمساواتها مع الرجل وذلك في:

- تسيير الشؤون العامة للبلاد.
- تقرير حقها في الإنتخاب والترشح.
- ضمان حقوقها السياسية، الإقتصادية، الثقافية والإجتماعية، مع إزالة جميع العقبات التي تقف دون تحقيق هذه الأهداف.

- تحقيق المساواة في تولي الوظائف العامة في الدولة.

غير أن هذه الممارسات للحقوق السياسية تبقى مقيدة في إطار الحزب الواحد بالعمل بمبادئ النظام الإشتراكي وفقا للمادة 55 من الدستور " حرية التعبير والإجتماع مضمونة ولا يمكن التذرع بها لضرب أسس الثورة الإشتراكية"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، المؤرخ في 22 نوفمبر 1976، مرجع سابق، ص 1301.

<sup>2</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، المؤرخ في 22 نوفمبر 1976، المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

<sup>3</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، المؤرخ في 22 نوفمبر 1976، المرجع نفسه، ص 1302.

<sup>4</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، المؤرخ في 22 نوفمبر 1976، المرجع نفسه، ص 1303.

<sup>5</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، المؤرخ في 22 نوفمبر 1976، المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

### 3.1.2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية في إطار دستور 1989.

يعتبر دستور 1989 بداية مرحلة جديدة للديمقراطية، أين تم التخلي عن الإتجاه الإشتراكي وتبني مبادئ الشرعية الدستورية، وإقرار الحقوق والحريات الفردية والجماعية، والمساواة في ذلك، وفتح المجال أمام الممارسة السياسية تحت ظل التعددية الحزبية والسياسية، والفصل بين السلطات والرقابة على دستورية القوانين، وتداول الحكم من اختيار ممثلين عن طريق انتخابات ديمقراطية حرة ونزيهة<sup>1</sup>.

وفي هذا الإطار جاء في ديباجة دستور 1989 " أن الدستور فوق الجميع، القانون الأساسي الذي يضمن الحقوق والحريات الفردية والجماعية، ويحمي مبدأ حرية اختيار الشعب، ويضفي الشرعية على ممارسة السلطات، ويكفل الحماية القانونية، ورقابة عمل السلطات العمومية في مجتمع يسوده الشرعية، ويتحقق فيه تفتح الإنسان بكل أبعاده"<sup>2</sup>.

كانت نية دستور 1989 صريحة بالإعتراف للمرأة بممارسة حقوقها السياسية بكل مظاهرها، يظهر هذا جليا من خلال ديباجته " أن الشعب الجزائري ناضل وبناضل دوما في سبيل الحرية والديمقراطية، ويعتزم أن يبني بهذا الدستور مؤسسات دستورية أساسها مشاركة كل جزائري وجزائرية في تسيير الشؤون العمومية، والقدرة على تحقيق العدالة الإجتماعية والمساواة وضمان الحرية لكل فرد"<sup>3</sup>. وجاء هذا الإقرار عملا بمبدأ المساواة بين المواطنين وممارسة حقوقهم السياسية وفقا لما جاءت به الإتفاقيات الدولية التي صادقت عليها الجزائر.

في دستور 1989 كانت المخاطبة بالشعب الجزائري الذي يقصد به الجنسين معا دون استثناء، واستنادا للفصل الرابع من دستور 1989 تحت عنوان الحقوق والحريات لقد اتضح من خلال مواد مساواة المواطنين في الحريات والواجبات، حيث نصت المادة 28 " كل المواطنين سواسية أمام القانون، ولا يمكن أن يندرج بأي تمييز يعود سببه إلى المولد، أو العرق، أو الجنس، أو الرأي، أو أي شرط أو ظرف آخر، شخصي أو إجتماعي"<sup>4</sup>، ونصت المادة 31 " الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطن مضمونة، وتكون

<sup>1</sup> صالح بلحاج، المؤسسات السياسية والقانون الدستوري في الجزائر " من الإستقلال الى اليوم"، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015، ص 143.

<sup>2</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 23 فبراير 1989، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 89/18 المؤرخ في 22 فبراير سنة 1989، الجريدة الرسمية عدد 9، الصادر في 01 مارس 1989، ص 235.

<sup>3</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 23 فبراير 1989، المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

<sup>4</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 23 فبراير 1989، المرجع نفسه، ص 238.

تراثا مشتركا بين جميع الجزائريين والجزائريات. واجبه أن ينقلوه من جيل إلى جيل كي يحافظوا على سلامته وعدم انتهاك حرمة<sup>1</sup>.

كفل دستور 1989 للمرأة الحق في حرية التعبير وإنشاء الجمعيات، والحق في التصويت والترشح والإستفتاء وتولي الوظائف العامة في الدولة، وهذا ما نستشفه من خلال المواد التالية على الترتيب، المادة 39، 40 " حرية التعبير وإنشاء الجمعيات والإجتماع مضمون " .

أما من خلال المادتين 47 و 48 " لكل مواطن تتوفر فيه الشروط القانونية أن ينتخب وينتخب " و يتساوى جميع المواطنين في تقلد المهام والوظائف في الدولة دون أية شروط أخرى غير الشروط التي يحددها القانون<sup>2</sup>، غير أن الشروط المتطلبة هي شروط موضوعية مرتبطة بالأمن والنظام العام والحفاظ على الوحدة الوطنية والتراب الجزائري، فهي في مضمونها لا تعيق المواطنين في ممارسة حقوقهم وحررياتهم.

#### 4.1.2.1.3 الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية في إطار دستور 1996

يعتبر دستور 1996 نقطة تحول جديدة في الجزائر من أجل تجسيد الديمقراطية من خلال إدراج نصوص جديدة تتلائم ومتطلبات المجتمع ووحده، وتحقيق المساواة بين جميع أطيافه كأساس من أجل بلوغ هدف المواطنة، وجاء ضمن هذا التعديل الدستوري حقوق الإنسان وحرياته الأساسية وأضاف حقوقا جديدة كحرية التجارة والصناعة ( المادة 37 من الدستور 1996)، وإضافة مفهوم جديد إلى النظام الدستوري وهو عدم تحيز الإدارة مع التأكيد على مسؤولية الدولة على أمن الممتلكات والأشخاص، والحق في الكرامة وحرية التعبير وإنشاء الجمعيات والأحزاب السياسية ضمن شروط معينة<sup>3</sup>.

ومن أجل تجسيد الديمقراطية لأبد من ضمان تحقيق مبدأ حقوق الإنسان والمساواة بين كل المواطنين، ولغرض بلوغ هذه الأهداف قد نص دستور 1996 في ديباجته على أن الشعب الجزائري عمل من خلال هذا الدستور على بناء مؤسسات دستورية تعتمد على مشاركة المرأة والرجل في تسيير الشؤون العامة، وتحقيق المساواة والعدالة الإجتماعية وضمان حرية الأفراد<sup>4</sup>، ففي الباب الرابع للحقوق والحرريات من الدستور نصت

<sup>1</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 23 فبراير 1989، مرجع سابق، ص 239.

<sup>2</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 23 فبراير 1989، مرجع سابق، ص 240.

<sup>3</sup> المادة 37، 41، 42 من دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 28 نوفمبر 1996، الجريدة الرسمية رقم 76، الصادرة بتاريخ 8 ديسمبر 1996، ص 11.

<sup>4</sup> مبروكة محرز، الإطار الدستوري والقانوني للحقوق السياسية للمرأة الجزائرية، مجلة العلوم القانونية والسياسية، الجزائر، عدد 17، جانفي 2018، ص 804.

مواده على أن كل المواطنين متساوون دون أي تمييز بأي سبب من الأسباب (المولد، العرق، الجنس، الرأي، أو أي سبب آخر) (المادة 29)، كما أن كل المواطنين والمواطنات متساوون في الحقوق والواجبات وفتح المجال للمشاركة في الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية والإقتصادية (المادة 31) أما من خلال المواد (41، 42، 43) نستشف منها ضمان حقوق المواطن في حرية التعبير وإنشاء الجمعيات والإجتماع وإنشاء الأحزاب السياسية وفق ما يقتضيه نظام البلاد، كما اعترف الدستور على ممارسة الحياة السياسية كالتصويت والترشح وتقلد الوظائف العامة في البلاد (المواد 50، 51)<sup>1</sup>.

من خلال استقرائنا لمضمون المواد الدستورية السابقة الذكر نجدها تثمن وتفتح المجال أمام المساواة بين الجنسين والذي مكن المرأة من الدخول للمجال السياسي والمشاركة فيه، فالحقوق السياسية مكفولة لجميع المواطنين دون أي تمييز بين الجنسين وبأي سبب من الأسباب، فدستور 1996 يكاد يتطابق مع دستور 1989 في نصوصه، فقط يستثنى من ذلك ما يتعلق بالضبط الدستوري لنشاط الأحزاب السياسية الذي يعتبر كنقطة تغيير إيجابية في اتجاه تفعيل المشاركة السياسية للمرأة.

### 5.1.2.1.3 الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية بعد التعديل الدستوري 2008 و2016

يعتبر التعديل الدستوري لسنة 2008 بمثابة الصيغة الصريحة لضمان وترقية الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية، جاء هذا التعديل بمبادرة من رئيس الجمهورية، حيث أدرجت فيه مادة جديدة تضمن ترقية الحقوق السياسية للمرأة بمضاعفة حظوظها في المجالس المنتخبة، ورغبة منه في توطيد مبادئ الدستور في المساواة بين المواطنين والمواطنات في الحقوق والواجبات بتسهيل التفتح في الشخصية وفتح المجال لمشاركة الجميع في الحياة الإقتصادية، الثقافية، الإجتماعية والسياسية<sup>2</sup>. وقد تقرر بموجب المادة 31 مكرر " تعمل الدولة على ترقية الحقوق السياسية للمرأة بتوسيع حظوظ تمثيلها في المجالس المنتخبة "،<sup>3</sup> ولإشارة فالتعديل الدستوري 2008 أعطى فرصة أكبر للعنصر النسوي لخوض غمار المشاركة السياسية والتأكيد على ذلك في الدساتير اللاحقة 2016 و 2020 مروراً بالقانون العضوي رقم 12-03<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 28 نوفمبر 1996، ص 11-13.

<sup>2</sup> مبروكة محرز، مرجع سابق، ص 805.

<sup>3</sup> رأي رقم 08/1 مؤرخ في 07 نوفمبر 2008، المتضمن التعديل الدستوري، مرجع سابق، ص 5.

<sup>4</sup> القانون العضوي رقم 12-03 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق لي 12 يناير سنة 2012، الذي يحدد كيفية توسيع حظوظ تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة، الجريدة الرسمية رقم 01، الصادرة بتاريخ 14 يناير 2012.

كانت الجزائر السبّاقة في دسترة الحقوق الإقتصادية والسياسية والإجتماعية للمرأة، فعمدت عبر العديد من الإصلاحات إلى تغيير أوضاع المرأة وتعزيز مكانتها بفرضها في الميدان السياسي في المجالس المنتخبة على وجه الخصوص، حيث تصدرت الترتيب الأول عربياً و 26 عالمياً في شأن تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة، ناهيك عن تقلدها للعديد من المسؤوليات الإدارية والسياسية والأمنية والقضائية<sup>1</sup>. فالدستور الجزائري يعتبر أن الزيادة في حظوظ المرأة في المجالس المنتخبة هو تطبيق لما جاء في ديباجته - الفقرة الثامنة - التي تؤكد على أن بناء المؤسسات يرتكز على مشاركة جميع المواطنين والمواطنات في تحقيق العدالة الإجتماعية وتسيير الشؤون العامة وحرية الفرد والجماعة والمساواة. فهذه المادة تسهل المشاركة الفعلية للمرأة في الحياة السياسية.

في مشروع التعديل الدستوري أضيفت مادة جديدة 31 مكرر 2 تقر بمبدأ المناصفة بين الرجال والنساء في سوق التشغيل، وبعد تنسيق المواد ومع صدور القانون 16-01 تغيير ترقيم المادة من 31 مكرر إلى المادة 35 والمادة 36 هي الجديدة، حيث تنص على " تعمل الدولة على ترقية التناصف بين الرجال والنساء في سوق التشغيل، تشجع الدولة ترقية المرأة في مناصب المسؤولية في الهيئات والإدارات العمومية وعلى مستوى المؤسسات"<sup>2</sup>

### 6.1.2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية في إطار التعديل الدستوري 2020

منح الدستور الجزائري للمرأة الجزائرية العديد من الحقوق من خلال التعديل الدستوري 2020 كونها فرداً من المجتمع، وباعتبارها فئة مستضعفة تستحق أن يكون لها حماية دستورية خاصة بها، وأولت الدولة الجزائرية إهتماماً كبيراً للمرأة ونص العديد من الحقوق والحريات لكلا الجنسين دون التفريق بينهما، فمن خلال المادة 35 من الدستور فمؤسسات الدولة الجزائرية تضمن المساوات بين كافة المواطنين والمواطنات في الواجبات والحقوق بإزالة العقبات التي تحول دون تفتح شخصية الإنسان والتي تعيق مشاركة الجميع في

<sup>1</sup> معمري نصر الدين، صديقي عبد العزيز، تجربة تمثيل المرأة في البرلمان الجزائري على ضوء نظام " الكوطة "، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، المجلد 03، العدد 02، 2021، ص 201.

<sup>2</sup> دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية رقم 76، المؤرخة في 8 ديسمبر 1996، المعدل ب: القانون رقم 02-03 المؤرخ في 10 ابريل 2002، الجريدة الرسمية رقم 25، المؤرخة في 14 ابريل 2002، القانون رقم 08-19، المؤرخ في 15 نوفمبر 2008، الجريدة الرسمية رقم 63، المؤرخة في 16 نوفمبر 2008، القانون رقم 16-01 في 06 مارس 2016، الجريدة الرسمية رقم 14، المؤرخة في 7 مارس 2016، ص 10.

المجال السياسي والاجتماعي والثقافي والإقتصادي<sup>1</sup>. فالحق في المساواة يضمن الحقوق الأساسية والحريات، فكل المواطنين متساوون أمام القانون كما لهم الحق في حماية متساوية دون التمييز بسبب المولد، أو العرق، أو الجنس، أو الرأي، أو أي ظرف آخر إجتماعي أو شخصية.

المادة 37 من التعديل الدستوري 2020 هو خطاب صريح بعدم التمييز بين المرأة و الرجل في الحقوق والواجبات، وحتى في أشكال الحماية نفسها، فالحق في المساواة يظهر من خلال المساواة في الأعباء العامة والواجبات، المساواة أمام القضاء والمساواة في الحقوق والحريات<sup>2</sup>، وقد خص التعديل الدستوري 2020 في نص المادة 40 بحماية خاصة للمرأة ضد كل أشكال العنف التي تتعرض لها في كل الأماكن التي تتواجد بها سواء بالمنزل أو في الفضاءات العمومية، وحسب الظروف سواء كانت خاصة أو في المجال المهني، كما تضمن الدولة حسب هذه المادة استنفادة المرأة المعنفة من هياكل الإستقلال والتكفل بيها والمساعدة القضائية لها حسب القانون المنظمة لذلك<sup>3</sup>.

وتشترك المرأة في الحماية مع باقي الفئات في مايتعلق بممارسة جميع الحقوق والحريات حسب هذا الدستور ووفقا لما يقتضيه القانون واستمرار الدولة، إلا في حالات إستثنائية منصوص عليها دستوريا حسب المواد من 97 إلى 102<sup>4</sup>. الحقوق السياسية مكفولة للمرأة الجزائرية من خلال نصوص مواد التعديل الدستوري 2020، فحسب المادة 56 " لكل مواطن تتوفر فيه الشروط القانونية الحق في أن ينتخب وأن ينتخب "، المادة 57<sup>5</sup> " حق إنشاء الأحزاب السياسية معترف بها ومضمون"، ودون التفرقة بين الجنسين عند إنشاء الأحزاب السياسية، الإنضمام إليها أو الإنسحاب منها، وهذا تأكيدا على جاء به المشرع الجزائري من خلال المادة 10 من القانون العضوي رقم 12-04<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> مرسوم رئاسي رقم 20-251 مؤرخ في 27 محرم عام 1442 الموافق 15 سبتمبر سنة 2020 ، يتضمن استدعاء الهيئة الإنتخابية للإستفتاء المتعلق بمشروع تعديل الدستور، الجريدة الرسمية، العدد 54، الأربعاء 28 محرم عام 1442 الموافق 16 سبتمبر سنة 2020، ص 12.

<sup>2</sup> أحسن غربي، الحقوق والحماية الدستوري للمرأة في ظل التعديل الدستوري لسنة 2020، مجلة الرستمية، مرجع سابق، ص 41.

<sup>3</sup> مرسوم رئاسي رقم 20-251 مؤرخ في 27 محرم عام 1442 الموافق 15 سبتمبر سنة 2020 ، مرجع سابق، ص 12.

<sup>4</sup> أحسن غربي، المرجع نفسه، ص 51.

<sup>5</sup> مرسوم رئاسي رقم 20-251 مؤرخ في 27 محرم عام 1442 الموافق 15 سبتمبر سنة 2020 ، مرجع سابق، ص 15.

<sup>6</sup> القانون العضوي رقم 12-04، المؤرخ في 18 صفر 1433 هـ والموافق ل 12 يناير 2012، المتعلق بالأحزاب السياسية، الجريدة الرسمية عدد 2، المؤرخة في 15 يناير 2012، ص 11.



### 2.2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية ضمن الإطار القانوني

صدرت العديد من القوانين التي توضح كيفية تجسيد المبادئ الدستورية بخصوص الاعتراف بحق الممارسة السياسية للمرأة الجزائرية، الحق في التصويت والترشح وتولي الوظائف العامة والمساهمة في القرار السياسي، فكانت قوانين الإنتخاب والأحزاب السياسية كفيلة لتطبيق هذه الحقوق.

#### 1.2.2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية ضمن القانون رقم 89-13 يتضمن قانون الانتخابات

لم تكن قوانين الإنتخاب في عهد الحزب الواحد منصفة مع المرأة في ممارسة حقها السياسي، فبقيت العملية محصورة في تركيات أعضاء الحزب، فلم تضمن هذه القوانين حق الترشح لكل المواطنين<sup>1</sup>، نفس الشيء في قوانين التعددية، بالرغم من ما تضمنته المادة 03 من القانون 89-13 والتي تنص على أنه " يعد ناخبا كل جزائري وجزائرية بلغ من العمر 18 سن كاملة يوم الإقتراع، وكان متمتعاً بحقوقه السياسية والمدنية، ولم يوجد في إحدى حالات فقدان الأهلية المحددة في التشريع المعمول به"، وأيضاً ما نصت عليه المادة رقم 07 من نفس القانون " من واجبات كل الجزائريين والجزائريات المتمتعين بحقوقهم المدنية والسياسية والذين لم يسبق لهم التسجيل في قائمة انتخابية... من يطلب تسجيلهم"<sup>2</sup>.

بالرغم من الضمانات التي تضمنها هذا القانون لحماية حق الإنتخاب إلا أنه لم يضمن للمرأة حقها في التصويت، خاصة وأن هذا القانون مكن التصويت بواسطة الدفتر العائلي لأحد الزوجين نيابة عن الآخر، غير أن الممارسة الفعلية أثبتت بأن العملية يقوم بها الزوج فقط، ومن جهة أخرى فالفقرة الثانية من المادة 51 من نفس القانون حصرت التصويت بالوكالة بين درج القراب أو المصاهرة فقط، هذا ما سهل على أفراد العائلة الذكور المقربين بالتصويت للمرأة نيابة عنها، فهذا القانون لم يلغي نظام التصويت بالوكالة وتعداه إلى استبدالها بالتصويت بواسطة الدفتر العائلي لأحد الزوجين (المادة 53)<sup>3</sup>، وهذه هي الطريقة التي اعتادها المجتمع الجزائري ما أدى الى ضعف الممارسة السياسية للمرأة الجزائرية.

#### 2.2.2.1.3. القانون العضوي رقم 97-07 المتعلق بنظام الانتخابات

أصبح للمرأة الجزائرية حق الممارسة السياسية بالمساواة مع الرجل بعد صدور قانون 97-07، وتنص المادة الخامسة على أن " يعد ناخبا كل جزائري وجزائرية بلغ من العمر 18 سنة كاملة يوم الإقتراع وكان متمتعاً بحقوقه المدنية والسياسية، ولم يوجد في إحدى حالات فقدان الأهلية المحددة في التشريع المعمول به"،

<sup>1</sup> مناصرية سميحة، مرجع سابق، ص 33.

<sup>2</sup> القانون رقم 89-13 المؤرخ في 7 اوت 1989، يتضمن قانون الانتخابات، مرجع سابق، ص 848.

<sup>3</sup> القانون رقم 89-13 المؤرخ في 7 اوت 1989، يتضمن قانون الانتخابات، المرجع نفسه، ص 852، 853.

أما التسجيل في القوائم الانتخابية فالمادة الثامنة نصت على أن " التسجيل في القوائم الانتخابية إجباري بالنسبة لكل مواطن ومواطنة تتوفر في كل واحد منهما الشروط القانونية المطلوبة قانونا "، ووجب القانون على كل المواطنين تتوفر فيهم الشروط اللازمة طلب تسجيلهم استنادا لنص المادة التاسعة من نفس القانون<sup>1</sup>، أما بخصوص التصويت فهو شخصي وسري حسب المادة 52<sup>2</sup>، بينما ينحصر التصويت بالوكالة ( المادة 62 ) على الأشخاص المرضى المتواجدين في المستشفيات أو المرضى الذين يتابعون علاجهم بالمنزل أو العجزة، أيضا العمال خارج ولاية إقامتهم، أو الذين هم في سفر دائم، أو العمال الذين يتعذر عليهم مغادرة العمل يوم الإقتراع، وكذا المواطنين المتواجدون مؤقتا خارج الوطن<sup>3</sup>.

### 3.2.2.1.3. القانون العضوي رقم 12-03 يحدد كيفية توسيع حظوظ المرأة في المجالس المنتخبة

بعد التعديل الدستوري لعام 2008 من أجل ترقية الحقوق السياسية للمرأة صدر القانون العضوي رقم 12-03<sup>4</sup> المحدد لكيفيات توسيع حظوظ تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة، والقانون العضوي الخاص بالأحزاب 12-04. من أسباب صدور القانون العضوي 12-03 ضعف المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية في المجالس المنتخبة، لذلك فرض المشرع الجزائري نظام الكوطة النسائية لتقديم قوائم الترشيحات من أحزاب سياسية أو قوائم حرة تتوافق عدد المقاعد المخصصة في الانتخابات المحلية البلدية والولائية، وانتخابات المجلس الشعبي الوطني<sup>5</sup>، يحتوي هذا القانون على ثمانية (08) مواد، ويفرض نسب متفاوتة حسب عدد المقاعد، فالمادة 02 من القانون 12-03 يشترط أن لا يقل عدد العنصر النسوي عن النسب المحددة كما يلي<sup>6</sup>:

<sup>1</sup> الأمر رقم 97-07 المؤرخ في مارس 1997، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، الجريدة الرسمية عدد 12، الصادرة في 6 مارس 1997، ص 3،4.

<sup>2</sup> الأمر رقم 97-07 المؤرخ في مارس 1997، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، المرجع نفسه، ص 9.

<sup>3</sup> الأمر رقم 97-07 المؤرخ في مارس 1997، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، المرجع نفسه، ص 10.

<sup>4</sup> القانون العضوي رقم 12-03، المؤرخ في 12 يناير 2012، الذي يحدد كيفية توسيع حظوظ تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة، الجريدة الرسمية رقم 01، المؤرخة في 14 يناير 2012.

<sup>5</sup> عياشي دليلة، نظام الكوطة والمشاركة السياسية للمرأة في الجزائر، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 05، العدد 02، الجزائر، 2021، ص 279.

<sup>6</sup> القانون العضوي رقم 12-03، المؤرخ في 12 يناير 2012، الذي يحدد كيفية توسيع حظوظ تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة، مرجع سابق، ص 46.

- في انتخابات المجلس الشعبي الوطني لما يكون عدد المقاعد أربعة (04) تكون النسبة 20%، وفي حالة خمسة (05) مقاعد فأكثر فالنسبة 30%، 35% بالنسبة ما يساوي أو يتعدى 14 مقعداً، وفي حالة 32 مقعداً أو أكثر فالنسبة هي 40%، وخصصت 50% ما يتعلق بالمقاعد المخصصة للجالية الوطنية خارج الوطن.

- أما بالنسبة لانتخابات المجالس الشعبية الولائية فكانت النسب على التوالي 30% بالنسبة لعدد المقاعد التي يكون عددها 35، 39، 43 و 47 مقعداً، في حين 35% متعلقة بعدد المقاعد من 51 الى 55 مقعداً.

- أما بالنسبة لانتخابات المجالس الشعبية البلدية فتكون النسبة 30% في المجالس الشعبية البلدية بالبلديات مقر الدوائر والبلديات التي فاق تعداد سكانها 20,000 نسمة، أما المادة 03 من نفس القانون تنص على أنه " توزع المقاعد بين القوائم بحسب عدد الأصوات التي تحصلت عليها كل قائمة، وتخصص النسب المحددة في المادة 02 أعلاه وجوباً للمترشحات حسب ترتيب أسمائهن في القوائم الفائزة " وأكد القانون على أن استخلاف أو المنتخب يكون من نفس الجنس في كل حالات الاستخلاف التي نص عليها القانون العضوي للانتخابات وقانوني البلدية والولاية.

ولضمان تجسيد نظام الكوطة النسائية حسب ما يتوافق والنسب المحددة، فرض المشرع الجزائري ضمانات لحماية هذا الحق بتبيان جنس المترشح عند التصريح بالترشح وفقاً للمادة 04 من القانون العضوي 12-03، مع رفض كل قائمة ترشيحات مخالفة لأحكام المادة 02 المتعلقة بالنسب المخصصة بالنساء حسب المادة 05، وحسب المادة 07 " يمكن للأحزاب السياسية أن تستفيد من مساعدة مالية خاصة من الدول بحسب عدد مرشحاته المنتخبات في المجالس الشعبية البلدية والولائية وفي البرلمان".<sup>1</sup>

ما يلاحظ على هذا القانون فنسب الموزعة متعلقة بمشاركة المرأة في الانتخابات فقط، دون توزيعها على المناصب القيادية في الدولة كالولايات والإدارات العامة والحكومة ومجلس الأمة، ودون الأخذ بمعايير معينة لاختيار النساء، فقط عمل بالشروط العامة الواردة في الدستور وخلق المساواة بين الجنسين.

<sup>1</sup> القانون العضوي رقم 12-03، المؤرخ في 12 يناير 2012، الذي يحدد كيفية توسيع حظوظ تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة، مرجع سابق، ص 47.

### 4.2.2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية في إطار القانون العضوي 12-04 المتعلق بالأحزاب السياسية

في إطار الإصلاحات الجديدة التي جاء بها رئيس الجمهورية أكد على التعددية الحزبية للإرتقاء بالتعددية السياسية، وفي هذا الصدد صدر القانون العضوي 12-04 المتعلق بالأحزاب السياسية، أين أكد عبر المادة 11 منه على التعبير على الرغبة السياسية للشعب في شتى الميادين العامة<sup>1</sup>، واحتوى القانون العضوي الأسس والمبادئ التي يقوم عليها الحزب بشكل مفصل، أين أعطى الحق لكل جزائري وجزائرية في تكوين الأحزاب والانخراط والإنسحاب منها بكل حرية وفق ما نصت عليه المادة 10 " يمكن لكل جزائري وجزائرية بلغ سن الرشد القانوني الانخراط في حزب سياسي واحد من اختياره أو الإنسحاب منه في أي وقت..."، وفي المادة تعبير صحيح على إمكانية إنخراط العنصر النسوي في الحزب السياسي أو الإنسحاب منه مثلها مثل الرجل.

تضمن كل من القانون العضوي المتعلق بنظام الإنتخابات رقم 12-01 والقانون العضوي المتعلق بكيفيات توسيع حظوظ المرأة في المجالس المنتخبة العديد من القيود على حرية الترشح، بمنع بعض الأشخاص الإدارية حسب وظائفهم من الترشح بغض النظر عن جنسهم خلال ممارستهم لوظائفهم ولمدة سنة من توقفهم عن أداء مهامهم الحالية أو التي سبق وأن مارسوا عملهم بها، فهذه القيود تضمن حياد الإدارة في العمليات الانتخابية فقط. أما القيود الواردة في القانون العضوي رقم 12-03 المحدد لكيفيات توسيع حظوظ تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة فهي تتعلق بالأحزاب السياسية، أين يتوجب على هذه الأخيرة أن تنقيد بنص المادة 02 من القانون العضوي 12-03 تحت طائلة رفض القوائم الانتخابية التي تقدمها. ونشير إلى أن الأمر يتعلق بالنسب التي يحددها المشرع الواجب احترامها عند تشكيل القائمة الانتخابية وفقا لعدد المقاعد وحسب الإستحقاق الإنتخابي فيما إذا كان انتخابات محلية أو تشريعية، وفصل القانون العضوي 12-04 دور ومهام الحزب السياسي من خلال المادة 11 أين حدد مجموعة من المهام بما فيها " العمل على تكريس الفعل الديمقراطي والتداول على السلطة وترقية الحقوق السياسية للمرأة..." فهذه المادة أعمق تعبيراً بكل تأكيد على حق المرأة الجزائرية في المشاركة السياسية، وأشمل من المادة 31 مكرر من الدستور الذي حصرت الحقوق السياسية في زيادة حظوظها في المجالات المنتخبة فقط.

<sup>1</sup> القانون العضوي رقم 12-04، المؤرخ في 18 صفر 1433هـ الموافق لـ 12 يناير 2012، المتعلق بالأحزاب السياسية، مرجع سابق، ص 11.

ومن ضمن شروط تأسيس الحزب أن تكون نسبه ممثلة من النساء ضمن الأعضاء المؤسسين ( المادة 17)<sup>1</sup>، إضافة إلى الشروط التي يتوجب توفرها في الأعضاء المؤسسين من الجنسية الجزائرية، والسنة 25 سنة على الأقل، والتمتع بالحقوق المدنية والسياسية، وعدم التعرض إلى حكم قضائي سالب للحرية بسبب جنائية أو جنحة لم يرد فيها رد الإعتبار، وألا يكون الأعضاء قد سلكوا سلوكا ضد مبادئ ثورة نوفمبر 1954 ومثلها ما يتعلق بالأشخاص المولودين قبل شهر يوليو سنة 1942، وألا يكون ضمن الأشخاص الذين أشارت إليهم المادة 05 من نفس القانون<sup>2</sup>. أما بشأن المؤتمر التأسيسي للحزب فالمادة 24 من القانون 4/12 أشارت إلى ضرورة إدراج نسبة من النساء إلى عدد المؤتمرين، أما المادة 35 من نفس القانون فقط أوجبت تواجد نسبة من المناضلات في هيئة المداولة والهيئة التنفيذية للحزب في حين شددت المادة 41 على أن تكون نسبة من النساء ضمن الهيئات القيادية للحزب.<sup>3</sup>

أما ما يتعلق بموارد الحزب فهي تتعلق بالمساعدات المحتملة التي يمكن أن تقدمها الدولة حسب المادة 52 من القانون 12-04 وبأكثر تفصيلا في المادة 58 من نفس القانون " يمكن الحزب السياسي المعتمد أن يستفيد من إعانه مالية من الدولة حسب عدد المقاعد المحصل عليها في البرلمان، وعدد منتخباته في المجالس ".<sup>4</sup>

كل هذه الإشارات إلى العنصر النسوي ضمن مواد القانون العضوي 12-04 هو ترجمة إرادة الدولة الفعلية إلى إشراك المرأة الجزائرية في الحياة السياسية، فهذا القانون حقق زيادة نوعية في مضمون نصوصه للتأكيد على الحقوق السياسية للمرأة وكيفية ممارستها لهذه الحقوق، وعليه يمكننا القول بأن الدولة الجزائرية أخذت توجهها نوعيا في إطار تدعيم المرأة الجزائرية من خلال دعم مشاركتها السياسية ومنح ضمانات قانونية لتدعيم هذه المشاركة، وباشتراط تواجدها في البنية الحزبية، ورفض كل قائمة لا تحترم نظام الكوتا، مع مراعاة إبراز طبيعة الجنس في التصريح بالترشح، وإمكانية منح الدولة لدعم مالي للأحزاب السياسية.

<sup>1</sup> سفيان كانوني، المشاركة السياسية للمرأة في المجالس المنتخبة بين أليات التمكين السياسي وفعالية العضوية، أشغال الندوة الوطنية يوم 2016/03/15، المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية دراسات وأبحاث ، ط1، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2016، ص 390.

<sup>2</sup> القانون العضوي رقم 12-04، المؤرخ في 18 صفر 1433 هـ والموافق لـ 12 يناير 2012، المتعلق بالأحزاب السياسية، مرجع سابق، ص 12.

<sup>3</sup> القانون العضوي رقم 12-04، المؤرخ في 18 صفر 1433 هـ والموافق لـ 12 يناير 2012، المتعلق بالأحزاب السياسية، المرجع نفسه، ص 10.

<sup>4</sup> القانون العضوي رقم 12-04، المؤرخ في 18 صفر 1433 هـ والموافق لـ 12 يناير 2012، المتعلق بالأحزاب السياسية، المرجع نفسه، ص 16.

### 5.2.2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية في إطار القانون العضوي للانتخابات 10-16

دخلت الجزائر مرحلة جديدة من مسار نظامها الانتخابي بعد إلغاء القانون العضوي للانتخابات 12-01 وإصدار قانون عضوي جديد 10-16<sup>1</sup>، تزامنا مع تطورات الفكر السياسي والقانوني، وتجسيده لمبدأ نزاهة العملية الانتخابية وحياد الإدارة، فقد تضمن هذا القانون العديد من الإضافات النوعية من خلال نصوصه لتكريس العديد من الضمانات عبر مختلف مراحل العملية الانتخابية من نزاهة الانتخابات واحترام حقوق الجزائريين والجزائريات كونهم مترشحين أو منتخبين، دون تمييز بين الجنسين<sup>2</sup> من خلال مصطلحات ونصوص تشمل الجنسين، مثل مانصت عليه المادة 03 من القانون 10-16<sup>3</sup>، " يعد ناخبا كل جزائري وجزائرية بلغ من العمر ثماني عشرة (18) كاملة يوم الإقتراع وكان متمتعا بحقوقه المدنية والسياسية، ولم يوجد في إحدى حالات فقدان الأهلية المحددة في التشريع المعمول به " وعبارة " كل مواطن ومواطنة " هذا إشارة إلى حق المرأة في التسجيل في القوائم الانتخابية وتؤكد ذلك المواد 07 و 09 من نفس القانون<sup>4</sup>، أما ما يتعلق بحالات الوكالة ( المادة 53) فقد أضيفت حالة الطلبة الجامعيين الذين يتابعون دراستهم خارج ولايتهم الأصلية إلى جانب الحالات الستة التي ذكرت سابقا في القانون العضوي 12-01 وهذا لتمكين طلب من أداء حقهم الانتخابي بما فيهم الطالبات أيضا<sup>5</sup>، وفيما يخص طرق الإستغلال التي أشار إليها القانون العضوي 12-03 من خلال المادة 06 على أنه يتم استخلاف المترشح أو منتخب من نفس الجنس.

<sup>1</sup> قانون عضوي رقم 10-16، مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437 الموافق ل 25 أغسطس سنة 2016، يتعلق بنظام الانتخابات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 50، الصادرة في 28 اغسطس 2016.

<sup>2</sup> مبروكة محرز، مرجع سابق، ص 821.

<sup>3</sup> قانون عضوي رقم 10-16، مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437 الموافق ل 25 أغسطس سنة 2016، مرجع سابق، ص 10.

<sup>4</sup> قانون عضوي رقم 10-16، مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437 الموافق ل 25 أغسطس سنة 2016، المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

<sup>5</sup> قانون عضوي رقم 10-16، مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437 الموافق ل 25 أغسطس سنة 2016، المرجع نفسه، ص 16.

### 6.2.2.1.3. الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية في ظل القانون العضوي 21-01 المتعلق بنظام الانتخابات

جاء القانون العضوي الجديد<sup>1</sup> مغايرا لنظام الكوطة الذي جاء به القانون العضوي 12-03 الذي يحدد كفاءات توسيع خطوط المرأة في المجالس المنتخبة، وأضاف نقاط جديدة، إلى جانب إدخال هيئة السلطة المستقلة لمتابعة الانتخابات عوضا عن الإدارة، وأهم هذه النقاط تمثلت في:

- النظر في شرط سن الترشح لدى الشباب ورفع نسبة هذه الفئة ضمن القوائم الانتخابية إلى النصف بدل الثلث.
- تشجيع ترشح المرأة في القوائم الانتخابية بالمساواة والمناصفة مع الرجل.
- رفع نسبة ترشح الشباب الجامعي إلى النصف ضمن القوائم الانتخابية لدعم المجالس المنتخبة بالكفاءات وخريجي الجامعات.

جاء هذا القانون من أجل تجسيد مبدأ المساواة بين الجنسين وفتح المجال أمام الشباب وخريجي الجامعات من أجل الترشح ضمن الإسطحقاقات الانتخابية. ففي المادة 176<sup>2</sup> في باب انتخاب أعضاء المجالس الشعبية البلدية والولائية والمجلس الشعبي الوطني ومجلس الأمة، وحسب الفصل الأول منه الخاص بانتخاب أعضاء المجالس الشعبية البلدية والولائية "...يتعين على القوائم المتقدمة للانتخابات، تحت طائلة رفض القائمة، مراعاة مبدأ المناصفة بين النساء و الرجال...". ونفس الشرط بالنسبة للانتخابات التشريعية<sup>3</sup>، غير أنه في الانتخابات البلدية اقتصر شرط المناصفة على البلديات التي يكون عدد سكانها مساويا أو يزيد عن 20000 نسمة.

فالمناصفة يقصد بها المساواة بين عدد الجنسين في القائمة الانتخابية أي أن يكون عدد النساء متساو لعدد الرجال وهذا لتحقيق التمثيل المتساوي بين الجنسين، وقد أضحي موضوع إشراك المرأة في جميع الميادين من أهم الأهداف التي تصبو الدولة الجزائرية إلى تحقيقها، وهذا تلبية لمطالب الموثيق والمؤتمرات

<sup>1</sup> أمر رقم 01-21، مؤرخ في 26 رجب عام 1442 الموافق ل10 مارس 2021، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد17، المؤرخة في 26 رجب عام 1442 الموافق ل10 مارس سنة 2021.

<sup>2</sup> أمر رقم 01-21، مؤرخ في 26 رجب عام 1442 الموافق ل10 مارس 2021، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، مرجع سابق، ص 25.

<sup>3</sup> أمر رقم 01-21، مؤرخ في 26 رجب عام 1442 الموافق ل10 مارس 2021، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، المرجع نفسه، ص 29.

الدولية من أجل حماية حقوق الإنسان والمساواة بين الجنسين وبالتالي تحقيق الديمقراطية التشاركية على كافة الأصعدة.

واستثناء بالعودة إلى الأحكام الإنتقالية تجدر الإشارة إلى أن هذا القانون رخص لقوائم الأحزاب السياسية أو القوائم المستقلة في الدوائر الإنتخابية التي عجزت من تحقيق شرط المناصفة التي أوجبتها المادة 191 تجاوز هذا الشرط، بتقديم طلب إلى السلطة المستقة من أجل منحها ترخيصا بشرط المناصفة قصد قبول هذه القوائم للمشاركة بصفة استثنائية، ويتعلق فقط بانتخابات المجلس الشعبي الوطني التي تلي مباشرة صدور هذا الأمر الذي يتضمن القانون العضوي<sup>1</sup>. وتجدر الإشارة إلى القول أن مبدأ المناصفة جاء تجسيدا لمبدأ المساواة المنصوص عليه في الدستور، والمناصفة هنا تقتصر فقط على الترشيحات دون تحقيقها عند توزيع المقاعد، فالقانون في هذه الحالة منح للمرأة الجزائرية الحماية القانونية بخصوص حقها في الترشح، واحتراما لمبدأ الديمقراطية منح المواطنين حق اختيار مرشحيهم وممثليهم بكل حرية أثناء التنافس الإنتخابي حول المقاعد بنفس فرص النجاح بين المرأة والرجل.

### 3.1.3. سبل الإرتقاء بالوعي السياسي للمرأة

إن مشاركة المرأة في صناعة القرار هي عملية إقتصادية وإجتماعية إلى جانب أنها جزء من عناصر التنمية البشرية بما فيها التكوين النفسي والمعنوي لها، ليعطي صورة عن مدى التقدم الذي حققته المرأة في شتى مجالات الحياة، وولوجها إلى عالم السياسة وإتاحة الفرص أمامها كالإنتخاب والتصويت والترشح، والمطالبة بحقوقها السياسية فضلا عن أهمية تواجدها في إدارة المؤسسات العامة والخاصة، وبالتالي لكي تكون المرأة عنصرا فعالا وإيجابيا في تنمية المجتمع وتحقيق التوازن في المشاركة السياسية بينها وبين الرجل، لا بد من وجود مقومات تدفعها إلى إبراز ذاتيتها ومهاراتها في الحقل السياسي:

#### 1.3.1.3. تشجيع المرأة لتولي المناصب والدعم المادي والمعنوي من قبل الحكومة

لتكوين المهارات السياسية للمرأة ومنحها فرصة المشاركة في صناعة القرار السياسي يتوجب وضعها في مناصب في هياكل الدولة تؤهلها لذلك، كالإسهام في كتابة القوانين والدستور، فضلا عن توسيع المجال أمامها لتولي المناصب القيادية، وتشجيعها على التصويت والترشح وتهيئة الوسط الإجتماعي والثقافي أمامها

<sup>1</sup> أمر رقم 21-01، مؤرخ في 26 رجب عام 1442 الموافق ل10 مارس 2021، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الإنتخابات، مرجع سابق، ص 43.



وإزاحة كل المعوقات التي تحول دون مشاركتها في الحياة العامة والسياسية. و على الحكومة أن تقدم الدعم المادي والمعنوي من خلال توفير مراكز أبحاث ودراسات تهتم بالشؤون السياسية والثقافية والقانونية و الإجتماعية للمرأة ، بالإضافة إلى ترسيخ قيم المساواة والديمقراطية في المجتمع الحالي وإعطائها فرصة تنمية مواهبها ومهاراتها وإنصافها أمام الرجل في ظل القوانين التي تكفل لها حقوقها من أجل المشاركة في التنمية الوطنية<sup>1</sup>.

### 2.3.1.3 دور وسائل الإعلام والاتصال في التعبئة الجماهيرية والسياسية

للمؤسسات الإعلامية دورا كبيرا في تنوير الرأي العام من خلال طرح برامج إعلامية هادفة تعني بالتمكين السياسي للمرأة، بالموازاة مع إستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإطار الإيجابي من أجل إبراز دور المرأة في المجتمع ومدى تحقيق العدل بين الجنسين وتجسيد مطالب حقوق الإنسان. فالإعلام إلى جانب مهامه المعروفة، لابد أن يأخذ حيزا كبيرا في مجال التوعية والتثقيف بحقوق المرأة والإقناع بقضيتها من خلال إعتقاد أساليب متطورة من فنون الاتصال الجماهيري من أجل كسب الرأي العام والمؤيدين لها كعنصر فعال في المجتمع<sup>2</sup>.

### 3.3.1.3 تخصيص حصة ضمن مقاعد المجالس المنتخبة

لتشجيع المرأة على الترشح لابد من أن يكون لها حصة في عضوية المجالس المنتخبة بشكل إلزامي ضمن قوانين منظمة، وهذا يكسبها الرغبة في المشاركة في الشأن السياسي، ومساعدتها للوصول إلى قبة السلطة، وفي نفس الوقت تشجيع العنصر النسوي التقدم للترشح والانتخاب. ويشار إلى أن بعض الدول التي تعاني من التخلف السياسي والإجتماعي والإقتصادي تلجأ إلى نظام الكوتا من أجل الإرتقاء بالوعي السياسي للمرأة وتوسيع حجم مشاركتها في القرارات السياسية وإقناعها بالعمل الإنتخابي، بالإضافة إلى التحفيز وإزالة المعوقات الإقتصادية، الإجتماعية، المؤسساتية والقانونية<sup>3</sup>. لكن في هذا الصدد نرى أن اعتماد الحصة النسائية تقضي على مبدأ المساواة بين المرأة والرجل في الواجبات والحقوق، فضلا عن إضعاف شخصية المرأة في إقناع الناخبين بمهاراتها في الشأن السياسي ومدى أحقيتها بالمقعد في المجالس المنتخبة،

<sup>1</sup> محمد وليد صالح، العلاقات العامة والتمكين السياسي للمرأة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 38 – 39.

<sup>2</sup> محمد وليد صالح، المرجع نفسه ، الصفحة نفسها.

<sup>3</sup> محمد وليد صالح، المرجع نفسه، ص 40.

في هذا الأسلوب السهل للوصول إلى السلطة غالبا ماتفقد طموحها وتضعف طاقاتها وقدراتها في إبراز مكانتها السياسية والاجتماعية المتعلقة بالجهد والعمل الذاتي، إضافة إلى أنه مستقبلا يجرى العنصر النسوي من الحوافز الذاتية من أجل المشاركة السياسية، إضافة إلى أن نظام الكوتا قد لا يأتي بالمرأة ذات الكفاءة المتميزة التي تستطيع على التنافس السياسي والذي تظهر آثاره على مدى فاعليتها في القرارات السياسية.

### 4.3.1.3 دور المجتمع المدني في تشجيع المرأة

ظهر مصطلح المجتمع المدني عام 1945 في الحضارة الغربية الحديثة بمعنى المجتمع الأهلي، حيث تعبر عن مجموعة الناس الذين يقطنون المدن، ويطلق على هذه التسمية العديد من المرادفات كالجمعيات، المنظمات المستقبلية غير ربحية وغير حكومية. فهذه المؤسسات تهتم بجميع مجالات الحياة، لتحقيق أغراضا مختلفة مستقلة عن الدولة وتتطابق أهدافها مع نوع النشاط الذي تؤديه، فمنها الثقافية، الاجتماعية، السياسية والإقتصادية إلى غير ذلك<sup>1</sup>.

للمجتمع المدني دورا فعالا مقترن بالتحولات الديمقراطية في البلدان، فهو يعتبر فضاء للتعبير الحر عن آراء ورغبات الأشخاص، وهناك منظمات تركز على أهمية العنصر النسوي بتشجيع المرأة وزيادة وعيها بأهمية المشاركة الفاعلة والإيجابية في الشأن السياسي، والعمل الدؤوب من أجل بلوغ مواقع السلطة السياسية، وهذا مع توعية المجتمع لدعم المرأة ماديا ومعنويا وإعلاميا خلال ترشحها وتدريبها لتعلم المهارات الإقتصادية والسياسية.

تقوم مؤسسات المجتمع المدني خاصة المتعلقة بالمرأة المهتمة بالمجال السياسي بزيادة نشاطها من أجل التمكين السياسي للمرأة مع التركيز على فتح فرص التعليم أمامها من أجل زيادة المستوى المعرفي والسياسي والثقافي لديها وتنظيم مؤتمرات وندوات ومحاضرات في الإطار السياسي للإرتقاء بوعيها، والدفاع عن حقوقها بالتنسيق مع المنظمات الدولية الخاصة في مجال حقوق المرأة، من أجل التشارك في الأنشطة والإستفادة من الخبرات ونشر قيم المساواة في المجتمع.

### 2.3 المرأة الجزائرية والعمل السياسي

إن تولي المرأة الجزائرية لمناصب قيادية وإشراكها في تسيير الشؤون العامة للبلاد هو توجه ديمقراطي قوامه الحرية، العدالة، المساواة والتجسيد الحقيقي للمواطنة، بحكم أن المرأة لها الدور المهم في تنمية

<sup>1</sup> محمد وليد صالح، مرجع سابق، ص 45

المجتمع. فالمرأة الجزائرية رغم كل الظروف التي مرت بها الجزائر تراوح دورها بين القوة والضعف بحسب الأوضاع الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والثقافية، وبحسب المحفزات والدوافع. فاندماجها في الحياة العامة والسياسية كان قبل الثورة وبعدها وفقا لمتطلبات الظروف والقوانين السائدة.

### 1.2.3. العمل السياسي للمرأة الجزائرية قبل وأثناء ثورة التحرير

كانت المرأة الجزائرية قبل الإحتلال الفرنسي تحتل مكانة لائقة بها كعنصر فعال في الأسرة والمجتمع تحظى بالرعاية والعناية والإحترام، تعتمد على نفسها، ومثيلاتها الكاهنة التي اعتلت عرش الجزائر ( اسمها دها بنت ينفاق التي اشتهرت باسم الكاهنة ) ، فهي كانت على قدر كبير من الجاه والشجاعة، معروفة ببطولاتها وحنكتها، فهذه القاعدة هي مثال عن المرأة الجزائرية في القديم التي كانت تمارس مهامها على مستوى الأسرة والمجتمع<sup>1</sup>.

#### 1.1.2.3. العمل السياسي للمرأة الجزائرية قبل ثورة التحرير

منذ دخول الإستعمار الفرنسي انخرطت المرأة في العديد من الأعمال السياسية وعبرت عن رفضها بشدة بشتى السبل، وخير دليل على ذلك بطولات " لالة فاطمة نسومر " بجمال جرجرة بمنطقه القبائل أين كانت في مقدمة جيوش كبيرة ضد الغزاة، وهي زعيمة لقبيلة " إيليثي "، وقادت ثورة ضخمة إلى جانب الثوار عام 1857، وحاول المستعمر إضعاف قوتها لكن دون جدوى، وهكذا توالى انتصاراتها مما دفع بالحاكم العام " راندون " مواجهتها بنفسه، واشتدت المعارك بمنطقة " أربعاء بني إيراثن " عام 1857، وقضى على حركة لالة فاطمة نسومر في نفس السنة<sup>2</sup>.

فما دفع المرأة الجزائرية للإنخراط في العمل السياسي خلال هذه الفترة هو التحلي بروح المواطنة ومناهضة السياسة الإستيطانية للمستعمر، وأما ارتداء "الملاية" - وهو اسم للحايك الأسود عوضا عن الحايك الأبيض - إلا تعبيراً عن حزن المرأة القسنطينية عقب سقوط مدينة قسنطينة بقيادة أحمد باي، وهذا لمعارضة التواجد الإستعماري بالبلاد<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> أنيسة بركات درار، نضال المرأة الجزائرية خلال الثورة التحريرية، الجزائر، 1985، ص 11.

<sup>2</sup> أنيس بركات درار، المرجع نفسه، ص 13.

<sup>3</sup> سامية بادي، المرأة والمشاركة السياسية، التصويت والعمل الحزبي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة، الجزائر، 2005، ص 102.

المرأة الجزائرية كانت ولا زالت إلى جانب الرجل في مجابهة مصاعب الحياة في الأرياف والمدن، إلى جانب ممارسة حياتها العادية في الأسرة، وتمتهن الحرف والأعمال الشاقة وتشارك في الحروب والزراعة، فأصبحت الأمور لديها عادية مثلها مثل الرجل، ومما لا شك فيه حاول المستعمر ضرب الهوية الوطنية والشريعة الإسلامية بتغذية الخرافات والبدع والدعوة إلى الحياة الأوروبية. وخشية تقادم الأوضاع الاجتماعية عمدت العائلات الجزائرية إلى منع اختلاط النساء الجزائريات بالمرأة الأوروبية تجنباً للتقليد الأعمى، وهذا انعكس سلباً عليهن وأصبحن يعانين من الإنغلاق والتخلف والحرمان<sup>1</sup>، لكن فيما بعد وأمام تردي الأوضاع ظهرت الحركات الوطنية القومية أهمها جمعية العلماء المسلمين التي تنادي بضرورة رفع المستوى الثقافي والفكري للمرأة بتعليمها.

فخلال المرحلة ما بين 1945، 1954 ساهمت المرأة في العمل السياسي وشاركت في الحركة الإصلاحية والمنظمات الوطنية، فخرجت إلى جانب الرجل في المظاهرات وساعدت المنكوبين والمسجونين في المعتقلات، فكان لها دورا كبيرا وبارزا في التخطيط للثورة والتعبئة السياسية، وخير دليل مشاركة بعض المناضلات للإجتتماع الذي عقد بالجزائر العاصمة في سينما " دنيا زاد " من تنظيم اللجنة الإنشائية لتأسيس الجبهة للدفاع عن الحرية واحترامها بتاريخ 05 أوت 1951، وأنشأت منظمة النساء الجزائريات عام 1947 من قبل المعلمات والطالبات<sup>2</sup>، وكانت المرأة خلال هذه الفترة منخرطة في أحزاب بالتنسيق مع الأوروبيات في جمعيات نسائية كالإتحاد الفرنسي الإسلامي لنساء الجزائر الذي تأسس عام 1937، أين انخرطت 36 امرأة واهتم بالقضايا التي تعني بالمرأة مباشرة كالصحة، النظافة والمجتمع<sup>3</sup>.

وأشرف الحزب الشيوعي الجزائري على منظمة يطلق عليها " اتحاد النساء الجزائريات " غير أن هذه الأخيرة لم تلق إقبالا كبيرا كونها تظم أغلب عناصرها نساء فرنسيات. ومن أهداف المنظمة دعوة المرأة الجزائرية للتضامن مع الفرنسيات تحت شعار العدالة والمساواة بين نساء العالم<sup>4</sup>. كما أنشأت المرأة الجزائرية "جمعية النساء المسلمات الجزائريات" التي انبثقت من الحركة من أجل انتصار الحريات<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> فاطمة بودهم، المشاركة السياسية في التربية الديمقراطية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2006، ص 144.

<sup>2</sup> أنيسة بركات درار، مرجع سابق، ص 22.

<sup>3</sup> ساميه بادي، مرجع سابق، ص 108.

<sup>4</sup> دكار فريدة، الوضعية الاجتماعية للمرأة في الجزائر وانعكاساتها على المشاركة السياسية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإجتماعية، جامعة الجزائر 2، الجزائر، 2009، 2010، ص 144.

<sup>5</sup> عبد القادر علال، المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية بين المحفزات والمعوقات، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد الرابع، العدد الثاني، الأغواط، الجزائر، 2 جوان 2018، ص 257 - 258.

كان الهدف من هذه المنظمة زيادة وعي المرأة الجزائرية من أجل الإستقلال بتنظيمهن وحجزهن للعمل السياسي. فاهتمام المرأة الجزائرية بإنشاء المنظمات والإنخراط في الأحزاب ما هو إلا تعبير إرادي عن شعورها بالمواطنة الحقيقية، فمشاركتها في العمل السياسي بكل مظاهره دلالة على معارضتها للتواجد الإستعماري، فمطالبها لا تتطابق مع مطالب الحركات النسوية العالمية التي تنادي بالحرية والتحرر الذاتي، وإنما اهتمامها ينحصر ضمن المطالب العام للشعب الجزائري.

### 2.1.2.3. العمل السياسي للمرأة الجزائرية اثناء ثورة التحرير

تعتبر الثورة التحريرية الجزائرية 1954 بمثابة منعرج هام للمرأة الجزائرية، فبدأت مشاركتها السياسية مع بدايات عام 1955 استجابة لنداءات قادة الثورة<sup>1</sup>، وقسمت مهامها بين المرأة المناضلة والفدائية والمسبلة، وأجمع المؤرخون الذين كان لهم إسهام في كتاباتهم عن الثورة الجزائرية بأنها برهنت بشجاعة خلال هذه الثورة وكان لها مساهمة كبرى في تحقيق الإستقلال<sup>2</sup>. ففي بداية الثورة رغم قلة عدد النساء التي انضممن للجهد لكن كان هذا تشجيعا للأخريات من أجل الإنضمام أيضا، فتوسعت دائرة المهام المخولة لهن<sup>3</sup>.

فعلى المستوى الداخلي أسندت إلى المرأة الجزائرية مهام خطيرة ومتنوعة خلال الفترة الممتدة بين 1956 و 1962 بين حمل الأسلحة والقنابل من المعسكرات إلى وسط المدينة، والقيام بعمليات فدائية، نقل المعلومات والرسائل وجمع أموال التبرعات، كما استخدمت المرأة لنصب الكمائن للعدو الفرنسي كطعم له حيث يتم اقتياد الجنود خارج المدينة من أجل مساعده الثوار للقضاء عليهم، والتحققت النساء مباشرة بالجبال كمرضات وطباخات وكاتبات وغير ذلك من الأعمال الأخرى لمساندة الثورة<sup>4</sup>، فقبل انضمامهن في الجيش يرسلن في البداية إلى التدريب باتجاه القواعد الخلفية التونسية والمغربية وهناك يتمرن على العمل العسكري، الطبي والسياسي لعدة أشهر، ثم يرسلن إلى داخل الجزائر للعمل في مختلف مناطق البلاد أين تم تعيينهن المناطق التي يتعين فيها.

شاركت المرأة الجزائرية من كل مناطق البلاد تمارس المهام المختلفة والشاقة من المشي في الجبال وعلاج المرضى وإسعاف الجرحى داخل الكهوف والمغارات. والمجاهدات الريفيات كانت مهامهن الأساسية

<sup>1</sup> عبد القادر علال، مرجع سابق، ص 258.

<sup>2</sup> Daniel Djamila Amrane, *femme au combat: la gerre d'algerie (1954-1962)* préface mandouze, ed Rahma, Algérie, 1993, p 249.

<sup>3</sup> حمداد صحية، مرجع سابق، ص 76.

<sup>4</sup> بلحسن بالي، المرأة الجزائرية خلال حرب التحرير 1954 - 1962، ترجمة: صاري علي حكمت، دط، حقوق النشر محفوظة لمنشورات ثالة، الجزائر، 2014، ص 10.

إيواء المجاهدين وإطعامهم فينتقلن مسافات طويلة لشراء مستلزمات الوجبات اليومية لهم، فبالرغم من صعوبة المهمة أين كن يتعرضن للتعذيب والإعتقال غير أنهن يلتزمن الصمت وحفظ الأسرار، من أمثالهن: غمرية حليمة، بن عبدالله سعديّة، قماس عائشة ولونيس العمري<sup>1</sup>.

أما على المستوى الخارجي فاتخذت مشاركة المرأة أشكالاً أخرى لإسماع صوت الثورة على المستوى الدولي، وفي نفس الوقت تدعيم المجاهدين في الداخل، فكانت كمشاركة في الكفاح المسلح الذي نظّمته الفيدرالية الفرنسية، أين كانت النساء يعملن على جمع المال والأدوية لغرض إرسالها إلى الثوار في الجزائر، كما كونت المرأة خلايا لتوعية النساء والمشاركة في العديد من التظاهرات مثل مظاهرات 17 أكتوبر 1961<sup>2</sup>.

وهناك فئة أخرى من المجاهدات، يبعثن من قبل القيادة العليا للولاية للقيام بدور المحافظة السياسية للإطلاع على الوضع الاجتماعي والسياسي في المنطقة ومراقبة الجنديات، مع إلقاء دروسا في النضال على المنظمات النسائية، ومراقبة كل أنحاء المنطقة حول الأوضاع السائدة، تدوم المنظمة عدة أشهر وبعدها تغادر باتجاه القاعدة التي جاءت منها لتقديم التقارير إلى المسؤولين عنها، وفي المدن انقسم دور المرأة إلى، الفدائية، المناضلة والمسبلة، الفدائية لاترتدي الزي العسكري فأغلبهن من طالبات إضراب الطلبة 1956، تنطوي مهامهن بتدمير مراكز العدو والهجوم على مراكز محافظ الشرطة، والثكنات والحرس والدرك والملاهي والسينيما والمقاهي، ومثل تلك المجاهدات نذكر: وهيبة قبائلي، وريدة مداد، فضيلة سعدان، مريم بوعتورة، حسبية بن بوعلي، عويشة حاج سليمان، جميلة بوخيرد، جميلة بوغرة وجميلة بوباشا<sup>3</sup>.

أما المرأة المناضلة في جبهة التحرير فدورها يتعلق بتنظيم النساء في المدينة، وتشكيل نظام سياسي مكون من النساء يتفرع إلى أفواج وأقسام وخلايا مهامها توعية وتعبئة الجماهير، وتوجيه وإيصال أوامر القيادة عن طريق توزيع المانشير، كما تقوم بجمع التبرعات والإعانات والإشراكات وجمع الأخبار والمعلومات الضرورية. وقد انتشر أيضا هذا التنظيم النسائي خارج الجزائر في تونس والمغرب وحتى في أوروبا بمساعدة اللاجئات والمهاجرات. أما المرأة المسبلة من مهامها حراسة المجاهدين أثناء تنفيذ عملياتهم داخل المنظمة وإخفاء الفدائيين بعد الإنتهاء من إنجاز مهامهم، كما تقوم بحمل الوثائق الهامة، وشراء اللوازم

<sup>1</sup> بلحسن بالي، مرجع سابق، ص 17.

<sup>2</sup> ساميه بادي، مرجع سابق، ص 108.

<sup>3</sup> أنيسة بركات درار، مرجع سابق، ص 36-52.

والأدوية للمجاهدين<sup>1</sup>، والجدير بالذكر أن أعمار النساء المشاركات في الثورة تراوحت ما بين العشرين والثلاثين سنة<sup>2</sup>.

والنساء الأوروبيات أيضا انضممن إلى الثورة مع صفوف جبهة التحرير الوطني، فكان هذا دافعا قويا للقيام بمهامهن في الدعاية والإتصال، فأغلبهن لهن تكويننا سياسيا خاصة في النقابية والمسيحية وفي صفوف الحزب الشيوعي، فهن من أصول مختلفة، ونذكر على سبيل المثال<sup>3</sup>: جاكلين شكروم Jacqueline Cheakroum، «ران رافيني» Reine Raffini.

قامت المرأة المجاهدة أثناء ثورة التحرير بمهامها على أكمل وجه سواء كانت مسبلة، فدائية أو مناضلة، فصمدت بمسؤولياتها في شتى الميادين، كافحت ضد المستعمر في المدن والقرى والجبال، فنضالها كان بالأسلوب المباشر من خلال جمع التبرعات، وعلاج المرضى، إنشاء تنظيمات سياسية، مساعدة المجاهدين وكان النصر حليفها. بعدما تحملت عناء التعذيب والمعاناة في المعتقلات والسجون، فإيمانها بالوطنية وقوة شخصيتها استشهدت في ميدان الشرف واحتلت مكانة بارزة ضمن الشهداء، وخير دليل المناضلة بوباشا جميلة التي اعتقلت سنة 1959 بتهمة وضع قنبلة في الجامعة، أثار اعتقالها ضجة كبيرة بين المثقفين، وأطلق سراحها عام 1962<sup>4</sup>.

أما النضال غير المباشر كان من خلال إثبات قوة شخصيتها وموقفها الإيجابي ضد الإستعمار والدفاع على هويتها الإسلامية ومقوماتها فتمسكت بمبادئها وقاومت العدو.

### 2.2.3. المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية بعد الاستقلال

برزت قدرات وإمكانيات المرأة الجزائرية خلال نضالها في الثورة التحريرية، خاصة مساهمتها الفعالة في استرجاع السيادة الوطنية، وبعد الإستقلال كان لها حظ في التواجد في مراكز صنع القرار والمؤسسات التمثيلية، مؤسسات المجتمع المدني والأحزاب السياسية.

<sup>1</sup> أنيسة بركات ضرار، مرجع سابق، ص 57.

<sup>2</sup> Bellahcene Bali, la femme algeriennedans le combat libérateur, Algérie, 1954-1962, édition thala, Alger, 2013, p13.

<sup>3</sup> بلحسن بالي، مرجع سابق، ص 25.

<sup>4</sup> Bellahcene Bali, op.cit, p 58.

### 1.2.2.3. تواجد المرأة الجزائرية في المجالس المنتخبة

عملا بمبادئ الميثاق والإتفاقيات الدولية والقوانين الداخلية التي أقرتها الدولة أصبح للمرأة الجزائرية ضمانات تحمي حقوقها من أجل المشاركة في الميدان السياسي، خاصة وأن النظام السياسي الجزائري اتخذ نهجا تنمويا حديثا بعد الإستقلال وكان من أهدافه ترقية حقوق المرأة والمساواة بينها وبين الرجل. فقد تعزز وجودها في شتى المجالات ومختلف الأنشطة. فبعد الإستقلال بلغت مشاركة المرأة الجزائرية في أول مجلس تأسيسي سنة 1962 (10) نساء نواب من مجموع 146 نائبا بنسبة 5%. ورغم أن هذه النسبة ضئيلة غير أنها مقبولة مقارنة بالواقع الإجتماعي والإقتصادي في تلك المرحلة والذي انعكس مباشرة على أدوار المرأة وتقلص العدد إلى مقعدين في المجلس الوطني عام 1963<sup>1</sup>، وارتفعت النسبة بعد ذلك إلى 3.45% عام 1977 بمعدل 10 نواب ضمن 261 نائبا هذه تأكيد على أن النظام السياسي خلال تلك الفترة كان من ضمن أهدافه إدماج المرأة في السياسة التنموية التي انتهجتها الدولة تحت النظام الإشتراكي<sup>2</sup>، وتراجعت النسبة عام 1982 إلى 281 نائبا حيث سجلت 1,40% في مجموعها 4 نواب نساء أما في عام 1987 بلغت النسبة 2,35% أي 7 نواب نساء من أصل 295 نائبا في المجلس الشعبي الوطني.

أما توزيع النساء النواب بعد التعددية الحزبية كانت كما يلي<sup>3</sup>:

- 06 نواب نساء بنسبة 10% من ضمن 60 نائبا في انتخابات المجلس الوطني الإستشاري (1969-1994).
- 12 امرأة مايعادل 6.70% من ضمن 178 نائبا في انتخابات المجلس الوطني الإنتقالي (1994-1997).
- 11 امرأة مايعادل 2.90% من ضمن 380 نائبا في إنتخابات المجلس الشعبي الوطني (1997-2002).

<sup>1</sup> بلقاسم بن زنين، المرأة الجزائرية والتغيير، دراسة حول دور وأداء السياسات العمومية، إنسانيات، عدد مزدوج 57 - 58، الجزائر، جويلية - ديسمبر 2012، ص 27.

<sup>2</sup> قوي بوحنية وآخرون، المشاركة السياسية للمرأة في الدول المغاربية، - دراسة حالة الجزائر، تونس، المغرب -، الديمقراطية التشاركية في ظل الإصلاحات السياسية والإدارية في الدول المغاربية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 233.

<sup>3</sup> معمري نصر الدين، صديقي عبد العزيز، مرجع سابق، ص 205.



- 24 امرأة مانسبته 6.15% من ضمن 389 نائبا في إنتخابات المجلس الشعبي الوطني (2002-2007).

- 31 امرأة مايعادل 7.07% من ضمن 389 نائبا في انتخابات (2007-2012).

- 145 امرأة مانسبته 31.83% من ضمن 442 نائبا في إنتخابات (2012-2017).

- 120 امرأة بتيمثل 26% من مجموع 426 نائبا في إنتخابات (2017-2021).

- في الإنتخابات التشريعية 2021 فتحصل العنصر النسوي على 33 مقعدا بنسبة 8.10%<sup>1</sup>.

أما في ما يخص عدد المقاعد التي تحصلت عليها المرأة الجزائرية بموجب انتخاب ثلثي أعضاء مجلس الأمة هو 3 مقاعد، مايمثل نسبة 3.25% من مجموع 98 مقعدا عام 1997، وعدد مقاعد النساء المعينات من مجموع 48 مقعدا هو 05 مقاعد مايعادل 10.41%. في إنتخابات التجديد النصفى للأعضاء لسنة 2000 لم تحصل ولا امرأة على مقعد من ضمن 48 مقعدا، بينما تم تعيين 03 نساء مايمثل 12.25% من مجموع 24 مقعدا. أما في إنتخابات التجديد النصفى لأعضاء مجلس الأمة لعام 2003 فلم تحصل ولا امرأة على مقعد من ضمن 45 مقعدا، فيما تحصل العنصر النسوي على مقعدين مايقابل نسبة 9.09% من مجموع 22 مقعدا خلال عملية التجديد النصفى للأعضاء المعينين. وفي عهدة مجلس الأمة للفترة ما بين 2004 و 2007 فقدت عدد مقاعد النساء ب 04 مقاعد 6.9% من ضمن 144 مقعدا عينهن رئيس الجمهورية ضمن تشكيلة ثلث أعضاء المجلس.<sup>2</sup>

أما عن التمثيل السياسي للمرأة في المجالس المحلية فقد شهد تطورا متزايدا منذ 1997 أين ترشحت 1281 امرأة لانتخابات المجالس الشعبية البلدية، وفاز العنصر النسوي ب75 مقعدا فقط ما يعادل (05.85%)، وعدد المترشحات للمجالس الولائية بلغ عددهن 905 امرأة لعضوية المجالس الولائية تحصلن على 62 مقعدا، أما في انتخابات 2002 ترشحت 3679 امرأة للمجالس الشعبية البلدية و905 امرأة للمجالس الشعبية الولائية فازت منهن ما يعادل (04.20%)<sup>3</sup>، وزاد عدد المترشحات إلى عدة مرات في الإنتخابات المحلية التي أجريت في السنوات اللاحقة، خاصة مع إصدار القانون العضوي 03/12 الذي رفع

<sup>1</sup> إعلان رقم 01/01م.د/21 مؤرخ في 23 يونيو 2021، يتضمن النتائج النهائية لانتخاب أعضاء المجلس الشعبي الوطني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 51، المؤرخة في 29 يونيو 2021، الموافق ل 18 ذو القعدة 1442، ص07.

<sup>2</sup> معمري نصر الدين، صديقي عبد العزيز، مرجع سابق، ص 206.

<sup>3</sup> جمال ولد عباس، " النوع الإجتماعي والتحول الديمقراطي في الجزائر"، ورقة عمل مقدمة في ورشة العمل الإقليمية حول النوع الإجتماعي والتحول الديمقراطي في الوطن العربي، المركز الإقليمي للأمن الإنساني يومي 11 و 13 مارس، عمان، الأردن، 2002، ص 10.

من حظوظ المشاركة السياسية للمرأة في المجالس المنتخبة، وقانون المناصفة ضمن الأمر رقم 21-01 في مادته 176/2 ومراعاة مبدأ المناصفة بين النساء والرجال، مما زاد من عدد مقاعد العنصر النسوي في المجالس المحلية. ففي الإنتخابات المحلية لسنة 2017 كانت حصة النساء من المقاعد 29,69% بالنسبة للمحليات الولائية، و16,65% بالمجالس الشعبية البلدية<sup>1</sup>.

### 2.2.2.3. تقلد المرأة الجزائرية لمناصب في مراكز صنع القرار والوظائف العامة

من أهم مظاهر المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية هي تقلدها لمناصب قيادية في مراكز صنع القرار في الدولة من أجل تسيير الشؤون العامة للبلاد وصنع القرارات السياسية واستنادا إلى التشكيلات المختلفة للحكومة الجزائرية خلال فترات الزمنية، نجد ضعف التواجد النسبي للمرأة ضمن هذه التشكيلات.

وتعتبر " زهور ونيسي " أول امرأة جزائرية تنصب في الحكومة الجزائرية، ففي البداية كانت كاتبة الدولة للشؤون الإجتماعية عام 1982 في حكومة عبد الغني الثالثة<sup>2</sup>، وعينت وزيرة للحماية الإجتماعية سنة 1984 في حكومة الإبراهيمي الأولى<sup>3</sup>، والملاحظ أن النساء اللاتي عين كوزيرات ووزيرات مندوبات اتجهن إلى الوزارات ذات الطابع الثقافي والإجتماعي. في سنة 2021 عينت أربعة وزيرات في الحكومة، ومنصب والي بسكيكدة<sup>4</sup>.

ساهمت المرأة الجزائرية في إدارة ومسيرة الأوضاع الأمنية خلال الأزمة الأمنية التي مرت بها الجزائر، واستدعيت لشغل مناصب متنوعة في وزارات مختلفة، حيث استدعيت السيدة أنيسة بن عامر وتعيينها في وزارة العمل والتكوين المهني، وكلفت أيضا ليلي عسلاوي بالشؤون القانونية والإدارية، والسيدة بوشامة فتوح كلفت بالشبيبة والرياضة<sup>5</sup>. وشغلت المرأة مناصب سامية وعينت في المصالح الدبلوماسية بوزارة الخارجية أو

<sup>1</sup> التقرير الوطني لتنفيذ منهاج بكين بعد 25 سنة، - بكين +25-، الجزائر، 2019، ص 6.

<sup>2</sup> مرسوم رقم 82 - 17، مؤرخ في 16 ربيع الأول عام 1402، الموافق ل 12 يناير سنة 1982، يتضمن تشكيلة الحكومة، الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 82، 12 يناير 1982، ص 105.

<sup>3</sup> مرسوم رقم 84 - 12، مؤرخ في 19 ربيع الثاني 1404، الموافق ل 12 يناير، سنة 1984، يتضمن تنظيم وتشكيل الحكومة، ص 100.

<sup>4</sup> Maghrbvoices.com/algeria/2022/03/08/ تاريخ زيارة الموقع 06 جوان 2023.

<sup>5</sup> Boutheina Gribaa, op.cit, p 20.

بالإدارة المركزية أو في المصالح المعتمدة بالخارج<sup>1</sup>. وعينت لأول مرة في تاريخ الجزائر سنة 2001 أربع سفيرات، كما عينت خمسة رئيسات ديوان بوزارات مختلفة وأمينه عامة للوزارة<sup>2</sup>.

تقلدت المرأة الجزائرية مناصب قيادية هامة في الدولة، عينت واليا، رئيس دائرة، مستشارة، محافظ بنك، رئيس مجلس الدولة، رئيس مجلس قضائي والعديد من المناصب في سلك القضاء، الأمن والجيش الوطني، وفي كل القطاعات. وحسب إحصائيات 2018 سجل ماتعاده: 4 وزيرات، 2858 امرأة قاضية، 330720 عونا في الوظيف العمومي<sup>3</sup>.

### 3.2.2.3. تواجد المرأة الجزائرية ضمن تشكيلات الأحزاب السياسية

يعتبر الإنخراط ضمن مؤسسات المجتمع المدني والأحزاب السياسية من مظاهر المشاركة السياسية، وكان للمرأة الجزائرية نصيب من المشاركة ضمن هذه المؤسسات يعود تاريخه إلى الفترة الإستعمارية، وبعد الإستقلال احتكرت الممارسة السياسية لدى فئة قليلة من الفاعلين السياسيين، ولم يكن يسمح بتشكيل جمعية سياسية أو الإنتماء السياسي وفرض القيود على حرية التعبير، فكان الملاذ الوحيد للمرأة في العمل الحزبي هو حزب جبهة التحرير الوطني، غير أنها كانت منخرطة وتعمل تحت وصاياته فقط دون اعتلاء منصب قيادته منذ نشأته إلى يومنا هذا<sup>4</sup>.

وبعد ظهور التعددية الحزبية برز دور المرأة الجزائرية خاصة مع التنافس السياسي الكبير بين الأحزاب على المقاعد الإنتخابية أين وضعت قوانين ومبادئ تدعم المرأة، فمثلا في القانون الأساسي لحزب جبهة التحرير الوطني " يستمد حزب جبهة التحرير الوطني وجوده من إرادة الجزائريين والجزائريات الذين يقبلون الإنضمام إليه ويتبنون برامجه بالنضال في صفوفه"<sup>5</sup>، غير أن التوجه الفعلي للمرأة ضمن قوائم الترشح ما

<sup>1</sup> مبروكة محرز، مرجع سابق، ص 264.

<sup>2</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الوزارة المنتدبة لدى وزير الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات المكلفة بالأسرة وقضايا المرأة، " واقع ومعطيات"، 2008، ص 49.

<sup>3</sup> محمد بن أحمد، المشاركة السياسية للمرأة كآلية لدعم الديمقراطية التشاركية: دراسة تقييمية لحالة ولاية وهران، الندوة الدولية: المشاركة السياسية للمرأة، الجزائر، ص 12-17.

<sup>4</sup> لامية صابر، واقع الحركة الجموعية الريفية، أشغال الندوة الوطنية يوم 15/03/2016، المشاركة السياسية للمرأة

الجزائرية دراسات وأبحاث، ط1، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2016، ص 390.

<sup>5</sup> القانون الأساسي لحزب جبهة التحرير الوطني، المادة 02 منشور على الموقع Fln.dz تاريخ زيارة الموقع 20 جانفي 2024، الساعة 20:37.

نسبته 2.65%<sup>1</sup> من النساء فقط، أما في قوائم حزب التجمع الوطني الديمقراطي قدرت نسبة ترشح النساء ب 1.90%، وفي قوائم حركة مجتمع السلم احتلت المرأة مكانة متميزة من خلال ما نسبته 20% من المجالس الولائية والإستشارية وفي كل تشكيلات الحزب<sup>2</sup>.

أما في حزب التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية عند تأسيسه كرس مبدأ المساواة، حيث قدرت نسبة المترشحات للإنتخابات التشريعية لسنة 2007 ب 46% وكان لهن تموقع هام ضمن ترتيبات القوائم لضمان الفوز بالمقاعد<sup>3</sup>. ونشير إلى أنه هناك من النساء من ترأسن قيادة أحزاب لها صدى واسع في البلاد مثل حزب العمال الذي أسسته " لويزة حنون " وكانت على رئاسته لسنوات عديدة، ونذكر أيضا حزب العدل والبيان بقيادة السيدة " نعيمه صالحى".

### 4.2.2.3. انخراط المرأة الجزائرية في مؤسسات المجتمع المدني

يعتبر الإتحاد العام للنساء الجزائريات التنظيم الوحيد الذي اعترفت به الدولة، أنشئ عام 1963، يضم آلاف النساء المنخرطات، يتفرع في كل الولايات، كان ينشط تبعا لتوجيهات وارشادات الحزب الواحد، وقد أثبتت فعاليته ونشاطه من أجل تحقيق التنمية والإزدهار ضمن مبادئ الفكر الإشتراكي عن طريق عقد العديد من المؤتمرات، له تاريخ سياسي متميز، انبثقت منه العديد من النساء اعتلين مناصب قيادية في السلطة مثل السيدة خليفة تومي، السيدة زهية بن عروس، نورية حفصي وسعيدة بن حبيلس<sup>4</sup>.

ولتطوير المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية عمل الإتحاد العام للنساء الجزائريات على فتح حلقات دراسية وملتقيات ونشر الوعي عن طريق توزيع المطويات والإشهارات والإعلانات، وتكثيف التعبئة السنوية للمشاركة في الإنتخابات ( كمرشحات وناخبات)<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> محرز مبروكة ، مرجع سابق، ص 235.

<sup>2</sup> فاطمة بودرهم، مرجع سابق، ص 324 .

<sup>3</sup> خالد حساني، حماية الحقوق السياسية للمرأة في التشريع الجزائري، مجلة المجلس الدستوري، العدد الثاني، الجزائر، 2013، ص 61.

<sup>4</sup> سميحة مناصرية، مرجع سابق، ص 56.

<sup>5</sup> فاطمة بودرهم، المرجع نفسه ، ص 89.

كما ظهرت مجموعة من الجمعيات المهنية والمدنية في بداية الثمانينات (1983 \_ 1985) غير أنها لم تحظى بالإعتراف الرسمي من قبل جبهة التحرير الوطني<sup>1</sup>، باستثناء جمعية المساواة أمام القانون بين الرجال والنساء ولم يرخص لها بالنشاط إلا سنة 1989 تأسست من قبل تسعة وثلثين (39) عضوا لتكون بذلك أول منظمة غير حكومية خارج الأطر النظامية لحزب جبهة التحرير الوطني، ومن أهدافها النظام من أجل المساواة والدفاع عن حقوق المرأة<sup>2</sup>.

ويصدر القانون 90 / 31 المتعلق بالجمعيات تشكلت العديد من الجمعيات<sup>3</sup>، حيث وصلت الى 70,000 سنة 2005 منها جمعيات نسائية، وإبان الوضعية الأمنية التي كانت تمر بها الجزائر في تلك الفترة (العشرية السوداء) توجه نشاط الجمعيات للنضال ضد الإرهاب والوقوف إلى جانب عائلات ضحايا الإرهاب وجمعيات تركز على مقاومة العنف ضد المرأة والنظام من أجل الدفاع عن حقوقها والتركيز على قانون الأسرة وكيفية دمج المرأة الممارسة نشاطها في الحياة الإقتصادية والإجتماعية وجمعيات خيرية نسائية واتحادات تابعة للأحزاب<sup>4</sup>.

وصنف آخر من الجمعيات النسائية ذات صفة مهنية مثل لجنة المرأة في نقابة المحامين أو الأطباء ولجنة المرأة في الرابطة الوطنية للدفاع عن حقوق الإنسان. أيضا هناك ما يسمى بالنوادي النسائية، إضافة إلى تنظيمات مستقلة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> حدة بولافة، واقع المجتمع المدني الجزائري إبان الفترة الإستعمارية وبعده الإستقلال، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، تخصص السياسات العامة والحكومات المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011، ص 81.

<sup>2</sup> الزبير عروس، الخلفية التاريخية ونضال جمعيات الحركة النسوية من أجل التغيير في الجزائر، مجلة السيداف، العدد 24، مارس 2010، ص 49.

<sup>3</sup> قانون رقم 90 / 31 مؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1411، الموافق ل 04 ديسمبر سنة 1990، يتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 53، بتاريخ 5 ديسمبر 1990.

<sup>4</sup> كهينة جريال، دور منظمة المجتمع المدني في تفعيل التمكين السياسي للمرأة الجزائرية خلال الألفية الثالثة، مجلة الناقد للدراسات السياسية، العدد الأول، أكتوبر 2017، جامعته تيزي وزو، الجزائر، ص 251.

<sup>5</sup> عبد الرحمن برفوق، المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الجزائر، ورقة بحث مقدمة في الملتقى الوطني الأول التحول الديمقراطي في الجزائر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 10 - 11 ديسمبر 2005، ص 97.

فأغلب التنظيمات الجمعوية النسائية كانت في المدن الكبرى، وتركزت أهدافها حول إنتاج المرأة في كافة المجالات ومنحها كامل الحقوق والواجبات والمطالبة بتعديل قانون الأسرة وفق بنود كافة الإتفاقيات التي تعنى بشؤون المرأة والمطالبة بتحقيق المساواة بين الجنسين<sup>1</sup>.

وبعد العشرية السوداء وتبعاً لذلك أكد الرئيس الراحل السيد " عبد العزيز بوتفليقة " في العديد من المناسبات بضرورة ترقية الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية وفقاً ما يقتضيه الدستور<sup>2</sup>، بتسخير كامل الظروف المدنية والسياسية وتحسين الأوضاع الإقتصادية والإجتماعية للمواطنين، وأخص بالإهتمام شؤون المرأة وتمكينها من كافة حقوقها وواجباتها بما فيها الحقوق والواجبات السياسية. يمكن القول أنه بالرغم من محدودية مجهودات التنظيمات النسائية غير أنها أعطت نتائجها بالضغط من أجل تفعيل إدماج المرأة في الحياة السياسية، ويظهر ذلك جلياً ونجد ذلك من خلال التعديل الدستوري لسنة 2008 وإدراج المادة 31 مكرر، وفتح نظام الكوطة النسائية بموجب القانون العضوي رقم 12-03 المؤرخ في 12 جانفي 2012، ونظام المناصفة في القوائم الإنتخابية الذي أقره قانون الإنتخابات 01/2021. ونشير فقط أن المشهد السياسي في الجزائر لا زال يظهر واقع المشاركة السياسية للمرأة نظراً لما تتعرض له من اقضاء سياسي، وتفسير ذلك ربما يعود لضعف هذه الجمعيات والإتحادات في التأثير على السلطة الحاكمة بشكل واسع من أجل تكثيف الممارسة السياسية للمرأة. ونذكر على سبيل المثال لا الحصر أهم الجمعيات التي برزت على مستوى الجزائر: جمعيه تاروا فاطمة نسومر، جمعية أفكار، التجمع ضد الحقرة ومن أجل حقوق الجزائريات - راشدة - الإتحاد المغاربي للجمعيات النسوية، التجمع الجزائري للنساء الديمقراطيات، اللجنة الوطنية للنساء العاملات<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> ملكة رمعون، الجمعيات النسوية من أجل حقوق المرأة، مجلة انسانيات، العدد 08، ماي - أوت 1999، ترجمة قادة قدور بن عابد، منشور على الموقع. [journals.openedition.org/insaniat/8378](http://journals.openedition.org/insaniat/8378) :

تاريخ زيارة الموقع: 24\_02\_2024، الساعة: 14:37

<sup>2</sup> عمار عباس، نصر الدين بن تيفور، توسيع حظوظ المرأة الجزائرية في المجالس المنتخبة أو تحقيق المساواة عن طريق التمييز الإيجابي، المجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، العدد 10، جوان 2013، ص 88.

<sup>3</sup> Boutheina gribaa et autres, projet renforcement du leadership et de la participation des femmes à la vie politique et au processus de prise des décision en algeria, au Maroc et en tunisie état de la situation, 2008 - 2009  
PP 29\_31/ منشور على الموقع [trainingcentr.unwwomen.org/instraus.library/2009\\_02\\_02\\_2024/21:15](http://trainingcentr.unwwomen.org/instraus.library/2009_02_02_2024/21:15).

### 3.3. استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي

استفادت المرأة العربية عامة والمرأة الجزائرية خاصة من الوسائط المتعددة، هذه الوسائط سمحت بظهور أسلوب جديد للتحرر، فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مجالاً للإستثمار الذكي للقدرات التي تمتلكها المرأة، وساهمت في مشاركة المرأة في تغيير العالم العربي خاصة بعدما أصبحت المرأة قادرة على إيصال صوتها إلى أبعد الحدود والتوغل في مجتمعات مختلفة بعدما كانت تحت لواء القبليّة المغلقة.

#### 1.3.3. استخدام المرأة لمواقع التواصل الاجتماعي لإثبات نفسها والدفاع عن حقوقها

أصبحت التكنولوجيا الحديثة للإتصال مجالاً مفتوحاً للنساء من أجل التشارك والتعاون، وفتح أبواب المناقشات والإستفسارات، بل ولها دوراً مهماً في إسماع صوت المرأة وخلق التوجهات لها، وطرح حلولاً وأطر قانونية وتنظيمية لحمايتها، والمرأة العربية تتجه اليوم لاستخدام هذه التكنولوجيات كأداة لتمكينها من المساهمة في عجلة التنمية والتقدم في مجتمعاتها، من خلال إبراز قدراتها على التحري والمناقشة وطرح مختلف القضايا وتبادل الآراء والمعلومات بشكل سريع.

#### 1.1.3.3. توجه المرأة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإثبات نفسها

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الفرصة السانحة للنساء من أجل خوض تجارب التواصل والتمتع بالمزيد من حرية النقاش بعيداً عن كل القيود، وقد تميز انتماؤها للعالم الرقمي في شكل صور وأسماء مستعارة، أو حقيقية لمناقشة قضاياها بطريقة مختلفة عما كان يتم طرحه في الإعلام التقليدي<sup>1</sup>، وخرجت تتحدى متغيرات العصر ولمتطلباته، الشيء الذي مكنها من التوجه للعمل في الشركات والمؤسسات واندماجها في المجالات الإقتصادية، الإجتماعية، الثقافية والسياسية، وفي هذا الشأن برزت العديد من الصفحات خصصت لقضايا المرأة مثل صفحة "انتفاضة المرأة في العالم العربي" سنة 2012 وصل عدد متابعيها 120,000 هذه الصفحة لمنصرة الحقوق الإنسانية للمرأة واستقلاليتها وحريتها في العالم العربي<sup>2</sup>.

في هذا العالم الافتراضي تحررت المرأة وأصبحت أكثر جرأة، واستطاعت أن تنتج أفكاراً وتتواصل مع الآخرين، وتكشف عن عالمها الخاص في جمالها وبيئتها وميولاتها وأفكارها وطموحاتها، وساهم استخدامها للشبكات في فتح عالم جديد أين أصبحت فيه المرأة من متلقي سلبي إلى مشاركة نشيطة، أين وصل بها

<sup>1</sup> تومي فضيلة، يسعد زهية، التواجد الرقمي للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الرقمية، دراسة تحليلية لقضايا المرأة عبر صفحات الفيسبوك، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 37، جامعه قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، ص 126.

<sup>2</sup> منير طيبي، صورة المرأة في الإعلام العربي الثالث والمتغير، مجلة الرواق للدراسات الإجتماعية والإنسانية، المجلد 05، العدد 02، 2019، ص 97.

الأمر أن تكون فاعلة في المجتمع الذي تنتمي فيه وخارج الحدود الجغرافية. وفي هذا السياق توصلت إحدى الدراسات<sup>1</sup> بأن موقع فيسبوك مكن النساء من القدرة على اتخاذ القرار وتنمية ثقتهن بأنفسهن والفاعلية في تسيير شؤون الأسرة، وتحقيق أهدافهن ببلوغ أعلى درجات المعرفة، الخبرات والمهارات التي تدفع بهن للقيام بمهامهن داخل المجتمع وتحقيق الإستقرار والإستقلال المادي.

وحسب الدراسات فإن إقبال المرأة العربية على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يتزايد بشكل ملحوظ. فالنساء المدونات يساعدن في تطوير المعرفة وتوليد الأفكار ويكتسبن القوة لمجابهة المشاكل الإجتماعية، وفتحت هذه الشبكات للنساء آفاقا لتبادل الخبرات والمعارف ومناقشة قضايا المرأة والمطالبة بحقوقها<sup>2</sup>.

### 2.1.3.3. توجه المرأة الجزائرية نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للدفاع عن

#### حقوقها

المرأة عامة والمرأة العاملة خاصة سارعت إلى مسايرة هذا الواقع التكنولوجي، فهي تستخدم منصات التواصل الاجتماعي لغرض الترفيه والتسلية، انماء المهارات والمواهب، إنشاء روابط وعلاقات جديدة، واكتساب المعارف وإبراز الذات، وفي نفس الوقت هذه المنصات تعتبر مجالا للراحة والتحرر من الضغوطات المهنية والشخصية<sup>3</sup>.

بشكل عام أضاف الإعلام الجديد مميزات وأبعاد كثيرة لقضايا المرأة من خلال سرعة انتشارها ووصولها إلى فئات كثيرة من المجتمع، وفتح سبل المناقشة والمشاركة من خلال تبادل المحتوى في شأن هذه القضايا وزيادة نسبة التفاعل معها. فالمرأة العربية تمكنت من استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لممارسة حقها في حرية التعبير عما يحدث لها من استغلالها وانتهاك كرامتها وطرح قضاياها. النساء الجزائريات من ضمن النساء العالم والعربيات يتواصلن عبر مواقع التواصل الاجتماعي لما فرضته طبيعة الحياة الإجتماعية، حيث سمحت هذه الشبكات بفتح فرص التعايش اللحظي مع القضايا المختلفة، فهذه المواقع أصبحت تهديدا للهيمنة الذكورية على عالم المرأة في الواقع.

<sup>1</sup> سامية قرابلي، تمكين المرأة الجزائرية لذاتها اجتماعيا واقتصاديا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، التحديات والإنجازات، دراسة ميدانية على عينة من حسابات العمل النسوية على موقع فيسبوك بولاية جيجل، مجلة المعيار، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، مجلد 25، عدد 62، ص 514.

<sup>2</sup> حداد ناريمان، مرجع سابق، ص 223.

<sup>3</sup> كحلوش منى، جمال بن زروق، استخدامات المرأة العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية لعينة من استاذات التعليم الإبتدائي، مجلة الدراسات الإنسانية والإجتماعية، جامعة وهران، المجلد 10، ع 3، 2021، الجزائر، ص 218 .



كانت المدونات الإلكترونية للنساء بمثابة فضاء عمومي للتفاعل مع الآخرين من خلال نقل الآراء والأفكار والأخبار والمعلومات في مختلف المجالات، ليتحول بذلك التدوين النسائي إلى فضاء تواصلية يعكس بروز المرأة ضمن العالم الافتراضي، وانتقالها من المجال الخاص الضيق إلى نطاق عمومي واسع يهتم بالقضايا العامة. ففي بعض الدول العربية مثل الكويت، الإمارات العربية المتحدة، البحرين والسعودية اعتمد الناشطون في مجال حقوق الإنسان والمرأة على التدوين الإلكتروني من أجل تنشيط حملات واسعة في مجالات عديدة مثل التنديد بانتهاكات حقوق الإنسان ضد العمال المهاجرين والنساء<sup>1</sup>. وانتقلت إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خاصة تويتر والفيسبوك من أجل اسماع أصواتهن والمطالبة بالعدل والحياة الكريمة وفرض المساواة بين الجنسين وطرح مشاكلهن .

والمرأة الجزائرية لا زالت تفرض نفسها من أجل تحقيق ذاتها، وبذكر في حادثة تعرضت لها إحدى الفتيات تدعى "ريم" عام 2018 تعرض مقطعا من الفيديو وهي تبكي بسبب ما تعرضت له من مضايقات بأسلوب سيء من قبل شاب بينما هي كانت تمارس رياضة الجري في متنزه " صابلات " بالعاصمة قبل آذان المغرب في شهر رمضان، أين ضربها بطريقة سيئة وقال لها: " بلاستك في الكوزينة " يعني مكانك في المطبخ، وتساءلت الفتاة عبر الفيديو عن حكم ممارسة الفتاة للرياضة قبل المغرب في رمضان .

وبعد انتشار الفيديو تعاطف النشطاء عبر موقعي تويتر وفيسبوك وشنو حملة بعنوان " خليها ترانكيل " يعني دعها وشأنها كرد الإعتبار للفتاة وتنديدا بالعنف الذي تعرضت له وتعاطفا معها، وتوسعت الحملة لتنتقل من مواقع التواصل الاجتماعي إلى أرض الواقع في الجزائر وشرق قسنطينة<sup>2</sup>.

وفي ذات الشأن ردت فاطمة سعدي نائبة برلمان عن الحزب الإسلامي "حركة مجتمع السلم " بأن المرأة الجزائرية لها كامل الحقوق وتمارس حريتها كاملة<sup>3</sup>.

تبقى صورة المرأة في الجزائر يغلب دوما عليها الإعتقاد بأنها الأم والزوجة وربة البيت بالرغم من ممارستها لجوانب متعددة في الحياة، فحسب إحدى الدراسات فرأي رواد مواقع التواصل حول صورة المرأة

<sup>1</sup> مساعدي سلمى، خالد عادل، مشاركة المرأة في الحراك الشعبي العربي عبر الوسائط الرقمية من الفضاءات الهامشية إلى فضاءات التعبئة البديلة، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 04، العدد 02، الجزائر، ديسمبر 2021، ص 34.

<sup>2</sup> الجزائريات - ينتفضن - الكترونيا [HTTP//alarab.news](http://alarab.news) /ضد- الإعتداءات - المسلطة - عليهن ( تاريخ زيارة الموقع: 2024\_02\_09 ، الساعة 09:50).

<sup>3</sup> [HTTP//ami.hespress.com](http://ami.hespress.com) تاريخ زيارة الموقع: 10:42/2024\_02\_09

الجزائرية في هذه المواقع فهي سلبية، شخصية عنيفة وخشنة التعامل مع المواقع، فدورها في الحياة لخدمة الزوج وتربية الأطفال<sup>1</sup>.

المرأة الجزائرية توظف مواقع التواصل من أجل المطالبة بحقوقها والدفاع عن أفكارها وإثبات ذاتها، فهي تبقى تلك الصورة النمطية عن المرأة اللصقة بالشؤون المنزلية فقط، وقادرة على الخوض في القضايا العامة وإثبات حضورها الإيجابي في العالم الرقمي تزامنا مع التغيرات السياسية والاجتماعية التي تمر بها البلاد، وامتد نشاطها عبر الصفحات من إثبات الذات إلى فضاءات بديلة عن الأنشطة المختلفة مثل البيع والشراء، الإعلان والإشهار، البحث عن نصائح طبية، الطبخ، وغير ذلك.

### 2.3.3. المرأة الجزائرية تناقش قضاياها على مواقع التواصل الاجتماعي

تشارك المرأة عامة على الصعيد العالمي في قضايا مختلفة من جانب، ومن جهة أخرى لكل واحدة طابعا من الخصوصية، وتختلف وتتوسع هذه القضايا بحسب المسار الاجتماعي والتطور التاريخي والتوجه الإيدولوجي، ونفس الشيء بالنسبة للمرأة العربية والخصوصيات التي تميزها، فمهما تقاربت وتشابهت القضايا داخل السياق العربي غير أنه لكل امرأة ميولاتها وانشغالاتها وجوانب خاصة بها طبقا للجهة التي تعيش فيها داخل الوطن أو المجتمع الذي تعيش فيه.

وهذه الأختلافات والتباينات تكون موجودة أيضا وفقا للكثير من المعايير الأخرى مثل حالتها الاجتماعية والإقتصادية، درجة تعليمها، طبيعة عملها، استقلالها المالي، وضعها العائلي، وسطها المعيشي (ريفي، حضري ريفي، مدن كبرى و غيرها)، العقيدة الدينية التي تنتمي إليها ونشأتها الثقافية.

### 1.2.3.3. في المجال الاجتماعي، الديني والصحي

- يظهر دور وسائل التواصل الاجتماعي من خلال التوعية بمختلف قضايا المجتمع في مختلف المجالات، فوجدت المرأة من خلالها ما يناسبها من احتياجات وتحسين فكرها، وهذا أثر إيجابا على ثقافة الأسرة التي أصبحت أكثر وعيا وانفتاحا عما كانت عليه سابقا. ساهمت هذه الوسائل في تعدد مصادر التعليم الذاتي والحصول على المعلومات.

تظهر أهمية شبكات التواصل من خلال صفحات العديد من الفتيات والنساء اللواتي يروجن لكل ما هو جزائري، أو يقدمن معلومات قد تساعد النساء في حياتهن اليومية من خلال التدابير والنصائح اليومية وحتى

<sup>1</sup> سارة خلة، رقية بوسنان، صورة المرأة الجزائرية عبر وسيلة التواصل الاجتماعي فيسبوك، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الصور الكاريكاتيرية لصفحات الفيسبوك، مجلة المعيار، مجلة 26، جامعه قسنطينة، الجزائر، عدد 07 (رت 69)، 2022، ص 617.

على المدى البعيد، أصبحت هذه المواقع مجالا واسعا تلتقي فيه المرأة المتعلمة والعاملة والماكنة في البيت. فريات البيوت يقدمن صورة مشرقة عن الأسرة الجزائرية وكيفية التعاون بين الأفراد وتربية الطفل وتعليمه، دون أن ننسى المدافعات عن الموروث الثقافي والتراث الجزائري والتعريف بالسياحة وفن الطبخ واللباس التقليدي. نجد كثيرا من الصفحات الإجتماعية تهتم بمواضيع المرأة، حيث أصبحت فضاء لعرض إبداعاتها، مثل الألبسة والحلويات أو المجوهرات والحرف اليدوية التقليدية، و عرض خدماتها في التزيين والديكور.

من جهة أخرى تعمل مواقع التواصل على تسليط الضوء على الكثير من القضايا الإجتماعية وسبل التعامل معها في الحاضر والمستقبل، ومثال ذلك فقد تبينت أدوار أفراد الأسرة، وطريقة التعامل فيما بينهم والقيام بالأعباء الأسرية عن طريق الإستشارات بالتواصل مع المتخصصين عبر تطبيقات الكترونية مجانية. إضافة إلى تعرف المرأة على المشاكل المتعلقة بالتعليم والعنف المنزلي، التحرش والتنمر وطرق علاجها.

- أما في المجال الديني فقد أصبح الخطاب الديني متداولاً على المنصات الإلكترونية وأضحت هذه الأخيرة فضاء للحوار والنقاش والتفاعل بكل حرية حول المواضيع الدينية، وفي إطار التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد عمدت كافة الهيئات الإسلامية الرسمية ودعاة الدين إلى فتح حسابات خاصة بها على هذه المنصات الإجتماعية للاستفادة منها لاسيما في الوقت الحالي في ظل مواجهة الأفكار المتطرفة، وتنمية إدراك ووعي الفرد المسلم، وتفعيل دور المؤسسات الدينية في مواجهة التحديات والنهوض بالأمة الإسلامية لإيصال الرسالة وتحقيق الهدف المنشود.

اتجهت النسوة ومنهن الجزائريات إلى إنشاء مجموعات وصفحات خاصة بهن، يناقشن من خلالها أمور الدين، وتعد صفحة "جزائريات مسلمات"، و صفحة "صويحبات القرآن" نموذجا من أهم الصفحات النسائية الجزائرية ذات التوجه الديني. فخطاب الصفحات الدينية التي تتابعها المرأة وتشارك فيها لأجل هدف واحد يتضمن الوعظ والإرشاد والنصح وذلك من خلال الوعظ والإرشاد الديني بالتوجه إلى الله والتقرب منه وعبادته من خلال العمل بأوامره والأخذ بنواهيه، والقيام بالعبادات المفروضة، كالصلاة والصوم والزكاة والحج، وأهمية الإستغفار والتسبيح والتوكل على الله، وفضل السنة والرواتب، وبر الوالدين، والرضا بالقدر خير وشره، ونشر فضل القرآن الكريم، أيضا الوعظ والإرشاد الإجتماعي كالحرص على التصرفات الصحيحة مثل احترام الآخرين وحسن الكلام والتعامل معهم، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وعمل الخير والدعوة للعمل واحترام الوقت، بالإضافة إلى الوعظ والإرشاد الذي يختص بشؤون المرأة خاصة ضرورة طاعة الزوجة

لزوجها ضرورة الحجاب والعفاف والحياء، وأسلوب المعاملة الحسنة مع الغير، والطريقة الصحيحة لتربية الأبناء.

- أما في الجانب الصحي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمرأة الجزائرية وسيلة فعالة للحصول على المعلومات والنصائح الصحية، وكذا التواصل مع القطاعات الصحية والمستشفيات ومستخدمي الصحة. تسعى هذه المواقع الى تنمية النواحي البدنية، النفسية، العقلية والاجتماعية، فبات جليا توجه المجتمع خصوصا المرأة وربة البيت نحوها كبديل عن الأطباء، فالمعلومة الصحية هي أساس في تكوين الوعي الصحي اللازم<sup>1</sup>.

تتباين المواضيع الصحية التي تهتم بها المرأة الجزائرية عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي من مواضيع الصحة الغذائية، الجسدية النفسية العقلية والبدنية، فنتفاعل معها عن طريق الإعجاب بها والتعليق عليها ومشاركتها مع الآخرين. بينت إحدى الدراسات حول المرأة الجزائرية والمعلومات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي تبين أن المرأة تستفيد من المعلومات الصحية وزيادة المستوى الصحي لديها ناهيك عن معرفة الطرق الوقائية والعلاج من الأمراض المختلفة، وهذا ما يؤدي بالطبع إلى الحفاظ على الحمية والتوازن الغذائي، واكتساب صحة جمالية ولياقة بدنية عالية وثقافة نفسية ومعرفة كيفية التعامل مع صحة العائلة والمرأة الحامل، وبطبيعة الحال كل هذا يؤدي إلى الإحساس بالطمأنينة والراحة النفسية والحيطة والحذر من تنقل الأمراض.<sup>2</sup> فالمرأة تتواصل مع صديقاتها للإستفسار أو تبادل المعلومات فيما يخص كيفية التعامل مع الأدوية والمرضى، وفي المقابل نجد هناك طبيبات وممرضات وسيدات يعملن في القطاع الصحي لديهن صفحات خاصة للإجابة عن تساؤلات المرضى وتقديم نصائح مختلفة لهم.

### 2.2.3.3. في التسويق والتجارة

بدأت فكرة التسويق الشبكي في ماليزيا، كما أصبت وسائل الإعلام الاجتماعية المنافذ الهامة للتسويق الإلكتروني في الوقت الراهن وأداة قوية وهامة لدى الشركات لجذب الزبائن والعلاء، ووفقا للتقارير فإن 59

<sup>1</sup> أمينة مزيان، شبكات التواصل، منصات المرأة للتوعية، منشور على الموقع :

[https://www.annasonline.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=180307](https://www.annasonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=180307)

تاريخ زيارة الموقع: 11:31/2024\_02\_09.

<sup>2</sup> صفية قابوش، لدمية عابدي، المرأة الجزائرية والمعلومات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة في الاعتماد على موقع فيسبوك، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 08، العدد 03، الجزائر، ديسمبر 2021، ص 263.

من مستخدمي الأنترنت يقبلون على عمليات الشراء استنادا للمعلومات التي تقدمها المواقع الإجتماعية<sup>1</sup>، من هنا أصبحت المرأة تصنع وظيفتها بنفسها في العالم الرقمي، هذه الوظائف لا تشترط مؤهلات وشهادات جامعية وعلمية أو رسائل تركيه او خبرات سابقه، بل تتوقف على موهبه التسويق واكتساب ثقافة في مجال التعامل مع منصات التواصل الإجتماعي، ويعد هذا الميدان التوظيفي الحديث " نسائيا " بامتياز وأضاف مصطلحات جديدة إلى قواميس اللغة مثل " يوتيوبرز " - يطلق على صانعة المحتوى على الموقع اليوتيوب - و" انستغرامرز " - يطلق على صانعة المحتوى على موقع انستغرام - وتبدأ التجربة بتقديم بعض النصائح مثل تنسيق الملابس، التجميل، تقديم، وصفات عن الأكلات وغيرها، وبعد ذلك تتحول التجربة إلى ممارسة وظيفية توفر مداخل وشهرة واسعة تحتل قائمة منصات مواقع التواصل الإجتماعي<sup>2</sup>.

يذكر بأن المرأة الجزائرية لها مساهمات عديدة في هذا الميدان، فالسيدة " أم وليد " صنعت لنفسها مركزا عاليا على منصات التواصل الإجتماعي، فهي طبخة جزائرية تدير صفحة تختص بالطبخ على اليوتيوب بالرغم من عدم إظهار صورتها وهويتها فقد استطاعت تحقيق متابعات وصلت إلى 11 مليون مشاهدة من داخل الجزائر وخارجها وحققت مداخل قدرت بأربعة ملايين دولار<sup>3</sup>.

مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت سوقا تعرض فيه المرأة الجزائرية أعمالها وخدماتها فهي تقيّد وتستفيد وفي نفس الوقت تحقق الشهرة والنجاح. وتوسعت دائرة التنوع التسويقي عبر الصفحات التجارية التي تديرها المرأة وكل ما يتعلق بالبيع والشراء، فتعرض السلع مع الأسعار وتفاصيل الحصول عليها مع التوصيل<sup>4</sup>. والنشير في هذا الصدد، فإن الصفحات التي تحقق أكبر عدد من المشاهدات والزوار أصبحت مساحات للإشهارات والإعلانات تقدم خدمات للمتابعين ومصدرا لتمويلها لأصحابها ومسيري الصفحات.

في دراسة خصت عينة من حسابات العمل على الفيسبوك لمجموعة من النساء الجزائريات، تبين أن النساء الجزائريات استطعن اثبات مكانتهن الإجتماعية وتحسين أوضاعهن الإقتصادية من خلال اعتمادهن على مواقع فيسبوك للترويج لمنتجاتهن ومواهبهن وحرفهن اليدوية<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> ياسر خضير البياتي، الإتصال الرقمي أم صاعدة وأم مندهشة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2015، ص 262.

<sup>2</sup> ليندا كولز، ترجمة أحمد المغربي، مرجع سابق، ص 40.

<sup>3</sup> [HTTP/WWW.alarabiya.net](http://www.alarabiya.net) العربية. زيارة الموقع بتاريخ 11 فيفري 2024 / الساعة 10:38.

<sup>4</sup> تومي فضيلة، يسعد زهية، مرجع سابق، ص 129.

<sup>5</sup> سامية غرابلي، مرجع سابق، 514.

### 3.2.3.3. في المجال السياسي

انحصرت صورة المرأة وارتبطت تقليديا بكونها ربة بيت تهتم بالشؤون الأسرية والمنزلية بينما احتكر الرجال المجال الخارجي العام، وبناء على تلك الإعتبارات النمطية انقسمت الأدوار الإجتماعية بين الرجال والنساء وظهور حواجز وحدود فاصلة بين الجنسين على أساس التمييز<sup>1</sup>.

مع التحولات السياسية والمجتمعية في أنحاء العالم وفي منطقة الدول العربية خاصة كان لابد من توجه وسائل الإعلام الإجتماعية لتأكيد المجال أمام المساواة بين الجنسين في ممارسة الحقوق السياسية خاص بعدما لوحظ بعض التقصير في تطبيق مبادئ القوانين والتشريعات الدولية العديدة بنشأة حقوق المرأة في بعض الدول وكل هذه التحولات كان دافعا للمرأة أن تكون في واجهة وسائل الإعلام خاصة منصات التواصل الإجتماعي، واحتلت قضاياها أهمية بالغة فيها لاسيما مايتعلق بالجانب السياسي وبرزت أهمية هذه الوسائط كأدوات للمناصرة أو الضغط فأصبحت النساء الناشطات والقيادات مهمة بالتفاعل عبر شبكات التواصل الإجتماعي لعرض أفكارهن وتقديم أنفسهن وحشد المزيد من المناصرين لمواقفهن.

ففي فترة الإنتقاضات العربية بدأت النساء الإحتجاجات بالمدونات الإلكترونية وبعدها استخدمن مواقع التواصل الاجتماعي لإسماع أصواتهن المرتبطة بالمطالبة بحقوقهن كتأكيد لرغبتهن في عمليات الإصلاح الديمقراطية في بلدانهم، ففي تونس مارست المرأة صحافة المواطن أين قامت بتوثيق الإحتجاجات على منصات التواصل، التويتر والفيسبوك والمدونات الشخصية بلغات مختلفة ( اللهجة التونسية، العربية، الإنجليزية، والفرنسية) كما عملت الناشطات من خلال هذه الصفحات على تعبئة الجماهير وتنظيم احتجاجات في الشوارع ضد العنف الممارس على المرأة ( مسيرة 29 جانفي 2011 ). في مصر أيضا استفادت النساء المصريات من تجربة التونسيات واستخدمن نفس الأسلوب الإلكتروني من خلال مواقع التواصل الإجتماعي من أجل تعبئة الرجال والنساء المصريين للتظاهر، كما وثقت المظاهرات في الشوارع<sup>2</sup>.

كان للمرأة العربية دورا هاما وكبيرا في الثورات العربية أين قامت المرأة المثقفة والمتعلمة بنشر مقالات عبر المدونات الإلكترونية وشبكات التواصل الإجتماعي لتعبئه الرأي العام وحشد الجماهير، فكانت واجهة إعلامية بامتياز تمكنت من التعبير عن قضاياها وفرض وجودها والتعبير عن آرائها.

<sup>1</sup> مساعدي سلمى، عادل خالدي، مرجع سابق، ص33.

<sup>2</sup> مساعدي سلمى، عادل خالدي، المرجع نفسه، ص 39.

المرأة الجزائرية لم تكن بعيدة عن الأحداث العربية، فكانت هي بدورها مساندة لشقيقاتها في الدول الأخرى، ربما أخذت من تجاربهن أسلوب التكاثر والإقناع، فاعتمدت على شبكات التواصل الاجتماعي كمنبر لإسماع صوت الاحتجاج ضد النظام، فقامت بحشد الجماهير والتعبئة على المنصات لتوجيه المسيرات والاحتجاجات، ناهيك عن الشعارات المتواصلة لتغيير النظام. وقالت الصحفية الجزائرية - زهرة رحموني - بأن شبكات التواصل الاجتماعي مكنت من تتبع مسار الحراك باستمرار في أوانه من عين المكان مباشرة، وساهمت في تعبئة الرأي العام وتنظيم المظاهرات وتقوم هي بدورها - الصحفية الجزائرية زهرة رحموني - بنقل المعلومات المباشرة لمتابعيها على حساباتها على تويتر، انستقرام وفيسبوك<sup>1</sup>.

تعتبر مشاركة المرأة الجزائرية في العمل الحزبي محط جدال اعتبارا لمجموعة من النقاط، ك رغبتها في المشاركة في العمل السياسي عبر الأحزاب ودرجة ثقافتها بها، إضافة إلى مدى ترحيب هذه الأخيرة - الأحزاب - بفكرة انضمام المرأة إليها، ناهيك عن خصائص المجتمع الجزائري ومدى تقبله بالنشاط السياسي للمرأة، خاصة فكرة انخراطها ضمن الأحزاب.

على العموم رغم أن النشاط النسوي في الأحزاب ضعيف غير أن هذا يعبر عن جهود الدولة في ادماج المرأة الجزائرية، ضمن العمل السياسي، فنجد أنه برزت العديد من الوجوه النسائية كرئيسات أحزاب هامة في البلاد مثل: خليدة تومي، واحدة من المدافعات عن حقوق المرأة وأبرز النساء الجزائريات اللواتي شاركن في الحياة الحزبية، حيث كانت رئيسة الرابطة الجزائرية للدفاع عن حقوق المرأة وحزب المجتمع من أجل الثقافة والديمقراطية، وانخرطت بعد ذلك إلى حزب الحركة الشعبية الجزائرية.

أيضا من أبرز النساء الجزائريات انخرطا في الأحزاب السياسية السيدة سعيدة إيشالامان، حيث كانت عضوا للهيئة الرئاسية في جبهة القوى الاشتراكية، وكانت عضوا أيضا في لجنة الأخلاقيات لجبهة القوى الاشتراكية. ونجد أيضا زعيمة حزب العمال السيدة لويزة حنون التي كانت من أبرز الشخصيات على الساحة الوطنية والعربية، أسست الحزب المعارض للنظام سنة 1990 وترأسته لأكثر من عشرين سنة، لها العديد من المواقف السياسية البارزة<sup>2</sup>.

استخدمت المرأة الجزائرية مواقع التواصل الاجتماعي لتسيير أنشطة الأحزاب السياسية التي تقودها أو تتخرط فيها أو كمتعاطفة ومتطوعة، أبرز الموضوعات التي تتناولها عبر الصفحات القضايا السياسية في

<sup>1</sup> زهرة رحموني، [Http://www.france24.com](http://www.france24.com) تاريخ زيارة الموقع : 12-02-2024 / 19:30

<sup>2</sup> المركز الديمقراطي العربي المشاركة السياسية للمرأة في الجزائر ودورها في الحياة الحزبية، 2000 - 2020 ، مقال منشور بتاريخ 28 سبتمبر 2021 .

[HTTPS://democratica.de](https://democratica.de) . زيارة الموقع 15 فيفري 2024 ، الساعة 14:13.

المقدمة، بينما القضايا الاجتماعية والإقتصادية والقضايا الأخرى بنسبة قليلة، وأهداف المنشورات عبر هذه المنصات هي إصدار بيانات إعلامية وإعلانات وتغطية تحركات ونشاطات الحزب، إلى جانب النقد والتحليل، وعرض مضامين التغطية الإعلامية لأنشطة الحزب والحوارات واللقاءات التلفزيونية لقادته على صفحاته وإعادة نشرها باستخدام اللغة العربية بالدرجة الأولى واعتماد الصورة والنص كأكثر القوالب الفنية لعرض المنشورات على مواقعها، وأيضا استخدام الفيديو والنص.

وأثبتت إحدى الدراسات أن نواب البرلمان الجزائري النساء يتبادلن الأفكار ويناقشن المواضيع السياسية مع أحزاب وأفراد ينتمون إلى أحزاب أخرى، كما أن 62.87% من النواب البرلمانيات لهن صفحة خاصة بالحزب الذي ينتمين إليه<sup>1</sup>. يدل على إحساس المرأة البرلمانية بالمسؤولية وولائها لحزبها، مما يفرض عليها تحقيق غاياته وتبني أفكاره، وهذا ما يلزمها دوماً أن تكون ممثلة لأوامره وتفعيل نشاطه وتنفيذ أوامره من خلال نشر وترويج كل ما يخص الحزب عبر منصات التواصل الاجتماعي، والعمل على كسب جمهور ومؤيدين في العالم الافتراضي ليصبحوا متابعين في العالم الحقيقي. أما بشأن الانتخابات في الجزائر فقد برز الدور الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في الإستحقاقات الرئاسية عام 2014، فكانت صرحاً للحملات الانتخابية بعدما كان التلفزيون الجزائري المنفذ الوحيد لإيصال برامج المترشحين إلى الناخبين<sup>2</sup>.

وما دامت المرأة الجزائرية إلى جانب الرجل دوماً في الأنشطة السياسية فهي ليست بعيدة عن ممارسة الديمقراطية بكل الوسائل المتاحة، وقد اعتمدت الجزائر نظام الكوتا النسائي في النظام الانتخابي لزيادة حظ المرأة باحتلال المقاعد في المجالس المنتخبة كتأكيد لتطبيق مانصت به المادة 31 مكرر من دستور 2008، وهذا تنفيذاً للالتزامات الدولية بعد انضمام الجزائر إلى الإتفاقية الدولية سيداو عام 1979 بموجب المرسوم الرئاسي 96-51 المؤرخ في 22 جانفي 1996 من أجل القضاء على أي شكل من التمييز ضد المرأة<sup>3</sup>.

وفقاً للقوانين الجديدة زادت نسبة ترشح المرأة الجزائرية في الانتخابات خاص بعد تطبيق نظام المناصفة بين الجنسين في القوائم الانتخابية طبقاً للمادة 176 / 2 من الأمر 21-01<sup>4</sup>، إضافة التحفيزات والتسهيلات التي قدمتها الدولة للمترشحين خريجي الجامعات والشباب أقل من 40 سنة حسب المادتين 02

<sup>1</sup> زينب لموشي، مرجع سابق، ص ص 258 - 256.

<sup>2</sup> خالد بومخيلة، واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي، دراسة حالة الجزائر، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 04، العدد 04، أكتوبر 2021، ص 380.

<sup>3</sup> اسماعيل فريجات، آليات تطور الجماعات الإقليمية في الجزائر، اطروحة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2020، ص 64.

<sup>4</sup> الأمر رقم 21-01 مؤرخ في 10 مارس 2021، يتضمن القانون العضوي للانتخابات، مرجع سابق، ص 25.



و03 من المرسوم التنفيذي رقم 21-190. وفي هذا الصدد وفي دراسة حول واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية نبي<sup>1</sup>:

إن المرأة الجزائرية تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي - خصوصا موقع فيسبوك - للترويج لحملاتها الانتخابية، نظرا لخصائصها ومميزاتها، لا سيما إمكانية نشر برنامجها الانتخابي إلى أبعد الحدود، إضافة إلى نقص تكاليف هذه الوسائط وسهولة استخدامها مع توفير الوقت والجهد، وتمكينها من التواصل مع الناخبين من المنزل دون عناء تنقل والإلتقاء المباشر معهم، ونشير في هذا الصدد فالمرأة الجزائرية حديثة العهد بالانتخابات والترشحات فهي لازالت تحت قيود المجتمع، أين تجد الصعوبة في اللقاء مع الناس في تجمعات شعبية مباشرة كالمجتمعات الغربية. المرأة الجزائرية خلال الترويج للحملة الانتخابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم توضيحات حول برنامجها أو برنامج الحزب الذي تنتمي إليه، وإعلام الجمهور بمواعيد التجمعات ونشر فيديوهات وصور الخراجات الميدانية، والرد على استفسارات المتابعين للصفحات وهي بذلك تحاول اقناع الناخبين للتوجه الى صناديق الاقتراع باستعمال الأساليب الإقناعية في مخاطبتهم عن طريق النص المكتوب، أو الصورة، أو الفيديو ولغة بسيطة يفهمونها.

لمرأة الجزائرية ومنذ مشاركتها في الميدان السياسي أصبحت تبحث عن بدائل الممارسات الحديثة للتكنولوجيات الحديثة، لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي لغرض إقناع المعارضين والتأثير في الرأي العام. تنوعت المواقع الإلكترونية التي مارست من خلالها المرأة الجزائرية التدوين كالأستقرام التويتتر، اليوتيوب وغيرها من الوسائط الاجتماعية الأخرى. ويعتبر الفيسبوك أهم موقع استخداما على اختلاف عقائدها وتوجهاتها، وأخذت المرأة الجزائرية نصيبا فيه وأصبحت متغيرا فاعلا داخل هذا العالم الأزرق للتعبير عن أفكارها وقضاياها بكل حرية بعيدا عن التسلط الذكوري من جهة، وعن قيود التقاليد والعادات من جهة أخرى. وتتنوع القضايا التي تناقشها المرأة الجزائرية بين الثقافية، الاجتماعية السياسية، الإقتصادية الدينية، العلمية وكل جوانب الحياة.

<sup>1</sup> فوزيه بلفضل، جمال بن زروق، واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية، دراسة مسحية على عينة من مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021، المستخدمين للفيسبوك، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خنشلة، المجلد 11، العدد 01، 2024، ص110.

---

## 4. التحليل الكمي والكيفي لبيانات الدراسة

---

4. التحليل الكمي والكيفي لبيانات الدراسة

1.4. الإجراءات المنهجية والإحصائية للدراسة

1.1.4 نوع الدراسة ومنهجها

2.1.4 مجتمع وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات

3.1.4 الأساليب المستخدمة في تحليل البيانات

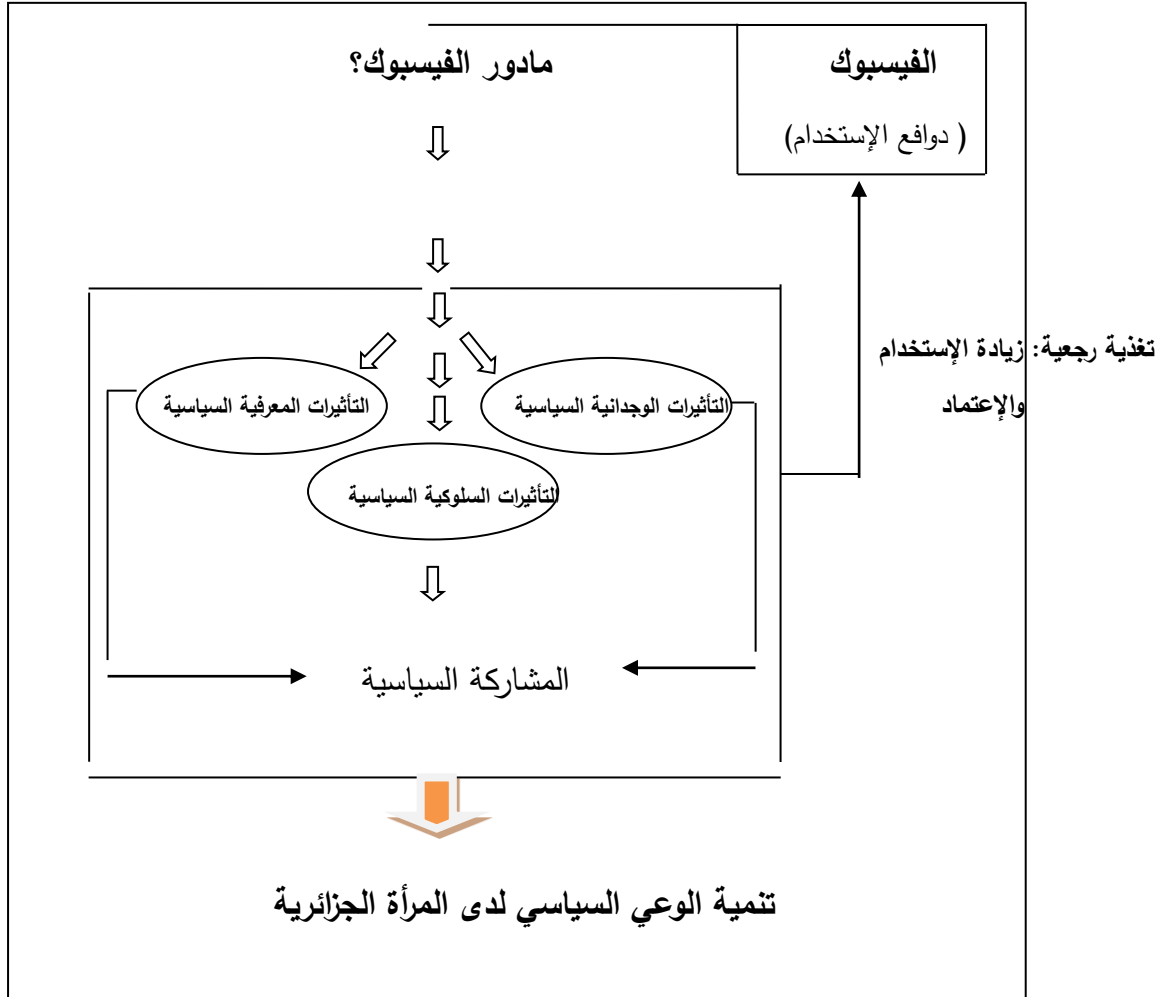
2.4. تحليل بيانات الدراسة

1.2.4. تحليل البيانات الشخصية للعينة، المحور الأول والثاني

2.2.4. تحليل بيانات المحور الثالث، الرابع، الخامس والسادس

بتفكيك الإشكالية نحاول معرفة دور مواقع التواصل الإجتماعي ( الفيسبوك ) في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية.

**شكل(1):** نموذج يوضح إشكالية الدراسة في ظل الترابط بين أبعاد المتغير الأول مواقع التواصل الإجتماعي ( الفيسبوك ) وأبعاد المتغير الثاني( تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية )



المصدر: من إعداد الباحثة

## 4. التحليل الكمي والكيفي لبيانات الدراسة

من أهم الجوانب الهامة في البحث العلمي هو الإطار المنهجي حيث لا يمكن التخلي عنه بأي شكل من الأشكال، فهو القالب الذي توضع فيه الدراسة، حيث سنوضح مراحل التعامل مع البحث بعرض تقنيات معالجة المعلومات والإجراءات المنهجية المتبعة، بالوقوف على طبيعة المنهج المستخدم في الدراسة مع تحديد مجالاتها وحدودها، أين قسمناها إلى المجال البشري (عينة الدراسة)، المجال الزمني والمجال المكاني (ذكرناهما سابقاً)، كما وظفت أيضاً الأساليب التقنية التي تعنى بحصر البيانات والمعلومات وتحليلها تحليلًا إحصائيًا وفق برامج خاصة.

### 1.4. الإجراءات المنهجية والإحصائية للدراسة

#### 1.1.4 نوع الدراسة ومنهجها

##### 1.1.1.4 نوع الدراسة

في ميدان البحث العلمي نجد العديد من التصنيفات للدراسات العلمية، وفقاً لمعايير مختلفة، ونفس الشيء في الدراسات الإعلامية، فهناك تصنيفات تتم تبعاً لأسلوب البحث فتندرج منها الدراسات الكيفية والكمية، وهناك ما يتم وفقاً لميدان البحث فتتبع منها الدراسات الميدانية والمكانية، وهناك دراسات أساسها المنهج المعتمد، فنجد الدراسات التجريبية والوصفية، وقد تكون كل التصنيفات مجتمعة في قالب واحد فينتج عنه تصنيفاً واحداً. الدراسات الوصفية هي تلك الدراسات التي في مضمونها وصف الظاهرة وصفاً دقيقاً و كاملاً وفق تصميم خاص بها، وهدفها إعطاء صورة واضحة للواقع المدروس،<sup>1</sup> ويعبر عنها سعد سلمان المشهداني بالمنهج الوصفي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كتوجه في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها كيفياً وكمياً<sup>2</sup>، فوظيفته هي وصف الظاهرة التي يدرسها من خلال جمع المعلومات عنها ووصفها بدقة، وتقدمها بتعابير كمية أو كمية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل، *مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال*، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 52.

<sup>2</sup> سعد سلمان المشهداني، *منهجية البحث العلمي*، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 126.

<sup>3</sup> حميد جاعد الدليمي، *أساسيات البحث المنهجي*، ج1، شركة الحضارة للطباعة والنشر، بغداد، 2004، ص 6.

فالدراسات الوصفية أساسها جمع البيانات والمعلومات ثم تحليلها بشكل كامل، وبعدها يمكن الباحث من إصدار أحكام وتعميمات بخصوص الظاهرة المدروسة<sup>1</sup>، ولهذا فهي تتطلب تقنيات ووسائل تساعد على التوصيف الدقيق لها أو العلاقة بين متغيراتها<sup>2</sup>.

من أهداف البحوث الوصفية التشخيص الدقيق للظاهرة بتحديد ملامحها بعرض مكوناتها والعناصر المرتبطة بها لتسهيل عملية فهمها وإدراكها، وأيضاً تعمل على وضع خارطة الطريق للباحث من أجل بناء تصميم واضح لبحثه وفق منهج سليم، أين يقوم بجمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة وتحليلها لاستغلال الدلالات والنتائج، مقارنة بالدراسات الكمية التي تقترض موضوعية الحقائق العلمية وغير مرتبطة بمعتقدات ومشاعر الأفراد، تعتمد في جمع البيانات وتحليلها على التقنيات الإحصائية<sup>3</sup>، وتستخدم المناهج الكمية وأساسها تقديم تقديرات كمية للظاهرة موضوع الدراسة<sup>4</sup>.

انطلاقاً مما تقدم تبين بأن هذه الدراسة تدرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى كشف الواقع وإعطاء وصفا معمقا عن الظاهرة، من خلال إبراز خصائصها وتحديد أبعادها وظروفها وعرضها بأسلوب دقيق للوصول إلى حقائق مرتبطة بها<sup>5</sup>، تنتمي للمجال الإعلامي كون الظاهرة إعلامية، كونها تهدف إلى وصف ظاهرة الوعي السياسي للمرأة الجزائرية وتمييزه من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك - وعرض دوافع الاستخدام والتأثيرات الناتجة عنها، والإشباع المحققة من ذلك.

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان، عثمان غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 31.

<sup>2</sup> العربي بلقاسم فرحاتي، البحث الجامعي بين التقرير والتصميم والتقنيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 127.

<sup>3</sup> عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن 2008، ص 45.

<sup>4</sup> موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية - تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبه للنشر الجزائر، 2004، ص 100.

<sup>5</sup> غربي علي، أجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مطبعة سيرتا، قسنطينة، الجزائر، 2006، ص 85.

#### 2.1.1.4. المنهج المستخدم في الدراسة

##### 1.2.1.1.4. المنهج الأساسي للدراسة

سبق وأن أشرنا أنه يتوجب على الباحث اتباع خطوات بمثابة مراحل علمية لانجاز بحثه، ومن ضمنها اختيار المنهج المناسب الذي يعتبر من أهم الخطوات العلمية في أي دراسة، فهو القالب الذي توضع فيه معالم البحث بشكل عام، ولكل منهج أسلوبه وأدواته البحثية. فالمنهج العلمي كما يرى محمود علي سرحان هو أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها، وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة.<sup>1</sup> ويعرفه عمار بوحوش على أنه الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه أو دراسته المشكلة لموضوع البحث.<sup>2</sup>

يرى موريس انجرس بأن المنهج عبارة عن العديد من الخطوات والإجراءات يتبناها الباحث للتوصل إلى نتيجة بحثه، وبالتالي يتوجب تنفيذها وفق مراحل متتالية بشكل منظم ومنسق<sup>3</sup>، وهو أسلوب علمي دقيق يسلكه الباحث من أجل الوصول إلى حلول للظاهرة العلمية المدروسة، حيث يلتزم بالعديد من الضوابط والقواعد قصد اتخاذ القرارات، بالاعتماد على إجراءات وأدوات بحثية ملائمة، أين يبين العلاقات والأسباب والعلل والمقارنات والقيام باختبارات للنتائج المتوصل إليها، ومن ثم التوصل لمبررات الظاهرة<sup>4</sup>، ويتمكن الباحث من خلالها التوصل إلى الإجابة المقنعة لتساؤلات دراسته بعد وضع فروض لها واختبارها من خلال جمع البيانات والمعطيات عنها، تفسيرها وتحليلها. واختيار المنهج يتوقف على نوع المشكلة البحثية، وأهدافها.

بما أن دراستنا هذه تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية باعتبارها الطريقة المنظمة لدراسة وقائع راهنة متعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد، أو حدث، أو أوضاع معينة، بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو التحقيق من صحة حقائق قديمة وأثارها والعلاقة التي تتصل بها، وتفسيرها وكشف الجوانب التي تحكمها<sup>5</sup>،

<sup>1</sup> محمود علي سرحان، *مناهج البحث العلمي*، ط3، دار الكتب، صنعاء اليمن، 2019، ص 35.

<sup>2</sup> عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، *مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث*، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 99.

<sup>3</sup> موريس انجرس، ترجمه بوزيد صحراوي وآخرون، *مرجع سابق*، ص 36.

<sup>4</sup> عبد الخالق محمد علي، *خطوات نحو بحث النهج الإعلامي*، دار المحجة البيضاء، بيروت، لبنان، 2015، ص 102.

<sup>5</sup> محمد شفيق، *الخطوات المنهجية لإعداد البحوث العلمية*، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1995، ص 86.

وللضرورة المنهجية وطبيعة الدراسة كونها ظاهرة إعلامية تسعى إلى تشخيص ووصف دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية اعتمدنا على المنهج المسحي باعتباره أحد المناهج التي تعتمد عليها الدراسات الوصفية في الكشف عن الحقائق البحثية، وهو يعمل على مسح الظاهرة وكشف معطياتها وواقعها، ويمكن الباحث الوصول إلى نتائج علمية من خلال معالجة البيانات، تحليلها وتفسيرها.

فالمنهج المسحي هو المنهج الملائم للدراسات الوصفية التحليلية يعتمد على جمع البيانات بالأسلوب الإحصائي وجدولتها حتى الوصول إلى النتائج وفقا ما تحدده أهداف الدراسة<sup>1</sup>، وهو يعمل على تجميع منظم للبيانات المتعلقة لمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية أو إجتماعية المكتبات والمدارس المستشفيات وأنشطتها المختلفة، وكذا عملياتها وإجراءاتها وموظفوها وخدماتها المختلفة، وذلك خلال فترة زمنية معينة ومحددة<sup>2</sup>، فهو عرض شامل للدراسة في أسلوب منظم، بجمع المعلومات والبيانات عن الموضوع في وسط معين وزمن معين<sup>3</sup>.

يعتمد المنهج المسحي على العديد من الأساليب لجمع البيانات ولا يقتصر على أسلوب واحد فقط، كالإستبيان، وتحليل المحتوى وغيرها من الطرق الأخرى<sup>4</sup>، وبناء العلاقات ودراسها بكل أشكالها وصورها، والعمل على السببية بين متغيراتها من أجل الوصول إلى إichاءات علمية دقيقة بخصوص تطور الظاهرة ومستقبلها بتقديم تفسيرات وتحليلات<sup>5</sup>. وتنقسم الدراسات المسحية إلى نوعين رئيسيين<sup>6</sup>:

**1- المسح الكشفي أو الإستطلاعي:** و يستخدم هذا الصنف لما تكون الظاهرة المدروسة جديدة لم يسبقها دراسات سابقة، وغير معروفة بشكل واسع، فهي تزيد من فضول الباحث لإجراء البحث المستقبلي.

**3 - المسح الوصفي التحليلي:** من خصائصه الأساسية هي توصيف مجتمع الدراسة وتحديد النسب فيه وتبيان توقعات معينة بالإضافة إلى توضيح العلاقات الإرتباطية.

<sup>1</sup> منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 139.

<sup>2</sup> عامر قنديلجي، مرجع سابق، ص 25.

<sup>3</sup> محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سابق، ص 51.

<sup>4</sup> منال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، ط1. دار المسيرة البحث للنشر والتوزيع، لبنان 2014، ص 329.

<sup>5</sup> سعد سلمان المشهداني، مرجع سابق، ص 317.

<sup>6</sup> سعد سلمان المشهداني، المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

ونشير إلى أن الدراسة الحالية اعتمدت على أسلوب المسح الوصفي التحليلي الذي يتعدى وصف الظاهرة المدروسة إلى التحليل والتفسير والمقارنة، والتقديم إلى غالبية الكشف عن النتائج بالتعبير عنها كميتا ونوعيا، وتحديد العلاقة بين الدراسات الأخرى الدراسة الحالية<sup>1</sup>.

#### 2.2.1.1.4. المناهج المساعد في الدراسة

تتطلب بعض الدراسات إضافة مناهج مساعدة إلى جانب استخدام المنهج الرئيسي، وفي دراستنا اعتمدنا المناهج المساعدة ( المنهج التاريخي، المنهج المقارن، المنهج الإحصائي)

**1- المنهج التاريخي:** التاريخ هو مزيج من الأحداث والحقائق والوقائع التاريخية التي حدثت في وقت سابق، ولدراسته أهمية كبرى لمعرفة الماضي لغرض فهم الحاضر والتنبؤ بالمستقبل<sup>2</sup>. فأهمية دراسة التاريخ من أجل تتبع التطورات الماضية لبناء الظواهر الاجتماعية، فربط الحاضر بالماضي لمعرفة التأثيرات السابقة على البنية الاجتماعية الحالية، وكشف المبادئ والقوانين المتعلقة بتصرفات الأشخاص داخل النظم والجماعات<sup>3</sup>. فالمنهج التاريخي هو السلم الزمني للظواهر من الماضي إلى الحاضر<sup>4</sup>. يتم توظيف هذا المنهج في هذه الدراسة عند تتبع تطور القوانين والمبادئ التي اهتمت بشؤون المرأة سياسيا، أو غير متجانسة وحتى في المجتمع الواحد في فترات زمنية مختلفة<sup>5</sup>.

**2- المنهج المقارن:** المنهج المقارن يهدف إلى إبراز أوجه الاختلاف والتشابه بين ظاهرتين أو أكثر في أزمنة مختلفة<sup>6</sup>. يظهر استخدامنا لهذا المنهج بمقارنة مختلف الدراسات المنجزة ( الدراسات السابقة ) حول موضوع استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي ودراستنا الحالية بالوقوف على أوجه التشابه والاختلاف وأوجه التداخل بينها، وإبراز الدور الذي تلعبه هذه المواقع في زيادة الوعي لدى المرأة الجزائرية، ووضع الفروقات بينها وبين نظيراتها من خلال الدراسات الأخرى، وفي نفس الوقت مقارنة تأثير تكنولوجيات الإعلام على المرأة الجزائرية في فترات زمنية مختلفة، وفي نفس الوقت مقارنة إجابات المبحوثات واستخدامهن للفيسبوك في نفس فترة الدراسة، من خلال الدراسة الميدانية من وجهة نظر آراء عينة من النساء الجزائريات

<sup>1</sup> سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، دط، دار الشعب، القاهرة، 1976، ص 233.

<sup>2</sup> عبد الخالق محمد علي، مرجع سابق، ص 143.

<sup>3</sup> حسن عبد الحميد أحمد رشوان، علم الاجتماع ومناهج البحث العلمي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997، ص

104

<sup>4</sup> عمار بوحوش، محمد الذنبيات، مرجع سابق، ص 103.

<sup>5</sup> حسين عبد الحميد أحمد رشوان، مرجع سابق، ص 106.

<sup>6</sup> محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سابق، ص 76.



الجامعيات، ومقارنة دوافع استخدامهن للمواقع في المجال السياسي والتأثيرات الناتجة عن ذلك والإشباع المحققة من هذا الاستخدام.

**3- المنهج الإحصائي :** يستخدم المنهج الإحصائي في دراسة الظواهر التي لا يمكن إجراء التجارب عليها<sup>1</sup>، وهو أسلوب إحصائي يستخدم في البحث العلمي، يعتمد على الوسائل الرياضية والحسابية في جمع المعلومات والبيانات، تحليلها و تفسيرها تفسيراً منطقياً. استخدمنا هذا المنهج في :

- تحويل إجابات المبحوثات إلى بيانات وأرقام من شأنها الإجابة على تساؤلات الإشكالية، تبويب وتنظيم البيانات والأرقام المتحصل عليها وتحليلها، وإيجاد العلاقات والارتباطات فيما بينها.

- تقديم تفسيرات ضرورية للنتائج المتحصل عليها، وتوصلنا إلى تحديد نسب وتقديرات كمية لمدى التوافق بين دوافع استخدام المبحوثات الموقع فيسبوك في الشأن السياسي والإشباع المحققة من هذا الاستخدام، وتقدير مدى إمكانية تعميم نتائج الدراسة على المجتمع الذي أخذ منه العينة من النساء الجامعيات، حيث قمنا بوضع المعطيات الكمية في جداول تكرارية بالإعتماد على البرنامج الإحصائي spss النسخة 24 للتحليلات الإحصائية، ثم استخراج النسب المئوية للبيانات والاستعانة بالمقاييس الإحصائية وشتى العمليات الإحصائية التي من شأنها وأن تساعدنا في هذه الدراسة. ويذكر بأن برنامج التحليل الإحصائي spss وتعني حروفه<sup>2</sup> Statistical Racocge for social scinces ، وهو برنامج تقني يساعد الباحث على إجراء العمليات الإحصائية بكل سهولة، عوضاً عن الأسلوب اليدوي الذي يصبح ضعيفاً أمام الكم الهائل من البيانات المتحصل عليها باستخدام معادلات حسابية واختبارات حسابية متقدمة<sup>3</sup>. فواجهته جدولاً للبيانات يقوم بجميع العمليات الإحصائية الرئيسية، كما يمكنه تشكيل جداول ورسوم بيانية يمكن حفظها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> حسين عبد الحميد رشوان، مرجع سابق ، ص 107.

<sup>2</sup> فريحة محمد كريم، تطبيقات الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2012، ص 06.

<sup>3</sup> سعر إبراهيم حسنين، طريقة إجراء الجزء الإحصائي في الأبحاث العلمية باستخدام برنامج spss، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2015، ص 1.

<sup>4</sup> مارك تيسير، ترجمة حسن أحجيج، البحث الاجتماعي في العالم العربي وخارجه، دار نشر جامعة قطر، الدوحة، 2023،

## 2.1.4. مجتمع وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات

### 1.2.1.4. مجتمع الدراسة

في أي دراسة علمية لابد من اجتياز مرحلة إختيار مجتمع الدراسة والتي تعتبر خطوة منهجية مهمة في كل البحوث، فلا يمكن قيام دراسة بحثية ميدانية بمعزل عن مجتمع بحث، ونجاحها مرتبط بمدى دقة الإختيار الأمثل لمفردات المجتمع الذي ستجرى عليه الدراسة، ومجتمع البحث هو " كل العناصر المراد دراستها"<sup>1</sup>. وحسب مادلين غراويتنز فهو " مجموعة من العناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي"<sup>2</sup>.

ويتوجب على الباحث اختيار مجتمع الدراسة بدقة في أول خطوة من دراسته الميدانية لأنها مرحلة صعبة، فمجتمع البحث يعتبر " كل المفردات والوحدات أو الظواهر ذات الخصائص والمميزات والسمات المشتركة أو المقصودة بالبحث، وهو ميدان لجمع المعلومات، ومحل تعميم النتائج التي تتوصل إليها عبر المسح الشامل"<sup>3</sup>.

وللتعرف على مجتمع البحث لابد أن يحدد حجم المجتمع الأصلي أولاً بمعرفة مفرداته وتكوينه الداخلي ومدى تجانس أو تباين وحداته وكذا بنيته، وفي دراستنا هذه " دور مواقع التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية " المجتمع المستهدف هو " المجتمع الذي تجمع المعلومات من أجله"<sup>4</sup> وهو " مجموعة العناصر التي يرغب الباحث أن يطبق عليها نتائج دراسته"<sup>5</sup> وهو جمهور النساء الجزائريات الجامعيات المستخدمات للفيسبوك، ونظرا لضخامة حجم مجتمع المسح، تعذر علينا إجراء مسح شامل لكافة مفرداته، ولذلك لجأنا إلى اختيار عينة لتمثيله وإجراء الدراسة عليها وإمكانية تعميم النتائج على مستخدمات مواقع التواصل الإجتماعي.

<sup>1</sup> منذر الضامن، مرجع سابق، ص 200.

<sup>2</sup> موريس أنجرس، مرجع سابق، ص 100.

<sup>3</sup> العربي بلقاسم فرحاتي، البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، مرجع سبق ذكره، ص 266.

<sup>4</sup> سوتيريوس سارانتاكوس، ترجمة شهدة فارح، البحث الإجتماعي، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر،

2017، ص 292.

<sup>5</sup> جوني دانيل، أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، ترجمة طارق عطية عبد الرحمن، دط، مركز البحوث، المملكة

العربية السعودية، 2015، ص 38.

## 2.2.1.4. عينة الدراسة

تعتبر مرحلة اختيار العينة في البحث العلمي والدراسات الإعلامية من أهم المراحل وأدقها، لذلك يتوجب على الباحث اختيار العينة الذي تمثل مجتمع بحثه اختيارا صحيحا ودقيقا، وهذا الإختيار يتوقف على إجراءات علمية تؤدي إلى نتائج يمكن تعميمها على كل مفردات المجتمع. العينة هي " جزء من المجتمع الأصلي أو هي عدد من الحالات التي التي تؤخذ من المجتمع الأصلي وتجمع منها البيانات بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي".<sup>1</sup>

ويعرفها سمير محمد حسين على أنها " مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية، ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا مع المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها عليه".<sup>2</sup> ويعتبر اختيار العينة المرحلة المهمة لدى الباحثين، فعلى هذه المرحلة يتوقف استنباط النتائج، وبعدها تعميمها على المجتمع الأصلي الذي تطبق عليه الدراسة. ويتوجب على العينة أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي، تشمل كافة خصائصه، وأن يكون هناك التساوي في الإختيار بالنسبة لوحدات المجتمع.<sup>3</sup>

العينة عبارة عن جزء أو نموذج من مكونات المجتمع الأصلي الذي يجرى عليه البحث، تكون بنفس صفاته وممثلة له، تساعد الباحث في دراسته خاصة وأنها تغنيه عن دراسة كافة مفردات ووحدات المجتمع الأصلي خاصة عندما يصعب دراسته كاملا<sup>4</sup>، لذا لا بد وأن يتم اختيارها ووصفها وتحديد عددها وإبراز مميزاتها بشكل مناسب.<sup>5</sup>

العينة الأنسب لدراستنا هي العينة المتاحة (الميسرة)، لأنها سهلة وأقل للتكلفة والوقت والجهد، وإجراءاتها بسيطة وسهلة من حيث التطبيق والتنفيذ، بالإضافة إلى سرعتها في جمع البيانات في الوقت المناسب وإجاباتها مرتفعة. أما جوانب النقص في هذه العينة أنها لا تمكن الباحث من استهداف عناصر معينة من المجتمع، وهي أقل اعتمادية وموثوقية، كما أنها لا توفر كافة المعلومات للباحث حول المجتمع الذي يحتاجه، كما يصعب التوصل إلى عناصر المجتمع غير المرئيين وغير المتعاونين مما يضعف من تحديد التباين في

<sup>1</sup> سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية، 2020، ص 178.

<sup>2</sup> سمير محمد حسين، تحليل المضمون، تعريفاته، مفاهيمه، محدداته واستخداماته الأساسية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1996، ص117.

<sup>3</sup> سعد سلمان المشهداني، مرجع سابق، ص87.

<sup>4</sup> عامر قنديلجي، مرجع سابق، ص137.

<sup>5</sup> بكاي ميلود وآخرون، دليل إعداد الرسائل والمذكرات لطلبة lmd، جامعة زيان عاشور، الجلفة، ط1، 2014، ص25.

المجتمع<sup>1</sup>. فالعينة المتاحة أو الميسرة " هي أسلوب معاينة يتم فيه اختيار العناصر من المجتمع المستهدف على أساس مدى توافرهم للباحث، أو على أساس اختيارهم ذاتيا، أو كليهما معا"<sup>2</sup>

وبعد تحديد مجتمع الدراسة المستهدف المتمثلة في مجموع النساء الجزائريات المستخدمات لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديد مجتمع المسح المتمثل في جمهور النساء الجامعيات المستخدمات للفيسبوك، وبما أن هذا الأخير واسع وضخم لا يمكن تحديد عدده بالتدقيق وكما يصعب الوصول إليه وإجراء المسح الشامل لكافة مفرداته، استخدمنا طريقة اختيار العينة الممثلة لمجتمع البحث بهدف إجراء الدراسة الميدانية التحليلية عليها.

واعتمدنا كما قلنا سابقا على العينة المتاحة ( الميسرة ) أو العرضية أو الصدفية، فهي تنتمي إلى العينات غير الإحصائية حيث يكون اختيار مفرداتها من الجزء الأقرب والمتاح من مجتمع الدراسة، واختيارنا لهذا النوع من العينات راجع إلى ضخامة عدد النساء الجزائريات الجامعيات المستخدمات للفيسبوك ولا يمكننا حصره في عدد معين مما يعيقنا في تحديد عينة منتظمة وبشكل محدد، واستخدامنا للإستمارة كأداة لجمع البيانات وتوزيعها يكون بشكل عرضي لجمع أكبر عدد من إجابات المبحوثات خاصة لما يكون توزيع هذه الإستمارة إلكترونية وفي الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي.

لو طبقنا المسح الكلي على مجتمع النساء الجامعيات فيبقى دائما أمانا عائق عدم القدرة إلى التوصل إلى مسح كل النساء، ولهذا أنشأنا استمارة إلكترونية بالإضافة إلى اليدوية لتصادف أفراد العينة العرضية (الميسرة). وبما أن هناك تجانس وتقارب بين الأفراد في المجتمع الأصلي والعينة فإنه بإمكاننا أخذ عدد مصغر وإجراء الدراسة عليه<sup>3</sup>.

وفي ما يتعلق بحجم العينة المختارة فقد أدرجنا استمارة إلكترونية على المواقع الإلكترونية (البريد الإلكتروني) وعلى شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة المتعلقة بالمرأة الجزائرية ذات المستوى الجامعي، وبما أن كون عينتنا المختارة هي عينة ملائمة فوحدها تكون سهلة التواصل مع الباحث مباشرة باستخدام الإستبيان الإلكتروني كدعوة للمشاركة في الإجابة<sup>4</sup>، وأيضا أدرجنا استمارة يدوية تم تسليمها إلى المعنيات في

<sup>1</sup> جوني دانييل، مرجع سابق، ص135.

<sup>2</sup> جوني دانييل، المرجع نفسه، ص 132.

<sup>3</sup> عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط1، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص173.

<sup>4</sup> سعد الحاج بن جعدل، العينة والمعاينة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون عمان، 2020، ص64.

أماكن العمل والجامعات وفي كل مكان تصادفنا فيها مع امرأة جامعية. وبعد عملية التنظيم والفرز واسبعنا الإستمارات غير الصالحة وبقي لدينا 517 استمارة مثلت لنا حجم العينة التي أجرينا عليها الدراسة الميدانية.

#### 3.2.1.4. أدوات جمع البيانات

لا تقل أهمية مرحلة تحديد أدوات جمع البيانات عن المراحل السابقة، فمن خلالها يحدد الباحث الأداة التي تساعده في تجميع البيانات حول دراسته البحثية، والأدوات المستخدمة كثيرة منها: الملاحظة، الإستبيان، المقابلة، والمصادر والوثائق.

يتوقف اختيار إحدى الأدوات على طبيعة المنهج المختار للدراسة، فيستخدم جمع المصادر والوثائق في الدراسات التاريخية، في حين يعتمد المنهج المسحي على الإستبيان أو الإستفتاء بالدرجة كما يستعين بأداة المقابلة مكملة للإستبيان، وقد تستخدم هي فقط، أما منهج دراسة الحالة فهو يركز على الملاحظة كأداة رئيسية ويستعين بالمقابلة في حال تعذر على الباحث اعتماد الملاحظة كأداة لجمع البيانات، أما المنهج التجريبي فالأداة الرئيسية هي الملاحظة القصديّة، في حين يعتمد منهج تحليل المضمون على الوثائق المطبوعة وغير المطبوعة كأول أداة<sup>1</sup>.

والأداة التي استخدمناها في دراستنا هذه هي الإستبيان والذي يعتبر " أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب"<sup>2</sup>، يمتاز بكونه أداة تجميع للمعلومات الجديدة من المصادر مباشرة<sup>3</sup>، يتكون من مجموعة استفسارات وأسئلة مرتبطة ببعضها البعض تسعى إلى تجسيد إشكالية الدراسة لتحقيق الأهداف التي يسعى الباحث إلى تحقيقها<sup>4</sup>، في شكل استمارة تتكون من مجموعة أسئلة تفرض على المبحوث إختيار إحدى الإجابات المقترحة في حالة الإستبيان المقيد(المغلق) أو الإجابة بحرية يريدها دون تقييده بإجابة معينة في حالة الإستبيان الحر (المفتوح)، وهناك استبيان يقيد الباحث باختيار إجابات مقترحة تارة، وتارة أخرى تعطى له حرية التعبير في إجابته في حالة الإستبيان المغلق والمفتوح، وهناك استبيان يعتمد على تقديم رسومات وبيانات يسمى الإستبيان المصور<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> عامر قنديلجي، مرجع سابق، ص 174.

<sup>2</sup> فوزي غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الإجتماعية والإنسانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 71.

<sup>3</sup> عمار بوحوش، مرجع سابق، ص 38.

<sup>4</sup> منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام - الأسس والمبادئ، عمان، دار كنوز المعرفة، 2011، ص 203.

<sup>5</sup> سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، مرجع سابق، ص 173.

وأعدت الإستمارة استنادا إلى الأبعاد البحثية المكونة لفرضيات الدراسة حيث انحصرت هذه الأبعاد في المحاور التالية: (وفقا لنظرية الإستخدامات والإشباعات ونظرية الإعتماد على وسائل الإعلام): ( الملحق رقم1)

**الجزء الأول خاص بالبيانات الشخصية:** ويتضمن متغير العمر والمستوى الجامعي.

ما دفعنا إلى اختيار المتغيرين هو طبيعة الموضوع - الوعي السياسي للمرأة الجزائرية - ومحاولة منا معرفة ما إذا كانت هذه الفئة مهتمة فعلا بالجانب السياسي، خصوصا بعد التسهيلات التي جاء بها القانون العضوي للإنتخابات (الأمر رقم 01-21)<sup>1</sup>، حيث سن الترشح والإنتخاب يبدأ من سن 18 سنة، ونظام المناصفة في التواجد بالقائمة الإنتخابية ( المادة 176 ) الذي زاد من حظوظ ترشح المرأة الجزائرية للإنتخابات،<sup>2</sup> مع التسهيلات والتحفيزات التي قدمتها الدولة للمتشحين خريجي الجامعات والشباب أقل من 40 سنة ضمن المادة 02، 03 من المرسوم التنفيذي رقم 21-190.<sup>3</sup> وفي هذا الصدد اخترنا العمر ما بين 18 سنة إلى 40 سنة للفئة الأولى، والفئة الثانية أكبر من 40 سنة، والمستوى الدراسي الجامعي بمستوياته الثلاثة لمعرفة الفروق الفردية حسب المتغيرين وعلاقتها بمحاور الدراسة.

**المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام المرأة الجامعية لموقع فيسبوك في الشأن السياسي، ويحتوي على 10 أسئلة.

**المحور الثاني:** دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في الشأن السياسي، ويحتوي 10 عبارات.

**المحور الثالث:** التأثيرات السياسية الوجدانية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية، ويحتوي على 07 عبارات.

**المحور الرابع:** التأثيرات السياسية المعرفية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية ، يحتوي على 8 عبارات.

**المحور الخامس:** التأثيرات السياسية السلوكية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية، يحتوي 5 عبارات.

<sup>1</sup> أمر رقم 01-21، مؤرخ في 26 رجب عام 1442 الموافق ل 10 مارس 2021، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الإنتخابات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 17، المؤرخة في 26 رجب عام 1442 الموافق ل 10 مارس سنة 2021.

<sup>2</sup> الجريدة الرسمية، العدد 17، 2021، المرجع نفسه، ص 25.

<sup>3</sup> المرسوم التنفيذي رقم 21-190، مرجع سابق، ص 20، 21.

**المحور السادس:** دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على لمشاركة السياسية، يحتوي 8 عبارات.

ركزت الباحثة في صياغة الأسئلة على الأسئلة المغلقة بالإشارة إلى خيار واحد من ضمن الخيارات، والإعتماد على هذا الأسلوب لضمان سهولة الإجابة من قبل المبحوثات ويساعد الباحث في التفرغ والتبويب والتحليل.

بعد تصميم استمارة الإستبيان في شكلها الأولي عرضت على الأستاذ المشرف وإسداء مجموعة من النصائح لتعديلها، و تم عرضها على مجموعة من المحكمين\* (الصدق الظاهري) لإبداء ملاحظاتهم، كانت آرائهم مهمة جدا فيما يخص عبارات وأسئلة الإستمارة، وأخذ بعين الإعتبار ما طلب منا من تصويب وتعديل وفق الملاحظات المقدمة، ثم عدلت الإستمارة الأولية إلى أن أصبحت تحتوي 48 سؤالا وبعد ذلك وزعت على عينة استطلاعية مكونة من 30 مفردة من النساء الجامعيات (الصدق الإستطلاعي)، وهذا لقياس مدى فهمهن للأسئلة والإجابة عنها، وطبقنا عليها الإختبارات الإحصائية الضرورية ومن ثم تم التعديل النهائي للإستمارة.

اعتمدنا الإستبيان المقيد كأداة لجمع البيانات من النساء الجزائريات ذوات المستوى الجامعي، كونهن يتمتعن بمستوى تعليمي عال، ويستطعن فهم فحوى الإستمارة والإجابة عن أسئلتها بكل سهولة. ونشير إلى أنه أعدت الإستمارتين اليدوية والإلكترونية الذي يتم إعدادها على نماذج قوئل. وفي الأخير وزع الإستبيان على عينة الدراسة النساء الجامعيات المستخدمات للفيسبوك في شكل ورقي (سلمت باليد) والإلكتروني (عن طريق البريد الإلكتروني، في شكل رسائل عبر تطبيق مسنجر، وفي صفحات للنساء عبر كافة ربوع الجزائر) واسترجعنا في النهاية بعد استبعاد الاستمارات غير الصالحة ماعده 517 استمارة أجبب عنها بكل اهتمام وجدية على جميع الأسئلة وتبين أن جميعها صالحة للتحليل.

\* المحكمون هم:

- علاوة محمد، أستاذ بجامعة أم البواقي.
- مامن طارق، أستاذ بجامعة خنشلة.
- جدعون زينة أستاذة بجامعة خنشلة.
- دهماني سهيلة أستاذة بجامعة خنشلة.
- غضبان غالية أستاذة بجامعة باتنة.
- عباس سعيدة أستاذة بجامعة باتنة.

### 3.1.4. الأساليب المستخدمة في تحليل البيانات

تعتبر مرحلة تحليل البيانات في البحث العلمي مرحلة مهمة جدا لذلك فهي تحتاج جهدا فكريا من قبل الباحث. فالبيانات في بداياتها تكون جزئيات غير منتظمة، ويعمل الباحث على تنسيقها لتحويلها إلى نتائج بحثية، معتمدا في ذلك على أساليب وأدوات تتناسب مع موضوع الدراسة والمنهج المستخدم، ولغرض الكشف عن دور مواقع التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية، اعتمدنا التحليل الكمي والإحصائي للبيانات.

#### 1.3.1.4. الأسلوب الكمي

الأسلوب الكمي يمكن الباحث من وضع بياناته في صورة كمية، هذا ما يؤدي إلى الدقة في النتائج، بالإضافة إلى استخدام بعض الأساليب والبرامج الإحصائية<sup>1</sup>. وفي هذه الدراسة اعتمدنا على برنامج الحزم الإحصائية في العلوم الإجتماعية (spss/Statistical package for social science) النسخة<sup>2</sup>، 24، حيث قمنا ب:

#### 1.1.3.1.4. معالجة البيانات وإدخالها للكمبيوتر: في هذه المرحلة تم تحويل البيانات الكيفية إلى

بيانات كمية لتسهيل عملية إجراء التقنيات الإحصائية اللازمة، حيث اتبعنا الخطوات الآتية:

- **مراجعة البيانات:** حيث دققنا في بيانات الإستبيان للتأكد بأنه تمت الإجابة على جميع الأسئلة المطلوبة من قبل المبحوثات، واستبعاد الإستمارات غير المكتملة للبيانات.

- **ترميز البيانات:** قمنا بتحويل البيانات الكيفية ( أسئلة الإستمارة وأجوبة المبحوثات ) إلى رموز رقمية ليسهل التعامل معها حسابيا، ولتنفيذ ذلك أعدنا جدولا تعريفيا بمتغيرات الإستمارة في برنامج spss في نافذة وصف المتغيرات (variable name) ( الملحق رقم 2) حيث وصل عددها الكلي بعد إدخال كل الأسئلة والمحاور 51 متغيرا، وفي الصفحة الأخرى ( واجهة ترميز إجابات المبحوثات ) ( الملحق رقم 3)، وقمنا بتعريف المتغيرات في نافذة محور البيانات (Vue de variabe)، وبعد ذلك قمنا بإدخال إجابات كل مبحوثة إستمارة) في نافذة محور البيانات في برنامج spss، وتمت مراجعة كل المعطيات بصفة نهائية،

<sup>1</sup> طارق مامن، دور الجامعة في التنمية الإقليمية - دراسة ميدانية بجامعة عباس لغرور، خنشلة- دكتوراه علوم، جامعة باجي مختار، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، عنابة، الجزائر، ص 215.

<sup>2</sup> عبدالله عمر زين الكاف، تطبيق العمليات الإحصائية في البحوث العلمية مع استخدام برنامج spss، ط1، مكتبة القانون والإقتصاد، الرياض، 2014، ص 60.



وتصحيح بعض الأخطاء التقنية الواردة، وفي الأخير وصلنا لمرحلة التحليل الإحصائي. في مايلي ترميز عبارات المحاور التي أدخلناها في برنامج spss:

البيانات الشخصية: كتبت بنفس النمط، أما المحاور رمزت حسب المحاور، كما في الجداول التالية:

**الجدول رقم 1:** يمثل عبارات المحور الأول (عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لموقع فيسبوك في المجال السياسي)

الرقم	العبارة
س01	منذ متى وأنت تستخدمين الفيسبوك؟
س02	عدد ساعات تصفحك لموقع فيسبوك في اليوم
س03	الفترة المفضلة لديك لتصفح المنشورات السياسية على موقع فيسبوك
س04	المكان المفضل لديك لمتابعة المنشورات السياسية على موقع فيسبوك
س05	عادة تتابعين المنشورات السياسية على موقع فيسبوك
س06	الوسيلة المفضلة لمتابعة المنشورات السياسية على موقع فيسبوك
س07	أهم خاصية تتفاعلين بها مع المنشورات السياسية عبر الفيسبوك
س08	أهم المواضيع السياسية التي تهتمك على صفحات الفيسبوك
س09	انضمت إلى مجموعات على الفيسبوك ذات طابع سياسي.
س10	أنشأت مجموعة أو صفحة سياسية على الفيسبوك

المصدر: من إعداد الباحثة

**الجدول رقم 2:** يمثل عبارات المحور الثاني (دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لموقع الفيسبوك في المجال السياسي)

الرمز	العبارة
د11	تستخدمين الفيسبوك لأنه يتميز بسهولة الاستخدام، السرعة والأنية في الحصول على المعلومات والأحداث السياسية الجديدة باعتماد الخصائص (الصوت، الصورة، الفيديو).
د12	تتابعين المنشورات السياسية عبر الفيسبوك بدافع التسلية وكسر الملل.

د13	تستخدمين الفيسبوك لأنه يمكنك من التواصل وتبادل المعارف مع المهتمين بالمجال السياسي.
د14	تستخدمين الفيسبوك لأنه يزيد من رصيدك المعرفي السياسي.
د15	تستخدمين الفيسبوك لتعدد الآراء والاتجاهات السياسية التي تزيد من وعيك السياسي.
د16	للتعرف على أهم الأحداث والقضايا السياسية على المستوى الوطني والدولي.
د17	تتابعين المنشورات السياسية عبر الفيسبوك من أجل التعرف على الشخصيات السياسية على المستوى الوطني والدولي.
د18	تستخدمين الفيسبوك لأنه يسمح لك بالتعبير بكل حرية عن رأيك حول القضايا السياسية.
د19	تستخدمين الفيسبوك لأنه يولد لدي الجرأة في المشاركة السياسية.
د20	تستخدمين الفيسبوك لأنك تعتبرينه قوة ضاغطة على القادة وصناع القرار

المصدر: من إعداد الباحثة

الجدول رقم 3: يمثل عبارات المحور الثالث ( التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)

الرمز	العبرة
ج21	تشعرين بالإنفعال النفسي لما تتابعين عبر الفيسبوك الأحداث السياسية المتأزمة
ج22	لما تشاركين المواضيع السياسية عبر الفيسبوك تشعرين بالفخر.
ج23	تشعرين بالإحباط لتهرب العنصر النسوي من مناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك.
ج24	ينتابك الغضب من الإنتقادات الموجهة عبر صفحات الفيسبوك تجاه المشاركة السياسية للمرأة
ج25	تحسين بالحرية والتحرر عند التعبير عن آرائك السياسية.
ج26	تولد لديك الشعور بالخوف من خطورة الأزمات السياسية الجارية عبر العالم.
ج27	تولد لديك حزنا و تعاطفا تجاه ضحايا الأحداث السياسية

المصدر: من إعداد الباحثة

الجدول رقم 4: يمثل عبارات المحور الرابع (التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)

الرمز	العبارة
م28	ازداد رصيدك المعرفي بالقضايا السياسية.
م29	ازدادت قدرتك على تحليل الأحداث السياسية.
م30	ازدادت معرفتك بالشخصيات السياسية.
م31	ازدادت معرفتك بالنساء المهتمات بالمجال السياسي.
م32	تعرفت على طبيعة العلاقات والأوضاع بين الدول العربية والأجنبية.
م33	ازدادت معرفتك بالمبادئ والقوانين المهمة في الشأن السياسي على المستوى الوطني و الدولي.
م34	ازدادت معرفتك بحقوقك وواجباتك السياسية
م35	ساهم الفيسبوك في تكوين رأي سياسي صائب تجاه مختلف القضايا والاحداث على الصعيد الوطني والدولي

المصدر: من إعداد الباحثة

الجدول رقم 5: يمثل عبارات المحور الخامس (التأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)

الرمز	العبارة
ك36	أصبحت تتشرين وتشاركين منشورات لمواضيع سياسية عبر صفحات الفيسبوك
ك37	تشاركين في تنظيم التظاهرات والحملات السياسية عبر الفيسبوك.
ك38	أصبحت ناشطة عبر صفحات الفيسبوك التي تدعو إلى دعم حقوق المرأة
ك39	تساهمين عبر الفيسبوك في النقاشات و إبداء الرأي تجاه مختلف القضايا السياسية الوطنية والدولية.
ك40	ساعدك الفيسبوك على التواصل مع شخصيات سياسية وصناع القرار.

المصدر: من إعداد الباحثة

الجدول رقم 6: يمثل عبارات المحور السادس ( دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية)

الرمز	العبارة
ش41	من خلال متابعتك للمنشورات السياسية عبرالفيسبوك أصبحت لديك رغبة المشاركة أو تشاركين في الأنشطة السياسية التي تقوم بها الأحزاب السياسية.
ش42	اقتنعت بضرورة المشاركة في التظاهرات الشعبية التي تنظم عبر الفيسبوك (مثل الخروج في الحراك الشعبي)
ش43	أصبحت تشاركين في الجمعيات والندوات والمؤتمرات السياسية بفضل الفيسبوك
ش44	أصبحت تناقشين المواضيع السياسية مع الغير
ش45	اقتنعت عن طريق المنشورات السياسية عبرالفيسبوك بضرورة التصويت في الإنتخابات الرئاسية 2019.
ش46	اقتنعت عن طريق الحملات السياسية عبرالفيسبوك بضرورة التصويت أو الترشح في الإنتخابات المحلية والبرلمانية 2021
ش47	من خلال متابعتك للمنشورات السياسية عبرالفيسبوك أصبحت لديك الرغبة في الترشح للإنتخابات مستقبلا.
ش48	لو أنك ترشحت للانتخابات تعتمدين على الفيسبوك في الترويج لحملك الانتخابية.

المصدر: من إعداد الباحثة

#### 2.1.3.1.4 التحليل الإحصائي للبيانات

- بعد عملية جمع بيانات الدراسة الميدانية ثم ترميزها وتبويبها وتفرغها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية SPSS. تطرقنا إلى عملية التحليل الإحصائي لهذه البيانات بالإعتماد على:
- الصدق: " هو إلى أي درجة يقيس الإختبار ما وضع لقياسه " <sup>1</sup> ، وهو من الشروط التي يتوجب توفرها في أداة جمع البيانات وصدق الأداة يتعلق بصدق الأسئلة والعبارات <sup>2</sup>.
  - الصدق الظاهري: التوزيع على المحكمين، وهم مجموعة من الأساتذة ذوو الإختصاص.
  - الصدق الإستطلاعي: التوزيع على عينة ابتدائية مكونة من 30 مفردة.

<sup>1</sup> منذر الضامن، مرجع سابق، ص 113.

<sup>2</sup> محمد بكر نوفل، فريال محمد أبو عواد، مرجع سابق، ص 269.

- حساب معامل الثبات: ويقصد بالثبات أنه إذا طبقت الأداة أكثر من مرة في ظروف متشابهة تكون النتائج نفسها أو متطابقة<sup>1</sup>، وبحسب عن طريق اختبار ألفا كرونباخ. وثبات الإستبيان يعني عدم تناقض الإستبيان مع نفسه.

- النسبة المئوية، التكرارات، الدوائر النسبية: حولت إجابات المبحوثات على فقرات الإستبيان إلى جداول تكرارية ونسب مئوية ودوائر نسبية لتسهيل قراءتها والتعبير عنها بتحليلها وتفسيرها.

- المتوسط الحسابي: استعمل هذا الأخير للتوصل إلى متوسط إجابات المبحوثات على أسئلة الإستبيان، باحتساب متوسط الإجابة لكل عبارة لمعرفة مدى تأكيدها للفرضية من حيث موافقة أو رفض مفردات العينة.

- الانحراف المعياري: يدل على كفاءة الوسط الحسابي في تمثيل مركز اليانات، حيث كلما انخفضت قيمة الانحراف المعياري زادت جودة الوسط الحسابي<sup>2</sup>. يستخدم هذا المعامل لاختبار العلاقة بين المتغيرات مثل علاقة المتغير المستقل ( مواقع التواصل الإجتماعي ) بالمتغير التابع ( تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية ).

#### 2.3.1.4. الأسلوب الكيفي

هذا الأسلوب يعتمد على الوصف في تحليل البيانات والنتائج والتعليق عليها، من خلال مقارنة هذه الدراسة بالدراسات السابقة، وكذا إسقاط نظريات الدراسة عليها ومدى تحقق فروضها وأهدافها، وإجاباتها على إشكالية الدراسة. بهذا الأسلوب قمنا بالتصرف الخاص في القراءة المعمقة في إجابات العينة (المبحوثات) من خلال استمارة الإستبيان في المحور الثاني، الثالث، الرابع، الخامس والسادس، حيث صممت إجابات المبحوثات وفق مقياس ليكرت ضمن درجات إجاباتهن حسب كاييلي:

<sup>1</sup> محمد بكر نوفل، فريال محمد أبو عواد، التفكير والبحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010، ص276.

<sup>2</sup> فهمي محمد شامل بهاء الدين، الإحصاء بلا معاناة، المفاهيم والتطبيقات باستخدام برنامج Spss، ج1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2005، ص 188.

الجدول رقم 7: يوضح مقياس ليكرت الخماسي وفق الأوزان

الدرجات	الاستجابة
(5) خمسة درجات	موافق بشدة
(4) أربعة درجات	موافق
(3) ثلاث درجات	محايد
(2) درجتان	غير موافق
(1) درجة	غير موافق بشدة

المصدر: مشتاق طلب فاضل، مواقع التوصل ودورها في التوجهات السياسية، ط1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019 ص114.

لمعرفة اتجاهات النساء الجزائريات الجامعيات نحو موقع الفيسبوك ودوره في تنمية الوعي السياسي لديهن من خلال استجابتهن للإستبيان بالتأييد أو المعارضة لمجموعة من العبارات الموضوعية بحيث تمثل هذه الأخيرة مواقف محددة، ومقياس ليكرت الخماسي إحدى الطرق يترجم إمكانية الإجابة وفق خمسة خيارات ممكنة (موافق بشدة، موافق، غير موافق، غير موافق بشدة) وعلى المبحوثة التأشير بعلامة (x) أمام الإختيار الذي تراه مناسباً، حيث أن المتوسط المرجح وفق الإجابالت يكون كما يلي<sup>1</sup>:

الجدول رقم 8: مقياس ليكرت الخماسي وفق المتوسط المرجح

مستوى الأهمية	المتوسط المرجح	الاستجابة
مرتفع جداً	من 4,21 إلى 5	موافق بشدة
مرتفع	من 3,41 إلى 4,20	موافق
متوسط	من 2,61 إلى 3,40	محايد
منخفض	من 1,81 إلى 2,60	غير موافق
منخفض جداً	من 1 إلى 1,80	غير موافق بشدة

المصدر: وليد خالد الفراء، تحليل بيانات الإستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي spss، إدارة البرامج والشؤون الخارجية، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، 1997، ص26.

<sup>1</sup> وليد خالد الفراء، تحليل بيانات الإستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي spss، إدارة البرامج والشؤون الخارجية، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، 1997، ص26.

## 2.4. تحليل بيانات الدراسة

## 1.2.4. تحليل البيانات الشخصية للعينة، المحور الأول والثاني

## 1.1.2.4. تحليل البيانات الشخصية للعينة

الجدول رقم 9: تحليل خصائص العينة

المتغير	الخيارات	التكرارات	النسب المئوية %
العمر	من 18 إلى 40 سنة	382	73,9
	أكبر من 40 سنة	135	26,1
المجموع		517	100
الطور الجامعي	ليسانس	334	64,6
	ماستر	171	33,1
	دراسات عليا	12	2,3
المجموع		517	100

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

## 1.1.1.2.4. تحليل الجدول حسب متغير السن

نلاحظ من خلال ( الجدول رقم 9 ) أن مفردات العينة توزعت على فئتين، فالفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة هي الغالبة بتكرار قدره 382 بنسبة 73,3 % في حين الفئة من 40 سنة فأكثر تمثل 135 مفردة ما يقابله 26,1 % .

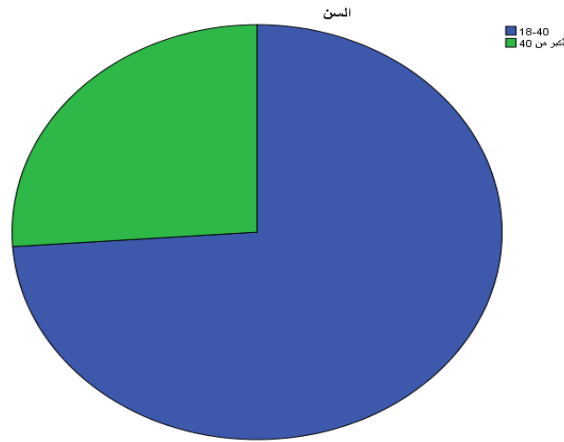
و يمكن تفسير ذلك كون العينة عرضية (صدفية) وزعت الكترونيا و يدويا، فكل مفردة تصادفنا تجيب على الإستمارة دون السؤال المسبق عن العمر، هذا من جهة و يعود بنا التفسير أيضا إلى كون الفئة الأولى من ( 18 إلى 40 سنة ) هي الفئة الشابة، والدراسة الميدانية استهدفت من يمتلك حسابات على مواقع شبكات التواصل الإجتماعي، الأمر الذي يمكن إرجاعه إلى أن الفئة الثانية ( أكبر من 40 سنة ) هي فئة متقدمة في العمر وفي الغالب تكون ملتزمة بمسؤوليات مهنية ومنزلية تغنيها عن الاهتمام والإرتياد المتواصل على المواقع مقارنة بالفئة الأخرى، ومن جهة أخرى تشير الإحصائيات السنوية التي قدمتها وكالة الإستشارات الدولية " داتا ريبورتال " في تقريرها حول مواقع التواصل وشبكة الأنترنت لسنة 2023 ، حيث

تبين 23,95 مليون مستخدم جزائري لوسائل التواصل الاجتماعي في جانفي 2023، منهم 22,10 مليون مستخدم أعمارهم من 18 سنة فأكثر.<sup>1</sup>

ومن المنطقي أن تكون الفئة الشابة هي الرائدة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فهي ما زالت في مرحلة التعليم والاكتشاف والتطلع نحو معرفة ما هو جديد وبالتالي فهذه المنصات تعتبر وجهة مناسبة للشباب. هنا نقول بأن الفيسبوك - شبكة إجتماعية تضمن الحصول على المعرفة والمعلومات لما يتميز به من خصائص كثيرة تدعم التعليم وفق أساليب مختلفة، فهو يركز على تكوين المعرفة التشاركية.

وعلى العموم نستنتج أن فئة متوسطات العمر والشابات هي المشكلة لأغلبية مفردات عينة البحث، اللواتي ينحصر أعمارهن ما بين 18 سنة إلى 40 سنة، وقد تمثل هذه الفئة الشريحة الأكبر في المجتمع الجزائري، ففي هذه المرحلة العمرية تمتاز المرأة بحب الإكتشاف لأخر الأحداث والمستجدات الوطنية والدولية وزيادة التنقيف السياسية عبر وسائل الإعلام. والشكل التالي يبين توزيع الفئتين العمريتين كما يلي:

الشكل رقم 2: يبين توزيع الفئتين العمريتين



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

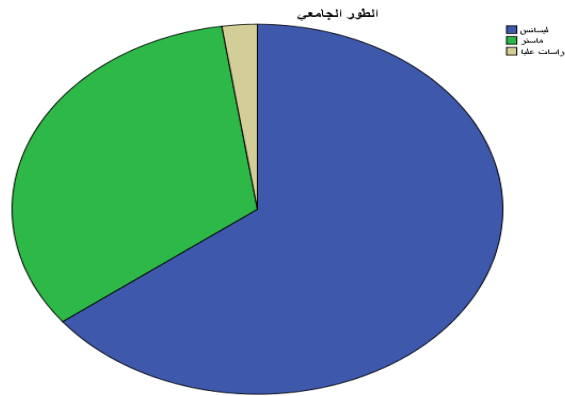
#### 2.1.1.2.4. تحليل الجدول حسب متغير الطور الجامعي

من الجدول أعلاه ( الجدول رقم 9 ) توزيع مفردات العينة حسب المستوى الجامعي، حيث نسجل أكبر نسبة لطور ليسانس بـ 334 مفردة ما نسبته 64,6% ، وهي النسبة الغالبة، ويليهما في الترتيب الثاني طور الماستر بـ 171 مبحوثة ما نسبته 33,1%، أما طور الدراسات العليا سجلنا 12 مبحوثة ما يعادل 2,3%



وهي أقل نسبة. ويعود تفاوت نسب هذه المستويات إلى النظام التعليمي (ليسانس، ماستر، دكتوراه) الجامعي الذي تعتمد الجزائر، ففي مستوى الليسانس يرتفع عدد المسجلين الناجحين من البكالوريا مباشرة، ومدة الدراسة فيه ثلاث سنوات ( ستة سداسيات) ويتأهل الطالب بشهادة الليسانس في نهاية هذا الطور، ومن المتخرجين من يتوجه مباشرة إلى الوظيفة أو يكتفي بهذه الشهادة ولا يكمل دراسته. أما الطور الثاني ( طور الماستر) فيكون عدد المسجلين به أقل من الطور الأول، ومدة الدراسة فيه سنتان أربع سداسيات)، ويتحصل الطالب في نهاية دراسته على شهادة الماستر، أما الطور الثالث فهو مرحلة الدكتوراه ويتم التسجيل فيه بعد النجاح في مسابقة تنظمها الجامعات وفق شروط معينة، وأهمها تحديد عدد المقاعد البيداغوجية بعدد محدود جدا، السبب الذي يجعل عدد المسجلين فيه أقل بكثير من الطورين السابقين.

الشكل رقم 3: يبين توزيع مفردات العينة حسبة المستوى الجامعي



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

#### 2.1.2.4. تحليل بيانات المحور الأول (عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي)

الجدول رقم 10: مدة استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من سنة	74	14,3
من سنة إلى 3 سنوات	131	25,3
أكثر من 3 سنوات	312	60,3
المجموع	517	100

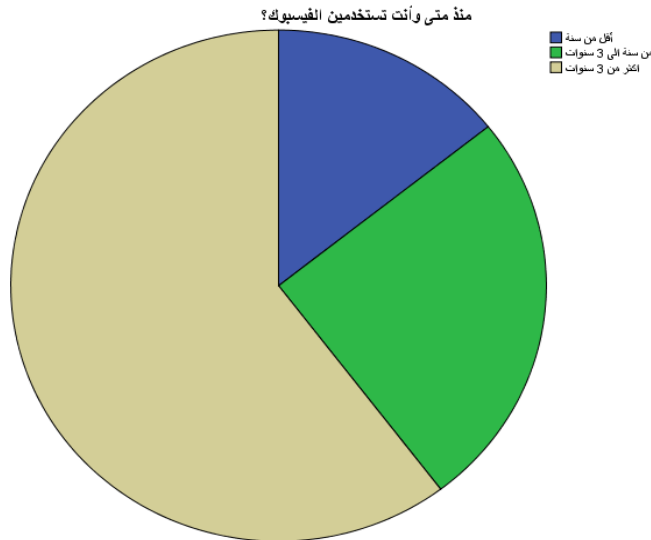
المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

يمثل الجدول أعلاه رقم 10 مدة استخدام المبحوثات لموقع التواصل الاجتماعي - فيسبوك - ويتضح من خلال التكرارات والنسب المئوية الواردة في الجدول أن غالبية مبحوثات الدراسة يستخدمن الموقع أكثر من ثلاث سنوات ونسبتهن 60,3 % ما يعادل 342 امرأة، بينما اللاتي يستخدمن الموقع من سنة إلى ثلاث سنوات عددهن 131 امرأة ما نسبته 25,3 % أما 23,1 % ما يعادل 61 مبحوثة يستخدمن الموقع منذ أقل من سنة فقط.

إن نتائج الجدول المتعلقة بأغلبية مفردات العينية من المبحوثات يستخدمن الفيسبوك لأكثر من ثلاث سنوات هي نتيجة متوقعة، خصوصا في المجال السياسي كما أن انتشار الموقع في السنوات الأخيرة راجع إلى تنوع أدواره وخدماته وأصبح وسيلة إعلامية لتوثيق الأحداث السياسية وإدارة العديد من الثورات الشعبية في البلدان العربية ونجاحه الباهر في حشد الجماهير وتعبئة الرأي العام، مما أعطى للمرأة دفعا قويا للإندماج إليه واستنباط الفكرة. وكانت المرأة الجزائرية في مكان الحدث منذ أن دخل الموقع للجزائر سنة 2004 . بينما باقي مبحوثات العينة فهن التحقن حديثا لا استخدام الفيسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات، وأقل من سنة .

الشكل التالي يبين هذا التوزيع:

الشكل رقم 4: يبين مدة استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

الجدول رقم 11: عدد ساعات تصفح المرأة الجزائرية الجامعية لموقع فيسبوك في اليوم

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من ساعة	102	19,7
من 01 ساعة إلى 3 ساعات	224	43,3
أكثر من 3 ساعات	191	36,9
المجموع	517	100

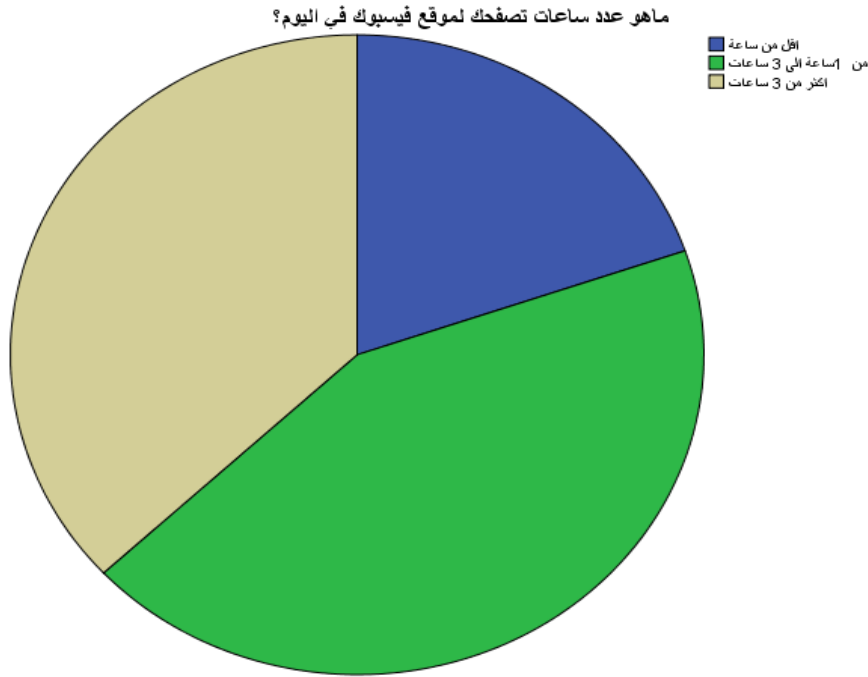
المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

يمثل الجدول أعلاه ( رقم 11 ) عدد ساعات تصفح المرأة الجزائرية الجامعية لموقع فيسبوك في اليوم، حيث يتبين من خلال البيانات الواردة فيه أن 43,3% من المبحوثات يستخدمنه لمدة تتراوح ما بين ساعة واحدة إلى ثلاث ساعات، هذه النسبة هي الأكبر والتي توافق 224 مفردة، وهذه المدة معقولة بالتوازي مع النشاطات اليومية التي تقوم بها المرأة بين الدراسة والعمل وأشغال المنزل وارتباطات أخرى. بينما نسجل في الترتيب الثاني مانسبته 36,9% مبحوثة يستخدمنه لأكثر من ثلاث ساعات يوميا ربما يتعلق الأمر بالنساء اللاتي لديهن أوقات فراغ أو يعتمدن على الموقع الذي أصبح مصدرا مهما للمعلومات حسب طبيعة المهنة أو العمل الذي يفرض عليهن التعرض بشكل مكثف كالإعلاميات والصحفيات، أما نسبة اللاتي صرحن بأنهن يتصفحن الموقع لأقل من ساعة واحدة فنسبتهن 1,77% .

نلاحظ من بيانات الجدول أن النسبة الغالبة هي 43,3% تمثل فئة النساء اللاتي يستخدمن الفيسبوك لتتبع المواضيع السياسية لمدة تتراوح ما بين ساعة إلى ثلاث ساعات وهذه النتيجة تتقارب إلى النتيجة التي توصلت إليها سالمة شداني<sup>1</sup>، أين تبين حجم التعرض الزمني لمبحوثات دراستها من ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة 48,3%.

<sup>1</sup> سالمة شداني، مرجع سابق، ص 148.

الشكل رقم 5: يبين عدد ساعات تصفح المرأة الجزائرية الجامعية لموقع فيسبوك في اليوم



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

الجدول رقم 12: الفترة المفضلة لدى المرأة الجزائرية الجامعية لتصفح المنشورات السياسية على موقع

فيسبوك

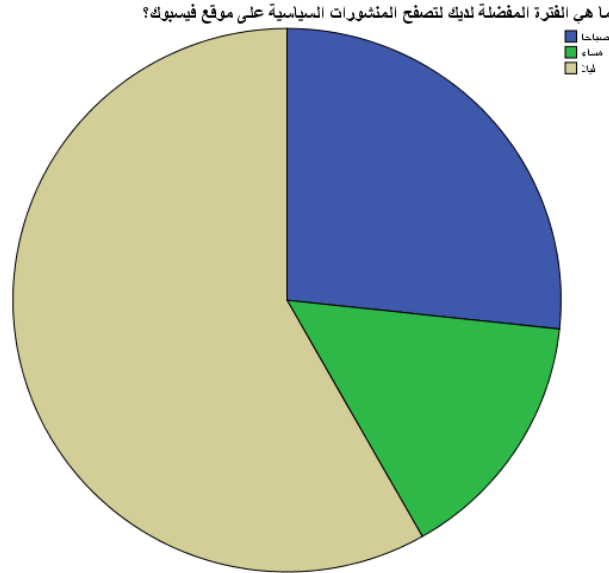
الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
صباحا	138	26,7
مساء	78	15,1
ليلا	301	58,2
المجموع	517	100

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

يبين الجدول أعلاه رقم 12 الفترة المفضلة لدى المرأة الجزائرية الجامعية لتصفح المنشورات السياسية على موقع فيسبوك ، حيث نجد أكبر نسبة هي 58,2% ما يعادل 301 مبحوثة يتصفح الموقع ليلا، واختيار هذا الوقت تحديدا كونه فترة راحة لكل الناس، وأيضا هذا هو الوقت المناسب للمرأة لتصفح الشبكة خاصة بعد الإنتهاء من نشاطه اليومي كطالبة أو عاملة أو ربة بيت. بينما اللاتي صرحن بأنهن يتابعن المنشورات السياسية صباحاً فنسبتهن 26,7% ، وتفضيلهن لهذا الوقت ربما هو الأنسب لبعض منهن كوقت

أنسب في وقت فراغهن ، أو يدخلن الموقع من أماكن عملهن ، في حين 15,1% منهن الفترة المسائية هيا الفترة المفضلة لديهن لتتبع المنشورات السياسية.

الشكل رقم 6: يوضح فترات تصفح المرأة الجزائرية الجامعية لموقع فيسبوك في اليوم



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

الجدول رقم 13: المكان المفضل لدى المرأة الجزائرية الجامعية لمتابعة المنشورات السياسية على موقع فيسبوك

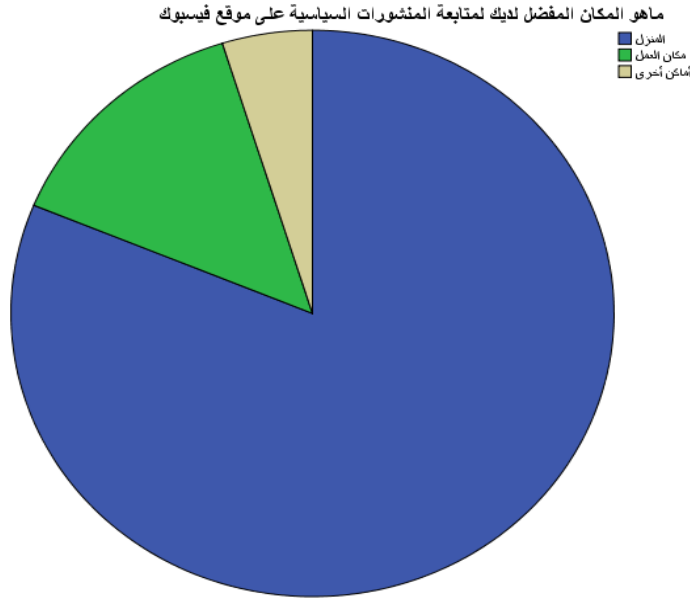
الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
المنزل	420	81,2
مكان العمل	72	13,9
أماكن أخرى	25	4,8
المجموع	517	100

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

يبين ( الجدول رقم 13 ) أعلاه المكان المفضل لدى المرأة الجزائرية الجامعية لمتابعة المنشورات السياسية على موقع فيسبوك، حيث نلاحظ أن غالبية المبحوثات ما نسبته 81,2% ويعادل 420 مفردة يفضلن استخدام الموقع في المنزل، أما 13,9% يتابعن المنشورات السياسية في أماكن العمل، بينما 4,8% فقط يفضلن أماكن أخرى كالجامعة، أو المنتزهات والساحات العمومية وغيرها ..... ويمكن تفسير ارتفاع

نسبة استخدام الفيسبوك - في المنزل كمكان مفضل - إلى الإنتشار الكبير المواقع التواصل الاجتماعي خصوصا موقع فيسبوك في الجزائر في السنوات الأخيرة ، وتوفر شبكة الأنترنترنت 24/24 ساعة.

الشكل رقم 7: يوضح المكان المفضل للمرأة الجزائرية الجامعية لتصفح موقع فيسبوك



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

الجدول رقم 14: يوضح الأشخاص الذين تتابع معهم المرأة الجزائرية الجامعية موقع فيسبوك

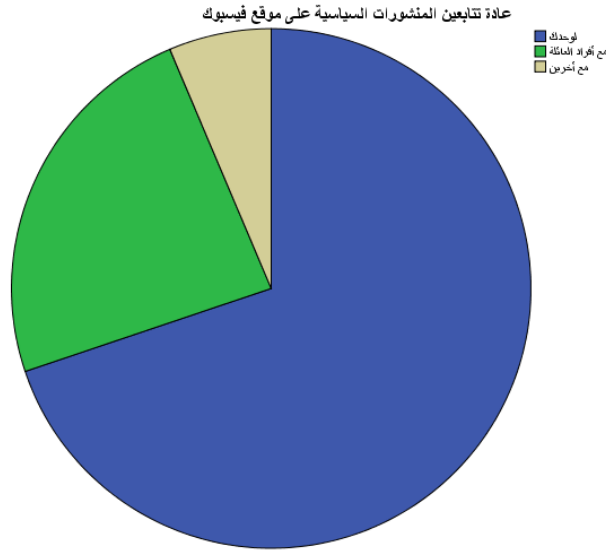
الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
بمفردك	361	69,8
مع أفراد العائلة	123	23,8
مع آخرين	33	6,4
المجموع	517	100

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

يبين الجدول أعلاه معية متابعة المنشورات السياسية على موقع فيسبوك، حيث تبين من خلال معطيات الجدول أن ما نسبته 69,8% من المبحوثات يتصفحن الفيسبوك بمفردهن وعددهن 361 مفردة، أما 23,8% صرحن بأنهن يتابعن المنشورات السياسية مع أفراد العائلة، بينما 6,4% مع آخرين. وتفسير ارتفاع نسبة الاستخدام الفردي للفيسبوك من أجل متابعة المنشورات السياسية هو تميز هذا الموقع بالاستخدام

الشخصي، لا سيما مع انتشار وسائل تحميله كالحاسوب واللوحة الرقمية وخاصة الهاتف النقال، وأصبح لكل فرد جهازا خاصا به.

الشكل رقم 8: يوضح الأشخاص الذين تتابع معهم المرأة الجزائرية الجامعية موقع فيسبوك.



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

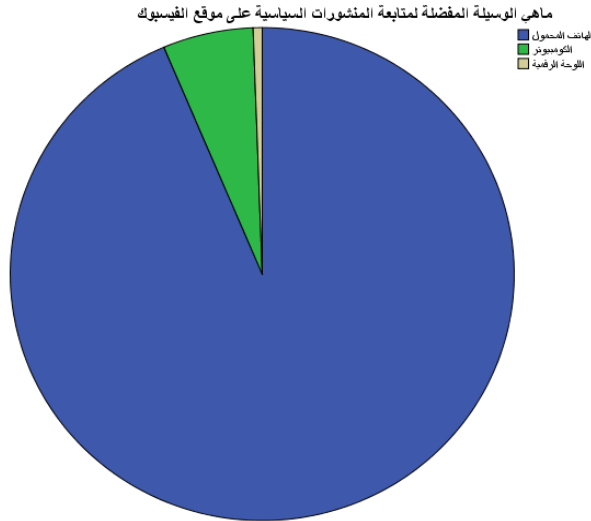
الجدول رقم 15: الوسيلة المفضلة لمتابعة المنشورات السياسية على موقع الفيسبوك

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
الهاتف المحمول	484	93,6
جهاز الكمبيوتر	30	5,8
اللوحة الرقمية	3	0,6
المجموع	517	100

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

يبين (الجدول رقم 15) أعلاه الوسيلة المفضلة لمتابعة المنشورات السياسية على موقع فيسبوك، حيث نلاحظ من خلال البيانات الموزعة أن أغلبية المبحوثات 93,6% ما يوافق 480 مفردة يعتمدن على الهاتف المحمول والسبب يعود إلى سهولة حمله، إضافة إلى القدرة الشرائية له أقل مقارنة بالأجهزة الأخرى. أما 5,8% يستخدمن جهاز الكمبيوتر و 0,6% يستخدمن اللوحة الرقمية، وتفسير الخيارين الأخيرين ربما لعدم امتلاك هذه المجموعة للهاتف الذكي فهن فئة الطالبات اللاتي يستخدمن الجاهزين للدراسة وميزانية عائلتهن في الغالب لا تكفي لامتلاك كل الأجهزة.

الشكل رقم 9: يبين الوسيلة المفضلة لدى المرأة الجزائرية الجامعية لمتابعة المنشورات السياسية على موقع الفيسبوك



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

الجدول رقم 16: يبين أهم خاصية تتفاعل بها المرأة الجزائرية الجامعية مع المنشورات السياسية

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
التعليق	90	17,4
الإعجاب	176	34
المشاركة في مجموعة أو صفحة أخرى	9	1,7
المشاركة في حسابك الخاص	3	0,6
تكتفين بمتابعة المنشورات فقط	239	46,2
المجموع	517	100

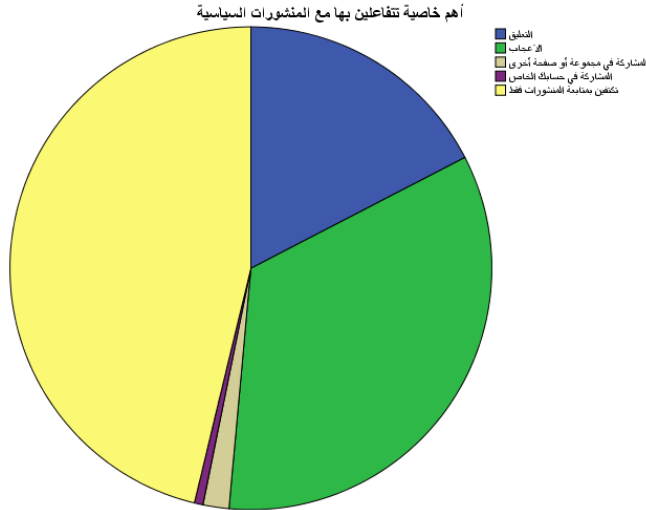
المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

يبين ( الجدول رقم 16 ) أعلاه أهم خاصية تتفاعل بها المرأة الجزائرية الجامعية مع المنشورات السياسية على موقع فيسبوك، إذ نلاحظ أن النسبة الغالبة 46,2 % ما يعادل 239 مبحوثة يكتفين بمتابعة المنشورات فقط، وفي الترتيب الثاني نسبة اللاتي يتعاملن مع المنشورات السياسية عن طريق الإعجاب 34 %، أما نسبة المتفاعلات عن طريق التعليق وصلت نسبتهم إلى 17,4 %، أما اللاتي يشاركن المنشورات في مجموعة أو صفحة أخرى نسبتهم 1,7 %، أما نسبة النساء اللاتي يشاركن المنشورات على حسابهن



الخاص فهي 0,6% فقط. وتوصل أحمد شريف بسام<sup>1</sup> في دراسته حول الطريقة التي شارك بها الطلبة الجامعيين الجزائريين عبر وسائط الإتصال الحديثة في أحداث التغيير السياسي في بعض الدول العربية إلى أن أسلوب الإعجاب كان في الترتيب الأول، ثم المشاركة بإعادة نشر محتوى آخر، يليها أسلوب المشاركة بفيديو، المشاركة بصورة، والمشاركة بمحتوى مكتوب، وبعدها أسلوب التعليق، وفي الأخير بإنشاء صفحة.

الشكل رقم 10: يبين أهم خاصية تتفاعل بها المرأة الجزائرية الجامعية مع المنشورات السياسية



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

الجدول رقم 17: أهم المواضيع السياسية التي تهم المرأة الجزائرية الجامعية على الفيسبوك

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
القضايا الداخلية الوطنية	168	32,5
القضايا الإقليمية المجاورة	42	8,1
القضايا العربية	18	3,5
القضايا الدولية الأجنبية	0	0
القضية الفلسطينية	289	55,9
المجموع	517	100

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

<sup>1</sup> أحمد شريف بسام، مرجع سبق ذكره، ص 317.

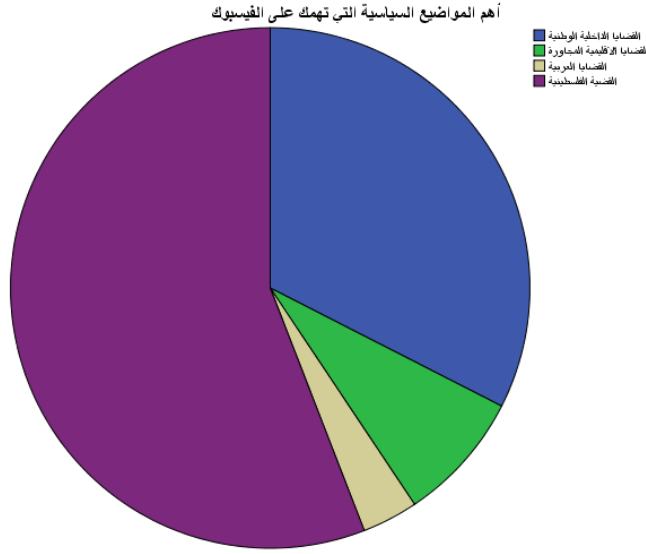
يمثل ( الجدول رقم 17 ) أعلاه اختيار المبحوثات لأهم القضايا اللاتي يتابعنها عبر المنشورات السياسية على الفيسبوك حيث يأتي اختيار القضية الفلسطينية في الصدارة بأكثر من نصف المبحوثات بنسبة 55.9% ما يوافق 289 مبحوثة، وذلك لكون هذه القضية من بين الإهتمامات السياسية للشعب الجزائري بشكل عام و للمرأة الجزائرية بشكل خاص، فهي ذات طابع قومي وتاريخي وديني في نفس الوقت، وتحظى باهتمام خاص من الدولة الجزائرية، أين أثبتت هذه الأخيرة مساندتها الدائمة لها مهما كانت ظالمة أو مظلومة. ونشير إلى أن دراستنا الميدانية تزامنت مع حرب طوفان الأقصى 07 أكتوبر 2024 أين احتلت القضية صدارة المواضيع في كل الوسائل الإعلامية وصفحات شبكات التواصل، وحسب نظرية الإستخدامات والإشباع فهذه النتيجة تؤكد الفرضية الذي تعتبر أن مفردات العينة من النساء الجزائريات الجامعيات ينتقين من مضامين صفحات الفيسبوك ما يعتبرنه يحقق أهدافهن ويشبع احتياجاتهن من المعلومات بإرادتهن، وحسب اهتمامتهن وقيمهن ووفقا للمجتمع الذي يعشن فيه.

وقد توصل الباحثان خالد هدار وسعاد عيساني إلى أن موضوع القضية الفلسطينية جاء في الخيار الثاني من حيث المواضيع المتابعة في دراستهما، حيث كانت طبيعة القضية من العوامل المهمة في تحديد أولويات الجمهور، فالقضايا التي لديهم معلومات عنها ويعايشونها تجعلهم في اطلاع دائم عنها حسب نظرية الأجندة<sup>1</sup>. أما اللاتي صرحن بأنهن اخترن القضايا الداخلية الوطنية مجموعهن 168 بنسبة 32,5% من مفردات العينة، كون المواضيع الوطنية تمثل محيطهن الذي يعشن فيه ويتفاعلن معه، واحتلت هذه النتيجة الصدارة ضمن نتائج دراسة فائزة بوزيد حول ترتيب تفضيلات عينة الدراسة للقضايا في صفحات الفيسبوك<sup>2</sup>، أما القضايا الإقليمية المجاورة فقد وقع عليها الاختيار بنسبة 8,1% من مجموع المبحوثات، بينما القضايا العربية لم تتحصل إلا على 3.5% من اختيارات المبحوثات، أما القضايا الدولية الأجنبية لم يقع عليها ولا خيار من قبل مفردات العينة.

<sup>1</sup> خالد هدار، سعاد عيساني، مرجع سابق، ص 310.

<sup>2</sup> فائزة بوزيد، مرجع سابق، ص 257.

الشكل رقم 11: يبين التدرج في خيارات المرأة الجزائرية الجامعية للمواضيع السياسية حسب أهميتها



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

الجدول رقم 18: يبين انضمام المرأة الجزائرية الجامعية إلى مجموعة فيسبوكية سياسية

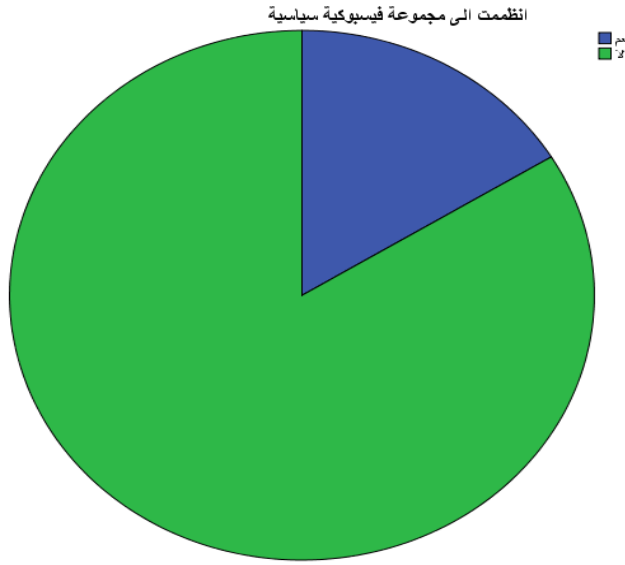
الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	84	16,2
لا	433	83,8
المجموع	517	100

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

تبين من خلال إجابات المبحوثات (الجدول رقم 18) أن أغليبتهن (433 مبحوثة) مايعادل 83,8% لسن منظمات لمجموعات سياسية عبر الفيسبوك، بينما عدد قليل منهن أجاب بنعم، وتفسير ذلك ربما أنهن غير مهتمات بالانضمام لمثل هذه المجموع أو لقلتها في الجزائر أو تخوفا من الأخطاء التي تعرضن للانتقادات الأمنية.

أما عدد اللاتي هن منظمات لمجموعات سياسية على الفيسبوك فعددهن 84 مفردة مانسبته 16,2%، ربما هن من ضمن الفئة التي تميل إلى الجانب السياسي وتشارك فيه من خلال الترشح والانتخاب، ولها الرغبة في تتبع المواضيع والأنشطة السياسية.

الشكل رقم 12: يبين انضمام المرأة الجزائرية الجامعية إلى مجموعة فيسبوكية سياسية



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

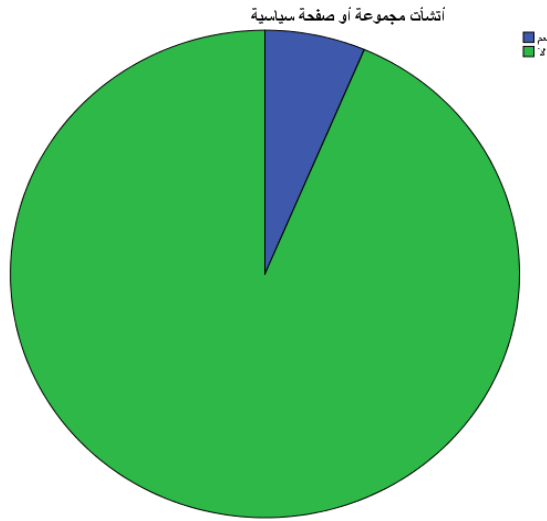
الجدول رقم 19: يبين إنشاء المرأة الجزائرية الجامعية لمجموعة أو صفحة سياسية

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	33	6,4
لا	484	93,6
المجموع	517	100

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

تبين من خلال إجابات المبحوثات ( الجدول رقم 19 ) أن أغليتهن ( 484 مبحوثة ) مايعادل 93,6% لم ينشئن صفحة أو مجموعة سياسية عبر الفيسبوك، وتفسير ذلك ربما أنهن غير مهتمات بإنشاء مثل هذه المجموعات حتى وإن كانت لديهن اهتمامات سياسية، أما عدد اللاتي أنشأن مجموعة أو صفحة سياسية على الفيسبوك فعددهن 33 مفردة فقط مانسبته 6,4%، ربما هن من ضمن الفئة التي تشارك في الجانب السياسي من خلال الترشح والانتخاب، ولها الرغبة في ممارسة الأنشطة السياسية وتتبع المواضيع التي تهتم بهذا المجال. وما يلاحظ ظهور صفحات كثيرة لمترشحات خلال فترة الانتخابات، أيضا النساء البرلمانيات لديهن صفحات خاصة بهن للتواصل مع المواطنين.

الشكل رقم 13: يبين إنشاء المرأة الجزائرية الجامعية لمجموعة أو صفحة سياسية على الفيسبوك



المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

من تحليل البيانات الشخصية للعينة تبين أن أغلبية مبحوثات الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات تتراوح أعمارهن بنسبة أكبر ما بين 18 سنة إلى 40 سنة، وأغليتهن مستواهن الجامعي في الطور الأول (الليسانس)، و يستخدمن الفيسبوك لأكثر من ثلاث سنوات، بمدة تتراوح ما بين ساعة واحدة إلى ثلاث ساعات في اليوم، ويفضلن الفترة الليلية والمنزل للولوج للموقع وبمفردهن، ويعتمدن على الهاتف المحمول في التصفح. أهم خاصية تتفاعل بها المرأة الجزائرية الجامعية مع المنشورات السياسية الإكتفاء بمتابعة المنشورات فقط، ثم الإعجاب في الترتيب الثاني.

تصدر القضية الفلسطينية أهم المواضيع السياسية التي تهتم بها المرأة الجزائرية الجامعية على الفيسبوك، وأشارت أغليتهن بأنهن لسن منظمات لمجموعات ولم ينشئن صفحات أو مجموعات سياسية على الشبكة.

### 3.1.2.4. تحليل بيانات المحور الثاني ( دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي )

الجدول رقم 20: دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية الفيسبوك في المجال السياسي

مستوى الأهمية	الترتيب	النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	رمز ورقم العبارة
						(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
						التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
مرتفع	01	موافق	0.85	4,09	517	06	30	38	276	167	د11
					100%	1,2	5,8	7,4	53,4	32,3	
متوسط	10	محايد	1,17	3,04	517	36	176	94	151	60	د12
					100%	7	34	18,2	29,2	11,6	
متوسط	08	محايد	1,15	3,16	517	45	108	145	156	63	د13
					100%	8,7	20,9	28	30,2	12,2	
مرتفع	04	موافق	1,06	3,63	517	18	75	86	236	102	د14
					100%	3,5	14,5	16,6	45,6	19,7	
مرتفع	03	موافق	1,04	3,68	517	21	59	86	246	105	د15
					100%	4,1	11,4	16,6	47,6	20,3	
مرتفع	02	موافق	1,03	3,76	517	15	53	101	219	129	د16
					100%	2,9	10,3	19,5	42,4	25	
متوسط	05	محايد	1,09	3,40	517	15	119	110	189	84	د17
					100%	2,9	23	21,3	36,6	16,2	
متوسط	06	محايد	1,07	3,28	517	12	131	149	147	78	د18
					100%	2,3	25,3	28,8	28,4	15,1	
متوسط	07	محايد	1,14	3,24	517	24	134	134	141	84	د19
					100%	4,6	25,9	25,9	27,3	16,2	
متوسط	09	محايد	1,20	3,07	517	45	146	128	120	78	د20
					100%	8,7	28,2	24,8	23,2	15,1	
مرتفع		موافق	1,08	3,43	مجموع عبارات المحور الثاني: دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية موقع فيسبوك في الشأن السياسي						

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

( الجدول رقم 20 ) يبين آراء مفردات العينة في عبارات المحور الثاني ( دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لموقع فيسبوك في الشأن السياسي ) مرتبة ترتيبا تنازليا وفق المتوسط الحسابي لكل عبارة كما يأتي:

1- جاءت العبارة (د11) في المرتبة الأولى والتي تنص على " تستخدمين الفيسبوك لأنه يتميز بسهولة الإستخدام، السرعة والآنية في الحصول على المعلومات والأحداث السياسية الجديدة باعتماد خصائص(الصوت، الصورة، الفيديو) "

حيث سجلنا النساء اللاتي أجبن ب" موافق " بنسبة 53,4% وهي النسبة الغالبة بتكرار قدره 276 مفردة، أما نسبة المجيبات بموافق جدا 32,3%، ثم المجيبات ب " محايد " مانسبته 7,4%، وقبل الأخير النساء اللاتي أجبن "غير موافق« بنسبة 5,8%، وفي الأخير المجيبات ب"غير موافق بشدة" بأقل نسبة وهي 1,2%. هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا 4,09% وانحرافا معياريا 0,85 ودرجة "موافق" ومستوى أهمية مرتفع".

2- جاءت العبارة (د16) في الترتيب الثاني والتي تنص " تستخدمين الفيسبوك للتعرف على أهم الأحداث والقضايا السياسية على المستوى الوطني والدولي". تبين بأن اللاتي يوافقن على العبارة نسبتهن 42,4% بأكبر تكرار قدره 219، أما اللاتي يوافقن بشدة نسبتهن 25%، ثم تليها المفردات اللاتي أجبن ب"محايد" بنسبته 19,5%، أما المبحوثات اللاتي كان اختيارهن "غير موافق" نسبتهن 11,4%، وفي الأخير المجيبات ب"غير موافق بشدة" نسبتهن 4,1%. عموما هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا 3,76 وانحرافا معياريا 1,03 بدرجة "موافق" ومستوى أهمية مرتفع".

3- جاءت العبارة (د15) في الترتيب الثالث والتي تنص " تستخدمين الفيسبوك لتعدد الآراء والاتجاهات التي تزيد من وعيك السياسي "، حيث نلاحظ أن أكبر عدد من المبحوثات يوافقن على العبارة بنسبة 47,6%، ومانسبته 2، 3% يوافقن بشدة، أما 16,6% التزم الحيد في الإجابة، بينما المجيبات على الخيارين "غير موافق بشدة" و"موافق" على الترتيب سجلنا مانسبته 11,4%، و 4,1%. نلاحظ أن هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا 3,68% وانحرافا معياريا 1,04 بدرجة "موافق" ومستوى أهمية مرتفع".

4- جاءت العبارة (د14) في الترتيب الرابع والتي تنص " تستخدمين الفيسبوك لأنه يزيد من رصيدك المعرفي السياسي"، حيث سجلنا مابنسبة 45,6% يوافقن على العبارة بتكرار قدره 236، أما الموافقات بشدة نسبتهن 19,7%، بينما 16,6% اتجهن نحو الحيد، أما اللاتي لا يوافقن على العبارة نسبتهن 14,5%

وغير الموافقات بشدة يمثلن 3,5% فقط من عينة البحث بمقدار 18 مفردة. نجد أن هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا 3,63% وانحرافا معياريا 1,06 وبدرجة "موافق" بمستوى أهمية "مرتفع".

5- جاءت العبارة (د17) في الترتيب الخامس، ومضمونها " تتابعين المنشورات السياسية عبر الفيسبوك من أجل التعرف على الشخصيات السياسية على المستوى الوطني والدولي"، نلاحظ من خلال هذه العبارة أن 189 مبحوثة مانسبته 36,6% صرحن بموافقتهم عليها، بينما مانسبته 23% اتفقن على "غير موافق" من خلال إجابتهن، واللائي صرحن بالإختيار "محايد" نسبتهن 21,3%، وفي الأخير نسبة غير الموافقات بشدة 2,9%. هذه العبارة متوسطها الحسابي 3,40 وانحرافها المعياري 1,09 وبدرجة "محايد" مستوى الأهمية "متوسط".

6- جاءت العبارة (د18) في الترتيب السادس، محتواها " تستخدمين الفيسبوك لأنه يسمح لك بالتعبير بكل حرية عن رأيك حول القضايا السياسية ". نلاحظ من خلال النتائج بأن 149 مبحوثة أي مايعادل 28,8% صرحن بالحياد بخصوص العبارة، ونجد 147 مفردة مانسبته 20,4% من عينة الدراسة يوافقن عليها، بينما 25,3% مبحوثة غير موافقة، وفي الأخير مانسبته 2,3% غير موافقات بشدة على العبارة. قيمة المتوسط الحسابي 3,28 وانحراف معياري 1,07 وبدرجة "محايد" و مستوى أهمية "متوسط".

7- جاءت العبارة (د19) في الترتيب السابع والتي تنص " تستخدمين الفيسبوم لأنه يولد لديك الجرأة في المشاركة السياسية ". نلاحظ في هذه العبارة بأن 141 مبحوثة مانسبته 27,3% صرحن بموافقتهم عن العبارة، ويتساوى عدد المجيبات ب"محايد" و"غير موافق" بنسبة 25,9%، بينما 6,4% غير موافقات بشدة على العبارة. قيمة المتوسط الحسابي 3,24 والانحراف المعياري 1,14 وبدرجة "محايد" ومستوى أهمية "متوسط".

8- جاءت العبارة (د13) في الترتيب الثامن، مضمونها " تستخدمين الفيسبوك لأنه يمكنك من التواصل وتبادل المعارف مع المهتمين بالمجال السياسي". من خلال نتائج الجدول نجد 156 مبحوثة مايقابله 30,2% وهي أكبر نسبة يوافقن على العبارة، بينما 145 مبحوثة مايعادل 20,9% من مجموع العينة إجابتهن " محايد"، بينما المجيبات ب"غير موافق" و"غير موافق بشدة" نسبتهن 20,9% و 8,7%. المتوسط الحسابي 3,16 والانحراف المعياري 1,15 وبدرجة "محايد" ومستوى أهمية "متوسط".

9- جاءت العبارة (د20) في الترتيب التاسع محتواها " تستخدمين الفيسبوك لأنك تعتبرينه قوة ضاغطة على القادة وصناع القرار ". حيث نلاحظ من خلال الجدول 146 مبحوثة لا يوافقن على هذه العبارة بنسبة



28,2%، أما اللاتي إلتزمن الحياد نسبتهن 24,8%، بينما الموافقات بشدة نسبتهن 15,1%، وغير الموافقات بشدة عددهن 45 بنسبة 8,7%. المتوسط الحسابي 3,07 والانحراف المعياري 1,20 وبدرجة "محايد" ومستوى أهمية "متوسط".

10- جاءت العبارة (د12) في الترتيب العاشر والأخير محتواها " تتابعين المنشورات السياسية عبر الفيسبوك بدافع التسلية وكسر الملل"، حيث نلاحظ من خلال الجدول بأن 176 امرأة مايعادل 34% غير موافقات على العبارة بينما ماعدهه 151 مانسبته 29,2% يوافقن عليها، في حين اللاتي التزمن الحياد في الإجابة على العبارة نسبتهن 18,2%، أما غير الموافقات بشدة نسبتهن 7% بتكرار قدره 36 مبحوثة. هذه العبارة متوسطها الحسابي 3,4 وانحراف معياري 1,17 وبدرجة "محايد" ومستوى أهمية "متوسط". وعموما المتوسط الحسابي للمحور ككل هو 3,43 والانحراف المعياري 1,08 وبدرجة "موافق"، مستوى أهمية "مرتفع".

## 2.2.4. تحليل بيانات المحور الثالث، الرابع، الخامس والسادس

## 1.2.2.4. تحليل بيانات المحور الثالث ( التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة

الجزائرية الجامعية )

الجدول رقم 21: التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية

مستوى الأهمية	الترتيب	النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	رمز ورقم العبارة
						بشدة (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
						التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
						%	%	%	%	%	رقم العبارة
مرتفع	02	موافق	1,15	3,78	517	23	69	65	198	162	ج21
					100	4,4	13,3	12,6	38,3	31,3	
متوسط	07	محايد	1,01	3,04	517	33	129	161	168	26	ج22
					100	6 ,4	25	31,1	32,5	5	
متوسط	06	محايد	1,08	3,22	517	27	99	203	107	81	ج23
					100	5,2	19,1	39,3	20,7	15,7	
مرتفع	04	موافق	1,02	3,59	517	12	72	128	204	101	ج24
					100	2,3	13,9	24,8	39,5	19,5	
مرتفع	05	موافق	1,09	3,58	517	18	81	110	198	110	ج25
					100	3,5	15 ,7	21,3	38,3	21,3	
مرتفع	03	موافق	1,14	3,65	517	24	69	110	173	141	ج26
					100	4,6	13,3	21,3	33,5	27,3	
مرتفع	01	موافق	1,11	4	517	24	30	86	156	221	ج27
					100	4,6	5,8	16,6	30,2	42,7	
مرتفع		موافق	1,08	3,55	مجموع عبارات المحور الثالث: التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية						

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

الجدول رقم 21 يبين آراء مفردات العينة في عبارات المحور الثالث ( التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية ) مرتبة ترتيبا تنازليا وفق المتوسط الحساني لكل عبارة حيث:

1- جاءت العبارة (ج27) في الترتيب الأول مضمونها " تولد لديك حزنا وتعاطفا تجاه ضحايا الأحداث السياسية ". نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن العدد الأكبر من النساء ما مقداره 221 امرأة وبأكبر نسبة 42,7% صرحن بأنهن يوافقن بشدة على العبارة، وتليها ما نسبته 30,2% من النساء ما مقداره 156 امرأة أجبين على الخيار "موافق"، بينما اللاتي أجبين على "محايد"، "غير موافق" و "غير موافق بشدة" فكانت النتائج كمايلي على الترتيب: 16,6%، 5.8%، 4,6%. هذه العبارة حققت متوسط حسابيا 04 وانحرافا معياريا 1,08 بدرجة موافق ومستوى أهمية " مرتفع " .

2- جاءت العبارة ( ج 21) في الترتيب الثاني، مضمونها " تشعرين بالإنفعال النفسي لما تتابعين عبر الفيسبوك بالأحداث السياسية المتأزمة "

من خلال معطيات الجدول تبين أن 198 بنسبة 38,3% مبحوثة من عينة الدراسة توافق على العبارة، و 162 مبحوثة ما نسبته 31,3% يوافقن بشدة، وتأتي في المرتبة الثالثة الخيار "غير موافق" بتكرار قدره 69 مبحوثة ما نسبته 13,3%، أما اللاتي كن محايدات في الإجابة نسبتهن 12,6%، وفي الأخير نسجل ما مقداره 23 مفردة بنسبة 4,4% صرحن بأنهن غير موافقات بشدة على العبارة. توصلنا من خلال النتائج أن هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا قدره 3,78 وانحرافا معياريا ، 1,15 بدرجة "موافق" ومستوى أهمية " مرتفع " .

3- جاءت العبارة ( ج 26 ) في الترتيب الثالث، مضمونها " تولد لديك الشعور بالخوف من خطورة الأزمات السياسية الجارية عبر العالم". من خلال نتائج الجدول نجد أن ما نسبته 33,5% من المبحوثات بتكرار قدره 173 مفردة يوافقن على العبارة، و 141 منهن بنسبة 27,3% يوافقن بشدة، بينما نسجل 21,3% من مفردات العينة ما يعادل 110 مبحوثة التزم الحيايد في الإجابة، واللاتي لا يوافقن على العبارة نسبتهن 13,3% بتكرار قدره 69 مبحوثة، وفي الأخير اللاتي لا يوافقن بشدة على العبارة عددهن 24 مفردة بنسبة قدرها 4,6%. من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا قدره 3,65، وانحرافا معياريا 1,14 وبدرجة "موافق" ، ومستوى أهمية " مرتفع " .

4- جاءت العبارة ( ج 24) في الترتيب الرابع، محتواها " ينتابك الغضب من الإنتقادات الموجهة عبر صفحات الفيسبوك تجاه المشاركة السياسية للمرأة ".

من خلال نتائج الجدول نجد أن 204 من النساء المبحوثات بنسبة تقدر ب 39,5% يوافقن على العبارة و 19,5%، منهن يوافقن بشدة، بينما اللاتي التزم الحياء في الإجابة نسبتهم تقدر ب 24,8%. أما اللاتي صرحن بأنهن غير موافقات، وغير موافقات بشدة نسبتهم على الترتيب 13,9% و 2,3%. حققت العبارة متوسطا حسابيا 3,59 وانحرافا معياريا 1,02 بدرجة "موافق" و مستوى أهمية "مرتفع".

5- جاءت العبارة (ج 25) في الترتيب الخامس، مضمونها "تحسين بالحرية والتحرر عند التعبير عن آرائك السياسية"، سجلنا من خلال هذه العبارة موافقة 198 مبحوثة ما نسبته 38,3%، وتساوت النسبة بين المجيبات "بموافق بشدة" و"محايد" ب 21,3% ما يعادل 100 مفردة لكل اختيار، بينما غير موافقات نسبتهم 15,7%، وغير موافقات بشدة نسبتهم 3,5% ما يعادل 18 مفردة. حققت العبارة متوسطا حسابيا 3,58 وانحرافا معياريا 1,09 بدرجة "موافق"، ومستوى أهمية "مرتفع".

6- جاءت العبارة (ج 23) في الترتيب السادس، محتواها "تشعرين بالإحباط لتهرب العنصر النسوي من مناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك"، في هذه العبارة نجد ما نسبته 39,3% من النساء المبحوثات كانت إجابتهن محايدة، وعددهن 203 مفردة، بينما 107 امرأة ما نسبته 20,7% موافقات على العبارة، و 81 أجبين بـ "موافق بشدة" ونسبتهم من 15,7%، أما فئة غير "موافق" فنسبتهم 19,1%، وفئة غير موافق بشدة نسبتهم 5,2%. حققت العبارة في مجملها متوسطا حسابيا 3,22، وانحرافا معياريا 1,08 بدرجة "محايد" ومستوى الأهمية "متوسط".

8- جاءت العبارة (ج 22) في الترتيب السابع والأخير من المحور، محتواها "لما تشاركين المواضيع السياسية عبر الفيسبوك تشعرين بالفخر" سجلنا من خلال الجدول 168 مبحوثة ما يعادل 32,5% يوافقن على العبارة، بينما 161 التزم الحياء في الإجابة ونسبتهم 31,1%، أما غير موافقات فعددهن 129 مبحوثة بنسبة 25%، أما اللاتي صرحن بأنهن غير موافقات بشدة وموافقات بشدة فكانت النتائج على الترتيب 6,4% و 5%. حققت العبارة متوسطا حسابيا 3,04 وانحرافا معياريا 1,01 بدرجة "محايد" ومستوى الأهمية "متوسط".

المتوسط الحسابي لكل المحور 3,55 والانحراف المعياري 1,08 بدرجة "موافق" ومستوى الأهمية "مرتفع".

#### 2.2.2.4. تحليل عبارات المحور الرابع ( التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية )

الجدول رقم 22: التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية

مستوى الأهمية	الترتيب	النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)	رمز ورقم العبارة
						التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	رقم العبارة
						%	%	%	%	%	
مرتفع	02	موافق	1,06	3,57	517	12	104	65	249	87	م
					100%	2,3	20,1	12,6	48,2	16,8	28
متوسط	07	محايد	1,08	3,36	517	15	128	101	201	72	م
					100%	2,9	24,8	19,5	38,9	13,9	29
مرتفع	04	موافق	1,01	3,47	517	18	89	98	252	60	م
					100%	3,5	17,2	19	48,7	11,6	30
متوسط	08	محايد	1,09	3,32	517	24	116	110	204	63	م
					100%	4,6	22,4	21,3	39,5	12,2	31
مرتفع	05	موافق	1,12	3,46	517	24	98	101	204	90	م
					100%	4,6	19	19,5	39,5	17,4	32
متوسط	06	محايد	1,14	3,40	517	36	89	104	207	81	م
					100%	7	17,2	20,1	40	15,7	33
مرتفع	03	موافق	1,19	3,50	517	30	98	85	190	114	م
					100%	5,8	19	16,4	36,8	22,1	34
مرتفع	01	موافق	1,14	3,62	517	18	89	95	180	135	م
					100%	3,5	17,2	18,4	34,8	26,1	35
مرتفع		موافق	1,1	3,46	مجموع عبارات المحور الرابع: التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية						

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

الجدول رقم 22 يبين آراء مفردات العينية في عبارات المحور الرابع ( التأثيرات المعرفية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية مرتبة ترتيبا تنازليا وفق المتوسط الحسابي لكل عبارة كما يلي:

1- جاءت العبارة (م35) في الترتيب الأول، والتي تنص على: "ساهم الفيديو في تكوين رأي سياسي صائب تجاه مختلف القضايا والأحداث على الصعيد الوطني والدولي"، حيث سجلنا مانسبته 34,8% للنساء اللاتي يوافقن على العبارة بتكرار قدره 180 امرأة، تليها ما نسبته 26,1% يوافقن بشدة، بينما تتقارب النسبة بين المحايدات وغير الموافقات بـ 18,4% و 17,2% على الترتيب، وفي الأخير نسبة غير الموافقات بشدة هي 3,5%. هذه العبارة حققت متوسط حسابيا 3,62 و انحرافيا معياريا 1,14 بدرجة "موافق" ومستوى أهمية "مرتفع".

2- جاءت العبارة (م 28) في الترتيب الثاني، محتواها: "ازداد رصيدك المعرفي بالقضايا السياسية". اختارت ما نسبته 48,2% من المبحوثات الإجابة على الاختيار موافق " بتكرار قدره 249، يليها الاختيار الثاني "غير موافق" بنسبة 20,1% أما الموافقات بشدة نسبتهن 16,8%، فيما تبين نسبة المحايدات 12,6%. أما نسبة اللاتي لا يوافقن بشدة على العبارة هي 2,3%. هذه العبارة حققت متوسط حسابيا قدره 3,57، وانحرافا معياريا 1,06 بدرجة "موافق" و مستوى أهمية "مرتفع".

3- جاءت العبارة (م 34) في الترتيب الثالث، محتواها "ازدادت معرفتك بحقوقك واجباتك السياسية". من خلال بيانات الجدول نجد أن أكبر نسبة من المبحوثات 36,8% يوافقن على العبارة، تليها نسبة اللاتي عبرن بـ "موافق بشدة" بنسبة 22,1%، بينما نجد نسبة غير الموافقات وصلت إلى 19% من المبحوثات. أما اللاتي التزم الحياء في الإجابة نسبتهن 16,4% من مفردات العينية، وأقل نسبة هي 5,8% للمجيبات بـ "غير موافق بشد". هذه العبارة حققت وسطا حسابيا 3,50 وانحراف معياريا 1,13 بدرجة "موافق" و مستوى أهمية مرتفع.

4- جاءت العبارة (م 30) في الترتيب الرابع، محتواها: "ازدادت معرفتك بالشخصيات السياسية"

نلاحظ من خلال العبارة أنه ما يقارب النصف 252 من المبحوثات بنسبة 48,7% يوافقن على العبارة، وتليها 19% من مفردات العينية التزم الحياء في الإجابة على العبارة، أما غير الموافقات على زيادة معرفهن بالشخصيات السياسية نسبتهن 17,2%، في حين الموافقات بشدة وصلت نسبتهن 11,6%، وتليها 3,5% من المبحوثات اللاتي لا يوافقن بشدة على العبارة. حققت العبارة متوسطا حسابيا 3,47 و انحرافا معياريا 1,01 بدرجة "موافق" ومستوى أهمية "مرتفع".

5- جاءت العبارة (م32) في الترتيب الخامس، محتوها " تعرفت على طبيعة العلاقات والأوضاع بين الدول العربية والأجنبية ". سجلنا نسبة الموافقات على هذه العبارة 39,5%، بتكرار قدره 204، أما المحايدات من الإجابة نسبتهن 19,5%، ثم تليها نسبة المبحوثات اللاتي لا يوافقن على العبارة تقدر ب 19% وهذه النسبة مع تقارب مع النسبة السابقة، أما اللاتي يوافقن بشدة فنسبتهن 17,4% من مجموع عينة الدراسة، وفي الأخير نسجل 4,6% من المبحوثات لا يوافقن بشدة على العبارة. حققت هذه العبارة متوسط حسابيا قدره 3,46 و انحرافا معياريا 1,12 بدرجة " موافق " و مستوى أهمية " مرتفع".

6- جاءت العبارة ( م33 ) في الترتيب السادس، محتوها " ازدادت معرفتك بالمبادئ والقوانين المهمة في الشأن السياسي على المستوى الوطني والدولي ". نلاحظ من خلال بيانات العبارة أن أكبر تكرار 207 للمبحوثات سجلناه في الاختيار موافق بنسبة 40%، ويأتي بعده تعداد اللاتي اخترن الحياد بنسبة 2011 بيننا المجيبات به غير موافق تكرار من جاء في الترتيب الثالث بنسبة 172%، بينما سجلنا ما نسبته 15,7% من عينة المبحوثات يوافقن بشدة على العبارة، وفي الأخير اللاتي لا يوافقن بشدة على العبارة نسبتهن 07%. هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا قدره 3,40 وانحرافا معياريا 1,14 بدرجة "محايد" ومستوى أهمية "متوسط".

7- جاءت العبارة (م29) في الترتيب السابع، وتتص " إزدادت قدرتك على تحليل الأحداث السياسية". من خلال بيانات الجدول سجلنا أكبر نسبة من المبحوثات 38,9% يوافقن على العبارة، بينما ما نسبته 24,8% غير موافقات عليها، أما نسبة المحايدات في الاجابة فهي 19,5% من المبحوثات، ونسبة الموافقات بشدة 13,9%، وفي الأخير غير الموافقات بشدة على العبارة فنسبتهن هي 2,9%. هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا 3,36، وانحرافا معياريا 1,08 بدرجة "محايد" ومستوى أهمية "متوسط".

8- جاءت العبارة (م31) في الترتيب الثامن والأخير من المحور نصها " ازدادت معرفتك بالنساء المهتمات بالقضايا السياسية ". من خلال بيانات هذه العبارة سجلنا أكبر نسبة المبحوثات 39,5% بمقدار 204 مفردة من عينة الدراسة اخترن البديل "موافق"، بينما 22,4% منهن لم يوافقن على العبارة، ونجد نسبة المحايدات 21,3%، أما اللاتي يوافقن بشدة على العبارة نسبتهن 12,2%، وفي الأخير سجلنا 46% من المبحوثات اخترن "غير موافق بشدة". العبارة حققت متوسط حسابيا 3,32، وانحراف معياريا 10، بدرجة "محايد" ومستوى أهمية "متوسط".

عموما المتوسط الحسابي العام للمحور 3,46 والانحراف المعياري 1,1، بدرجة "موافق" ومستوى أهمية "مرتفع".

### 3.2.2.4. تحليل عبارات المحور الخامس ( التأثيرات السلوكية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية )

الجدول رقم 23: التأثيرات السلوكية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية

مستوى الأهمية	النتيجة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	رمز ورقم العبارة
						(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	رقم العبارة
						التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	%
متوسط	محايد	3	1,12	2,75	517	66	168	151	93	39	ك36
					100%	12,8	32,5	29,2	18	7,5	
متوسط	محايد	4	1	2,59	517	60	207	148	84	18	ك37
					100%	11,6	40	28,6	16,2	3,5	
متوسط	محايد	1	1,16	2,94	517	54	150	139	120	54	ك38
					100%	10,4	29	26,9	23,2	10,4	
متوسط	محايد	2	1,08	2,93	517	51	135	163	132	36	ك39
					100%	9,9	26,1	31,5	25,5	7	
متوسط	محايد	5	1,10	2,58	517	93	160	154	86	24	ك40
					100%	18	30,9	29,8	16,6	4,6	
متوسط	محايد		1,09	2,75	مجموع عبارات المحور الخامس: التأثيرات السلوكية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية						

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

الجدول رقم 23 يبين آراء مفردات العينة في عبارات المحور الخامس : التأثيرات السلوكية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية ، مرتبة ترتيبا تنازليا وفق المتوسط الحسابي لكل عبارة كما يلي :

1- جاءت العبارة ( ك38) في الترتيب الأول، نصها" أصبحت ناشطة عبر صفحات الفيديو التي تدعو إلى دعم حقوق المرأة"، سجلنا من خلال بيانات الجدول أكبر نسبة للمبحوثات تتعلق بالبديل " غير موافق" ب 29 %، بتكرار قدره 150 مبحوثة ، يليها نسبة النساء اللاتي التزم الحياء في الإجابة على العبارة ب 26,9 %، وفي المرتبة الثالثة سجلنا بالتساوي 10,4% نسبة اللاتي يوافقن بشدة، ولا يوافقن بشدة على



العبارة . حققت هذه العبارة متوسط حسابيا 2,94 و انحراف معيار يا 1,16 بدرجة "محايد" ومستوى أهمية متوسط لذا نقول بأن النساء الجزائريات يملن إلى الحياد في الإجابة على العبارة ك 38، وأصبحن بتقدير متوسط ناشطات عبر صفحات الفيسبوك التي تدعو إلى دعم حقوق المرأة .

2- جاءت العبارة ( ك39 ) في الترتيب الثاني، نصها : " تساهمين عبر الفيسبوك في النقاشات وإبداء الرأي تجاه مختلف القضايا السياسية الوطنية والدولية ". سجلنا من خلال هذه العبارة 163 مبحوثة صرحت بالإجابة "محايد" ما يوافق 31,5% وهي أكبر نسبة، تليها نسبة غير الموافقات 26,1% ، أما نسبة اللاتي يوافقن على العبارة نسبتهن 25,5%، في حين سجلت ما نسبته 9,9% لغير الموافقات بشدة ، وفي الأخير اكتفت ما نسبته 07% فقط من المبحوثات لاختيار الموافقة بشدة على العبارة . حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 2,93 و انحرافا معياريا 1,08 بدرجة "محايد" و مستوى أهمية "متوسط" ، لذا نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يملن إلى الحياد في الإجابة على العبارة ك39 ويساهمن بتقدير متوسط عبر الفيسبوك في النقاشات وإبداء الرأي تجاه مختلف القضايا السياسية الوطنية والدولية .

3- جاءت العبارة (ك36) في الترتيب الثالث، محتواها : " أصبحت تنشرين وتشاركين منشورات المواضيع سياسية عبر صفحات الفيسبوك". من خلال هذه العبارة سجلنا ما نسبته 32,5% من المبحوثات صرحن بأنهن غير موافقات على العبارة وعددهن 168 مفردة، وتليها نسبة المحايدات و 29,2% . أما اللاتي يوافقن على العبارة نسبتهن 18%، وغير الموافقات بشدة وصلت النسبة إلى 12,8% ، وفي الأخير أقل نسبة للاتي صرحن في إجابتهن بالموافقة بشدة على العبارة 7,5%.

حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 2,75، وانحرافا معياريا 1,12 بدرجة "محايد" و مستوى أهمية "متوسط" . لذا نقول بأن النساء الجزائريات اتجهن نحو الحياد في إجابتهن على العبارة ك 36 وأصبحن بتقدير متوسط ينشرن ويشاركن منشورات المواضيع سياسية على صفحات الفيسبوك.

4- جاءت العبارة ( ك37 ) في الترتيب الرابع ، محتواها : " تشاركين في تنظيم التظاهرات والحملات السياسية عبر الفيسبوك"، حيث سجلنا أكبر تكرار 207 لهذه العبارة للاختيار "غير موافق" ما يوافق 40% من المبحوثات، في حين سجلنا ما نسبته 28,6% من مفردات العينة محاديات في إجابتهن على العبارة، أما اللاتي صرحن بموافقتهم على العبارة نسبتهن 28,6%، واللاتي اتجهن نحو الإجابة بغير موافق بشدة نسبتهن 11,6%، وفي الأخير نسبة المبحوثات اللاتي صرحن بأنهن يوافقن بشدة على العبارة فهي أقل نسبة 3,5% . حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 2,59 و انحرافا معياريا 01، بدرجة "محايد"، لذا نقول بأن النساء

الجزائريات الجامعيات يملن إلى الحياد في الإجابة على العبارة ك37، وبشاركن في تنظيم التظاهرات والحملات السياسية عبر الفيسبوك بمستوى متوسط.

5- جاءت العبارة (ك40) في الترتيب الخامس والأخير من المحور، نصها " ساعدك الفيسبوك على التواصل مع شخصيات سياسية وصناع القرار". بيانات العبارة توزعت كما يلي: أكبر نسبة سجلناها في فئة المبحوثات اللاتي أجبن ب" غير موافق " بنسبة 30,9% ما يقابله 160 مبحوثة، وفي الترتيب الثاني نسبة المبحوثات اللاتي التزمن الحياد 29,8%، أما نسبة النساء اللاتي صرحن بأنهن غير موافقات بشدة نسبتهم 18%، ونسبة الموافقات بشدة 16,6%، أما الموافقات بشدة نسبتهم 4,6%. حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 2,58، وانحرافا معياريا 1,10 بدرجة "محايد" ومستوى أهمية "متوسط"، لذا نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات التزمن الحياد في الإجابة على العبارة (ك40)، وأن الفيسبوك ساعدهن بمستوى متوسط على التواصل مع شخصيات سياسية وصناع القرار.

عموما عبارات المحور الخامس في مجملها حققت متوسط حسابيا 2,75 و انحرافا معياريا 1,09 بدرجة " محايد " ومستوى أهمية " متوسط ". فنقول أن النساء الجزائريات التزمن الحياد في الإجابة على هذا المحور و أن الفيسبوك له دور بمستوى متوسط في إحداث تأثيرات سلوكية سياسية لدى المرأة الجزائرية.

#### 4.2.2.4. تحليل عبارات المحور السادس ( دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية )

الجدول رقم 24: دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية

مستوى الأهمية	الترتيب	النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	رمز ورقم العبارة
						(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
						التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
متوسط	05	محايد	1,15	3,02	517	41	147	155	105	69	ش41
					100%	7,9	28,4	30	20,3	13,3	
متوسط	06	محايد	1,06	2,97	517	29	162	167	111	48	ش42
					100%	5,6	31,3	32,3	21,5	9,3	
متوسط	08	محايد	1,04	2,76	517	38	204	158	78	39	ش43
					100%	7,4	39,5	30,6	15,1	7,5	

متوسط	04	محايد	1,12	3,03	517	45	143	119	171	39	ش44
					100%	8,7	27,7	23	33,1	7,5	
متوسط	01	محايد	1,17	3,33	517	42	95	104	201	75	ش45
					100%	8,1	18,4	20,1	38,9	14,5	
متوسط	03	محايد	1,15	3,20	517	42	116	116	180	63	ش46
					100%	8,1	22,4	22,4	34,8	12,2	
متوسط	07	محايد	1,28	2,97	517	78	128	110	129	72	ش47
					100%	15,1	24,8	21,3	25	13,9	
متوسط	02	محايد	1,36	3,27	517	66	110	77	144	120	ش48
					100%	12,8	21,3	14,9	27,9	23,2	
متوسط		محايد	1,16	3,06	مجموع عبارات المحور السادس: دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية						

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

الجدول رقم 24 يبين آراء مفردات العينة في عبارات المحور السادس (دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية) مرتبة ترتيبا تنازليا وفق المتوسط الحسابي لكل عبارة كما يلي:

1- جاءت العبارة (ش45) في الترتيب الأول، وتتص: " اقتنعت عن طريق المنشورات السياسية عبر الفيسبوك بضرورة التصويت في الانتخابات الرئاسية 2019"، سجلنا من خلال البيانات أن أكبر نسبة من المبحوثات 38,9 % ماعده 201 مفردة يوافقن على العبارة، تليها نسبة اللاتي أجبن ب"محايدة" بنسبة 20,1%، أما نسبة غير الموافقات وصلت 18,4%، بينما اللاتي أجبن ب "موافق بشدة" بنسبتهم 14,5%، في حين سجلنا آخر الاختيارات " غير موافق بشدة " بنسبة 8,1% فقط. حققت هذه العبارة متوسط حسابيا قدره 3,33 وانحرافا معياريا 1,17 بدرجة " محايد"، ومستوى الأهمية " متوسط".

2- جاءت العبارة (ش 48) في الترتيب الثاني، تتص " لو أنك ترشحت للانتخابات تعتمدين على الفيسبوك في الترويج لحماتك الانتخابية. من خلال البيانات الخاصة بهذه العبارة في الجدول سجلنا أكبر نسبة للمجيبات ب " موافق " ب 27,9% ب 144 مفردة، وتليها نسبة الموافقات بشدة على العبارة ب 23,2%، وفي المرتبة الثالثة سجلنا ما نسبته 21,3% من مفردات العينة لا يوافقن على العبارة. أما نسبة المحايدات وغير الموافقات بشدة فهي على الترتيب 14,9% و 12,8%. هذه العبارة حققت متوسط حسابيا 3,27 وانحرافا معياريا 1,36 بدرجة " محايد" ومستوى أهمية " متوسط".

3- جاءت العبارة ( ش46 ) في الترتيب الثالث، محتواها: " اقتنعت عن طريق الحملات السياسية عبر الفيسبوك بضرورة التصويت أو الترشح في الانتخابات المحلية والبرلمانية 2021 ". من خلال بيانات هذه العبارة سجلنا 180 مبحوثة اخترن البديل "موافق" بنسبة 34,8% وهي أكبر نسبة مقارنة بالإختيارات الأخرى، وتليها مباشرة نسبة المبحوثات اللاتي اخترن عدم الموافقة والحياد بنسبة 22,4%، بينما الموافقات بشدة فنسبتهن 12,2%، وغير الموافقات بشدة نسبتهن 8,1%. حققت هذه العبارة متوسط حسابيا 3,20 وانحرافا معياريا 1,15 بدرجة " محايد " و مستوى أهمية " متوسط " .

4- جاءت العبارة ( ش44 ) في الترتيب الرابع، نصها " أصبحت تناقشين المواضيع السياسية مع الغير بفضل الفيسبوك ". سجلنا أكبر نسبة للمبحوثات ب 33,1% ما يعادل 171 مفردة يوافقن على العبارة ، أما غير الموافقات عليها فنسبتهن 27,7% في الترتيب الثاني، في حين المبحوثات اللاتي التزمن الحياد في الإجابة نسبتهن 23%، بينما سجلنا 8,7% من مفردات العينة غير موافقات بشدة، وفي الأخير اللاتي اخترن " موافق بشدة " نسبتهن أقل 7,5%. حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 3,03 وانحرافا معياريا 1,12 بدرجة " محايد و مستوى أهمية " متوسط " .

5- جاءت العبارة ش 41 في الترتيب الخامس، نصها: " من خلال متابعتك للمنشورات السياسية عبر الفيسبوك أصبحت لديك رغبة المشاركة أو تشاركين في الأنشطة السياسية التي تقوم بها الأحزاب السياسية ". من خلال الجدول نجد البيانات المتعلقة بالعبارة تنصدرها نسبة المبحوثات المحايدات ب 30% بتكرار قدره 155 مفردة، ثم تليها نسبة المبحوثات غير الموافقات 28,4%، أما اللاتي أجبن ب"موافق" نسبتهن 20,3% واللاتي يوافقن بشدة على العبارة نسبتهن 13,3%، وفي الأخير نسبة غير الموافقات بشدة 7,9% من مفردات العينة. العبارة حققت متوسطا حسابيا 3,02 وانحرافا معياريا 1,15 بدرجة " محايد " ومستوى أهمية " متوسط " .

6- جاءت العبارة ( ش42 ) في الترتيب السادس، محتواها: " اقتنعت بضرورة المشاركة في التظاهرات الشعبية التي تنظم عبر الفيسبوك ( مثل الخروج في الحراك الشعبي ) " ، أكبر نسبة سجلناها في هذه العبارة 32,3% للمحايدات، ما يعادل 167 مبحوثة، تليها نسبة غير الموافقات على العبارة 31,3%، بينما اللاتي أبدين موافقتهم نسبتهن 21,5%، أما الموافقات بشدة نسبتهن 9,3%، وأخيرا غيرالموافقات بشدة نسبتهن 5,6%. حققت العبارة متوسطا حسابيا 2,97% وانحرافا معياريا 1,06 بدرجة " محايد " و مستوى أهمية " متوسط " .

7- جاءت العبارة (ش47) في الترتيب السابع ( حققت نفس المتوسط الحسابي 2,97 للعبارة ش42، بينما انحرافها المعياري 1,28 أكبر من الأول )، نصها " من خلال متابعتك للمنشورات السياسية عبر الفيسبوك اصبحت لديك الرغبة في الترشح للانتخابات مستقبلا"، سجلنا من خلال البيانات أكبر نسبة وهي الربع 25% ما يوافق 129 مبحوثة يوافقن على العبارة، تتقارب هذه النسبة مع نسبة المجيبات بـ " غير موافق" 24,8% بفارق مفردة واحدة، أما اللاتي التزمّن الحياد فنسبتهن في الترتيب الثالث بـ 21,3%، أما غير الموافقات بشدة بـ 15,1%، وفي الأخير نسبة الموافقات بشدة 13,9% مبحوثة. هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا 2,97 وانحرافا معياريا 1,28 بدرجة " محايد " ومستوى أهمية " متوسط " .

8- جاءت العبارة (ش43) في الترتيب الثامن، تنص: " أصبحت تشاركين في الجمعيات والندوات والمؤتمرات السياسية بفضل الفيسبوك"، سجلنا في هذه العبارة أكبر عدد من المبحوثات غير موافقات عليها ما نسبته 39,5% ما يعادل 204 مبحوثة، وفي المرتبة الثانية نسبة المحايدات بـ 30,6%، أما المفردات اللاتي أجبن بالموافقة على العبارة نسبتهن 15,1%، وتتقارب نسب اللاتي أجبن بـ " موافق بشدة " وغير موافق بشدة " على الترتيب 7,5% و 7,4%. هذه العبارة حققت متوسط حسابيا 2,76 وانحرافا معياريا 1,04 بدرجة " محايد " و مستوى أهمية " متوسط " .

عموما عبارات المحور السادس في مجملها حققت متوسط حسابيا 3,06 و انحرافا معياريا 1,16 بدرجة "محايد" و مستوى أهمية " متوسط " .

---

## 5. اختبار الفرضيات ومناقشة نتائج الدراسة

---

1.5. اختبار فرضيات الدراسة

1.1.5. الإختبار الإحصائي للفرضيات الفرعية: الأولى، الثانية والثالثة

2.1.5. الإختبار الإحصائي للفرضيات الفرعية: الرابعة، الخامسة والسادسة

2.5. مناقشة و تفسير نتائج تحليل بيانات الدراسة

1.2.5. مناقشة و تفسير نتائج تحليل عبارات المتغير المستقل: ( الفيسبوك )

2.2.5. مناقشة و تفسير نتائج تحليل عبارات المتغير التابع ( تنمية الوعي السياسي لدى

المرأة الجزائرية الجامعية)

3.5. مناقشة نتائج اختبار الفرضيات، ونتائج الدراسة

1.3.5. مناقشة نتائج اختبار الفرضيات

2.3.5. نتائج الدراسة الميدانية

## 5. اختبار الفرضيات ومناقشة نتائج الدراسة

من خلال هذا الفصل قامت الباحثة باختبار الفرضيات التي تعتبر إجابات مبدئية على التساؤلات المطروحة وفق مغيرات البحث ( المتغير المستقل - مواقع التواصل الاجتماعي - فيسبوك نموذجاً) والمتغير التابع (الوعي السياسي للمرأة الجزائرية ) ، استناداً على نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الإيتماد على وسائل الإعلام - تعتبر عملية اختبار الفرضيات مرحلة مهمة في البحث العلمي للتأكد من تحقق الفرضيات وتبنيها أو عدم تحققها ورفضها - وبعد مرحلة اختبار الفرضيات تطرقت الباحثة إلى مناقشة نتائج الاختبارات ونتائج تحليل محاور الاستبيان.

نشير إلى أنه ركزنا في صياغة الفرضيات و التحليل على المحور الثاني ( دوافع استخدام المرأة الجزائرية المواقع التواصل الاجتماعي ) ، المحور الثالث ( التأثيرات الوجدانية السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي على المرأة الجزائرية )، والمحور الرابع (التأثيرات المعرفية السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي على المرأة الجزائرية)، المحور الخامس (التأثيرات السلوكية السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي على المرأة الجزائرية) والمحور السادس ( دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم المرأة الجزائرية للمشاركة السياسية.

### 1.5. اختبار فرضيات الدراسة

لاختبار الفرضيات استخدمنا معامل الارتباط " بيرسون" (Person correlation) لتأكيد وجود علاقة أو عدم وجودها بين متغير الدراسة المستقل (مواقع التواصل الاجتماعي - فيسبوك -) والمتغير التابع (تنمية الوعي السياسي للمرأة الجزائرية).

- المتغير المستقل(الفيسبوك) يشمل عبارات المحور الثاني : دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي.

- المتغير التابع ( تنمية الوعي السياسي للمرأة الجزائرية ) يشمل:

عبارات المحور الثالث : التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية

عبارات المحور الرابع: التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية

عبارات المحور الخامس: التأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية

عبارات المحور السادس : دور الفيسبوك في دعم المشاركة السياسية لدى المرأة الجزائرية الجامعية

الجدول رقم 25: يبين حدود معامل الارتباط لبيرسون

المعنى	قيمة معامل الارتباط
ارتباط طردي تام	+1
ارتباط طردي قوي جداً	(من 0.90 إلى 0.99)
ارتباط طردي قوي	(من 0.70 إلى 0.89)
ارتباط طردي متوسط	(من 0.50 إلى 0.69)
ارتباط طردي ضعيف	(من 0.30 إلى 0.49)
ارتباط طردي ضعيف جداً	(من 0.01 إلى 0.29)
لا يوجد ارتباط	0
ارتباط عكسي ضعيف جداً	(من -0.01 إلى -0.29)
ارتباط عكسي ضعيف	(من -0.30 إلى -0.49)
ارتباط عكسي متوسط	(من 0.50 إلى -0.69)
ارتباط عكسي قوي	(من -0.70 إلى -0.89)
ارتباط عكسي قوي جداً	(من -0.90 إلى -0.99)
ارتباط عكسي تام	-1

المصدر: محمد خير، سليم أبو زيد، التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برمجية SPSS، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان،

2010، ص 212

### فرضيات الدراسة التطبيقية :

للإجابة على فرضيات البحث نصيغ فرضيات الدراسة التطبيقية كمايلي :

الفرضية الرئيسة للدراسة " للفيسبوك دور في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية " .

تنبثق من الفرضية الرئيسة الفرضيات التالية:

1- الفرضية الأولى: للفيسبوك دور في التأثيرات السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية لتنمية وعيها

السياسي.

وتتفرع إلى الفرضيات التالية:

• الفرضية الفرعية الأولى: للفيسبوك دور في التأثيرات الوجدانية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.



- الفرضية الفرعية الثانية: للفيسبوك دور في التأثيرات المعرفية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.
- الفرضية الفرعية الثالثة: للفيسبوك دور في التأثيرات السلوكية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.

2- الفرضية الثانية: للفيسبوك دور في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية. تتبثق منها:

- الفرضية الفرعية الرابعة: للفيسبوك دور في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية.
- 3- الفرضية الثالثة: يتعلق الوعي السياسي للمرأة الجزائرية الجامعية المستخدمة للفيسبوك بعمرها ومستواها الجامعي. وتتفرع إلى:
- الفرضية الفرعية الخامسة: يتعلق تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية باستخدام الفيسبوك بعمرها.
- الفرضية الفرعية السادسة: يتعلق تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية باستخدام الفيسبوك بمستواها الجامعي.

ملاحظة: تحقق الفرضية الرئيسة يتوقف على تحقق الفرضيتين الأولى والثانية بتحقق الفرضيات الفرعية الأولى، الثانية، الثالثة والرابعة. أما الفرضيات المتعلقة بالعمر والمستوى الجامعي للمبحوثات فقط لمعرفة علاقة الوعي السياسي بالعمر والمستوى الجامعي للمبحوثات.

### 1.1.5. الإختبار الإحصائي للفرضيات الفرعية: الأولى، الثانية والثالثة

#### 1.1.1.5. الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية الأولى

تنص: " للفيسبوك دور في التأثيرات السياسية الوجدانية على المرأة الجزائرية الجامعية "، من أجل اختبار هذه الفرضية إحصائيا على برنامج SPSS وتقييمها لا بد من صياغتها بشكلين :

الفرضية الفرعية الأولى الصفرية  $(H_0)$  1 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات الوجدانية السياسية لديها من خلال استخدامها هذا الموقع.

الفرضية الفرعية الأولى البديلة 1(HA): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثير الوجدانية السياسية لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع .

الجدول رقم 26: يبين العلاقة بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثير الوجداني السياسي لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع.

الإرتباط	العلاقة بين العبارات ( د 11 - د 20 ) والعبارات ( ج 21 - ج 27 )
الفرضية الأولى	معامل ارتباط بيرسون 0.469**
	مستوى المعنوية 0.000
	مجموع المفردات 517

المصدر: إعداد الباحثة وفق مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق رقم 26 يتبين أن قيمة معامل الارتباط بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات الوجدانية السياسية لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع هو 0.469\*\* ومستوى معنوية 0,000 وهي أقل من 0,05 هذا يدل على قبول الفرضية الفرعية الأولى البديلة 1(H0) و رفض الفرضية الفرعية الأولى الصفرية 1(H0) أي هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين دور الفيسبوك كمتغير مستقل والتأثيرات الوجدانية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية كمتغير تابع ، وهذا الارتباط هو ارتباط طردي ضعيف وهذا يدل على تحقق ضعيف للفرضية الفرعية الأولى وفق حدود معامل الارتباط لبيرسون .

### 2.1.1.5. الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية الثانية

تنص: " للفيسبوك دور في التأثيرات المعرفية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية " .

من أجل اختبار هذه الفرضية إحصائيا على برنامج SPSS وتقييمها لا بد من صياغتها بشكلين:

الفرضية الفرعية الثانية الصفرية 2(H0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات المعرفية السياسية لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع.

الفرضية الفرعية الثانية البديلة 2(HA): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات المعرفية السياسية لديها.

الجدول رقم 27: يبين العلاقة بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات المعرفية السياسية لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع

الإرتباط	العلاقة بين العبارات ( د 11 - د 20 ) والعبارات ( م 28 - م 35 )
الفرضية الثانية	معامل ارتباط بيرسون 0.629**
	مستوى المعنوية 0.000
	مجموع المفردات 517

المصدر: إعداد الباحثة وفق مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق رقم 27 يتبين أن قيمة معامل الارتباط بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات المعرفية السياسية لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع هو 0.629\*\* ومستوى معنوية 0,000 وهي أقل من 0,05 ، هذا يدل على قبول الفرضية الفرعية الثانية البديلة 2(H0) ورفض الفرضية الفرعية الثانية الصفرية 2(H0)، أي هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين دور الفيسبوك كمتغير مستقل والتأثيرات المعرفية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية كمتغير تابع ، وهذا الارتباط هو ارتباط طردي متوسط و يدل على تحقق متوسط للفرضية الفرعية الثانية وفق حدود معامل الارتباط لبيرسون.

### 3.1.1.5. الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية الثالثة

تنص: " للفيسبوك دور في التأثيرات السلوكية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية " .

من أجل اختبار هذه الفرضية إحصائيا على برنامج SPSS وتقييمها لا بد من صياغتها بشكلين:

الفرضية الفرعية الثالثة الصفرية 3(H0): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات السلوكية السياسية لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع.

الفرضية الفرعية الثالثة البديلة 3(HA): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات السلوكية السياسية لديها.

الجدول رقم 28: يبين العلاقة بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات السلوكية السياسية لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع

العلاقة بين العبارات ( د 11 - د 20 ) والعبارات ( ك 36 - ك 40 )	الإرتباط	
0.427**	معامل ارتباط بيرسون	الفرضية الثالثة
0.000	مستوى المعنوية	
517	مجموع المفردات	

المصدر: إعداد الباحثة وفق مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق رقم 28 يتبين أن قيمة معامل الارتباط بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي والتأثيرات المعرفية السياسية لديها من خلال استخدامها لهذا الموقع هو 0.427\*\* ومستوى معنوية 0,000 وهي أقل من 0,05 ، هذا يدل على قبول الفرضية الفرعية الثالثة البديلة 3(HA) ورفض الفرضية الفرعية الثالثة الصفرية 3(H0) ، أي هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين دور الفيسبوك كمتغير مستقل والتأثيرات المعرفية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية كمتغير تابع ، وهذا الارتباط هو ارتباط طردي ضعيف جدا و يدل على تحقق ضعيف جدا للفرضية الفرعية الثالثة وفق حدود معامل الارتباط لبيرسون.

## 2.1.5. الإختبار الإحصائي للفرضيات الفرعية: الرابعة، الخامسة والسادسة

### 1.2.1.5. الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية الرابعة

تنص: " للفيسبوك دور في دعم المرأة الجزائرية الجامعية للمشاركة السياسية "

من أجل اختبار هذه الفرضية إحصائيا على برنامج spss وتقييمها لا بد من صياغتها بشكلين:

الفرضية الفرعية الرابعة الصفرية  $(H_0)4$ : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي ودعم هذا الأخير لها على المشاركة السياسية.

الفرضية الفرعية الرابعة البديلة  $(H_1)4$ : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي ودعم هذا الأخير لها على المشاركة السياسية .

الجدول رقم 29: يبين العلاقة بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي ودعم هذا الأخير لها على المشاركة السياسية

العلاقة بين العبارات ( د 11 - د 20 ) والعبارات ( ش 41 - ش 48 )	الإرتباط	
0.450**	معامل ارتباط بيرسون	الفرضية الرابعة
0.000	مستوى المعنوية	
517	مجموع المفردات	

المصدر: إعداد الباحثة وفق مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق رقم 29 يتبين أن قيمة معامل الارتباط بين دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في المجال السياسي ودعم هذا الأخير لها على المشاركة السياسية.

هو  $0.450^{**}$  ومستوى معنوية 0,000 وهي أقل من 0,05 ، هذا يدل على قبول الفرضية الفرعية الرابعة البديلة  $(H_A)4$  ورفض الفرضية الفرعية الرابعة الصفرية  $(H_0)4$  ، أي هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين دور الفيسبوك كمتغير مستقل ودعم المرأة الجزائرية الجامعية للمشاركة السياسية كمتغير تابع ، وهذا الارتباط هو ارتباط طردي ضعيف جدا و يدل على تحقق ضعيف جدا للفرضية الفرعية الرابعة وفق حدود معامل الارتباط لبيرسون.

### 2.2.1.5. الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية الخامسة

تنص: " يتعلق تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية باستخدام الفيسبوك بعمرها "

من أجل اختبار هذه الفرضية إحصائيا على برنامج spss وتقييمها لا بد من صياغتها بشكلين:

الفرضية الفرعية الخامسة الصفرية  $H_0(5)$ : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيديو.

الفرضية الفرعية الخامسة البديلة  $H_1(5)$ : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيديو.

الجدول رقم 30: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيديو.

العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيديو	الإرتباط
0.085 -	معامل ارتباط بيرسون
0.053	مستوى المعنوية
517	مجموع المفردات

المصدر: إعداد الباحثة وفق مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق رقم 30 يتبين أن قيمة معامل الارتباط الذي يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيديو هو - 0,085 ومستوى معنوية 0,053 وهي أكبر من 0,05 ، هذا يدل على رفض الفرضية الفرعية الخامسة البديلة  $H_1(5)$  وقبول الفرضية الفرعية الخامسة الصفرية  $H_0(5)$  ، أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيديو.

### 3.2.1.5. الإختبار الإحصائي للفرضية الفرعية السادسة

تنص: " يتعلق تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية باستخدام الفيديو بمستواها الجامعي".

من أجل اختبار هذه الفرضية إحصائيا على برنامج spss وتقييمها لا بد من صياغتها بشكلين:

- الفرضية الفرعية السادسة الصفرية  $H_0(6)$ : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيديو .

- الفرضية الفرعية السادسة البديلة 6(H1): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0,05 بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيسبوك .

الجدول رقم 31: يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيسبوك.

العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيسبوك	الإرتباط	
0.100**	معامل ارتباط بيرسون	الفرضية السادسة
0.022	مستوى المعنوية	
517	مجموع المفردات	

المصدر: إعداد الباحثة استنادا لمخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق رقم 31 يتبين أن قيمة معامل الارتباط الذي يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيسبوك هو 0.100\*\* ومستوى معنوية 0,022 وهي أقل من 0,05 ، هذا يدل على قبول الفرضية الفرعية السادسة البديلة 6(HA) ورفض الفرضية الفرعية السادسة الصفرية 6(H0) ، أي هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيسبوك ، وهذا الارتباط هو ارتباط طردي ضعيف جدا (يكاد ينعدم الإرتباط) ، لكن من الناحية الاحصائية على العموم نقول أن الفرضية الفرعية السادسة تحققت ولكن بعلاقة ضعيفة جدا وفق حدود معامل الارتباط لبيرسون.

## 2.5. مناقشة و تفسير نتائج تحليل بيانات الدراسة

## 1.2.5. مناقشة و تفسير نتائج تحليل عبارات المتغير المستقل: ( الفيسبوك )

## 1.1.2.5. مناقشة نتائج تحليل عبارات المتغير المستقل: ( الفيسبوك )

الجدول رقم 32: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية ودوافع استخدامها للفيسبوك في المجال السياسي

المجموع	أكبر من 40 سنة					المجموع	من 18 سنة إلى 40 سن					العمر	
	غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)		غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)		الخيارات
	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار		التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار		
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%			
135	0	9	9	66	51	382	6	21	29	210	116	د11	
100%	0.0	6.7	6.7	48.9	37.8	100%	1.6	5.5	7.6	55.0	30.4		
135	12	42	27	42	12	382	24	134	67	109	48	د12	
100%	8.9	31.1	20.0	31.1	8.9	100%	6.3	35.1	17.5	28.5	12.6		
135	9	33	30	39	24	382	36	75	115	117	39	د13	
100%	6.7	24.4	22.2	28.9	17.8	100%	9.4	19.6	30.1	30.6	10.2		
135	6	18	12	66	33	382	12	57	74	170	69	د14	
100%	4.4	13.3	8.9	48.9	24.4	100%	3.1	14.9	19.4	44.5	18.1		
135	6	9	24	63	33	382	15	50	62	183	72	د15	
100%	4.4	6.7	17.8	46.7	24.4	100%	3.9	13.1	16.2	47.9	18.8		
135	3	15	18	54	45	382	12	83	68	156	63	د16	
%100	2.2	11.1	13.3	40	33.3	100%	3.1	9.9	21.7	43.2	22		
135	3	36	42	33	21	382	12	83	68	156	63	د17	
%100	2.2	26.7	31.1	24.4	15.6	100%	3.1	21.7	17.8	40.8	16.5		
135	3	36	39	30	27	382	9	95	110	117	51	د18	
%100	2.2	26.7	28.9	22.2	20	100%	2.4	24.9	28.8	30.6	13.4		
135	9	36	42	27	21	382	36	89	101	99	57	د19	
%100	6.7	26.7	31.1	20	15.6	100%	9.4	23.3	26.4	25.9	14.9		
135	9	57	27	21	21	382	36	89	101	99	57	د20	
100%	6.7	42.2	20	15.6	15.6	100%	9.4	23.3	26.4	25.9	14.9		

المصدر: من إعداد الباحثة استنادا لمخرجات برنامج spss



الجدول رقم 33: يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية بدوافع استخدامها للفيس بوك في المجال السياسي

المجموع	دراسات عليا					المجموع	ماستر					المجموع	ليسانس					الرمز ورقم العبارة
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
	ت	ت	ت	ت	ت		ت	ت	ت	ت	ت		ت	ت	ت	ت	ت	
	%	%	%	%	%		%	%	%	%	%		%	%	%	%	%	
12	0	0	3	0	9	171	0	12	21	81	57	334	6	18	14	195	101	11د
%	0	0	25	0	75	%	0	7	12,3	47,4	33,3	%	1,8	5,4	4,2	58,4	30,2	
12	0	6	0	3	3	171	6	51	30	60	24	334	30	119	64	88	33	12د
%	0	50	0	25	25	%	3,5	29,8	17,5	36,1	14	%	9	36,6	19,2	26,3	9,9	
12	0	3	0	3	6	171	9	39	48	54	21	334	36	66	97	99	36	13د
%	0	25	0	25	50	%	5,3	22,8	28,1	31,6	12,3	%	10,8	19,8	29	29,6	10,8	
12	0	0	3	6	3	171	6	27	36	57	45	334	12	48	47	173	54	14د
%	0	0	25	50	25	%	3,5	15,8	21,1	33,3	26,3	%	3,6	14,4	14,1	51,8	16,2	
12	0	0	3	6	3	171	6	12	36	75	42	334	15	47	47	165	60	15د
%	0	0	3,5	2,4	2,9	%	3,5	7	21,1	43,9	24,6	%	4,5	14,1	14,1	49,4	18	
12	0	0	3	6	3	171	3	18	42	51	57	334	12	35	56	162	69	16د
%	0	0	25	50	25	%	1,8	10,5	24,6	29,8	33,3	%	3,6	10,5	16,8	48,5	20,7	
12	0	0	3	9	0	171	3	36	39	57	36	334	12	83	68	123	48	17د
%	0	0	25	75	0	%	1,8	21,1	13,2	23,8	9,3	%	3,6	24,9	20,4	36,8	14,4	
12	0	0	0	12	0	171	6	33	54	42	36	334	6	98	96	93	42	18د
%	0	0	0	100	0	%	3,5	19,3	31,6	24,6	21,1	%	1,8	29,3	28,4	27,8	12,6	
12	0	0	0	0	12	171	9	33	42	45	42	334	15	101	92	84	42	19د
%	0	0	0	0	100	%	5,3	19,3	24,6	26,3	24,6	%	4,5	30,2	27,5	25,1	12,6	
12	0	0	3	6	3	171	6	48	36	33	48	334	39	98	89	81	27	20د
%	0	0	25	50	25	%	3,5	28,1	21,1	19,3	28,1	%	11,7	29,3	26,6	24,3	8,1	

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

يمثل الجدولان أعلاه رقم 32 ورقم 33 علاقة عمر المبحوثات ومستواهن الجامعي بدوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي ، أين كانت النتائج كالتالي:

- **الدافع الأول ( د11):** عبرت أكبر نسبة 85,7 % من مجموع المبحوثات في اتجاه الموافقة ( موافق + موافق بشدة ) على أن الموقع يتميز بسهولة الاستخدام السرعة والآنية في الحصول على المعلومات والأحداث السياسية الجديدة باعتماده على خصائص الصوت الصورة والفيديو ، و إذا ما فصلنا هذه النتيجة حسب أعمارهن نجد إجاباتهن تتجه في نفس الاتجاه السابق - الموافقة - حيث الفئة العمرية بين 18 سنة و 40 سنة سجلنا 85,4 % من مجموع مبحوثات نفس الفئة، و 86,4 % من مجموع الفئة العمرية أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير مستواهن الجامعي ؛ 88,6 % من مجموع مبحوثات طور الليسانس 80,7 % من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75 % من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي يتجهن نحو الرأي الموافق على أنه من أهم الدوافع هو تميز الفيسبوك بسهولة الاستخدام، السرعة والآنية في الحصول على المعلومات والأحداث السياسية الجديدة باعتماده على خصائص الصوت الصورة والفيديو، وهذا ما يدعم النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة أين سجلنا متوسطا حسابيا 4,09، وانحرافا معياريا 0,85، وكان تقدير النتيجة بالدرجة بالمرتفعة حسب هذه المعطيات. فنقول أن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك أنه يتميز بسهولة الإستخدام، السرعة والآنية في الحصول على المعلومات والأحداث السياسية الجديدة باعتماد خصائص(الصوت، الصورة، الفيديو).

هذه النتيجة تتفق مع ماتوصلت إليه دراسة مرام محمد مناجرة<sup>1</sup> حول أسباب اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك لتشكيل الوعي السياسي لديهم كون الموقع يتميز بدرجة مرتفعة بالسرعة في تقديم وتحديث الأخبار، سهولة الوصول إلى المعلومات وتصفحها، ويستخدم وسائط متعددة بكثرة ( الصوت والصورة والفيديو).

<sup>1</sup> مرام محمد مناجرة، مرجع سابق، ص 190.

- **الدافع الثاني ( د16 )**: عبرت أكبر نسبة 67,4% من مجموع المبحوثات في اتجاه الموافقة (موافق + موافق بشدة) ، على أنهم يستخدمون موقع الفيسبوك في الميدان السياسي للتعرف على أهم الأحداث والقضايا السياسية على المستوى الوطني والدولي، وإذا ما فصلنا هذه النتيجة حسب أعمارهم نجد إجاباتهم تتجه في نفس الاتجاه السابق - الموافقة - حيث سجلنا للفئة العمرية بين 18 سنة و 40 سنة 65.2% من مجموع مبحوثات نفس الفئة، و 73,3% من مجموع مبحوثات الفئة العمرية أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهم حسب متغير مستواهم الجامعي ؛ 69,2% من مجموع مبحوثات طور الليسانس، ومن مجموع مبحوثات طور الماستر 63,2%، أما من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا سجلنا 75%.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهم أو مستواهم الجامعي يتجهن نحو الرأي الموافق على أنه من أهم الدوافع من أجل التعرف على أهم الأحداث والقضايا السياسية على المستوى الوطني والدولي.

هذه العبارة حققت حسب التحليل السابق متوسطا حسابيا 3,76، وانحرافا معياريا 1,03 بتقدير مرتفع، هنا نقول بأن مفردات العينة من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن من دوافع استخدامهن لموقع فيسبوك في المجال السياسي هو للتعرف على أهم الأحداث والقضايا السياسية على المستوى الوطني والدولي.

هذه النتيجة تتفق مع ماتوصلت إليه دراسة مبارك زودة<sup>1</sup>، أين أكد المبحوثون أن الدافع وراء استخدامهم فيسبوك هو الإطلاع على القضايا التي هي محل التدوين والمناقشة والتحليل وكذلك من أجل متابعة مجريات الأحداث والقضايا الوطنية والعربية، وإرجاع التفسير إلى كون الفيسبوك يعمل على تحديث القضايا والأخبار الأكثر مناقشة وتدوينا من خلال التعليقات والردود على التعليقات والتدوينات ومشاركة المنشورات، وغيرها...

وتشابهت أيضا هذه النتيجة بالنتيجة التي توصلت إليه سالمة شداني<sup>2</sup> حول سبب تعرض المبحوثات لوسائل الإعلام، فأجابت مانسبته 57,18% بأن السبب لغرض متابعة الأحداث المحلية العربية والعالمية والإلمام بالمواضيع والقضايا السياسية الراهنة

<sup>1</sup> مبارك زودة، مرجع سابق، ص 262.

<sup>2</sup> سالمة شداني، مرجع سابق، ص 157.

- **الدافع الثالث ( د15 ):** عبرت أكبر نسبة 67,9% من مجموع مبحوثات عينة الدراسة في اتجاه الموافقة ( موافق + موافق بشدة) بأنهن يستخدمن موقع الفيسبوك في الميدان السياسي لتعدد الآراء والإتجاهات السياسية التي تزيد من وعيهن السياسي. وإذا ما وزعنا هذه النتيجة حسب أعمارهن نجد أرائهن تتجه في نفس الاتجاه السابق - الموافقة - حيث سجلنا للفئة العمرية بين 18 سنة و 40 سنة 66,7% من مجموع مبحوثات نفس الفئة، و 71,1% من مجموع مبحوثات الفئة العمرية أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير مستواهن الجامعي ؛ 67,4% من مجموع مبحوثات طور الليسانس، ومن مجموع مبحوثات طور الماستر 68,5%، أما من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا سجلنا 75%.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي يتجهن نحو الرأي الموافق على أنه من أهم الدوافع تعدد الآراء والإتجاهات السياسية على الفيسبوك التي تزيد من وعيهن السياسي.

هذه العبارة حققت حسب التحليل السابق متوسطا حسابيا 3,68 وانحرافا معياريا 1,04 بتقدير «مرتفع» ، هنا نقول بأن مفردات العينة من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك لتعدد الآراء والإتجاهات السياسية التي تزيد من وعيهن السياسي.

هذه النتيجة تتفق مع ماتوصلت إليه دراسة مرام محمد مناجرة<sup>1</sup>، أين أكد المبحوثون أن الدافع وراء استخدامهم فيسبوك هو التعرف إلى الآراء المختلفة. ودراسة فؤاد علي أحمد<sup>2</sup> كون الإعلام يساهم في رفع الوعي السياسي لجمهور الإعلام الكوردي.

- **الدافع الرابع (د14):** عبرت أكبر نسبة 65,3% من مجموع المبحوثات في اتجاه الموافقة ( موافق + موافق بشدة) على أنهن يستخدمن موقع الفيسبوك في الميدان السياسي لأنه يزيد من رصيدهن المعرفي السياسي، إذا ما قسمنا هذه النتيجة حسب أعمارهن نجد إجاباتهن تتجه في نفس الاتجاه السابق - الموافقة - حيث سجلنا للفئة العمرية بين 18 سنة و 40 سنة 62,6% من مجموع مبحوثات نفس الفئة، و 73,3% من مجموع مبحوثات الفئة العمرية أكبر من 40 سنة. نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات

<sup>1</sup> مرام محمد مناجرة، مرجع سابق، ص191.

<sup>2</sup> فؤاد علي أحمد، مرجع سابق، ص282.

المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير مستواهن الجامعي ؛ 68% من مجموع مبحوثات طور الليسانس، ومن مجموع مبحوثات طور الماستر 59,6%، أما من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا سجلنا 75%.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي يتجهن نحو الرأي الموافق على أنه من أهم الدوافع أن الفيسبوك يزيد من رصيدهن المعرفي السياسي.

هذه العبارة حققت حسب التحليل السابق متوسطا حسابيا 3,63، وانحرافا معياريا 1,06 وبدرجة بتقدير «مرتفع». هنا نقول بأن المبحوثات من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي أنه يزيد من رصيدهن المعرفي السياسي. توصلت أيضا زينب لموشي من خلال نتائج بحثها إلى أن أكبر نسبة من البرلمانيات 26,67% يعتبرن أنه من دوافع استخدامهن لشبكات التواصل الإجتماعي لمتابعة الأحداث الجارية والأخبار الجديدة، وبررت ذلك كون هذه المواقع أصبحت من أهم مصادر المعلومات، وفضاء واسع لتبادل المناقشات والحوارات والنشر عبر صفحاتها<sup>1</sup>.

- **الدافع الخامس ( د 17 )**: عبرت أكبر نسبة 52,8% من مجموع المبحوثات في اتجاه الموافقة (موافق + موافق بشدة) على أنهن يستخدمن موقع الفيسبوك في الميدان السياسي من أجل التعرف على الشخصيات السياسية على المستوى الوطني والدولي، وإذا ما وزعنا هذه النتيجة حسب أعمارهن نجد رأيهن تتجه في نفس الاتجاه السابق - الموافقة - حيث سجلنا للفئة العمرية بين 18 سنة و 40 سنة 57,3% من مجموع مبحوثات نفس الفئة، و 40% من مجموع مبحوثات الفئة العمرية أكبر من 40 سنة. نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير مستواهن الجامعي؛ 51,2% من مجموع مبحوثات طور الليسانس، ومن مجموع مبحوثات طور الماستر 54,4%، أما من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا سجلنا 75%.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي رأيهن موافق على أنه من أهم الدوافع من أجل التعرف على الشخصيات السياسية على المستوى الوطني والدولي.

هذه العبارة حققت حسب التحليل السابق متوسطا حسابيا 3,40، وانحرافا معياريا 1,09 بتقدير «متوسط» هنا في هذه الحالة نقول بأن المبحوثات من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي من أجل التعرف على الشخصيات السياسية

<sup>1</sup> زينب لموشي، مرجع سابق، ص 238.

على المستوى الوطني والدولي. بمقارنة هذه النتيجة مع ما توصلت له زينب لموشي<sup>1</sup> نجد أن دافع إقامة علاقات سياسية وبناء صداقات عبر شبكات التواصل الإجتماعي حسب إجابات البرلمانيات الجزائريات جاء في الترتيب ما قبل الأخير ضمن مجموعة من الإختيارات بنسبة ضئيلة 9,33% ، وتبرير ذلك حسب الباحثة لعدم حاجة المرأة البرلمانية إلى إقامة مثل هذه العلاقات عبر الفضاء الافتراضي أين يكون فيه تزييف الهويات والشخصيات الحقيقية، ومركزها السياسي لا يسمح لها بذلك.

- **الدافع السادس:** لاستخدام المرأة الجزائرية الجامعية موقع الفيسبوك في الميدان السياسي لأنه يسمح لها بالتعبير بكل حرية عن رأيها حول القضايا السياسية، حسب ما عبرت عنه 43,5% من مجموع المبحوثات في اتجاه الموافقة ( موافق + موافق بشدة)، وإذا ما وزعنا هذه النتيجة حسب أعمارهن نجد آرائهن تتجه في نفس الاتجاه السابق - الموافقة - حيث سجلنا للفئة العمرية بين 18 سنة و 40 سنة 44% من مجموع مبحوثات نفس الفئة، و 42,2% من مجموع مبحوثات الفئة العمرية أكبر من 40 سنة. نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير مستواهن الجامعي ؛ 40,4% من مجموع مبحوثات طور الليسانس، ومن مجموع مبحوثات طور الماستر 45,7%، أما من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا سجلنا 100%. مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي يتجهن نحو الرأي الموافق على أنه من أهم الدوافع لأنه يسمح لهن بالتعبير بكل حرية عن رأيهن حول القضايا السياسية.

ونفس النتيجة توصلت إليها دراسة زينب لموشي<sup>2</sup> إلى أن النسبة الأكبر من البرلمانيات 44% يعتبرن أن المرأة أصبحت تعبر عن آرائها بكل حرية بفضل مواقع التواصل الإجتماعي.

هذه العبارة حققت حسب التحليل السابق متوسطا حسابيا 3,28، وانحرافا معياريا 1,07 بتقدير «متوسط»، هنا في هذه الحالة نقول بأن المبحوثات من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي لأنه يسمح لهن بالتعبير بكل حرية عن رأيهن حول القضايا السياسية.

- **الدافع السابع:** الفيسبوك يولد الجرأة لدى المرأة الجزائرية الجامعية المستخدمة للفيسبوك للمشاركة السياسية، وهذا ما عبرت عنه 43,5% من مجموع المبحوثات في اتجاه الموافقة ( موافق + موافق بشدة )،

<sup>1</sup> زينب لموشي، مرجع سابق ، ص 239.

<sup>2</sup> زينب لموشي، المرجع نفسه، ص 281.

وإذا ما وزعنا هذه النتيجة حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه في نفس الاتجاه السابق - الموافقة - حيث الفئة العمرية بين 18 سنة و 40 سنة سجلنا 46,3% من مجموع مبحوثات نفس الفئة، و 35,6% من مجموع الفئة العمرية أكبر من 40 سنة. نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير مستواهن الجامعي؛ 37,7% من مجموع مبحوثات طور الليسانس

50,9% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 100% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي يتجهن نحو الرأي الموافق على أنه من أهم الدوافع هو أن الفيسبوك يولد الجرأة لدى المرأة الجزائرية الجامعية المستخدمة للفيسبوك للمشاركة السياسية. وفي هذا الصدد ترى البرلمانيات الجزائريات أن مشاركتهن السياسية تتعلق طرديا بدرجة استخدامهن لشبكات التواصل الإجتماعي، مما يدل على قدرتهن والتماشي مع التطورات التقنية الإلكترونية التي تتيح لهن الإمتيازات العديدة والتطبيقات المختلفة التي تسهل المشاركة السياسية<sup>1</sup>.

هذه العبارة حققت حسب التحليل السابق متوسطا حسابيا 3,24 ، وانحرافا معياريا 1,14 بتقدير «متوسط»، هنا في هذه الحالة نقول بأن المبحوثات من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي لأنه يولد لديهن الجرأة للمشاركة السياسية.

- **الدافع الثامن:** كون الفيسبوك يمكن المرأة الجزائرية الجامعية المستخدمة للفيسبوك من التواصل وتبادل المعارف مع المهتمين بالمجال السياسي، وهذا ما عبرت عنه 42,4% ( وهي النسبة الأكبر مقارنة بالنسب الأخرى) من مجموع المبحوثات في اتجاه الموافقة ( موافق + موافق بشدة )، وإذا ما وزعنا هذه النتيجة حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه في نفس الاتجاه السابق - الموافقة - حيث الفئة العمرية بين 18 سنة و 40 سنة سجلنا 40,8% من مجموع مبحوثات نفس الفئة، و 46,7% من مجموع الفئة العمرية أكبر من 40 سنة. نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير مستواهن الجامعي؛ 40,4% من مجموع مبحوثات طور الليسانس 43,9% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 100% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي يتجهن نحو الرأي الموافق للعبارة السابقة على أنه من أهم الدوافع هو أن الفيسبوك يمكن المرأة الجزائرية الجامعية المستخدمة للفيسبوك من التواصل وتبادل المعارف مع المهتمين بالمجال السياسي. وقد عبر مانسبته

<sup>1</sup> زينب لموشي، مرجع سابق، ص 260-261.

16,38% مبحثاً من الطلبة الجامعيين الجزائريين في دراسة أحمد شريف بسام حول دوافع استخدامهم لمواقع التواصل أن هذه الأخيرة أكسبتهم ثقافات ومعارف جديدة<sup>1</sup>.

هذه العبارة حققت حسب التحليل السابق متوسطاً حسابياً 3,16 وانحرافاً معيارياً 1,15 بتقدير «متوسط»، هنا في هذه الحالة نقول بأن المبحوثات من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي لأنه يمكنهن من التواصل وتبادل المعارف مع المهتمين بالمجال السياسي.

- **الدافع التاسع:** كون المرأة الجزائرية الجامعية تعتبر الفيسبوك قوة ضاغطة على القادة وصناع القرار، وهذا ما عبرت عنه أكبر نسبة 38,3% من مجموع المبحوثات في اتجاه الموافقة ( موافق + موافق بشدة )، وإذا ما وزعنا هذه النتيجة حسب أعمارهن نجد إجابتهن لا تتجه في نفس الاتجاه السابق - الموافقة - حيث الفئة العمرية بين 18 سنة و 40 سنة سجلنا 40,8% من مجموع مبحوثات نفس الفئة وهي النسبة الأكبر مقارنة بالخيارات الأخرى توافق على أن الفيسبوك قوة ضاغطة على القادة وصناع القرار، بينما 48,9% من مجموع الفئة العمرية أكبر من 40 سنة تتجه إجابتهن نحو رفض (غير موافق + غير موافق بشدة) العبارة السابقة كدافع لاستخدام الفيسبوك في المجال السياسي.

ونفس الملاحظة - عدم الإتفاق في اتجاه الإجابة- عند توزيع إجابات المبحوثات حسب متغير مستواهن الجامعي فأكبر نسبة لمستوى الليسانس ب 41% من المجموع الكلي لنفس المستوى تتجه إجاباتها نحو الإتجاه الراض للعبارة، بينما 47,4% من مجموع مبحوثات طور الماستر، و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا كان توجههن نحو الموافقة على عبارة أن الفيسبوك قوة ضاغطة على القادة وصناع القرار تعتبر كدافع لاستخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي.

مما سبق نقول بأن المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي لا يتفقن على نفس التوجه في الإجابة على أن عبارة الفيسبوك قوة ضاغطة على القادة وصناع القرار تعتبر كدافع لاستخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي، غير أنه حسب النسبة الغالبة فرأيهن موافق للعبارة السابقة. وفي سؤال للطلبة الجامعيين الجزائريين حول أهم أدوار وسائط الإتصال الجديدة في التغيير السياسي تبين أن هناك تجانس بين إجابات الجنسين كون هذه الوسائط تحولت إلى قوة ضغط على الأنظمة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> أحمد شريف بسام، مرجع سابق، ص 306.

<sup>2</sup> أحمد شريف بسام، المرجع نفسه، ص 315.



هذه العبارة حققت حسب التحليل السابق متوسطا حسابيا 3,07، وانحرافا معياريا 1,20 بتقدير «متوسط»، هنا في هذه الحالة نقول بأن المبحوثات من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيديو في المجال السياسي لاعتباره قوة ضاغطة على القادة وصناع القرار.

- **الدافع العاشر:** كون المرأة الجزائرية الجامعية تتابع المنشورات السياسية عبر الفيديو بدافع التسلية وكسر الملل، في هذه الحالة تقاربت نسبة توجه إجابات المبحوثات بين الرفض (غير موافق+غير موافق بشدة) والقبول (موافق + موافق بشدة) للعبارة السابقة بنسبة 41% و 40,8% من مجموع المبحوثات، وإذا ما وزعنا هذه النتيجة حسب أعمارهن نجد إجاباتهن لا تتجه في نفس الاتجاه السابق حيث الفئة العمرية بين 18 سنة و 40 سنة كانت توجهاتهن بنسبة أكبر بالتساوي بين الموافقة والرفض بنسبة 41,4% من مجموع مبحوثات نفس الفئة، ونفس الشيء بالنسبة لمجموع الفئة العمرية أكبر من 40 سنة بنسبة 40%.

ونفس الملاحظة - عدم الإتفاق في اتجاه الإجابة- عند توزيع إجابات المبحوثات حسب متغير مستواهن الجامعي، فأكثر نسبة لمستوى الليسانس ب 44,6% من المجموع الكلي لنفس المستوى تتجه إجاباتها نحو الإتجاه الرفض للعبارة، بينما 49,1% من مجموع مبحوثات طور الماستر في اتجاه الموافقة و تتساوى نسبة مبحوثات طور الدراسات العليا بين الموافقة والرفض بنسبة 50% لكل توجه نحو الموافقة أو الرفض على العبارة السابقة.

مما سبق نقول بأن المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي لا يتفقن على نفس التوجه في الإجابة على كون المرأة الجزائرية الجامعية تتابع المنشورات السياسية عبر الفيديو بدافع التسلية وكسر الملل تعتبر كدافع لاستخدامهن للفيديو في المجال السياسي. كان هذا الدافع الخيار الأخير ضمن إجابات عينة الطلبة الجامعيين الجزائريين لدوافع استخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي في عملية التغيير بنسبة ضئيلة جدا، مما يثبت جدتهم في التوجه السياسي بعيدا عن التسلية<sup>1</sup>.

هذه العبارة حققت حسب التحليل السابق متوسطا حسابيا 3,04، وانحرافا معياريا 1,17 بتقدير «متوسط»، هنا في هذه الحالة نقول بأن المبحوثات من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيديو في المجال السياسي بدافع التسلية وكسر الملل.

وعموما فمفردات عينة الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات يتجهن نحو الموافقة على عبارات المحور الثاني (دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية موقع فيسبوك في الشأن السياسي)، حيث المتوسط

<sup>1</sup> أحمد شريف بسام، مرجع سابق، ص306.

الحسابي 3,43 والانحراف المعياري 1,08 وبدرجة " موافق " للمحور ككل، ومستوى أهمية " مرتفع " مما يعني أن مفردات عينة النساء الجزائريات الجامعيات لديهن دوافع بمستوى مرتفع تجعلهن يستخدمن الفيسبوك في المجال السياسي، وعمرهن ومستواهن الجامعي لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بدوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي.

### 2.1.2.5. تفسير نتائج تحليل عبارات المتغير المستقل ( الفيسبوك )

تعتبر المرأة الجزائرية الجامعية من ضمن جمهور و سائل الإعلام ، فهي باختيارها لوسيلة إعلامية معينة تبحث عن رسائل معينة لإشباع حاجات معينة لديها، فتوجه المبحوثات للتعبير عن أهم دوافعهن في استخدام موقع الفيسبوك في المجال السياسي نابع من البنية والواقع المعرفي للمرأة الجزائرية ، وهذا طبيعي بالنظر إلى مميزات مجتمع البحث، فالمبحوثات عينة الدراسة يتميزن بمستوى دراسي عالي ويمتهن وظائف في الدولة، هذا ما يبين درجة وعيهم بضرورة الاندماج والإطلاع على المستجدات السياسية على المستوى الوطني والدولي بما يتماشى مع فكرهن للنهوض بوعيهن السياسي داخل المجتمع، كما يمكن الإشارة أيضا إلى أن المعلومات التي تقدمها الصفحات السياسية تصبح مصادراً أولية لتحقيق أهداف معينة كما أشارت له نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام والتي تعتبر أن علاقة الاعتماد تقوم على المصادر من جهة و على الأهداف من جهة أخرى ، وتسعى المرأة الجزائرية لتحقيق بعض هذه الأهداف من خلال المعلومات التي توفرها هذه المصادر ( مواقع التواصل الاجتماعي ).

تختلف دوافع استخدام النساء الجزائريات الجامعيات لموقع الفيسبوك في المجال السياسي لكون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك - عملية تفاعلية ومضامينها تتعلق بالإحتياجات الفردية للمبحوثات ومدركاتهن وأدوارهن الاجتماعية في الوسط الذي يحيط بهن ، فاستخدامهن لنفس الرسالة السياسية تختلف باختلاف الأهداف التي يسعين إلى تحقيقها، كما أن تأثيرات هذه المواقع لها علاقة إلى حد كبير بالفروقات القائمة بينهن في تعاملهن معها وبالتالي فإن رغباتهن وحاجاتهن وتوقعاتهن تعتبر متغيرات وسطية بين المضامين السياسية وتأثيرات رسائلها عليهن.

إن اختلاف الدوافع السياسية بين النساء الجزائريات الجامعيات المستخدمات للفيسبوك مخرج بديهي كونهن جمهور نشط لديهن احتياجات سياسية، و استخدامهن لهذه الوسيلة من أجل إشباع تلك الحاجات. فهن على وعي بحاجاتهن التي تدفعهن لاستخدام هذه المواقع واختيارهن لها من بين وسائل الإعلام الأخرى بما يحقق لهن المنفعة من خلال اختيار المضامين السياسية التي تحقق لهن الأهداف المرجوة.

إن تفاعل المبحوثات مع المضامين السياسية عبر صفحات الفيسبوك انطلاقاً من دوافع طقوسية - حتى وإن كانت آخر ترتيب اختياراتهن - يتعلق بتعرضهن بدون قصد مسبق للمنشورات السياسية ، فيصبح هذا التعرض بدافع التسلية وكسر الملل لتمضية الوقت والإسترخاء. غير أن النسبة الكبيرة من المبحوثات تراوحت إجابتهن بين الحياد والرفض و تفسير ذلك كون المضامين السياسية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك- أساساً ذات طابع إيديولوجي فكري سياسي ، تناقش وقائع وأحداث تتطلب الإدراك والوعي والتحفيز بعيداً عن ملا الفراغ والتسلية والسطحية في التفكير .

أما في الدوافع النفسية فقد سجلنا أول الدوافع هو استخدام الفيسبوك لأنه يتميز بالسرعة والآنية في الحصول على المعلومات والأحداث السياسية الجديدة باعتماد الخصائص ( الصوت الصورة، الفيديو) ، وتفسير ذلك فإن هذا الموقع احتل الصدارة بمميزاته وخصائصه واعتماد المرأة الجزائرية عليه هو دافع مبرر، فقد أكد العديد من التقنيين والخبراء أن شبكات التواصل الاجتماعي تسيطر على السوق الإعلامية في القدرة على تحقيق التواصل بين الأفراد دون قيود الزمان والمكان، وإمكانية نقل المحتوى في شكل مرئي ، أو صوتي، أو مكتوب.

الفيسبوك يسمح بأن يتواصل من خلاله ملايين الأشخاص المهتمين بالميدان السياسي بنقل المعلومات إليهم وطرح القضايا السياسية أمامهم قصد مناقشتها وتبادل المعارف بينهم، وأيضا المرأة الجزائرية فتحت لها هذه الشبكات مجالا واسعا لتبادل الصور والملفات و مقاطع الفيديو ، وإرسال الرسائل وإنشاء المدونات وإجراء المحادثات الفورية، و من الدوافع القوية التي جعلت المرأة الجزائرية الجامعية تستخدم الفيسبوك في الميدان السياسي التعرف على أهم الأحداث والقضايا السياسية على المستوى الوطني والدولي، كما وأن الموقع تتعدد فيه الآراء والاتجاهات السياسية تزيد من وعيها السياسي ورصيدها المعرفي، فهذه المواقع فتحت منافذ كثيرة للمعلومات كانت شبه مستعصية في السابق مما أتاح تواصل الجماهير فيما بينها وأصبحت قنوات اتصالية هامة للمجموعات السياسية لنشر الأحداث الجديدة،

اتخذت المرأة الجزائرية من مواقع التواصل الاجتماعي بديلا عن الوسائل الإعلامية التقليدية ، لأنها مكانا لتوليد الأفكار وأساليب جديدة للتعاون والتنظيم والتدريب فهي تنقل الأحداث وتدعم الاتصالات بالشخصيات السياسية مباشرة ، وعمل مهم في التغيير عن طريق تكوين الوعي والاتجاهات السياسية، فاصبحت لديها القدرة على التأثير في أجندة الرأي العام وتوجيهه ، وخلق فضاءات حرة للتعرف والتفاعل والتحاور بين مختلف الفاعلين الاجتماعيين والسياسيين، فهذه المواقع تعمل على تفعيل الطاقات المتوفرة لدى المرأة الجزائرية وتوجيهها للإبداع وزيادة مجالات معرفتها وقدرتها على المشاركة والتعامل مع السياسيين.

فاعتماد المرأة الجزائرية على مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة نشر بديلة و فضاء للتعبير بكل حرية عن الآراء وأداة ضغط على الأنظمة وفضاء للمشاركة السياسية والتعامل مع السياسيين جاء كرد فعل على الواقع السياسي والإجتماعي الذي يشهد غلقا وتضييقا ممنهجا سياسيا وإعلاميا، وسيطرة النظام السياسي على وسائل الإعلام والنشر والتعبير، فأصبحت أماكن آمنة لهن وعاملا مهما لتهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي والإتجاهات السياسية لديهن. فهذا الإعلام الرقمي الجديد غلق كل المنافذ أمام الإعلام التقليدي فقد استطاع التأثير في أجندة الرأي العام وتحرير الخطاب العام بتراجع قدرة الدولة في توجيهه وتقليل كلفة الوصول للمعلومات وتبادلها بين الأشخاص للتعبير عن آرائهم والدفاع عنها بكل شفافية، فأصبح الأفراد هم الذين يختارون المضامين التي يتعرضون لها.

عموما فقد امتزجت دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لموقع الفيسبوك في المجال السياسي بين دوافع طقوسية ودوافع نفعية ، حسب الأهمية بالنسبة لديها، فانقسمت بين دوافع بدرجة أهمية مرتفعة ودوافع بدرجة أهمية متوسطة.

**فالدوافع بدرجة أهمية مرتفعة:** هو تميز الموقع بسهولة الإستخدام، السرعة والآنية في الحصول على المعلومات والأحداث السياسية الجديدة باعتماد خصائص الصوت، الصورة و الفيديو، ومن أجل التعرف على أهم الأحداث والقضايا السياسية على المستوى الوطني والدولي، واعتبار أن الفيسبوك تتعدد فيه الآراء والإتجاهات السياسية التي تزيد من الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية، ويزيد من رصيدها المعرفي السياسي .

**أما الدوافع بدرجة أهمية متوسطة** كون المرأة الجزائرية الجامعية تتابع المنشورات السياسية عبر الفيسبوك من أجل التعرف على الشخصيات السياسية على المستوى الوطني والدولي، ويسمح لها الموقع بالتعبير بكل حرية عن رأيها حول القضايا السياسية ، ويولد لديها الجرأة للمشاركة السياسية، ويمكنها من التواصل وتبادل المعارف مع المهتمين بالمجال السياسي، وتعتبره قوة ضاغطة على القادة وصناع القرار أما واقع متابعة المنشورات السياسية من أجل التسلية وكسر الملل فقد جاء في الاختيار الأخير من ضمن مجموع الدوافع.

وعموما فالنساء الجزائريات الجامعيات لديهن دوافع بدرجة أهمية مرتفعة لاستخدام الفيسبوك في المجال السياسي بدليل المتوسط الحسابي للمحور 3,43، والانحراف المعياري 1,028.

## 2.2.5. مناقشة و تفسير نتائج تحليل عبارات المتغير التابع ( تنمية الوعي السياسي للمرأة الجزائرية الجامعية

مؤشرات المتغير التابع - تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية - : التأثيرات الوجدانية السياسية، التأثيرات المعرفية السياسية، التأثيرات السلوكية السياسية، دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية للمشاركة السياسية

تتعدد الأدوار التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي في مجال دعم المرأة الجزائرية الجامعية للمشاركة السياسية، ولا تظهر هذه النتيجة إلا بعد حدوث تأثيرات مختلفة على مستوى عواطفها و معارفها و سلوكياتها.

لقياس مدى تشكل الوعي السياسي ونموه لديها وللربط بين متغيرات الدراسة فقد تطرقنا في تحليلنا السابق لمتغير مواقع التواصل الاجتماعي، واختيارنا بالتحديد الموقع الفيسبوك والذي تجسد في عبارات دوافع استخدام المرأة الجزائرية للفيسبوك في المجال السياسي، وفي ما يلي سنتطرق فيسبوك إلى تفسير و مناقشة بيانات مؤشر تنمية الوعي السياسي والتي فصلناها من خلال تحليل بيانات المحور الثالث ( التأثيرات الوجدانية السياسية)

والمحور الرابع (التأثيرات المعرفية السياسية) والمحور الخامس (التأثيرات السلوكية السياسية ) أما المحور السادس لمعرفة دور موقع الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية للمشاركة السياسية - وفي ما يلي سنعرض تفسير ومناقشة مؤشرات المتغير التابع - تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية -

### 1.2.2.5 مناقشة وتفسير نتائج تحليل عبارات المحور الثالث ( التأثيرات الوجدانية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية )

#### 1.1.2.2.5 مناقشة نتائج تحليل عبارات المحور الثالث ( التأثيرات الوجدانية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية )

الجدول رقم 34: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية والتأثيرات الوجدانية السياسية للفيديو عليها

المجموع	أكبر من 40 سنة					المجموع	من 18 سنة إلى 40 سنة					العمر	
	غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)		غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)		الخيارات
	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار		التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار		
	%	%	%	%	%		%	%	%	%	%		
135	12	12	18	51	42	382	11	57	47	147	120	ج21	
100%	8.9	8.9	13.3	37.8	31.1	100%	2.9	14.9	12.3	38.5	31.4		
135	9	39	42	36	9	382	24	90	119	132	17	ج22	
100%	6.7	28.9	31.1	26.7	6.7	100%	6.3	23.6	31.2	34.6	4.5		
135	3	24	60	24	24	382	24	75	143	83	57	ج23	
100%	2.2	17.8	44.4	17.8	17.8	100%	6.3	19.6	37.4	21.7	14.9		
135	3	18	36	51	27	382	9	54	92	153	74	ج24	
100%	2.2	13.3	26.7	37.8	20.0	100%	2.4	14.1	24.1	40.1	19.4		
135	6	21	30	45	33	382	12	60	80	153	77	ج25	
100%	4.4	15.6	22.2	33.3	24.4	100%	3.1	15.7	20.9	40.1	20.2		
135	12	21	33	45	24	382	12	48	77	128	117	ج26	
%100	8,9	15,6	24.4	33.3	17.8	100%	3.1	12.6	20.2	33.5	30.6		
135	12	9	18	42	54	382	12	21	68	114	167	ج27	
%100	8.9	6.7	13.3	31.1	40.0	100%	3.1	5.5	17.8	29.8	43.7		

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات برنامج spss

الجدول رقم 35: يبين علاقة المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية بالتأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك عليها

المجموع	دراسات عليا					المجموع	ماستر					المجموع	ليسانس					المستوى	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		الخيارات
	ت	ت	ت	ت	ت		ت	ت	ت	ت	ت		ت	ت	ت	ت	ت		
	%	%	%	%	%		%	%	%	%	%		%	%	%	%	%		
12	0	0	3	3	6	171	9	21	24	66	51	171	334	14	48	38	129	105	21ج
%	0	0	25	25	50	%	5,3	12,3	14	38,6	29,8	%	4,2	14,4	58,5	65,2	64,8		
12	0	0	6	3	3	171	12	27	54	69	9	334	21	102	101	96	14	22ج	
%	0	0	50	25	25	%	7	15,8	31,6	40,4	5,3	%	6,3	30,5	30,2	28,7	4,2		
12	0	0	6	0	6	171	9	30	78	27	27	334	18	69	119	80	48	23ج	
%	0	0	50	0	50	%	5,3	17,5	45,6	15,8	15,8	%	5,4	20,7	35,6	24	14,4		
12	0	3	0	0	9	171	6	21	54	54	36	334	6	48	74	150	56	24ج	
%	0	25	0	0	75	%	50	29,2	42,2	26,5	35,6	%	1,8	14,4	22,2	44,9	16,8		
12	0	0	3	6	3	171	9	21	33	69	39	334	9	60	74	123	68	25ج	
%	0	0	25	50	25	%	5,3	12,3	19,3	40,4	22,8	%	2,7	18	22,2	36,8	20,4		
12	0	0	3	6	3	171	12	15	36	54	54	334	12	54	71	113	84	26ج	
%	0	0	25	50	25	%	7	8,8	21,1	31,6	31,6	%	3,6	16,2	21,3	33,8	25,1		
12	0	0	0	6	6	171	9	12	33	48	69	334	16	18	53	102	146	27ج	
%	0	0	0	50	50	%	5,3	7	19,3	28,1	40,4	%	4,5	5,4	15,9	30,5	43,7		

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

يمثل الجدولان أعلاه رقم 34 ورقم 35 علاقة عمر المبحوثات ومستواهن الجامعي بالتأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك عليهن، حيث نجد أن التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية. امتزجت بين مشاعر الخوف والقلق، الحزن والتعاطف، التوتر والحساسية للعنف، الفتور العاطفي وا لدعم المعنوي والابتكار.

- **التأثير الوجداني الأول:** عبرت ما نسبته 72,9% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك هو أن هذا الأخير يولد لديهن الحزن والتعاطف تجاه ضحايا الأحداث السياسية، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة - حيث سجلنا للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة ما نسبته 73,5% من مجموع نفس الفئة، و 71,1% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي. ففي طور الليسانس 74,2% من مجموع مبحوثات نفس الطور، و 68,5% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 100% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنه لموقع الفيسبوك تأثير وجداني على المرأة الجزائرية الجامعية حيث يولد لديها شعور الحزن والتعاطف تجاه ضحايا الأحداث السياسية.

تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الباحثة حداد ناريمان<sup>1</sup> على أنه من الآثار الوجدانية عن استخدام عينة الدراسة الصفحات النسوية عبر الفيسبوك الشعور بالحزن تجاه بعض قضايا النساء المعنفات بأكثر نسبة 86,4% من إجابات المبحوثات. بينما جاءت هذه النتيجة في الخيار الثانية في دراسة مرام محمدا مناجرة<sup>2</sup>.

على أن من الآثار الوجدانية لاعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لديهم التعاطف مع ضحايا الأحداث السياسية بنسبة 34%.

<sup>1</sup> حداد ناريمان، مرجع سابق، ص 351.

<sup>2</sup> مرام محمد مناجرة، مرجع سابق، ص 194.



هذه العبارة حققت حسب التحليل السابق متوسطا حسابيا 04 وانحرافا معياريا 1,08 بتقدير مرتفع، فنقول أن المبحوثات من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن الفيسبوك يولد لديهن حزنا وتعاطفا تجاه ضحايا الأحداث السياسية.

- **التأثير الوجداني الثاني:** عبرت ما نسبته 69,6 % من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك هو أن النساء الجزائريات يشعرن بالإنفعال النفسي لما يتابعن عبر الفيسبوك الأحداث السياسية المتأزمة، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث سجلنا للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة ما نسبته 69,6 % من مجموع نفس الفئة، و 68,9 % من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي. ففي طور الليسانس 70% من مجموع مبحوثات نفس الطور، و 68,4 % من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنه لموقع الفيسبوك تأثير وجداني على المرأة الجزائرية الجامعية حيث يشعرها بالإنفعال النفسي لما تتابع عبر الفيسبوك الأحداث السياسية المتأزمة. تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه سمر محمد الدريملي<sup>1</sup> على أن تهويل بعض الأحداث السياسية من قبل بعض النساء الناشطات يجعل المرأة الفلسطينية تشعر بحالة من الإنفعال والإستثارة النفسية بنسبة 72,1%.

هذه العبارة حققت حسب التحليل السابق متوسطا حسابيا 3,78 وانحرافا معياريا 1,15 بتقدير مرتفع، فنقول أن المبحوثات من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن الفيسبو يحدث لهن انفعالا نفسيا لما يتابعن الأحداث السياسية المتأزمة من خلاله.

- **التأثير الوجداني الثالث:** عبرت ما نسبته 60,8 % من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك هو أن النساء الجزائريات الجامعيات تولد لديهن الشعور بالخوف من خطورة الأزمات السياسية الجارية عبر العالم، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث سجلنا للفئة العمرية من

<sup>1</sup> سامر محمد الدريملي، مرجع سابق، ص 99.

18 سنة إلى 40 سنة ما نسبته 64,1% من مجموع نفس الفئة، و 51,1% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي. ففي طور اليسانس 58,9% من مجموع مبحوثات نفس الطور، و 63,2% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنه لموقع الفيسبوك تأثير وجداني بدرجة مرتفعة على المرأة الجزائرية الجامعية حيث أنه تولد لديها الشعور بالخوف من خطورة الأزمات السياسية الجارية عبر العالم. هذه النتيجة تتفق مع ما توصلت له دراسة حداد ناريمان<sup>1</sup> أنه من ضمن الآثار الوجدانية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك الشعور بالقلق والإضطراب تجاه استمرارية اضطهاد المرأة وعدم الإعتراف بحقوقها بنسبة 85,6%.

من خلال تحليل البيانات نلاحظ أن هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا قدره 3,65، وانحرافا معياريا 1,14، ويتقدير مرتفع هنا نقول بأن عينة الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن موقع فيسبوك يولد لديهن الشعور بالخوف من خطورة الأزمات السياسية الجارية عبر العالم.

- **التأثير الوجداني الرابع:** عبرت ما نسبته 59% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية هو أنه ينتابها الغضب من الإنتقادات الموجهة عبر صفحاته تجاه المشاركة السياسية للمرأة، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث سجلنا للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة ما نسبته 59,5% من مجموع نفس الفئة، و 57,8% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي. ففي طور اليسانس 7,61% من مجموع مبحوثات نفس الطور، و 52,7% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

<sup>1</sup> حداد ناريمان، مرجع سابق، ص 351.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إيجابتهن نحو الرأي الموافق على أنه لموقع الفيسبوك تأثير وجداني على المرأة الجزائرية الجامعية بدرجة مرتفعة حيث ينتابها الغضب من الانتقادات الموجهة عبر صفحاته تجاه المشاركة السياسية للمرأة.

حققت العبارة متوسطا حسابيا 3,59 وانحرافا معياريا 1,02 بتقدير مرتفع، وهنا نقول بأن عينة الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه ينتابهن الغضب من الانتقادات الموجهة عبر صفحات الفيسبوك تجاه المشاركة السياسية للمرأة.

- **التأثير الوجداني الخامس:** عبرت ما نسبته 59,6% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكبر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية هو أنها أصبحت تحس بالحرية والتحرر عند التعبير عن آرائها السياسية، وإذا ما وزعنا النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث سجلنا للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة ما نسبته 60.3% من مجموع نفس الفئة، و 57,7% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي. ففي طور الليسانس 57,2% من مجموع مبحوثات نفس الطور، و 63,2% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إيجابتهن نحو الرأي الموافق على أنه لموقع الفيسبوك تأثير وجداني بدرجة مرتفعة على المرأة الجزائرية الجامعية ( حسب التحليل السابق للعبارة، حيث أصبحت تحس بالحرية والتحرر عند التعبير عن آرائها السياسية، وهذه نتيجة إيجابية تدعينا للعبارة (د18). تتفق هذه النتيجة مع ماتوصلت له نتائج دراسة حداد ناريمان<sup>1</sup> بأنه من ضمن التأثيرات الوجدانية لاستخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك الإحساس بالتحرر والحرية في التعبير عبر صفحات النسوية في الفيسبوك بنسبة 63,4%.

حققت العبارة متوسطا حسابيا 3,58 وانحرافا معياريا 1,09 بتقدير مرتفع، وهنا نقول بأن عينة الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه بواسطة الفيسبوك أصبحن يشعرن بالإحساس بالحرية والتحرر عند التعبير عن آرائهن السياسية.

<sup>1</sup> حداد ناريمان، مرجع سابق، ص 351.

- **التأثير الوجداني السادس:** عبرت ما نسبته 39,3% من المبحوثات في اتجاه الحياد بأكثر نسبة على عبارة أنه من بين التأثيرات الوجدانية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية هو أنها تشعر بالإحباط لتهرب العنصر النسوي من مناقشة القضايا السياسية عبر الفيديو، وإذا ما وزعنا النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الحياد - حيث سجلنا للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة أكبر نسبة 37,4% من مجموع نفس الفئة، و 44,4% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

أما إجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي فهي تتباين، ففي طور الليسانس أكبر نسبة 38,4% من مجموع مبحوثات نفس الطور في اتجاه الموافقة، و 45,6% من مجموع مبحوثات طور الماستر في اتجاه الحياد، بينما تتساوى نسبة الإتجاه الموافق 50% والمحايد 50% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات حسب أعمارهن تتجه إجابتهن نحو الرأي المحايد أما بحسب مستواهن الجامعي فهي تتراوح ما بين الحياد والموافقة، وحسب التحليل السابق للعبارة نقول أن للمرأة الجزائرية الجامعية رأي محايد على أن لموقع الفيديو تأثير وجداني بدرجة متوسطة لأنها تشعر بالإحباط لتهرب العنصر النسوي من مناقشة القضايا السياسية عبر الفيديو. بمقارنة هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت لها سمر محمد الدريملي نجد أنها لا تتفق معها كون متابعة المرأة الفلسطينية لمستوى المشاركة السياسية لها يجعلها تشعر بحالة من الإحباط.

حققت العبارة في مجملها متوسط حسابيا 3,22، وانحرافا معياريا 1,08 بتقدير متوسط، وهذا نقول بأن عينة الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة كونهن يشعرن بالإحباط لتهرب العنصر النسوي من مناقشة القضايا السياسية عبر الفيديو.

- **التأثير الوجداني السابع:** عبرت أكبر نسبة 37,5% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على عبارة أنه من بين التأثيرات الوجدانية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية هو أنها لما تشارك المواضيع السياسية عبر الفيديو تشعر بالفخر، وإذا ما وزعنا النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن لا تتجه نفس الإتجاه السابق، حيث سجلنا للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة أكبر نسبة 39,1% من مجموع نفس الفئة كان رأيهن ( موافق + موافق بشدة)، أما 35,6% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة كان رأيهم الرفض (غير موافق + غير موافق بشدة).

أما إجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي فهي تتباين، ففي طور الليسانس 36,8% مجموع مبحوثات نفس الطور في اتجاه الرفض ( غير موافق + غير موافق بشدة)، و 45,7% من مجموع مبحوثات طور الماستر في اتجاه الموافقة بأكبر نسبة (موافق + موافق بشدة) ، بينما تتساوى نسبة الاتجاه الموافق 50% والمحايد 50% مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات حسب أعمارهن تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق أما بحسب مستواهن الجامعي فهي تتراوح ما بين الحياد والموافقة وحسب التحليل السابق للعبارة نقول أن للمرأة الجزائرية الجامعية رأي محايد على أن لموقع الفيسبوك تأثير وجداني بدرجة متوسطة عليها لأنها لما تشارك المواضيع السياسية عبر الفيسبوك تشعر بالفخر. بمقارنة هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت لها سمر محمد الدريملي نجد أنها لا تتفق معها كون تفاعل المرأة الفلسطينية مع بعض القضايا السياسية يجعلها تشعر بالفخر كونها امرأة بنسبة 88,5%.

حققت العبارة متوسطا حسابيا 3,04 وانحرافا معياريا 1,01 بتقدير متوسط، وهنا نقول بأن عينة الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة كونهن يشعرن بالفخر لما يشاركن المواضيع السياسية عبر الفيسبوك. عموما فعينة الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات كان توجههن نحو الموافقة على عبارات المحور الثالث؛ التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية، حيث المتوسط الحسابي لكل المحور 3.55 والانحراف المعياري 1,08 بدرجة " موافق " ومستوى الأهمية " مرتفع ". فالفيسبوك له تأثيرات وجدانية سياسية على النساء الجزائريات الجامعيات بمستوى مرتفع، وعمرهن ومستواهن الجامعي لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بالتأثيرات الوجدانية السياسية.

#### 2.1.2.2.5. تفسير نتائج تحليل عبارات المحور الثالث ( التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)

من مناقشة النتائج السابقة نقول ظهر لدى المرأة الجزائرية الجامعية عواطف ومشاعر تكونها تجاه ما يحيط بها ، وأثناء تعرضها لشبكات التواصل الاجتماعي - الفيسبوك - فهي تبحث عن معلومات تحقق أهدافها وتشبع حاجاتها، وبالتالي فهي تصبح عرضة لتأثير تلك الوسائل عليها، مما يولد لديها أحاسيس مختلفة استجابة للمحتوى الذي تعرضت له. فمشاعر المرأة الجزائرية الجامعية المستخدمة للفيسبوك امتزجت بين الخوف القلق، التوتر، الحزن. الغضب، التعاطف و غيرها من الأحاسيس الأخرى، وهذا بديهي و المعروف عن المرأة الجزائرية أنها عايشة كل الظروف القاسية خاصة ويلات الحروب والتغيرات والأحداث

السياسية المختلفة سواء على المستوى الوطني (الاستعمار الفرنسي ، العشرية السوداء، المظاهرات والحراك الشعبي ) والمستوى الدولي (القضية الفلسطينية، الربيع العربي، الحروب العالمية ...)

من النتائج السابقة للمحور نجد أن أغلبية مفردات عينة الدراسة اتجهت إيجابتهن بأكثر نسبة نحو الموافقة، سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الدراسي على أغلبية عبارات المحور ( ج22، ج24، ج25، ج26، ج27 ) هذا ما يفسر بأن المرأة الجزائرية مهما كانت صفتها تشترك في نفس المشاعر والأحاسيس تجاه المواضيع السياسية التي تتعرض لها على موقع فيسبوك، فهي تتعاطف مع المنشورات المختلفة وبدرجة مرتفعة، وهذا يشير أن الشبكة خلقت تفاعلات عاطفية ونفسية، ففي هذه الحالة لا توجد فروق فردية بين فئة محبوثات الدراسة تتعلق بالعمر أو بالمستوى الدراسي.

إن المرأة الجزائرية الجامعية تتعرض لانعكاسات وجدانية أثناء متابعتها للأحداث السياسية عبر الفيسبوك أين تعرض من خلاله الخسائر المادية والبشرية التي تخلفها فيتولد لديها الشعور بالحزن والتعاطف تجاه الضحايا، فكلما تأزمت الأحداث السياسية زادت الإنفعالات النفسية و الشعور بالخوف من تطور خطورتها، فالتعرض المستمر لأخبار الحروب والإعتداءات الدولية يولد القلق والخوف من وقوع الضحايا في الواقع.

وفي الحديث عن شعور المرأة الجزائرية بالحرية والتحرر عند التعبير عن آرائها السياسية فكان الاتجاه بالموافقة، وتفسير ذلك ردا على التضييق الإعلامي والسياسي على حرية التعبير، فأصبحت شبكات التواصل فضاء بديلا افتراضيا عن التجمعات المباشرة، وأماكن متاحة لنشر الأفكار وللحصول على درجة من الوعي حول المواضيع السياسية.

بعض المجتمعات لا تتقبل فكرة المشاركة السياسية للمرأة، فدائما ما تكون هناك منشورات على شبكات التواصل عن ممارسة المرأة للسياسة إلا وتهطلت عليها تعليقات سلبية بالنتمر والانتقادات. والمجتمع الجزائري حديث العهد في المشاركة السياسية للمرأة وما نلاحظه أنه هناك ذهنيات تربط ممارسة السياسة بالفئة الذكورية فقط، وأكد هناك تمييز في هذه الرؤية، وبالطبع سينتاب المرأة الغضب من الانتقادات التي توجه إلى فئتها عبر صفحات الفيسبوك لمشاركتها السياسية. ويعتبر الغضب ردة فعل داخلي نتيجة الإستهتار والإستهزاء، وهذه الصفة من الآثار السلبية للإستخدام المفرط لمواقع التواصل الإجتماعي، فالعديد من الدراسات توصلت إلى أن هناك ارتباط بين استخدام هذه الوسائط والقلق والغضب.

ففي دراسة على 282 شخص من كافة أرجاء العالم تتراوح أعمارهم بين 18 و 73 سنة من أجل قياس الخصائص الشخصية والمقارنة الإجتماعية التي تحدث للبعض نتيجة كثرة استخدام الفيسبوك فتوصل الباحثون إلى أن الشعور بالقلق و الغضب بشكل مفرط هي سمات أكيدة لمستخدمي الفيسبوك<sup>1</sup>.

اختيار الحياد في الإجابة على أن المرأة الجزائرية الجامعية تشعر بالإحباط لتهرب العنصر النسوي من مناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك ، وأنها لما تشارك المواضيع السياسية تشعر بالفخر دليل على أنها لم تحدد توجهها بدقة في الإجابة فهي إما واقعة بين الموافقة والرفض ، أو للتخلص من الشعور السلبي المصاحب لعدم القدرة على تكوين رأيها في السؤال أو تشعر بالتردد في اختيار الإجابة قد لا تكون مقبولة في بيئتها.

عموما فقد امتزجت التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية، فكانت التأثيرات الوجدانية السياسية بدرجة أهمية مرتفعة في مشاعر:

**الحزن والتعاطف:** كون الفيسبوك يولد لدى المرأة الجزائرية مشاعر الحزن والتعاطف تجاه ضحايا الأحداث السياسية.

**الخوف والقلق والتوتر:** تظهر هذه الأحاسيس والمشاعر لما يكون هناك تعرضا للوقائع السلبية، فالمرأة الجزائرية الجامعية تشعر بالإنفعال النفسي لما تتابع الأحداث السياسية المتأزمة عبر الفيسبوك، ويتولد لديها الشعور بالخوف من خطورة الأزمات السياسية الجارية عبر العالم .

**الغضب:** تشعر المرأة الجزائرية بالغضب من الإنتقادات الموجهة عبر صفحات الفيسبوك تجاه المشاركة السياسية للمرأة .

**رفع الروح المعنوية:** يؤثر الفيسبوك، على المرأة الجزائرية فتحس بالحرية والتحرير عند التعبير عن آرائها السياسية.

أما التأثيرات الوجدانية السياسية بدرجة أهمية متوسطة فقد التمسناها في مشاعر:

**الفتور العاطفي واللامبالاة:** من خلال العبارتين ج 12، ج 23 نلاحظ توجه الإجابات للحياد كون النساء الجزائريات يشعرن بالإحباط لتهرب العنصر النسوي من مناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك

<sup>1</sup> نانسي فايز الرويني، تاريخ زيارة الموقع <http://www.masrawy.com> 19:35 21 سبتمبر 2024

ويشعرن بالفخر لما يشاركن المواضيع السياسية على الفيسبوك و يمكن أن ترجع هذا التوجه إلى إحساسهن باللامبالاة والفتور العاطفي خاصة في مثل هذه المواضيع.

عموما نقول أن للفيسبوك تأثيرات وجدانية سياسية على المرأة الجزائرية بدرجة أهمية مرتفعة، بمتوسط حسابي 3,55، وانحراف معياري 1,08 وهذا يدعم تحقق الفرضية " للفيسبوك دور في التأثير السياسي الوجداني على المرأة الجزائرية الجامعية "،

### 2.2.2.5. مناقشة وتفسير نتائج تحليل عبارات المحور الرابع ( التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية )

#### 1.2.2.2.5. مناقشة نتائج تحليل عبارات المحور الرابع ( التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية )

الجدول رقم 36: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية والتأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك عليها

المجموع	أكبر من 40 سنة					المجموع	من 18 سنة إلى 40 سنة					العمر	
	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		الخيارات
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار		التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار		
%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	رمز ورقم العبارة			
135	0	27	15	72	21	382	12	77	50	177	66	م28	
100%	0.0	20.0	11.1	53.3	15.6	100%	3.1	5.5	17.8	29.8	43.7		
135	0	42	21	54	18	382	15	86	80	147	54	م29	
100%	0.0	31.1	15.6	40.0	13.3	100%	3.9	22.5	20.9	38.5	14.1		
135	0	36	24	60	15	282	18	53	74	192	45	م30	
100%	0.0	26.7	17.8	44.4	11.1	100%	4.7	13.9	19.4	50.3	11.8		
135	3	36	42	45	9	382	21	80	68	159	54	م31	
100%	2.2	26.7	31.1	33.3	6.7	100%	5.5	20.9	17.8	41.6	14.1		



135	0	30	30	42	33	382	24	68	71	162	57	32م
100%	0.0	22.2	22.2	31.1	24.4	100%	6.3	17.8	18.6	42.4	14.9	
135	0	27	27	60	21	382	36	62	77	147	60	33م
%100	0.0	20.0	20.0	44.4	15.6	100%	9.4	16.2	20.2	38.5	15.7	
135	0	39	24	51	21	382	30	59	61	139	93	34م
%100	0.0	28.9	17.8	37.8	15.6	100%	7.9	15.4	16.0	36.4	24.3	
135	3	24	33	45	30	382	15	65	62	135	105	35م
%100	2.2	17.8	24.4	33.3	22.2	100%	3.9	17.0	16.2	35.3	27.5	

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات SPSS

الجدول رقم 37: يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية والتأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك عليها

المجموع	دراسات عليا					المجموع	ماستر					المجموع	ليسانس					المستوى
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
	ت	ت	ت	ت	ت		ت	ت	ت	ت	ت		ت	ت	ت	ت	ت	
	%	%	%	%	%		%	%	%	%	%		%	%	%	%	%	
12	0	3	0	6	3	171	6	36	30	66	33	334	6	65	35	117	51	28م
%	0	25	0	50	25	%	3,5	21,1	17,5	38,6	19,3	%	1,8	19,5	10,5	53	15,3	
12	0	3	0	3	6	171	12	36	24	75	24	334	3	89	77	123	42	29م
%	0	25	0	25	50	%	7	21,1	14	43,9	14	%	0,9	26,6	23,1	36,8	12,6	
12	0	3	0	6	3	171	12	30	27	84	18	334	6	56	71	162	39	30م
%	0	25	0	50	0	%	7	17,5	15,8	49,1	10,5	%	1,8	16,8	21,3	48,5	11,7	
12	0	3	0	6	3	171	9	30	39	66	27	334	15	83	71	132	33	31م

%	0	25	0	50	25	%	5,3	17,5	22,8	38,6	15,8	%	4,5	24,9	21,3	39,5	9,9	
12	0	3	0	9	0	171	12	21	33	72	33	334	12	74	68	123	57	32م
%	0	25	0	75	0	%	7	12,3	19,3	42,1	19,3	%	3,6	22,2	20,4	36,8	17,1	
12	3	3	0	9	0	171	9	15	45	66	36	334	27	71	59	132	45	33م
%	25	25	0	75	0	%	5,3	8,8	26,3	38,6	21,1	%	8,1	21,3	17,7	39,5	13,5	
12	0	0	0	6	6	171	9	21	30	57	54	334	21	77	55	127	54	34م
%	0	0	0	25	25	%	5,3	12,3	17,5	33,3	31,6	%	6,3	23,1	16,5	38	16,2	
12	0	3	0	9	0	171	9	18	30	57	57	334	9	68	65	114	78	35م
%	0	25	0	75	0	%	5,3	10,5	17,5	33,3	33,3	%	2,7	20,4	19,5	34,1	23,4	

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

يمثل الجدولان أعلاه رقم 36 ورقم 37 علاقة عمر المبحوثات ومستواهن الجامعي بالتأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك عليهن، حيث نجد:

- **التأثير المعرفي الأول:** عبرت ما نسبته 60,9% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكبر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك هو أن هذا الأخير ساهم في تكوين رأي سياسي صائب تجاه مختلف القضايا والأحداث السياسية على المستوى الوطني والدولي، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة - أين سجلنا للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة ما نسبته 62,8% من مجموع نفس الفئة، و 55,5% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي، ففي طور الليسانس 57,5% من مجموع مبحوثات نفس الطور، و 66,6% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنه لموقع الفيسبوك تأثير معرفي سياسي عليهن حيث ساهم في تكوين رأي سياسي صائب لديهن تجاه مختلف القضايا والأحداث السياسية على المستوى الوطني والدولي.

هذه النتيجة تتشابه مع ماتوصلت له دراسة نريمان حداد<sup>1</sup> في إجابة أكبر نسبة من المبحوثات من مفردات عينة دراستها مانسبته 77% بالموافقة، حيث من بين الأثار المعرفية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك تكوين آراء جديد مختلفة تجاه قضايا النسوية.

حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 3,62 وانحرافا معياريا 1,14 بتقدير مرتفع، وهنا يمكننا القول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن الفيسبوك ساهم في تكوين رأي سياسي صائب تجاه مختلف القضايا والأحداث السياسية.

- **التأثير المعرفي الثاني:** عبرت ما نسبته 65% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك هو أنه ازداد رصيدهن المعرفي بالقضايا السياسية ، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث من 18 سنة إلى 40 سنة سجلنا ما نسبته 63,6% من مجموع نفس الفئة، و 68,9% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي، ففي طور الليسانس 68,3% من مجموع مبحوثات نفس الطور ، و 57,9% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنه لموقع الفيسبوك تأثير معرفي سياسي عليهن حيث ازداد رصيدهن المعرفي بالقضايا السياسية، وهذا ما يدعم إجابتهن ب في العبارة د16.

هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا قدره 3,57 ، وانحرافا معياريا 1,06 بتقدير " مرتفع " ، ومن هذا المنطلق نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن الفيسبوك زاد من رصيدهن المعرفي بالقضايا السياسية.

- **التأثير المعرفي الثالث:** عبرت ما نسبته 58,9% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك هو أنه ازدادت معرفتهن بحقوقهن وواجباتهن السياسية ، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه

<sup>1</sup> نريمان حداد، مرجع سابق، ص343.

السابق - الموافقة- حيث من 18 سنة إلى 40 سنة سجلنا ما نسبته 60.7% من مجموع نفس الفئة، و 53.4% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي، ففي طور الليسانس 54.2% من مجموع مبحوثات نفس الطور ، و 64,9 % من مجموع مبحوثات طور الماستر و 100% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنه ازدادت معرفتهن بحقوقهن وواجباتهن السياسية بفضل الفيسبوك.

هذه العبارة حققت متوسطا حسابيا 3,50 وانحرافا معياريا 1,19 بتقدير مرتفع، لذا نقول بان النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن موقع فيسبوك زاد من معرفتهن بحقوقهن وواجباتهن السياسية.

- **التأثير المعرفي الرابع:** عبرت ما نسبته 60,3% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك هو أنه ازدادت معرفتهن بالشخصيات السياسية ، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث من 18 سنة إلى 40 سنة سجلنا ما نسبته 62,1% من مجموع نفس الفئة، و 55,5% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي، ففي طور الليسانس 60,2% من مجموع مبحوثات نفس الطور و 59,6 % من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنه ازدادت معرفتهن بالشخصيات السياسية بفضل الفيسبوك. حققت العبارة متوسطا حسابيا 3,47 و انحرافا معياريا 1,01 بتقدير " مرتفع"، وعموما نقول من خلال معطيات العبارة بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه ازدادت معرفتهن بالشخصيات السياسية من خلال استخدامهن لموقع فيسبوك.

- **التأثير المعرفي الخامس:** عبرت ما نسبته 56,9% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك أنهن تعرفن على طبيعة

العلاقات والأوضاع بين الدول العربية والأجنبية ، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث من 18 سنة إلى 40 سنة سجلنا ما نسبته 57.3% من مجموع نفس الفئة، و 55,5% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي، ففي طور الليسانس 53,9% من مجموع مبحوثات نفس الطور و 61,4% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنهن تعرفن على طبيعة العلاقات والأوضاع بين الدول العربية والأجنبية بفضل الفيسبوك. حققت هذه العبارة متوسط حسابيا 3,46 وانحرافا معياريا 1,12، بتقدير مرتفع، وفي هذه الحالة نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن موقع فيسبوك فتح مجالا واسعا لهن لمعرفة طبيعة العلاقات والأوضاع بين الدول العربية والأجنبية.

- **التأثير المعرفي السادس:** عبرت ما نسبته 55,7% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات المعرفية السياسية ازدادت معرفتهن بالمبادئ والقوانين المهمة في الشأن السياسي على المستوى الوطني والدولي، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث سجلنا للفئة من 18 سنة إلى 40 سنة ما نسبته 54,2% من مجموع نفس الفئة، و 60% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي، ففي طور الليسانس 53% من مجموع مبحوثات نفس الطور و 79,7% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنه ازدادت معرفتهن بالمبادئ والقوانين المهمة في الشأن السياسي على المستوى الوطني والدولي. هذه العبارة حققت متوسط حسابيا 3,40 وانحرافا معياريا 1,14 بتقدير متوسط، في هذه الحالة نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أن موقع فيسبوك زاد من معرفتهن بالمبادئ والقوانين المهمة في الشأن السياسي على المستوى الوطني والدولي.

- **التأثير المعرفي السابع:** عبرت ما نسبته 52,8% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات المعرفية السياسية زيادة قدرتهن على تحليل الأحداث السياسية، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث سجلنا للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة ما نسبته 52,6% من مجموع نفس الفئة، و 53,3% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي، ففي طور الليسانس 49,4% من مجموع مبحوثات نفس الطور و 57,9% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا. مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنه ازدادت قدرتهن على تحليل الأحداث السياسية بفضل الفيسبوك.

هذه النتيجة تتفق مع النتيجة التي توصل له سامر محمد الدريملي<sup>1</sup>، بتصريح النساء الفلسطينيات ونسبتهن 82,5% في دراستها على أنه من ضمن التأثيرات المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي أنه تزداد قدرتهن على تحليل الأحداث والربط فيما بينها، وفي نفس السياق تتفق النتيجة مع نتيجة سعيد مراح<sup>2</sup> حول مدى استطاعة البرامج السياسية بقناة النهار TV تشكيل المعرفة السياسية لدى المبحوثين وفق متغير الجنس بدرجة متوسطة. هذه العبارة حققت متوسط حسابيا 3,36 ، وانحرافا معياريا 1,08 بتقدير " متوسط "، وحسب هذه المعطيات نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أن موقع فيسبوك زاد من قدرتهن على تحليل الأحداث السياسية.

- **التأثير المعرفي الثامن:** عبرت ما نسبته 51,7% من المبحوثات في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنه من بين التأثيرات المعرفية السياسية زيادة معرفتهن بالنساء المهتمات بالمجال السياسي، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث سجلنا للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة ما نسبته 55,7% من مجموع نفس الفئة، و 40% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

<sup>1</sup> سامر محمد الدريملي، مرجع سابق، ص98.

<sup>2</sup> سعيد مراح، مرجع سابق، ص262.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي، ففي طور الليسانس 49,4% من مجموع مبحوثات نفس الطور و 54,4% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على زيادة معرفتهن بالنساء المهتمات بالمجال السياسي بفضل الفيسبوك.

اتفقت هذه النتيجة في توجه أكبر نسبة من المبحوثات نحو الموافقة مع ما توصلت له دراسة حداد ناريمان<sup>1</sup> في إجابة مفردات عينة دراستها مانسبته 72,2% حيث من بين الآثار المعرفية الناتجة عن استخدام عينة الدراسة لصفحات النسوية عبر الفيسبوك كونهن زادت معارفهن حول رائدات الحركة النسوية وإسهامهن في نشر الفكر النسوي. العبارة حققت متوسط حسابيا 3,32، و انحرافا معياريا 1,09، بدرجة " محايد " ومستوى أهمية " متوسط " من خلال المعطيات السابقة نقول أن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أن موقع فيسبوك زاد من معرفتهن بالنساء المهتمات بالمجال السياسي.

و عموما فمفردات عينة الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات المستخدمات للفيسبوك يتفقن على الموافقة على عبارات المحور الرابع : التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية، حيث المتوسط الحسابي العام للمحور 3,46 والانحراف المعياري 1,1 بدرجة "موافق" ومستوى أهمية "مرتفع"، مما يعني أن لموقع فيسبوك تأثيرات معرفية سياسية بمستوى مرتفع على النساء الجزائريات الجامعيات، وعمرهن ومستواهن الجامعي لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بالتأثيرات المعرفية السياسية.

#### 2.2.2.2.5. تفسير نتائج تحليل عبارات المحور الرابع ( التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية )

انطلاقا من التحليل السابق نجد أن الآثار المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية تتعلق بإمدادها بالمعرفة والمعلومات السياسية بما يتناسب مع الظروف المحيطة بها، وسجلنا توجه أغلب المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الدراسي في العبارات ( م28، م32، م34، م35 ) إلى الرأي الموافق بأكبر النسب كون الفيسبوك أحدث تأثيرات معرفية لديهن، وهذا ما يفسره المتوسط الحسابي للمحور ككل 3,46، وفي هذا السياق فقد أصبح الموقع فضاء لجمع البيانات و مصدرا بديلا للمعلومات السياسية،

<sup>1</sup> ناريمان حداد، مرجع سابق، ص343.

وليس لعامل السن أو المستوى الجامعي تأثير في معرفة مدى التأثير المعرفي على المرأة الجزائرية. وعمل الموقع على:

#### - تكوين الإتجاه :

ساهم الفيسبوك في تكوين الإتجاه لدى المرأة الجزائرية حيث ساعدها في تكوين رأي سياسي صائب تجاه مختلف القضايا والأحداث السياسية على المستوى الوطني والدولي، هذا ما أشارت له 60,9% من المبحوثات ما يعادل 315 مفردة، وتفسير ذلك قدرة مواقع التواصل على تنشيط الطاقات البشرية وتوجيهها في اطار تطوير السلوك، وتنمية قدرتها على التقمص الوجداني ودعمها نحو التغيير .

تجدر الإشارة أن الفيسبوك من أهم مصادر الثقافة السياسية ، فهو يساهم في بلورة الرأي العام المتوافق مع طبيعة المجتمع، وصفحاته مصدرا ووسيلة للمعارف والمعلومات المختلفة، حيث يعتبر شبكة اجتماعية مهمة في البحث عن المعلومات والحصول على المعرفة نظرا لخصائصه المتعددة ، فبأساليبه فهو يعمل

على توليد المعرفة المميزة ، ووسيلة للتعريف بالحقوق و الواجبات السياسية ويزيد من الوعي الثقافي والمعرفي بالبيئة السياسية، بالتعريف بالنظم الانتخابية ومواعيدها وبرامج الأحزاب، والتعريف بالأشخاص السياسيين، القادة والحكام، والنشطاء وأيضا ترشيد المواطنين إلى معرفة أساليب الممارسة الديمقراطية والتعبير من الراي الشخصي والتظاهرات السلمية.

وبالعودة إلى النتيجة الكلية للمحور لتوجه عينه الدراسة الاستخدام الفيسبوك في المجال السياسي كان له تأثيرات معرفية وهي نسب ونتائج متوافقة مع خصائص العينة، والتي تتكون من نساء جامعات بصفتهن متعلقات ويمتلكن وظائف ومهن وبالتالي توجههن للإقبال على صفحات الفيسبوك للحصول على الثقافة والمعلومات والمعارف، وكل ما هو هادف و جديد، ناهيك على أنه خصائص الفيسبوك من خصائص وسائل الاتصال الجماهيري التي تؤدي وظائف ال تكوين التنقيف والتعليم ، ونشر المعلومات بالوقائع والأحداث وتفسير وشرح الأفكار . وبهذا فهي تقدم معلوماتا حول الواقع الذي يحيط بها

#### - توسيع المعتقدات:

الفيسبوك يعتبر منصة تجتمع فيه الأفكار والخبرات والآراء، وتناقش من خلاله المواضيع المختلفة ، ويساهم في توسيع معتقدات المرأة الجزائرية الجامعية ، من خلال زيادة رصيدها المعرفي بالقضايا والمواضيع السياسية هذا ما أشارت إليه 336 مبحوثه ما يعادل 65%، وزارت معرفتها بحقوقها وواجباتها السياسية وكذا طبيعة العلاقات والأوضاع بين الدول العربية والأجنبية.



## 3- الغموض:

مهما كان الفيسبوك وسيلة نقل المعلومات السياسية غير أنه قد يعجز على إيصال بعض الرسائل المراد تبليغها إلى الجمهور المستقبل، الحال هنا مثل مجموعة المبحوثات اللاتي لم يجدن الإجابة حول العبارات غير التهريب والحياد (نسبتهن أقل) عن إبراز موقفهن الموافق أو الراض، فالمرأة الجزائرية الجامعية في هذه الحالة حدث لديها غموض في إبداء رأيها حول مدى زيادة معرفتها بالمبادئ والقوانين المهمة في الشأن السياسي على المستويين الوطني والدولي وقدرتها على تحليل الأحداث السياسية ومدى معرفتها بالنساء المهتمات بالمجال السياسية.

وتفسير الغموض الذي حدث لدى المرأة الجزائرية الجامعية الذي حال دون حدوث حالة الإشباع المعرفي لديها ربما بسبب تناقض المعلومات التي تتعرض لها أو نقصها، أو عجزها عن فهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الصحيحة والممكنة لها. وقد تزيد نسبة الغموض لما تقع أحداث غير متوقعة كالإغتيالات السياسية أو وقوع كوارث طبيعية، فلما تنتشر هذه الأحداث على شبكات التواصل تتضارب المعلومات حولها وتكون غير متكاملة فهنا يتولد الشعور بالغموض.

وإشارة نسبة قليلة من المبحوثات بأنهن لم يؤثر الفيسبوك معرفيا عليهن ربما هذا يعود إلى كونهن لا يفضلن المجال السياسي وليس من بين اهتماماتهن أصلا وبلا فائدة، ولا يتقن في المسؤولين، وفي نفس الوقت ليس لديهن الوقت للاشتغال بهذا الشأن.

## 3.2.2.5. مناقشة و تفسير نتائج تحليل عبارات المحور الخامس ( التأثيرات السلوكية

## السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)

تعتبر التأثيرات السلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المرأة الجزائرية المرحلة الأخيرة نتيجة لحدوث التأثيرات المعرفية والعاطفية. من خلال المحورين الخامس والسادس سنحاول معرفة ردود الأفعال السلوكية جراء استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيسبوك في الميدان السياسي بعد ما حدثت معها تأثيرات وجدانية ومعرفية، في المحور الخامس سوف نتطرق إلى التأثيرات السلوكية عبر موقع فيسبوك مباشرة، أما في المحور السادس حول دور الموقع في دعم المرأة الجزائرية الجامعية للمشاركة السياسية، هذا المحور هو تفسير للتأثير في الواقع الحقيقي. ومرحلة التأثير السلوكي لوسائل الإعلام تعد أهم مرحلة في عملية التنشئة السياسية لجمع الإكتساب الفردي من معارف ومعلومات تتعلق بمحيطه السياسي، وهي التي تفرز من خلال هذه المعارف وتلك المعلومات مواقف واتجاهات تساعد على المشاركة الفعالة في العملية السياسية.

1.3.2.2.5. مناقشة نتائج تحليل عبارات المحور الخامس ( التأثيرات السلوكية السياسية للفيديو  
على المرأة الجزائرية الجامعية )

الجدول رقم 38: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية والتأثيرات السلوكية السياسية للفيديو  
عليها

المجموع	أكبر من 40 سنة					المجموع	من 18 سنة إلى 40 سنة					الخيارات
	غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)		غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)	
	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار		التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
	%	%	%	%	%		%	%	%	%	%	
135	18	57	36	21	3	382	48	111	115	72	36	ك36
100%	13.3	42.2	26.7	15.6	2.2	100%	12.6	29.1	30.1	18.8	9.4	
135	18	63	39	12	3	382	42	144	109	72	15	ك37
100%	13.3	46.7	28.9	8.9	2.2	100%	11.0	37.7	28.5	18.8	3.9	
135	12	54	33	30	6	382	42	96	106	90	48	ك38
100%	8.9	40.0	24.4	22.2	4.4	100%	11.0	25.1	27.7	23.6	12.6	
135	9	48	42	33	3	382	42	87	121	99	33	ك39
100%	6.7	35.6	31.1	24.4	2.2	100%	11.0	22.8	31.7	25.9	8.6	
135	21	42	54	18	0	382	72	118	100	68	24	ك40
100%	15.6	31.1	40.0	13.3	0.0	100%	18.8	30.9	26.2	17.8	6.3	

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

الجدول رقم 39: يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية والتأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك عليها

المجموع	دراسات عليا					المجموع	ماستر					المجموع	ليسانس					الخيارات	رمز ورقم العبارة
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
	ت	ت	ت	ت	ت		ت	ت	ت	ت	ت		ت	ت	ت	ت	ت		
	%	%	%	%	%		%	%	%	%	%		%	%	%	%	%		
12	0	3	3	3	3	171	18	66	42	33	12	334	48	99	106	57	24	36ك	
%	0	25	25	25	25	%	10,5	38,6	24,6	19,3	7	%	14,4	29,6	31,7	17,1	7,2		
12	0	6	3	3	0	171	18	72	48	27	6	334	42	129	97	54	12	37ك	
%	0	50	25	25	0	%	10,5	42,1	28,1	15,8	3,5	%	70	62,3	65,5	64,3	66,7		
12	0	6	3	3	0	171	12	45	63	42	9	334	42	99	73	75	45	38ك	
%	0	50	25	25	0	%	7	26,3	36,8	24,6	5,3	%	12,6	29,6	21,9	22,5	13,5		
12	0	0	3	9	0	171	12	36	69	51	3	334	39	99	91	72	33	39ك	
%	0	0	25	75	0	%	7	21,1	40,4	29,8	1,8	%	11,7	29,6	27,2	21,6	9,9		
12	0	0	3	9	0	171	24	57	63	21	6	334	69	103	88	56	18	40ك	
%	0	0	25	75	0	%	14	33,3	36,8	12,3	3,5	%	20,7	30,8	26,3	16,8	5,4		

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

يمثل الجدولان أعلاه رقم 38 ورقم 39 علاقة عمر المبحوثات ومستواهن الجامعي بالتأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك عليهن حيث:

- التأثير السلوكي الأول: عبرت ما نسبته 39,4% (أكبر نسبة) من مجموع المبحوثات في اتجاه الرفض (غير موافق + غير موافق بشدة) على عبارة أنهن أصبحن ناشطات عبر صفحات الفيسبوك التي

تدعو إلى دعم حقوق المرأة، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتساوى للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة بنسبة 36% من مجموع نفس الفئة بين الموافقة والرفض، وبالرفض بنسبة 48,9% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

عند توزيع إجابات المبحوثات حسب متغير المستوى الجامعي، سجلنا في طور الليسانس 42,2% في الرأي الراض من مجموع مبحوثات نفس الطور، و 36,8% من مجموع مبحوثات طور الماستر في الإتجاه المحايد و 50% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا إجابتهن في الإتجاه الراض.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الراض على أنه لموقع الفيسبوك تأثير سلوكي سياسي عليهن على أنهن أصبحن ناشطات عبر صفحات الفيسبوك التي تدعو إلى دعم حقوق المرأة، وهذا مايفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة ك38 أين سجلنا متوسطا حسابيا 2,94 وانحرافا معياريا 1,16 وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات.

حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 2,94 وانحرافا معياريا 1,16 بتقدير " متوسط "، لذا نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنهن أصبحن ناشطات عبر صفحات الفيسبوك التي تدعو إلى دعم حقوق المرأة.

- **التأثير السلوكي الثاني:** سجلنا إجابة أكبر نسبة من المبحوثات 36% في اتجاه الراض (غير موافق + غير موافق بشدة) على أنهن يساهمن عبر الفيسبوك في النقاشات وإبداء الرأي تجاه مختلف القضايا السياسية الوطنية والدولية، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابة الفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة بنسبة 34,5% من مجموع نفس الفئة في الاتجاه الموافق، وبالرفض بنسبة 42,3% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

وتتباين إجابات المبحوثات حسب متغير المستوى الجامعي بين الراض، الحياد والموافقة، سجلنا في طور الليسانس 41,3% من مجموع مبحوثات نفس الطور باتجاه الرأي الراض، و 40% من مجموع مبحوثات طور الماستر في الإتجاه المحايد و 75% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا إجابتهن في الإتجاه الموافق.

مما سبق نقول بأنه بالرغم من أنه أكبر نسبة من المبحوثات 36% كان توجههن برفض العبارة غير أنه نجد الفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة وأغلبية مبحوثات الدراسات العليا كان توجههن في الإجابة

بالموافقة على العبارة ، وحسب التحليل السابق والنتائج المتوصل إليها بخصوص المتوسط الحسابي 2,93 والانحراف المعياري 1,08 نجد أن لموقع الفيسبوك تأثير سلوكي سياسي بدرجة متوسطة عليهن على أنهن يساهمن عبر الفيسبوك في النقاشات وإبداء الرأي تجاه مختلف القضايا السياسية الوطنية والدولية.

تتفق هذه النتيجة حتى وبصفة متوسطة مع ماتوصلت إليه سالمة شداني<sup>1</sup> حول مناقشة المرأة المتعلمة للقضايا السياسية التي تتناولها وسائل الإعلام، حيث تبين أن " 65,17% يناقشن المواضيع السياسية مع الآخرين القضايا السياسية التي تتناولها وسائل الإعلام وذلك بدليل وعيهم السياسية وفرض نشاطها المعني بضرورة مناقشة المواضيع السياسية".

حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 2,93 وانحرافا معياريا 1,08 بتقدير " متوسط " ، لذا نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنهن يساهمن عبر الفيسبوك في النقاشات وإبداء الرأي تجاه مختلف القضايا السياسية الوطنية والدولية.

- **التأثير السلوكي الثالث:** سجلنا إجابة أكبر نسبة من المبحوثات 45% في اتجاه الرفض (غير موافق + غير موافق بشدة) على أنهن أصبحن ينشرن ويشاركن منشورات لمواضيع سياسية عبر صفحات الفيسبوك ، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابة الفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة بنسبة 41,7 % من مجموع نفس الفئة في اتجاه رفض العبارة، نفس التوجه للفئة أكبر من 40 سنة بنسبة 55,5 % من مجموع المبحوثات.

وسجلنا نفس توجه إجابات المبحوثات حسب متغير المستوى الجامعي للمستويين الليسانس 44% والماستر 49,1 % من مجموع مبحوثات الطورين ، أما 50% من إجمال مبحوثات طور الدراسات العليا توجه رأيهن نحو الموافقة على العبارة.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي باستثناء طور الدراسات العليا (عددهن قليل لا يؤثر في النتيجة) تتجه إجابتهن نحو الرأي الراض على أنه لموقع الفيسبوك تأثير سلوكي سياسي عليهن على أنهن أصبحن ينشرن ويشاركن منشورات لمواضيع سياسية عبر صفحات الفيسبوك ، وهذا مايفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة ك36 أين سجلنا متوسطا حسابيا 2,75 وانحرافا معياريا 1,12 وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات. اختلفت

<sup>1</sup> سالمة شداني، مرجع سابق، ص179.

هذه النتيجة مع ماتوصل له الباحثان خالد هدار وسعاد عيساني<sup>1</sup> إلى أن أعلى نسبة 50,2% من أفراد العينة ينشرون المواضيع السياسية لاهتمامهم بهذه المواضيع، خاصة القضايا التي تتعلق بالسياسة الداخلية الجزائرية لأنها تعتبر محيطهم وبيئتهم وهي قضايا تشغل الرأي العام. حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 2,75، وانحرافا معياريا 1,12 بتقدير " متوسط "، لذا نقول بأن النساء الجزائريات يوافقن بدرجة متوسطة على أنهن أصبحن ينشرن ويشاركن منشورات لمواضيع سياسية على صفحات الفيسبوك.

- **التأثير السلوكي الرابع:** عبرت ما نسبته 51,6% من مجموع المبحوثات في اتجاه الرأي الراض بأكبر نسبة (غير موافق + غير موافق بشدة) على عبارة أنهن يشاركن في تنظيم التظاهرات والحملات السياسية عبر الفيسبوك، نفس الرأي لاحظناه عند تقسيم الاجابات حسب أعمارهن، فالفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة سجلنا نسبة 48,7% من مجموع نفس الفئة ، و 60% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس التوجه (الرفض) في إجابات المبحوثات حسب متغير المستوى الجامعي، سجلنا في طور الليسانس 51,2% من إجمال مبحوثات نفس الطور ، و 52,6% من مجموع مبحوثات طور الماستر، أم من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا نسبتهم 50%.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إيجابتهن نحو الرأي الراض على أنه لموقع الفيسبوك تأثير سلوكي سياسي عليهن على أنهن يشاركن في تنظيم التظاهرات والحملات السياسية عبر الفيسبوك، وهذا مايفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة (ك37) أين سجلنا متوسطا حسابيا 2,59 وانحرافا معياريا 01، وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات. تتفق هذه النتيجة مع ماتوصلت إليه زينب لموشي في دراستها على أن أكبر نسبة من عينة البحث من مجموع البرلمانيات 66,67% لا يشاركن في أي نشاط سياسي دعت إليه صفحات المواقع، وتبريرها لذلك أن المرأة البرلمانية لا تميل إلى المشاركة عبر الشبكات الافتراضية، مما يدل على ضعف مشاركتها في مختلف الأنشطة السياسية. حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 2,59 و انحرافا معياريا 01 بتقدير " متوسط "، لذا نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنهن يشاركن في تنظيم التظاهرات والحملات السياسية عبر الفيسبوك.

<sup>1</sup> خالد هدار، سعاد عيساني، مرجع سابق، ص 315.

- التأثير السلوكي الخامس: سجلنا إجابة أكبر نسبة من المبحوثات 48,9% في اتجاه الرأي الرفض (غير موافق + غير موافق بشدة) على أن الفيسبوك ساعدهن من التواصل مع الشخصيات السياسية وصناع القرار ، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابة الفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة بنسبة 49,7% من مجموع نفس الفئة في اتجاه رفض العبارة، نفس التوجه للفئة أكبر من 40 سنة بنسبة 46,7% من مجموع المبحوثات.

وسجلنا نفس الملاحظة (الرفض) لإجابات المبحوثات حسب متغير المستوى الجامعي للمستويين، الليسانس 51,5% والماستر 47,3% من مجموع مبحوثات الطورين ، أما 75% من إجمال مبحوثات طور الدراسات العليا توجه رأيهن نحو الموافقة على العبارة.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي باستثناء طور الدراسات العليا (عددهن قليل لا يؤثر في النتيجة) تتجه إجابتهن نحو الرأي الرفض على أنه لموقع الفيسبوك تأثير سلوكي سياسي على أن الفيسبوك ساعدهن من التواصل مع الشخصيات السياسية وصناع القرار ، وهذا مايفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة ك40 أين سجلنا متوسطا حسابيا 2,58 وانحرافا معياريا 1,10 وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات، وهذا مايدعم الإجابة في العبارة (د 13). حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 2,58 ، وانحرافا معياريا 1,10 بتقدير متوسط. لذا نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أن الفيسبوك ساعدهن على التواصل مع شخصيات سياسية وصناع القرار .

عموما عبارات المحور الخامس في مجملها حققت متوسط حسابيا 2,75 و انحرافا معياريا 1,09 بدرجة " محايد " ومستوى أهمية " متوسط ". فنقول أن النساء الجزائريات التزم الحياء في الإجابة على هذا المحور و أن الفيسبوك له دور بمستوى متوسط في إحداث تأثيرات سلوكية سياسية لدى المرأة الجزائرية، وعمرهن ومستواهن الجامعي لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بالتأثيرات السلوكية السياسية.

#### 2.3.2.2.5. تفسير نتائج تحليل عبارات المحور الخامس ( التأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية )

تصدرت العبارة (ك38) الترتيب الأول من ضمن خيارات المرأة الجزائرية الجامعية بمستوى أهمية متوسط بدليل متوسطها الحسابي 2,93، وقد التمسنا توجه أكبر نسبة إلى أنهم لم يصبحوا ناشطين عبر صفحات الفيسبوك التي تدعو إلى دعم حقوق المرأة، وتفسير ذلك ربما أنها تعتقد أن المشاركة في الصفحات

الإفترضية لاتسمع صوتها في الواقع، وأنها تضيع الوقت أمام الحوارات والنقاشات على الشبكة. وفي المقابل نجد نسبة اللواتي أصبحن ناشطات عبر صفحات الفيسبوك التي تدعو إلى دعم حقوق المرأة نسبتها تتقارب مع النسبة الراضية، فهناك فئة من الجزائريات يساهمن في إسماع أصواتهن عبر الفيسبوك للدفاع عن حقوقهن والمطالبة بتحقيق العدل والمساواة في جميع الميادين، خاصة وأن المرأة استطاعت أن تثبت جدارتها وتميزها في المهام التي تولتها والمناصب التي تقلدتها بكل شجاعة خاصة في الأونة الأخيرة. ومع التغيرات الإجتماعية والسياسية التي حصلت في البلدان العربية من 2011 إلى 2013 تحولت الحركات النسوية

إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمنفذ جديد ووسائل حديثة لإعلاء صوت التأثير على المؤسسات والسلطات الحاكمة والمضي في المطالبة بحقوقها في فضاء من الحرية بعيدا عن قيود المتابعة والرقابة، وفي محاولة لحشد أكبر عدد ممكن من الجماهير المؤيدة ونشر الوعي بالفكر<sup>1</sup>.

أكبر نسبة من المبحوثات من خلال العبارة ( ك39 ) لا يساهمن في النقاشات وإبداء الرأي تجاه مختلف القضايا السياسية الوطنية والدولية ، هذه المجموعة من البداية لا تستهويها المواضيع السياسية بدليل أنه لا يشاركن ولا ينشرن عبر الفيسبوك مثل هذه المواضيع وهذا الجانب ليس من أولوياتهن في الحياة اليومية، غير أنه التمسنا جانبا من الموافقة لدى النساء ذوات مستوى الدراسات العليا. وفي نفس الوقت لا يمكن أن نقول بأن رفض العبارة جاء بالإتفاق بين كل المبحوثات، لأن ما لاحظناه أن ما يقارب الثلث منهن أجبن بالموافقة ومن جميع المستويات الدراسية ، هذا يدل على مدى وعيهن بالمواضيع السياسية، وبحكم نشاطهن كطالبات وعاملات يفرض عليهن مناقشة مثل هذه المواضيع ، فالنقاشات السياسية تعتبر جانبا من مظاهر المشاركة السياسية، كما تساعد على خلق جو ملائم للمرأة لتتروذ بالمعلومات في هذا المجال، وإيصال موقفها وأفكارها إلى أطراف أخرى. وفي نفس السياق فالفيسبوك وسيط ملائم لنقل التعابير والأفكار والنقاشات لدعم النشاط السياسي وإبراز التوجهات السياسية من الفضاءات المغلقة إلى الجماهير.

وتبين أن أعلى نسبة من المبحوثات من خلال العبارة ( ك36 ) لا ينشرن ولا يشاركن منشورات لمواضيع سياسية عبر صفحات الفيسبوك، ربما هذا يدل على أن هذا النوع ليس من اهتماماتهن، ويشمل هذا التوجه جميع النساء المبحوثات بحسب أعمارهن أو مستوهن الجامعي باستثناء 50% من مجموع طور الدراسات العليا بحكم مستوهن العلمي العالي ولديهن ميولات سياسية ومن رواد مواقع التواصل الاجتماعي.

<sup>1</sup> حداد ناريمان، مرجع سابق، ص325.



ويمكن إرجاع عدم النشر والمشاركة إلى عدم الإهتمام بموضوع السياسة أصلاً، أو عدم وجود أسباب ودواعي تساعد على النقاش فيها، وفي حال وجود هناك مشاركة ونشر للقضايا السياسية (فئة المبحوثات اللاتي كانت إجابتهن بالموافقة فهذا يتحدد بوجود وعي مشترك لقضية ما ، وموضوع يثير الإنتباه، فتنشأ الرغبة المشتركة لمعرفة الدعم والتأييد، والبحث عن يشاركهن الرأي أو نفس الشعور، وهذا الوعي المشترك قد يكون الدافع لاتخاذ بعض المواقف كالإنتخاب، الترشح، التظاهر وغيرها من المظاهر السياسية.

أيضا في العبارة ( ك37 ) أكبر نسبة من مفردات عينة الدراسة كان رأيهن رافضا، ثم تليها نسبة المحايدات وفي الأخير نسبة الموافقات. فالنساء الجزائريات الجامعيات من خلال إجابتهن نفهم بأنهن لا يشاركن في تنظيم التظاهرات والحملات السياسية عبر الفيسبوك وهذا ربما إضافة إلى كونهن لا يستهوين المجال السياسي أو تتبع المواضيع السياسية، فهن يتخوفن من نشر أسمائهن والمتابعات الأمنية، وهذا مايبثب أن العائلة الجزائرية لازالت ينقصها ثقافة مشاركة المرأة في التظاهرات السياسية، خصوصا وأن مواقع التواصل يسهل التوصل إلى أصحابها بكل سهولة ، وهذا ما يشكل حاجزا أمام مشاركتها رغم أنها تستطيع ولها أدوار كثيرة في إحداث التغيير في مسار الديمقراطية بالجزائر. ونشير إلى أن شبكات التواصل تلعب دورا بارزا في مجال الممارسة السياسية للأشخاص، حيث تنقل آرائهم و أفكارهم في شكل نصوص، و أصوات أو فيديوها، وبذلك يعبرون عن وجهات نظرهم ويشاركون في الإحتجاجات والمظاهرات التي يخطط لها على مستوى هذه المواقع. فالانتشار الحر للمعلومات عبر الشبكات الرقمية تساهم في تنظيم التحرك الشعبي، وبالتالي التأثير على المواطنين وبهذا تساهم في تشكيل الرأي العام والضغط على صانعي القرار في البلاد.

و في العبارة ( ك40 ) تبين توجه النسبة الكبيرة من النساء نحو الرفض، وبعدها تليها الفئة المحايدة، أين كان المتوسط الحسابي 2,58 بمستوى أهمية متوسط، وهذا ما يثبت القول من أن هذه المجموعة لا تهتم بالجانب السياسي ولا يستهويها أي نشاط في هذا المجال، حيث لم يساعدها الفيسبوك على التواصل مع شخصيات سياسية وصناع القرار، فهي ما دامت بعيدة عن كل نشاط سياسي فلا تجد سببا مقنعا يدفعها لذلك، عكس ما هو معروف عن النخب والقادة السياسيين ورؤساء الأحزاب يسعون دائما إلى التواصل مع الجمهور عبر وسائل الإعلام لإبراز آرائهم و وجهات نظرهم للتأثير عليهم مهما كان توجههم المؤيد أو المعارض، وهنا يظهر الدور الكبير الذي تلعبه وسائل التواصل الإجتماعي في تنسيق أعمالهم ونشاطاتهم في تنظيم الملتقيات السياسية والتجمعات الشعبية والمناقشات الإلكترونية وهذا بدليل أنه أصبح لكل شخصية سياسية حسابا خاصا على هذه المنصات.

غير أننا التمسنا الموافقة فقط للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة ضمن العبارتين 37 و 40، وتفسير ذلك ربما لكون هذه الفئة الشابة التي لها حظوظا أوسع للترشح وتحقق ثلاثة شروط مرة واحدة حسب قانون الانتخابات 2021 ( فئة الشباب أقل من 40 سنة، المستوى الجامعي، النصف النسوي في القائمة )- جل الهيئات السياسية والتشكيلات الحزبية تسعى دوما إلى تشكيل إداراتها من النخبة وممن يمتلكن شهادات عليا لزيادة وزنها ومصداقياتها-، ولهذا نتواصل هذه الفئة مع شخصيات سياسية قصد الإستفادة من خبراتهم وتجاربهم في الميدان السياسي، وليس لها تردد من المشاركة في التظاهرات السياسية التي تقام عبر الفيسبوك بحكم كونهن غير مرتبطات بالالتزامات الأسرية ( فئة طور الليسانس والماستر) اللاتي مازلنا في مرحلة الدراسة، ولديهن الوقت لتصفح الموقع مقارنة بالأخريات.

#### 4.2.2.5. مناقشة وتفسير نتائج تحليل عبارات المحور السادس ( دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية )

##### 1.4.2.2.5. مناقشة نتائج تحليل عبارات المحور السادس ( دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية )

الجدول رقم 40: يبين العلاقة بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية ودور الفيسبوك لدفعها للمشاركة السياسية

المجموع	أكبر من 40 سنة					المجموع	من 18 سنة إلى 40 سنة					العمر	الخيارات	رمز ورقم العبارة
	غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)		غير موافق بشدة (1)	غير موافق (2)	محايد (3)	موافق (4)	موافق بشدة (5)			
	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار		التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار			
	%	%	%	%	%		%	%	%	%	%			
135	12	45	45	24	9	382	29	102	110	81	60	ش41		
100%	8.9	33.3	33.3	17.8	6.7	100%	7.6	26.7	28.8	21.2	15.7			
135	9	48	39	27	12	382	20	117	128	84	36	ش42		
100%	6.7	35.6	28.9	20	8.9	100%	5.2	29.8	33.5	22.0	9.7			
135	9	51	39	24	12	382	29	153	119	54	27	ش43		
100%	6.7	37.8	28.9	17.8	8.9	100%	7.6	40.1	31.2	14.1	7.1			
135	12	33	36	42	12	382	33	110	83	129	27	ش44		

100%	8.9	24.4	26.7	31.1	8.6	100%	8.6	28.8	21.7	33.8	7.1	
135	18	36	18	48	15	382	24	59	86	153	60	ش45
100%	13.3	26.7	13.3	35.6	11.1	100%	6.3	15.4	22.5	40.1	15.7	
135	24	36	30	30	15	382	18	80	86	150	48	ش46
%100	17.8	26.7	22.2	22.2	11.1	100%	4.7	20.9	22.5	39.3	12.6	
135	33	27	27	30	18	382	45	101	83	99	54	ش47
%100	24.4	20.0	20.0	22.2	13.3	100%	11.8	26.4	21.7	25.9	14.1	
135	18	24	18	39	36	382	48	86	59	105	84	ش48
%100	13.3	17.8	13.3	28.9	26.7	100%	12.6	22.5	15.4	27.5	22.0	

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

الجدول رقم 41: يبين العلاقة بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية ودور الفيسبوك لدفعها للمشاركة السياسية

المجموع	دراسات عليا					المجموع	ماستر					المجموع	ليسانس					المستوى		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		الخيارات	
	ت	ت	ت	ت	ت		ت	ت	ت	ت	ت		ت	ت	ت	ت	ت			رمز ورقم العبارة
	%	%	%	%	%		%	%	%	%	%		%	%	%	%	%			
12	0	3	0	9	0	171	15	51	60	33	12	334	26	93	96	63	57	ش41		
%	0	3	0	9	0	%	8,8	29,8	60	33	12	%	7,8	27,8	28,4	18,9	17,1			
12	0	3	0	6	3	171	15	51	66	30	9	334	14	108	101	75	36	ش42		
%	0	25	0	50	25	%	8,8	29,8	38,6	17,5	5,3	%	4,2	32,3	30,2	22,5	10,8			
12	0	0	3	9	0	171	15	66	57	24	9	334	23	138	98	45	30	ش43		
%	0	0	25	75	0	%	8,8	38,6	33,3	14	5,3	%	6,9	41,3	29,3	13,5	9			
12	0	0	0	12	0	171	18	45	42	57	9	334	27	98	77	102	30	ش44		
%	0	0	0	100	0	%	10,5	26,3	24,6	33,3	5,3	%	8,1	29,3	23,1	30,5	9			
12	0	0	0	12	0	171	15	24	27	69	36	334	27	71	77	120	39	ش45		

%	0	0	0	100	0	%	8,8	14	15,8	40,4	21,1	%	8,1	21,3	23,1	35,9	11,7	
12	0	0	0	12	0	171	15	36	48	48	24	334	27	80	68	120	39	ش46
%	0	0	0	100	0	%	8,8	21,1	28,1	28,1	14	%	8,1	24	20,4	35,9	11,7	
12	0	0	0	12	0	171	21	45	39	30	36	334	57	83	71	87	36	ش47
%	0	0	0	100	0	%	12,3	26,3	39	30	36	%	17,1	24,9	21,3	26	10,8	
12	0	0	0	12	0	171	9	33	33	39	57	334	57	77	44	93	63	ش48
%	0	0	0	100	0	%	5,3	19,3	19,3	22,8	33,3	%	17,1	23,1	13,2	27,8	18,9	

المصدر: من إعداد الباحثة وفق مخرجات spss

يمثل الجدولان أعلاه رقم 40 ورقم 41 علاقة عمر المبحوثات ومستواهن الجامعي بدور الفيسبوك لدفعها للمشاركة السياسية السياسية، حيث نجد:

- العبارة ( ش45 ): عبرت أكبر نسبة من المبحوثات 53,4% في اتجاه الموافقة بأكبر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنهن اقتنعن عن طريق المنشورات السياسية بضرورة التصويت في الانتخابات الرئاسية 2019، وإذا ما فصلنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث سجلنا للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة ما نسبته 55,8% من مجموع نفس الفئة، و 46,7% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي، ففي طور الليسانس 47,6% من مجموع مبحوثات نفس الطور، و 61,5% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 100% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على على أنهن اقتنعن عن طريق المنشورات السياسية بضرورة التصويت في الانتخابات الرئاسية 2021، وهذا مايفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة ش45 أين سجلنا متوسطا حسابيا 3,33 وانحرافا معياريا 1,17 وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات، وهذا مايدعم إجابة العبارة د19، على أنه من دوافع استخدام الفيسبوك في المجال السياسي أنه يولد الجرأة للمشاركة السياسية.

هذه النتيجة تتفق مع ماتوصل إليها فؤاد علي أحمد<sup>1</sup> على أن مانسبته 54,1 % من المبحوثين يرون بأن وسائل الإعلام الكوردي دفعتهم إلى انتخاب المجلس التشريعي العراقي، فهم يرون أن هذه الوسائل ضرورية خلال الإنتخابات من أجل تعزيز الثقافة الإنتخابية في العملية السياسية الديمقراطية في إقليم كوردستان.

حققت هذه العبارة متوسطا حسابيا 3,33 وانحرافا معياريا 1,77 بتقدير " متوسط "، ومن خلال هذه المعطيات نقول أن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة كونهن اقتنعن عن طريق المنشورات السياسية عبر الفيسبوك بضرورة التصويت في الإنتخابات الرئاسية 2019.

- العبارة ( ش48 ): عبرت أكبر نسبة من المبحوثات 51,1% في اتجاه الموافقة بأكثر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنهن لو يترشحن للإنتخابات يعتمدن على الفيسبوك في الترويج لحملةن الإنتخابية، وإذا ما قسمنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث سجلنا أكبر نسبة للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة 49,5% من مجموع نفس الفئة، و 55,6% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة.

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي، وسجلنا أكبر النسب للموافقة: طور الليسانس 46,7% من مجموع مبحوثات نفس الطور، و 56,1% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 100% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول أن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنهن لو يترشحن للإنتخابات يعتمدن على الفيسبوك في الترويج لحملةن الإنتخابية، وهذا مايفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة ش48 أين سجلنا متوسطا حسابيا 3,27 وانحرافا معياريا 1,36 وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات. هنا نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنهن لو ترشحن للإنتخابات يعتمدن على موقع فيسبوك في الترويج لحملةن الإنتخابية. اختلفت هذه النتيجة مع ماتوصلت إليه زينب لموشي<sup>2</sup> حيث البرلمانيات صرحن بأكثر نسبة 56% بأنهن لا يعتمدن على مواقع التواصل الإجتماعي في حالة ترشحن للإنتخابات البرلمانية المقبلة.

<sup>1</sup> فؤاد علي أحمد، مرجع سابق، ص291.

<sup>2</sup> زينب لموشي، مرجع سابق، ص 283.

- العبارة ( ش46 ): عبرت أكبر نسبة من المبحوثات 47% في اتجاه الرأي الموافق بأكبر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنهن اقتنعن عن طريق الحملات السياسية عبر الفيسبوك بضرورة التصويت أو الترشح في الإنتخابات البرلمانية والمحلية 2021 ، وإذا ما قسمنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد أن الرأي في توجه الإجابات اختلفت ما بين الفئتين العمريتين، حيث مبحوثات الفئة من 18 سنة إلى 40 سنة أكبر نسبة 51,9% من مجموع نفس الفئة كان رأيهن موافقا ، أما 55,6% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة كان رأيهن رفض العبارة.

أما عند توزيع المبحوثات حسب متغير المستوى الجامعي، نجد كل المستويات توجهت للموافقة على العبارة بأكبر النسب: طور الليسانس 47,6% من مجموع مبحوثات نفس الطور، و 42,1% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 100% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن رأي المبحوثات تباين بين الموافقة والرفض بالنسبة لمتغير العمر، أما بالنسبة لمتغير المستوى الجامعي فتوجه نحو الموافقة على أنهن اقتنعن عن طريق الحملات السياسية عبر الفيسبوك بضرورة التصويت أو الترشح في الإنتخابات البرلمانية والمحلية 2021، وهذا مايفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة ش46 أين سجلنا متوسطا حسابيا 3,20 وانحرافا معياريا 1,15 وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات. وهنا نقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنهن اقتنعن عن طريق الحملات السياسية عبر الفيسبوك بضرورة التصويت أو الترشح في الإنتخابات البرلمانية والمحلية 2021.

- العبارة ( ش44 ): عبرت أكبر نسبة من المبحوثات 40,6% في اتجاه الرأي الموافق بأكبر نسبة (موافق + موافق بشدة) على أنهن أصبحن يناقشن المواضيع السياسية بفضله الفيسبوك، وإذا ما فصلنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابتهن تتجه نفس الإتجاه السابق - الموافقة- حيث سجلنا للفئة العمرية من 18 سنة إلى 40 سنة ما نسبته 40,9% من مجموع نفس الفئة، و 40% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة

نفس الملاحظة سجلناها - اتجاه الموافقة - لإجابات المبحوثات عند توزيعهن حسب متغير المستوى الجامعي، ففي طور الليسانس 39,5% من مجموع مبحوثات نفس الطور ، و 38,6% من مجموع مبحوثات طور الماستر و 100% من مجموع مبحوثات طور الدراسات العليا.

مما سبق نقول بأن أغلبية المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي تتجه إجابتهن نحو الرأي الموافق على أنهن أصبحن يناقشن المواضيع السياسية بفضل الفيسبوك، وهذا ما يفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة ش44 أين سجلنا متوسطا حسابيا 3,03 وانحرافا معياريا 1,12 وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات، فنقول بأن النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة كونهن أصبحن يناقشن المواضيع السياسية مع الغير بفضل الفيسبوك.

- العبارة ( ش41 ): تساوت النسب الكبرى للمبحوثات لكل من المجموعة الموافقة والمجموعة الراضة للعبارة، حيث سجلنا مانسبته 33,6% لكليهما على أن النساء الجامعيات من خلال متابعتهم للمنشورات السياسية عبر الفيسبوك أصبحت لديهن رغبة المشاركة أو يشاركن في الأنشطة التي تقوم بها الأحزاب السياسية، وإذا ما قسمنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد أن الرأي في توجه الإجابات اختلف ما بين الفئتين العمريتين، حيث مبحوثات الفئة من 18 سنة إلى 40 سنة أكبر نسبة 36,9% من مجموع نفس الفئة كان رأيهم موافقا، أما 42,2% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة كان رأيهم رافضا للعبارة.

أما عند توزيع المبحوثات حسب متغير المستوى الجامعي، نجد المستويين الليسانس والدراسات العليا توجهت أراء نحو الموافقة على العبارة بأكبر النسب: طور الليسانس 36% و 75% من مجموع مبحوثات نفس الطورين على الترتيب، أما 42,1% من مجموع مبحوثات طور الماستر كان رأيهم بعدم الموافقة على العبارة.

مما سبق نقول بأن رأي المبحوثات تباين بين الموافقة والرفض بالنسبة لأعمارهن ومستواهن الجامعي على أنهن من خلال متابعتهم للمنشورات السياسية عبر الفيسبوك أصبحت لديهن رغبة المشاركة ( أو يشاركن) في الأنشطة التي تقوم بها الأحزاب السياسية، وهذا ما يفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة ش41 أين سجلنا متوسطا حسابيا 3,02 وانحرافا معياريا 1,15 وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات، فهنا نقول بأن النساء الجزائريات الجامعية يوافقن بدرجة متوسطة كونهن أصبحت لديهن رغبة المشاركة أو يشاركن في الأنشطة السياسية التي تقوم بها الأحزاب السياسية.

مقارنة مع ماتوصلت له منال فهمي البطران<sup>1</sup> من خلال دراستها فقد زادت مواقع التواصل الإجتماعي من نسبة إنظام الطلبة المصريين للأحزاب بعد ثورة الربيع العربي ب 65%، أين جاءت جامعة الأزهر في المقدمة بأكبر نسبة، وتليها جامعة المنصورة، وبعدها جامعة القاهرة والأمريكية.

<sup>1</sup> منال فهمي البطران، مرجع سابق، ص 124.

- العبارة ( ش42 ): سجلنا إجابات أكبر نسبة من المبحوثات 37,1% في اتجاه الرأي الرفض (غير موافق + غير موافق بشدة) على أنهم اقتنعوا بضرورة المشاركة في التظاهرات الشعبية التي تنظم عبر الفيسبوك (مثل الخروج في الحراك الشعبي) ، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابات الفئتين العمريتين تتجه نحو الرأي الرفض، 35% لفئة 18 إلى 40 سنة، 42,3% لفئة أكبر من 40 سنة. وسجلنا نفس الملاحظة (الرفض) لإجابات مبحوثات الليسانس 36,5%، أما الماستر تساوت النسب بين الرفض والحياد في الإجابة ب 38,6% من مجموع مبحوثات الطور، ومن إجمال مبحوثات طور الدراسات العليا توجه رأيهن نحو الموافقة على العبارة ونسبتن 75%.

مما سبق نقول بأن أكبر نسبة من المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي باستثناء طور الدراسات العليا (عدد قليل لا يؤثر في النتيجة) تتجه إجابتهن نحو الرأي الرفض على أنهم اقتنعوا بضرورة المشاركة في التظاهرات الشعبية التي تنظم عبر الفيسبوك (مثل الخروج في الحراك الشعبي)، وهذا مايفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة ك42 أين سجلنا متوسطا حسابيا 2,97 وانحرافا معياريا 1,06 وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات فنقول أن النساء الجزائريات الجامعيات المستخدمات للفيسبوك يوافقن بدرجة متوسطة على أنهم اقتنعوا بضرورة المشاركة في التظاهرات الشعبية التي تنظم عبر الفيسبوك (مثل الخروج في الحراك الشعبي) . ونشير إلى أن أحمد شريف بسام توصل في دراسته إلى أن من أهم أدوار وسائط الإتصال الحديثة في التغيير السياسي تعبئة الجماهير للمشاركة في المظاهرات<sup>1</sup>، غير أنها حسب إجابات المبحوثين لم تتمكن من حشد وتعبئة الرأي العام الجزائري حول أهمية التغيير السياسي في الجزائر سنة 2011.

- العبارة ( ش47 ): سجلنا أكبر نسبة للمبحوثات 39,9% كان رأيهن رافضا على أنه من خلال متابعتن للمنشورات السياسية أصبحت لديهن الرغبة في الترشح للانتخابات مستقبلا، غير أن هذه النسبة تقاربت مع المجموعة التي كان موقفها موافق على العبارة بنسبة 38,9%، وإذا ما قسمنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد أن الرأي في توجه الإجابات اختلف ما بين الفئتين العمريتين، حيث مبحوثات الفئة من 18 سنة إلى 40 سنة أكبر نسبة 40% من مجموع نفس الفئة كان رأيهن موافقا ، أما 44,4% من مجموع فئة أكبر من 40 سنة كان رأيهن رافضا للعبارة.

<sup>1</sup> أحمد شريف بسام، مرجع سابق، ص 315، 321.



أما عند توزيع المبحوثات حسب متغير المستوى الجامعي، نجد مجموعة الليسانس كان توجهها رافضا للعبارة، بينما تتساوى نسبة المبحوثات الموافقات والرفضات 38,6% في مستوى الماستر، أما في الدراسات العليا توجهت الآراء نحو الموافقة ب 100%.

مما سبق نقول بأن رأي المبحوثات تباين بين الموافقة والرفض بالنسبة لأعمارهن ومستواهن الجامعي على أنه من خلال متابعتهم للمنشورات السياسية أصبحت لديهم الرغبة في الترشح للانتخابات مستقبلا ، وهذا مايفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة ش47 أين سجلنا متوسطا حسابيا 2,97 وانحرافا معياريا 1,28 وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات، فنقول أن النساء الجزائريات الجامعيات المستخدمات للفيديوك يوافقن بدرجة متوسطة كونهن أصبحت لديهن الرغبة في الترشح للانتخابات مستقبلا بسبب متابعتهم للمنشورات السياسية عبر الفيسبوك.

- العبارة ( ش43 ): سجلنا إجابات أكبر نسبة من المبحوثات 46,9% في اتجاه الرأي الرفض (غير موافق + غير موافق بشدة) على أنهم أصبحن يشاركن في الجمعيات والندوات والمؤتمرات السياسية بفضل الفيسبوك، وإذا ما وزعنا هذه النتائج حسب أعمارهن نجد إجابات الفئتين العمريتين من 18 سنة إلى 40 سنة بنسبة 47,7% من مجموع نفس الفئة في اتجاه رفض العبارة، نفس التوجه للفئة أكبر من 40 سنة بنسبة 44,5% من مجموع المبحوثات. وسجلنا نفس الملاحظة (الرفض) لإجابات المبحوثات حسب متغير المستوى الجامعي للمستويين، الليسانس 48,2% والماستر 47,4% من مجموع مبحوثات الطورين ، أما 75% من إجمال مبحوثات طور الدراسات العليا توجه رأيهن نحو الموافقة على العبارة.

مما سبق نقول بأن أغلبية المبحوثات سواء بحسب أعمارهن أو مستواهن الجامعي باستثناء طور الدراسات العليا (عددهن قليل لا يؤثر في النتيجة) تتجه إجابتهن نحو الرأي الرفض على أنهم أصبحن يشاركن في الجمعيات والندوات والمؤتمرات السياسية بفضل الفيسبوك. هذه العبارة حققت متوسط حسابيا 2,76% وانحرافا معياريا 1,04 بتقدير " متوسط " من هذه المعطيات نقول أن النساء الجزائريات الجامعيات المستخدمات للفيديوك يوافقن بدرجة متوسطة كونهن أصبحن يشاركن في الجمعيات والندوات والمؤتمرات السياسية بفضل الفيسبوك . وهذا مايفسر النتيجة التي توصلنا إليها من التحليل السابق للعبارة ك43 أين سجلنا متوسطا حسابيا 2,76 وانحرافا معياريا 1,0 وكان تقدير النتيجة بالمتوسط حسب هذه المعطيات. ونشير إلى أن سالمة شداني<sup>1</sup> توصلت في دراستها إلى أن مانسبته 24,74% من مجموع الخيارات حول

<sup>1</sup> سالمة شداني، مرجع سابق، ص 193.

أشكال المشاركة السياسية لدى المرأة الجزائرية المتعلمة يشاركن في المنتديات للحديث وإثراء النقاش عن القضايا السياسية والنضال السياسي. في هذا الصدد ترى منال فهمي البطران<sup>1</sup> من خلال دراستها أن مواقع التواصل الاجتماعي زادت من نسبة إنضمام الطلبة المصريين إلى منظمات المجتمع المدني بعد ثورة الربيع العربي ب 50%، مع إختلاف هذه الزيادة بين الجامعات التي اختيرت منها مفردات العينة.

عموما عبارات المحور السادس في مجملها حققت متوسط حسابيا 3,06 وانحرافا معياريا 1,16 بدرجة "محايد" و مستوى أهمية متوسط "، فنقول أن النساء الجزائريات الجامعيات التزمّن الحياد في الإجابة على هذا المحور كون الفيسبوك ساعدهن على المشاركة السياسية، وعمرهن ومستواهن الجامعي لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بدور الفيسبوك في دعمهن على المشاركة السياسية.

#### 2.4.2.2.5. تفسير نتائج تحليل عبارات المحور السادس ( دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية )

تعتبر المشاركة السياسية في الوقت الراهن لب الممارسة الديمقراطية، كونها تحفز الفرد على لعب الدور الأساسي في العملية السياسية إلى جانب التطور الحاصل في وسائل الإعلام والإتصال، هذه الأخيرة ساهمت بدورها في دفع المواطنين نحو المزيد من المشاركة السياسية على أرض الواقع، وإقناعهم بالتطحي بروح المواطنة والابتعاد عن السلبية، وفي هذا الصدد برزت مواقع التواصل الاجتماعي وأخذت جانبا كبيرا من الشهرة في الجانب السياسي، أين أصبحت رائدة في هذا المجال.

من خلال تحليل بيانات المحور السادس حول دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية للمشاركة السياسية تبين أن اكبر نسبة من النساء الجزائريات الجامعيات أقنعهن الفيسبوك بالتوجه إلى صناديق الاقتراع خلال الإنتخابات الرئاسية 2019، هذه العبارة متوسطها الحسابي 3,33 فكان التوجه العام لها نحو المتوسط، فيظهر أن الموقع له دور متوسط في إقناع المرأة الجزائرية للتصويت في الإستحقاقات الرئاسية 2019.

إن توجه المرأة الجزائرية نحو التصويت لاختيار رئيس الدولة هو تصرف نابع من قناعتها بمسؤوليتها تجاه الوطن، خاصة وأن الجزائر مرت بالعديد من المحطات التاريخية المهمة، وكانت للمرأة أدوارا عديدة في التغييرات السياسية. والتوجه للقيام بعملية الإنتخاب هو سلوك إيجابي ناتج من التأثيرات العاطفية والمعرفية للفيسبوك عليها وهذا التصرف يدل على رد الفعل النشط من قبلها. ونفس التوجه التمسناه في العبارتين

<sup>1</sup> منال فهمي البطران، مرجع سابق، ص 124.

(ش46) و (ش48) حيث النساء الجزائريات الجامعيات اقتنعن عن طريق الحملات السياسية عبر الفيسبوك بضرورة التصويت أو الترشح في الانتخابات المحلية والبرلمانية 2021 ، وأشارت أيضا نصف المبحوثات بأنهن لو ترشحن للانتخابات يعتمدن على الفيسبوك في الترويج لحملتهن الانتخابية، (حوالي نصف المبحوثات صرحن بالموافقة، وكانت الموافقة بالإجماع لدى مبحوثات طور الدراسات العليا وهذا راجع بالطبع لمستواهن ووعيهن بالمجال السياسي).

فالفيسبوك أحدث سلوكا نشيطا للمرأة الجزائرية الجامعية بتوجيهها نحو التصويت واستعدادها للإعتماد على الموقع في إدارة حملتها الانتخابية، فهي قد تعتبر مشاركتها السياسية كسلوك ضمن أهدافها في المجتمع و تتمتع بحق الإقتراع والترشح بكل حرية وفق القوانين التي منحها إيها الدستور الجزائري وترقية حقوقها السياسية ضمن القوانين بتوسيع حظوظها بالتمثيل في المجالس المنتخبة.

وعلى هذا الأساس فإن المعطيات من خلال البيانات بينت أن هناك دور للفيسبوك في دفع المرأة للمشاركة الانتخابية بالتصويت والترشح وإدارة الحملات الانتخابية، فهو أحد المؤثرات الفعالة في توسيع دائرة المشاركة وعرض البرامج، وأداة قوية لتطوير الحملات الانتخابية، وانتقالها من التقليدية إلى العصرية في ضوء سرعته في نشر الأخبار وتكلفته المنخفضة وسماته الخاصة في استقطاب مستخدميه، والتنوع في أدواته وسهولة التواصل بين المرشحين والناخبين، فألغى الخطاب التقليدي من خلال التجمعات الشعبية وانتقل إلى الخطاب الفردي، وفتح آفاقا للاختيار الحر.

مكن الفيسبوك المترشحين والمنتخبين من معرفة ردود أفعال الناخبين، وتوفير إحصائيات دقيقة عن النكزات وعدد المشاهدات لإعلانات المترشحين، والوصول إلى فئة كبيرة من الجماهير يصعب الوصول إليها، وتوثيق المعلومات والمقالات و الإنجازات الخاصة بهم، ونشر برامجهم الانتخابية بشكل مميز في تصاميم، صور وأغلفة جذابة، وإعداد إعلانات وتقارير دورية عن أنشطتهم المختلفة للتعريف بالمرشح و نشر أفكاره و سياسته<sup>1</sup>. بمعنى آخر فإن شبكات التواصل الاجتماعي وأبرزها موقع فيسبوك تؤدي وظائف فعالة أثناء الحملات الانتخابية:

- الوظيفة الإخبارية وتوفير المعلومات وتكوين الصورة الذهنية عن المرشح لإبراز حقيقته للناخبين.

<sup>1</sup> عبد ربه عبد القادر العززي، تأثير وسائل الإعلام الجديد على المجال العام والتسويق السياسي، مجلة جامعة الأزهر - غزة، سلسلة العلوم الانسانية، المجلد 18، العدد 2، ديسمبر 2016، ص 320.

- خلق التفاعل بين الناخبين والمرشح وفتح باب الحوار بينهم، والحفاظ على الثقة المتبادلة بطرح المعلومات الصحيحة.

- التعبئة الشعبية من أجل دعم المرشح، فيصبح الناخبون من محايدين إلى فاعلين أساسيين خلال العملة الانتخابية بالتبرع بجهدهم ووقتهم، وفتح صفحات كثيرة على منصات التواصل للتأييد مرشحهم وجذب المزيد من المؤيدين والأنصار، للحفاظ على مصداقية المرشح، ومناهضة الحملات المضادة ومواجهة الشائعات. فقد فتحت وسائل التواصل الرقمية آفاقا جديدة للتواصل مع الناخبين، وأصبح لكل شخص أو حزب حسابا خاصا توضع فيه جداول الأعمال وجميع الأنشطة السياسية، والمعروف أن بعض السياسيين خاصة المعارضين منهم يلجئون لهذه الوسائط كبديل عن الإعلام الرسمي الذي يبقى دائما حكرا على الحكومة لشرح برامجهم، وتوسيل خططهم وتوجهاتهم للمؤيدين لهم وحتى إقناع معارضيهم للانضمام إليهم.

ويمكن تفسير عزوف بعض النساء الجزائريات الجامعيات عن التصويت والمشاركة في الانتخابات الرئاسية 2019 والتشريعية والمحلية 2021 بالدرجة الأولى إلى عدم ثقتهن في الانتخابات ونتائجها، فهي لم تعد تثق في نزاهة العمل السياسي بالجزائر خاصة بعد الانتخابات الرئاسية 2014 والظروف التي مرت بها البلاد ومرض الرئيس آنذاك، إضافة إلى ظروف الدولة التي سبقت الانتخابات خصوصا الأحداث التي تعاقبت بعد إعلان ترشح الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة لولاية خامسة ورفض الشعب له والخروج في حراك شعبي لعدة أشهر لإسقاط نظام الحكم، والتغييرات الكثيرة التي توالى بعد ذلك. وحسب نظرية الاعتماد هذا العزوف هو نتيجة للخمول بالخصوص وأن هذه الانتخابات ميزها نوع من الصراع والاحتدام داخل الدولة بين المؤيدين والمعارضين.

ونجد من خلال العبارة (ش44) أكبر نسبة من النساء الجزائريات الجامعيات أصبحن يناقشن المواضيع السياسية مع الغير بفضل الفيسبوك على اعتبار أن المرأة تحاول دوما كسب معلومات وثقافة تمكنها من النقاش حول المواضيع والأحداث السياسية الوطنية والدولية التي تهمها وتتفاعل معها، وتحاول إيجاد الحلول أو السبل لتخطي العقبات والأزمات مما يقودها إلى تقلد مناصب سياسية والمشاركة المباشرة في حكم البلاد وقيادته وصنع القرار السياسي على المستوى الداخلي والخارجي .

في العبارة (ش41) وجدنا أن ثلث المبحوثات اعتبرن الفيسبوك سببا في مشاركتهن وانخراطهن في الأنشطة التي تقوم بها الأحزاب، ومنهن من أصبحت لديها الرغبة في المشاركة مستقبلا بالأعمال الحزبية، وتفسير ذلك هو أن المرأة الجزائرية الجامعية تعتبر الانخراط في الأحزاب السياسية أو المشاركات فيها حتى

ولو كمتطوعة يعتبر مظهر من مظاهر المشاركة السياسية، وبالتالي اكتسابها لثقافة سياسية من خلال إيمانها بقدراتها في النشاط السياسي والإحتكاك بالآخرين، وبالتالي المساهمة في تسيير شؤون البلاد من خلال العمل الجماعي، أيضا نجد أن بعض النساء ينتمين إلى أحزاب سياسية رغبة في تحقيق مبتغاهن في إدماجهن مستقبلا بالقوائم الإنتخابية .

أما التثالث الآخر من المبحوثات فهن لا ينتمين ولا يشاركن في الأحزاب السياسية، وليس لديهن حتى الرغبة مستقبلا وتفسير ذلك ربما أنه ليس لديهن أي اهتمام بالعمل الحزبي وهن في الأساس غير المهتمات بالجانب السياسي ولا يشاركن أصلا في أي نشاط من هذا النمط، والبعض يرفض المشاركة في الأنشطة الحزبية ويرجع ذلك حسب رأي الباحثة إلى الأسلوب الديكتاتوري الذي يمارسه رؤساء الأحزاب على الأعضاء، وما تواجد المرأة ضمن التشكيلات الحزبية فقط لتحقيق عضويتها وفق ما يتطلبه القانون والتمويه بتحقيق مبادئ الدستور في المساواة بين الجنسين، لكن في الواقع تهميشها وعدم إشراكها الفعلي، " أضف إلى ذلك البيروقراطية الموجودة داخل الأحزاب السياسية بين المناضلين والمنخرطين، حيث يتم التعيين في المناصب الحساسة داخل الحزب عن طريق الوساطة والرشوة، مما أدى إلى عدم الاحتكام للكفاءة والقدرة على التسيير لصالح الإنتهازيين وأصحاب النفوذ ممن لا يملكون أدنى مستوى وأدنى ثقافة سياسية ممكنة "1.

في نفس السياق فمن أسباب عدم انتماء المرأة المتعلمة لحزب سياسي معين هو كون هذه الأخيرة لا تعبر عن القضايا الحقيقية للمجتمع وعدم التقيد بالعمل الحزبي، إضافة إلى غياب الديمقراطية داخل الأحزاب<sup>2</sup>.

في العبارة (ش42) نجد أن المرأة الجزائرية الجامعية لم تقف بضرورة المشاركة في التظاهرات الشعبية التي تنظم عن طريق الفيسبوك (مثل الخروج في الحراك الشعبي)، فهي في موقف رافض ومحايد، فهذا ربما لعدم اهتمامها بالموضوع أو التخوف من المتابعات الأمنية والقضائية، أما فئة قليلة ما مجموعه 159 مبحوثة يعتبرن أنه هناك ضرورة للمشاركة في التظاهرات الشعبية التي تنظم عبر الفيسبوك فمن خلاله يتم الانتشار الحر للمعلومات وتنظيم الجماهير للتحرك الشعبي، وبالتالي يساهم في تشكيل الرأي العام وإحداث تأثيرات قوية على صانعي القرار.

في العبارة (ش47) تقارب رأي النساء الجزائريات الجامعيات بين الموافقة والرفض كونهن أصبحت لديهن الرغبة في الترشح للانتخابات مستقبلا بسبب تأثير المنشورات السياسية عبر الفيسبوك، والفئة الموافقة ترى

<sup>1</sup> خالد هدار، سعاد عيساني، مرجع سابق، ص 320.

<sup>2</sup> سالمة شداني، مرجع سابق، ص 207.

أنه من حقها ولوج باب المشاركة السياسية وهي على وعي بأن تكون ضمن المؤسسات التمثيلية للدولة، بينما الفئة الراضة يمكن إرجاع أسباب رفضها للترشح إلى خصوصية وثقافة المجتمع الجزائري خاصة في الأوساط العائلية التي تبنت فكرة الممارسة السياسية تبقى حكرة على العنصر الذكوري فقط، وأن المرأة مكانها المنزل، وعدم تقبل الأسرة فكرة الترشح لها خوفا من إساءة المنافسين لاسم العائلة، ناهيك عن الضغوطات النفسية التي تتعرض لها من المنافسين أو المقربين، إلى جانب التخوف من تراجع مسؤولياتها المنزلية و تبعات ذلك على أسرته.

من خلال العبارة ( ش43) المرأة الجزائرية الجامعية لم يدفعها الفيسبوك إلى المشاركة في الجمعيات والندوات والمؤتمرات السياسية، ربما هذا الجانب نابع من قناعتها بعدم رغبتها في هذا الأسلوب من المشاركة السياسية، خاصة وأنها التمسنا توجهها النشط من خلال إجاباتها الموافقة حول التصويت والترشح، غير أنه في نفس السياق نجد فئة قليلة وافقت على العبارة خصوصا مبحوثات الدراسات العليا، وتفسير ذلك حسب رأي الباحثة هو أن أسلوب المشاركة السياسية بالنسبة للمرأة المتعلمة عن طريق الجمعيات والندوات والمؤتمرات للحديث عن القضايا السياسية يوحي بمكتسباتها القبلية من الأخبار والمعلومات والنقاشات السياسية، ناهيك عن الخلفية السياسية التي تملكها ومن شأنها أن تعزز من نشاطها السياسي خلال النقاشات والحوارات العادية والفعالة في المجتمع. وتجدر الإشارة إلى أنه تختلف النظرة نحو المشاركة السياسية كسلوك يقيس مدى الوعي الذي وصل إليه الأفراد، غير أن الهدف يبقى واحدا، وهو الكشف عن مدى تطبيق الديمقراطية وبالتالي تحقيق السياسة العامة للدولة وتنمية الفرد بإكسابه الثقة في نفسه وإحساسه بذاته وتوجيهه لتحمل مسؤولياته، والإشتراك في توجيهه وصنع القرار السياسي في البلاد.

ما تقدم من خلال عرض ومناقشة المحورين الأخيرين نقول أن عملية التعرض لصفحات الفيسبوك منتظمة ومقصورة تختارها المرأة لتلبية أغراضها واحتياجاتها حسب أولوياتها، ووفقا لهذا تتولد لديها عادات تقرر من خلالها المضامين التي تحتاجها، فرد الفعل السلوكي السياسي من استخدامها للشبكات الإجتماعية واعتمادها عليها نتيجة للتغيرات المتعلقة بالمعتقدات والمشاعر والاتجاهات، ومن أهم الردود السلوكية التنشيط والخمول. فالتنشيط هنا تمثل في النشاط والسلوك الذي اتخذته المرأة نتيجة اعتمادها على هذه الشبكات في السياق السياسي أين أصبحت جسرا بين السلطة والجمهور، ولها دور في التثقيف والتوعية السياسية، والعضوية ضمن الأحزاب، والنقاشات والمشاركة الانتخابية بكل مستوياتها، والممارسات الديمقراطية والإنخراط في منظمات المجتمع المدني.

تقيس التأثيرات السلوكية للفيسبوك المشاركة الفعلية للمرأة الجزائرية في المجال السياسي، والمعروف أن لوسائل الإعلام دورا كبيرا في هذا الشأن، حيث يرى عبد الغفار<sup>1</sup> أنها تشجع المواطنين على المشاركة الانتخابية بامتلاك بطاقة الناخب، التصويت والترشح، والتقييد بالدستور وقوانين الدولة في إطار ممارسة الحقوق والواجبات، والتشجيع أيضا على الانخراط في النشاطات الحزبية و المشاركة في عمليات صنع القرار ومؤسسات المجتمع المدني، والإدلاء بالأراء عبر مختلف الوسائل المتاحة كالندوات والمؤتمرات ووسائل الإعلام المختلفة.

والخمول التمسناه ضمن الإستجابات الراضية والمحايدة للفئة الأخرى من النساء، فمنهن من كانت إيجابتها بالرفض الصريح لبعض الأفكار المطروحة في بعض الأسئلة في مختلف المحاور، رغم إبداء الموافقة على عبارات أخرى في نفس التوجه، ومنهن من التزمت الحياد دون إبداء أي رأي نظرا لعدم اهتمامهن بالجانب السياسي. تشير إلى أنه يمكن إرجاع عدم اهتمام بعض النساء بالميدان لتعقيده في الجزائر، وهناك من لا تحبذ هذا الجانب أصلا، ومنهن من تعتبر السياسة توجه ليس له أي وزن و بالا فائدة، وتتعلم الثقة في المسؤولين، وهناك من هن منشغلات بعائلاتهن وأعمالهن الخاصة فلا وقت للاهتمام بهذا الميدان. وهناك بعض العائلات تمنع أولادها من الإنخراط في أي نشاط سياسي تخوفا عليهم من الضياع والمتابعات الأمنية.

في نفس السياق فمن الأسباب أيضا التي تحول دون توجه المرأة إلى النشاط السياسي هو ضعف احتواء الأحزاب لها، فمعظمها تتبنى المشاركة الشكلية فقط للمرأة ضمن تشكيلاتها وهذا تقاديا للتناقض في مبادئ قانون الأحزاب وتفعيل العضوية النسائية فقط، من جانب آخر فتزدي الأوضاع المادية للعائلات الجزائرية أثرت في تكوين أفرادها وتعليمهم، أدى هذا إلى انقطاع البنات عن الدراسة مما أثر لاحقا في نوعية العمل الذي تمارسه وهذا ما يؤدي بها الى العزوف عن المشاركة في أي نشاط سياسي. بالإضافة إلى الخلفيات الاجتماعية والعادات والتقاليد التي تعزز التسلط الذكوري في المجتمع من بين أسباب ضعف المشاركة السياسية للمرأة، مما حصر دورها في أعمال المنزل والأولاد، زيادة عن نظرة المجتمع السلبية للنساء اللواتي يتقلدن وظائف سياسية واعتبار أن مهنتهن الأساسية تنحصر في الأعمال المنزلية والنشاطات التقليدية دون الاعتراف لهن بأدوارهن الحقيقية مثلها مثل الرجل.

<sup>1</sup> عبد الغفار، مرجع سابق، ص 122 - 123.

### 3.5. مناقشة نتائج اختبار الفرضيات، ونتائج الدراسة

#### 1.3.5. مناقشة نتائج اختبار الفرضيات

##### 1.1.3.5. مناقشة نتائج اختبار الفرضيات الفرعية: الأولى، الثانية والثالثة

1.1.1.3.5. مناقشة الفرضية الفرعية الأولى: " للفيسبوك دور في التأثيرات السياسية الوجدانية على المرأة الجزائرية الجامعية".

تبين من خلال البيانات التي تحصلنا عليها من التحليل السابق المتعلق بنتائج الفرضية الفرعية الأولى، باستعمال معامل الارتباط " بيرسون " لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة ( الفيسبوك كمتغير مستقل والتأثيرات الوجدانية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية كمتغير تابع كمتغير تابع) والموضحة في الجدول رقم (26)، حيث أظهرت وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة وذات دلالة إحصائية بمعامل ارتباط يساوي  $0.469^{**}$  عند مستوى دلالة 0,05، وهذا يدل على تحقق ضعيف للفرضية الفرعية الأولى، أي هناك علاقة ارتباطية طردية ضعيفة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين دور الفيسبوك كمتغير مستقل والتأثيرات الوجدانية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية كمتغير تابع. وهذه الفرضية تدعم إجابات المبحوثات بموافقتهم على عبارات المحور الثالث ( التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية )، وهذا ما يثبت أن الفيسبوك له دور في إحداث تأثيرات وجدانية سياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.

##### 2.1.1.3.5. مناقشة الفرضية الفرعية الثانية: " للفيسبوك دور في التأثيرات المعرفية السياسية على

المرأة الجزائرية الجامعية "

تبين من خلال البيانات التي تحصلنا عليها من التحليل السابق المتعلق بنتائج الفرضية الفرعية الثانية، باستعمال معامل الارتباط " بيرسون " لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة ( الفيسبوك كمتغير مستقل والتأثيرات المعرفية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية كمتغير تابع) والموضحة في الجدول رقم (27)، حيث أظهرت وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة وذات دلالة إحصائية بمعامل ارتباط يساوي  $0.629^{**}$  عند مستوى دلالة 0,05، وهذا يدل على تحقق للفرضية الفرعية الثانية، أي هناك علاقة ارتباطية طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين دور الفيسبوك كمتغير مستقل والتأثيرات المعرفية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية كمتغير تابع. وهذه الفرضية تدعم إجابات المبحوثات على



عبارات المحور الرابع (التأثيرات المعرفية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية)، وهذا ما يثبت أن الفيديو له دور في إحداث تأثيرات معرفية سياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.

### 3.1.1.3.5. مناقشة الفرضية الفرعية الثالثة: " للفيديو دور في التأثيرات السلوكية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية"

تبين من خلال البيانات التي تحصلنا عليها من التحليل السابق المتعلق بنتائج الفرضية الفرعية الثالثة، باستعمال معامل الارتباط " بيرسون " لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة ( الفيديو كمتغير مستقل والتأثيرات السلوكية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية كمتغير تابع) والموضحة في الجدول رقم (28)، حيث أظهرت وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة جدا وذات دلالة إحصائية بمعامل ارتباط يساوي  $0.427^{**}$  عند مستوى دلالة 0,05، وهذا يدل على تحقق ضعيف جدا للفرضية الفرعية الثالثة، أي هناك علاقة ارتباطية طردية ضعيفة جدا ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين دور الفيديو كمتغير مستقل والتأثيرات السلوكية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية كمتغير تابع. وهذه الفرضية تدعم إجابات المبحوثات على عبارات المحور الخامس ( التأثيرات السلوكية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية)، وهذا ما يثبت أن الفيديو له دور في إحداث تأثيرات سلوكية سياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.

### 2.1.3.5. مناقشة نتائج اختبار الفرضيات الفرعية: الرابعة، الخامسة والسادسة

#### 1.2.1.3.5. مناقشة الفرضية الفرعية الرابعة: " للفيديو دور في دعم المرأة الجزائرية الجامعية للمشاركة السياسية "

تبين من خلال البيانات التي تحصلنا عليها من التحليل السابق المتعلق بنتائج الفرضية الفرعية الرابعة، باستعمال معامل الارتباط " بيرسون " لمعرفة العلاقة بين متغيرات الدراسة ( الفيديو كمتغير مستقل ودعم المرأة الجزائرية الجامعية على للمشاركة السياسية كمتغير تابع) والموضحة في الجدول رقم (29)، حيث أظهرت وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة جدا وذات دلالة إحصائية بمعامل ارتباط يساوي  $0.450^{**}$  عند مستوى دلالة 0,05، وهذا يدل على تحقق ضعيف جدا للفرضية الفرعية الرابعة، أي هناك علاقة ارتباطية طردية ضعيفة جدا ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين دور الفيديو كمتغير مستقل ودعم المرأة الجزائرية الجامعية للمشاركة السياسية كمتغير تابع. وهذه الفرضية تدعم إجابات المبحوثات على عبارات المحور السادس (دور الفيديو كمتغير مستقل ودعم المرأة الجزائرية الجامعية على

المشاركة السياسية كمتغير تابع)، وهذا ما يثبت أن الفيسبوك له دور في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية.

**2.2.1.3.5. مناقشة الفرضية الفرعية الخامسة:** " يتعلق تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية باستخدام الفيسبوك بعمرها.

تبين من خلال البيانات التي تحصلنا عليها من التحليل السابق المتعلق بنتائج الفرضية الفرعية الخامسة، باستعمال معامل الارتباط " بيرسون " لمعرفة العلاقة بين ( عمر المرأة الجزائرية الجامعية كمتغير مستقل، وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيسبوك كمتغير تابع ) والموضحة في الجدول رقم (30)، حيث أظهرت النتيجة عدم وجود علاقة، حيث معامل الارتباط يساوي - 0,085 ومستوى معنوية 0,053، وهذا يدل على عدم تحقق للفرضية الفرعية الخامسة، أي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين عمر المرأة الجزائرية الجامعية كمتغير مستقل، وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيسبوك كمتغير تابع. وهذه الفرضية تدعم نتائج الدراسة المتعلقة بالعمر:

- عمر النساء الجزائريات الجامعيات لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بدوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي.
- عمر النساء الجزائريات الجامعيات لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بالتأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك.
- عمر النساء الجزائريات الجامعيات لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بالتأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك.
- عمر النساء الجزائريات الجامعيات لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بالتأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك.
- عمر النساء الجزائريات الجامعيات لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بدور الفيسبوك في دعمهن على المشاركة السياسية.

**3.2.1.3.5. مناقشة الفرضية الفرعية السادسة:** " يتعلق تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية باستخدام الفيسبوك بمسئولها الجامعي ".

تبين من خلال البيانات التي تحصلنا عليها من التحليل السابق المتعلق بنتائج الفرضية الفرعية السادسة، باستعمال معامل الارتباط " بيرسون " لمعرفة العلاقة بين ( المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية

الجامعية كمتغير مستقل، وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيديو كمتغير تابع ( والموضحة في الجدول رقم (31)، حيث أظهرت وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة جدا ( يكاد يندم الإرتباط )، وذات دلالة إحصائية بمعامل ارتباط يساوي  $0.100^{**}$  عند مستوى دلالة 0,05، وهذا يدل على تحقق ضعيف جدا للفرضية الفرعية السادسة، أي هناك علاقة ارتباطية طردية ضعيفة جدا ( تكاد تنعدم ) ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين المستوى الجامعي للمرأة الجزائرية الجامعية كمتغير مستقل، وتنمية وعيها السياسي باستخدامها للفيديو كمتغير تابع. وحسب هذه النتيجة التي أثبتت بأن هناك علاقة إرتباطية إحصائية فقط وتكاد تنعدم ( يمكن إهمالها)، وبالرجوع إلى تحليل ومناقشة نتائج الدراسة وفق عامل المستوى الجامعي للمبحوثات أين اكتشفنا أن هذا الأخير لم يكن له تأثير في توجه آراء المبحوثات في إجاباتهن، وباعتبار الدراسة في مجال العلوم الإنسانية التي تعتمد على الكيف وليس الكم يمكننا أن نسلم بعدم تحقق الفرضية وهذا دعما لنتائج الدراسة المتعلقة بالمستوى الجامعي:

- المستوى الجامعي للنساء الجزائريات الجامعيات لم يؤثر في توجه إجاباتهن المتعلقة بدوافع استخدامهن للفيديو في المجال السياسي.
- المستوى الجامعي للنساء الجزائريات الجامعيات لم يؤثر في توجه إجاباتهن المتعلقة بالتأثيرات الوجدانية السياسية للفيديو.
- المستوى الجامعي للنساء الجزائريات الجامعيات لم يؤثر في توجه إجاباتهن المتعلقة بالتأثيرات المعرفية السياسية للفيديو.
- المستوى الجامعي للنساء الجزائريات الجامعيات لم يؤثر في توجه إجاباتهن المتعلقة بالتأثيرات السلوكية السياسية للفيديو.
- المستوى الجامعي للنساء الجزائريات الجامعيات لم يؤثر في توجه إجاباتهن المتعلقة بدور الفيديو في دعمهن على المشاركة السياسية.

## 2.3.5. نتائج الدراسة الميدانية

## 1.2.3.5. نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الأول ( عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية

## الجامعية لموقع الفيسبوك في المجال السياسي )

من تحليل البيانات الشخصية للعينة تبينت لنا النتائج التالية:

- 1- أكبر نسبة من محوِّثات الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات تتراوح أعمارهن ما بين 18 سنة إلى 40 سنة 73,3%.
- 2- أكبر نسبة من محوِّثات الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات مستواهن الجامعي في الطور الأول ( الليسانس) ب 64,6%.
- 3- أكبر نسبة من محوِّثات الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات و يستخدمن الفيسبوك لأكثر من ثلاث سنوات ب 60,3%.
- 4- أكبر نسبة من محوِّثات الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات يستخدمن الفيسبوك لمدة تتراوح ما بين ساعة واحدة إلى ثلاث ساعات في اليوم ب 43,3%.
- 5- أكبر نسبة من محوِّثات الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات يفضلن الفترة الليلية ب 58,2%، والمنزل ب 81,2%، وبمفردهن ب 69,8% للولوج لموقع فيسبوك ويعتمدن على الهاتف المحمول في التصفح ب 93,6% .
- 6- أكبر نسبة من محوِّثات الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات يكتفين بمتابعة المشورات فقط ب 46,2%، ثم الإعجاب في الترتيب الثاني ب 34%.
- 7- تنصدر القضية الفلسطينية أهم المواضيع السياسية التي تهتم بها المرأة الجزائرية الجامعية على الفيسبوك بأكثر نسبة 55,9%، وأشارت أغليبيتهم بأنهن لسن منظمات لمجموعات ب 83,8%، ولم ينشئن صفحات أو مجموعات سياسية على الشبكة ب 93,6%.

### 2.2.3.5. نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الثاني ( دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لموقع الفيسبوك في المجال السياسي )

- 1- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي التميز بسهولة الإستخدام، السرعة والآنية في الحصول على المعلومات والأحداث السياسية الجديدة باعتماد خصائص (الصوت، الصورة، الفيديو)، بمتوسط حسابي 4,09 وانحراف معياري 0,85.
- 2- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه من دوافع استخدامهن لموقع فيسبوك في المجال السياسي هو للتعرف على أهم الأحداث والقضايا السياسية على المستوى الوطني والدولي، بمتوسط حسابي 3,76 وانحراف معياري 1,03.
- 3- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي تعدد الآراء والإتجاهات السياسية التي تزيد من وعيهم السياسي بمتوسط حسابي 3,68 وانحراف معياري 1,04.
- 4- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي أنه يزيد من رصيدهن المعرفي السياسي، بمتوسط حسابي 3,63 وانحراف معياري 1,06.
- 5- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي من أجل التعرف على الشخصيات السياسية على المستوى الوطني والدولي، بمتوسط حسابي 3,40 وانحراف معياري 1,09.
- 6- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي كونه يسمح لهن بالتعبير بكل حرية عن رأيهن حول القضايا السياسية بمتوسط حسابي 3,28 وانحراف معياري 1,07.
- 7- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي كونه يولد لديهن الجرأة في المشاركة السياسية، بمتوسط حسابي 3,24 وانحراف معياري 1,14.
- 8- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي كونه يمكنهن من التواصل وتبادل المعارف مع المهتمين بالمجال السياسي، بمتوسط حسابي 3,16 وانحراف معياري 1,15.

9- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي لاعتباره قوة ضاغطة على القادة وصناع القرار، بمتوسط حسابي 3,07 وانحراف معياري 1,20.

10- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنه من دوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي بدافع التسلية وكسر الملل، بمتوسط حسابي 3,04 وانحراف معياري 1,17.

11- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على عبارات المحور الثاني (دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية موقع فيسبوك في الشأن السياسي)، حيث المتوسط الحسابي 3,43 والانحراف المعياري 1,08 بدرجة " موافق " ومستوى أهمية " مرتفع، مما يعني أنه لديهم دوافع بمستوى مرتفع تجعلهن يستخدمن الفيسبوك في المجال السياسي.

12- عمر النساء الجزائريات الجامعيات ومستواه الجامعي لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بدوافع استخدامهن للفيسبوك في المجال السياسي.

### 3.2.3.5. نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الثالث (التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية )

1- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن الفيسبوك يولد لديهن حزنا وتعاطفا تجاه ضحايا الأحداث السياسية، بمتوسط حسابي 04 وانحراف معياري 1,08.

2- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن الفيسبوك يحدث لهن انفعالا نفسيا لما يتابعن الأحداث السياسية المتأزمة من خلاله، بمتوسط حسابي 3,78 وانحراف معياري 1,15.

3- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن الفيسبوك يولد لديهن الشعور بالخوف من خطورة الأزمات السياسية الجارية عبر العالم، بمتوسط حسابي 3,65 وانحراف معياري 1,14.

4- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه ينتابهن الغضب من الانتقادات الموجهة عبر صفحات الفيسبوك تجاه المشاركة السياسية للمرأة، بمتوسط حسابي 3,59 وانحراف معياري 1,02.

5- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه بواسطة الفيسبوك أصبحن يشعرن بالإحساس بالحرية والتحرر عند التعبير عن آرائهن السياسية، بمتوسط حسابي 3,58 وانحراف معياري 1,09.

- 6- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة كونهن يشعرن بالإحباط لتهرب العنصر النسوي من مناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك، بمتوسط حسابي 3,22، وانحراف معياري 1,08.
- 7- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة كونهن يشعرن بالفخر لما يشاركن المواضيع السياسية عبر الفيسبوك، بمتوسط حسابي 3,04 وانحراف معياري 1,01.
- 8- عموما فعينة الدراسة من النساء الجزائريات الجامعيات كان توجههن نحو الموافقة على عبارات المحور الثالث؛ التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية، حيث المتوسط الحسابي لكل المحور 3.55 والانحراف المعياري 1,08 بدرجة "موافق" ومستوى الأهمية "مرتفع". فالفيسبوك له تأثيرات وجدانية سياسية على المرأة الجزائرية الجامعية بمستوى مرتفع.
- 9- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على عبارات المحور الثالث (التأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)، حيث المتوسط الحسابي 3,55 والانحراف المعياري 1,08 بدرجة " موافق " ومستوى أهمية " مرتفع، مما يعني أنا الفيسبوك له دور بمستوى مرتفع في إحداث تأثيرات وجدانية سياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.
- 10- عمر النساء الجزائريات الجامعيات ومستوهن الجامعي لم يؤثر في توجه إجاباتهن المتعلقة بالتأثيرات الوجدانية السياسية للفيسبوك.

#### 4.2.3.5. نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الرابع ( التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)

- 1- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن الفيسبوك ساهم في تكوين رأي سياسي صائب تجاه مختلف القضايا والأحداث السياسية، بمتوسط حسابي 3,62 وانحراف معياري 1,14.
- 2- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن الفيسبوك زاد من رصيدهن المعرفي بالقضايا السياسية بمتوسط حسابي 3,57 ، وانحراف معياري 1,06.
- 3- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن موقع فيسبوك زاد من معرفتهن بحقوقهن وواجباتهن السياسية، بمتوسط حسابي 3,50 وانحراف معياري 1,19.
- 4- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أنه ازدادت معرفتهن بالشخصيات السياسية من خلال استخدامهن لموقع فيسبوك، بمتوسط حسابي 3,47 وانحراف معياري 1,01.

5- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على أن موقع فيسبوك فتح مجالا واسعا لهن لمعرفة طبيعة العلاقات والأوضاع بين الدول العربية والأجنبية، بمتوسط حسابي 3,46 وانحراف معياري 1,12.

6- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أن موقع فيسبوك زاد من معرفتهن بالمبادئ والقوانين المهمة في الشأن السياسي على المستوى الوطني والدولي، بمتوسط حسابي 3,40 وانحراف معياري.

7- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أن موقع فيسبوك زاد من قدرتهن على تحليل الأحداث السياسية، بمتوسط حسابي 3,36، وانحراف معياري 1,08.

8- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أن موقع فيسبوك زاد من معرفتهن بالنساء المهتمات بالمجال السياسي، بمتوسط حسابي 3,32، وانحراف معياري 1,09.

9- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة مرتفعة على عبارات المحور الرابع (التأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)، حيث المتوسط الحسابي للمحور 3,46 وانحرافه المعياري 1,1 بدرجة " موافق " ومستوى أهمية " مرتفع "، مما يعني أن الفيسبوك له دور بمستوى مرتفع في إحداث تأثيرات معرفية سياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.

10- عمر النساء الجزائريات الجامعيات ومستواه الجامعي لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بالتأثيرات المعرفية السياسية للفيسبوك.

### 5.2.3.5. نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور الخامس ( التأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)

1- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنهن أصبحن ناشطات عبر صفحات الفيسبوك التي تدعو إلى دعم حقوق المرأة، بمتوسط حسابي 2,94 وانحراف معياري 1,16.

2- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنهن يساهمن عبر الفيسبوك في النقاشات وإبداء الرأي تجاه مختلف القضايا السياسية الوطنية والدولية، بمتوسط حسابي 2,93 وانحراف معياري 1,08.

3- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنهن أصبحن ينشرن ويشاركن منشورات لمواضيع سياسية على صفحات الفيسبوك، بمتوسط حسابي 2,75، وانحراف معياري 1,12.



- 4- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنهن يشاركن في تنظيم التظاهرات والحملات السياسية عبر الفيسبوك، بمتوسط حسابي 2,59 وانحراف معياري 0,1.
- 5- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أن الفيسبوك ساعدهن على التواصل مع شخصيات سياسية وصناع القرار، بمتوسط حسابي 2,58، وانحراف معياري 1,10.
- 6- النساء الجزائريات الجامعيات التزمّن الحياد في الإجابة على عبارات المحور الخامس (التأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك على المرأة الجزائرية الجامعية)، بدليل المتوسط الحسابي للمحور ككل 2,75 والانحراف المعياري 1,09 بدرجة " محايد " ومستوى أهمية " متوسط ". مما يعني أن الفيسبوك له دور بمستوى متوسط في إحداث تأثيرات سلوكية سياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.
- 7- عمر النساء الجزائريات الجامعيات ومستواهن الجامعي لم يؤثر في توجه إجاباتهن المتعلقة بالتأثيرات السلوكية السياسية للفيسبوك.

### 6.2.3.5. نتائج الدراسة المتعلقة بالمحور السادس (دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية )

- 1- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة كونهن اقتعن عن طريق المنشورات السياسية عبر الفيسبوك بضرورة التصويت في الانتخابات الرئاسية 2019، بمتوسط حسابي 3,33 وانحراف معياري 1,77.
- 2- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أنهن لو ترشحن للانتخابات يعتمدن على موقع فيسبوك في الترويج لحملتهن الانتخابية، بمتوسط حسابي 3,27 وانحراف معياري 1,36.
- 3- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة على أن الفيسبوك افنعهن بضرورة التصويت أو الترشح في الانتخابات المحلية والبرلمانية 2021، بمتوسط حسابي 3,20 وانحراف معياري 1,15.
- 4- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة كونهن أصبحن يناقشن المواضيع السياسية مع الغير بفضل الفيسبوك، بمتوسط حسابي 3,03 وانحراف معياري 1,12.
- 5- النساء الجزائريات الجامعيات يوافقن بدرجة متوسطة كونهن أصبحن لديهن رغبة المشاركة أو يشاركن في الأنشطة السياسية التي تقوم بها الأحزاب السياسية، بمتوسط حسابي 3,02 وانحراف معياري 1,15.

- 6- النساء الجزائريات الجامعيات المستخدمين للفيسبوك يوافقن بدرجة متوسطة على أنهم اقتنعوا بضرورة المشاركة في التظاهرات الشعبية التي تنظم عبر الفيسبوك ( مثل الخروج في الحراك الشعبي )، بمتوسط حسابي 2,97 وانحراف معياري 1,06.
- 7- النساء الجزائريات الجامعيات المستخدمين للفيسبوك يوافقن بدرجة متوسطة كونهن أصبحت لديهن الرغبة في الترشح للانتخابات مستقبلا بسبب متابعتهم للمنشورات السياسية عبر الفيسبوك، بمتوسط حسابي 2,97 وانحراف معياري 1,28.
- 8- النساء الجزائريات الجامعيات المستخدمين للفيسبوك يوافقن بدرجة متوسطة على أنهم أصبحوا يشاركون في الجمعيات والندوات والمؤتمرات السياسية بفضل الفيسبوك، بمتوسط حسابي 2,76 وانحراف معياري 1,04.
- 9- النساء الجزائريات الجامعيات المستخدمين للفيسبوك محايدات في الإجابة على عبارات المحور السادس ( دور الفيسبوك في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية ) بدليل المتوسط الحسابي للمحور ككل 3,06 والانحراف المعياري 1,16 بدرجة " محايد " ومستوى أهمية " متوسط ". مما يعني أن الفيسبوك له دور بمستوى متوسط في دعم المرأة الجزائرية الجامعية على المشاركة السياسية.
- 10- عمر النساء الجزائريات الجامعيات ومستواهن الجامعي لم يؤثر في توجه إجابتهن المتعلقة بدور الفيسبوك في دعمهن على المشاركة السياسية.

**النتيجة العامة:** للفيسبوك دور في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية بمستوى متوسط.

### 7.2.3.5. نتائج الدراسة المتعلقة بالفرضيات

- 1- تحقق الفرضية الفرعية الأولى: للفيسبوك دور في التأثيرات الوجدانية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.
- 2- تحقق الفرضية الفرعية الثانية: للفيسبوك دور في التأثيرات المعرفية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.
- 3- تحقق الفرضية الفرعية الثالثة: للفيسبوك دور في التأثيرات السلوكية السياسية على المرأة الجزائرية الجامعية.
- 4- تحقق الفرضية الفرعية الرابعة: للفيسبوك دور في دعم المرأة الجزائرية على المشاركة السياسية.

- 5- عدم تحقق الفرضية الفرعية الخامسة: يتعلق تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية باستخدام الفيسبوك بعمرها.
- 6- عدم تحقق الفرضية الفرعية السادسة: يتعلق تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية باستخدام الفيسبوك بمستواها الجامعي.
- 7- من الفرضيتين الفرعيتين الخامسة والسادسة نستنتج أنه لا يتعلق تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية باستخدام الفيسبوك بعمرها أو بمستواها الجامعي.
- 8- وفي الأخير نقول تحققت الفرضية الرئيسية للدراسة ( من تحقق الفرضيتين الأولى والثانية بتحقق الفرضيات الفرعية الأولى والثانية والثالثة والرابعة) وعليه " للفيسبوك دور في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية الجامعية ". وهذا ما يدعم الإجابة على التساؤل الرئيسي.

---

## 6. الخاتمة

---

## 6. الخاتمة

عالجت دراسة " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية "، مساهمة الشبكات الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي للمرأة الجزائرية، وكنموذج عن هذه الأخيرة المرأة الجامعية باعتبارها الفئة ذات المستوى العلمي العالي لمعرفة مدى تأثير موقع فيسبوك عليها والإشباع السياسية التي تحققها من استخدامها له والمواقع الأخرى، خاصة وأنها أصبحت فضاء لممارسة مختلف الأنشطة وعلى مستويات عديدة، وأضحى التفاعل بين المستخدمين من خلالها من المظاهر العملية لها إذ تصدر الفيسبوك المرتبة الأولى في الاستخدام باعتباره الأكثر شعبية في مختلف أنحاء العالم.

في هذه الدراسة وبالاعتماد على نظريتي الإستخدامات والاعتماد تبين أنه لمواقع التواصل الاجتماعي دور متوسط في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية، وتحققت الفرضية " للفيسبوك دور في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية"، حيث تعددت عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل، وتوعدت دوافع استخدامها لها خاصة موقع فيسبوك من أجل تنمية وعيها السياسي ما بين دوافع طقوسية ودوافع نفعية، هذا ما أدى إلى الكشف على أهم التأثيرات التي تحدثها هذه الشبكات والإشباع التي تحققها المرأة من استخدامها لها في السياق السياسي. فتنمية الوعي السياسي للمرأة الجزائرية هو بمثابة تأشير لها لتمكينها وفتح الأبواب لها وتشجيعها على المشاركة السياسية، زيادة على إثبات ديمقراطيتها أمام التسهيلات التي وضعتها الدولة الجزائرية بإشراكها في صنع القرار.

إضافة إلى ما تم توضيحه من خلال مراحل الدراسة توصلنا إلى جملة من النتائج التالية:

- المرأة الجزائرية قديمة العهد في استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي، فهي تقضي فترات طويلة لتصفح الشبكات على انفراد بالمنزل باعتباره المكان المناسب بعد الإنتهاء من الأعمال اليومية، بالاعتماد على الهاتف المحمول كأحسن وسيلة للولوج إلى الصفحات السياسية، حيث تتفاعل بمتابعة المشورات والإعجاب بها، وتتصدر القضية الفلسطينية أهم المواضيع السياسية التي تهتم بها، وهي في العادة غير منضمة لمجموعات سياسية، ولم تنشئ صفحات أو مجموعات سياسية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- هناك جملة من الدوافع تجعل المرأة الجزائرية تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي حسب درجة أهميتها؛ فالدوافع بدرجة مرتفعة تكمن في تميزها بسهولة الإستخدام، السرعة والآنية في الحصول على المعلومات والأحداث السياسية الجديدة بالاعتماد خصائص (الصوت، الصورة، الفيديو)، أيضا

للتعرف على أهم الأحداث والقضايا السياسية على المستوى الوطني والدولي، كذلك تعدد الآراء والإتجاهات في المنشورات السياسية التي تزيد من وعيها ورصيدها المعرفي السياسي. أما الدوافع بدرجة متوسطة؛ تستهدف التعرف على الشخصيات السياسية على المستوى الوطني والدولي، كذلك تسمح لها بالتعبير بكل حرية عن رأيها حول القضايا السياسية، أيضا تولد لديها الجرأة في المشاركة السياسية، كما تمكنها من التواصل وتبادل المعارف مع المهتمين بالمجال السياسي، فهي تعتبرها قوة ضاغطة على القادة وصناع القرار، أما دافع التسلية وكسر الملل فهو أقل أهمية.

- مواقع التواصل الإجتماعي لها تأثيرات وجدانية سياسية على المرأة الجزائرية بدرجات متفاوتة، فانقسمت إلى مرتفعة؛ كونها تولد لديها الحزن والتعاطف تجاه الضحايا، وتحدث لها انفعالا نفسيا لمتابعتها الأحداث السياسية المتأزمة، كما تولد لديها الشعور بالخوف من خطورة الأزمات السياسية الجارية عبر العالم، أيضا ينتابها الغضب من الانتقادات الموجهة عبر الصفحات تجاه المشاركة السياسية للمرأة، وأصبحت بفضل هذه المواقع تشعر بالإحساس بالحرية والتحرر عند التعبير عن آرائها السياسية. أما التأثيرات الوجدانية السياسية بدرجة متوسطة؛ تظهر في شعورها بالإحباط لتهرب العنصر النسوي من مناقشة القضايا السياسية عبر صفحاتها، والإحساس بالفخر لما تشارك المواضيع السياسية مع الآخرين.

- اختلفت درجات التأثيرات المعرفية السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي على المرأة الجزائرية مابين المرتفعة والمتوسطة؛ فالتأثيرات المرتفعة تظهر في كون هذه المواقع ساهمت في تكوين آراء سياسية صائبة تجاه مختلف القضايا والأحداث السياسية، أيضا زادت المرأة من الرصيد المعرفي بالقضايا وبحقوقها وواجباتها السياسية، كما تكونت لديها معرفة بالشخصيات السياسية من خلال استخدامها لهذه المواقع، وفتحت مجالا واسعا لها للتعرف على طبيعة العلاقات والأوضاع بين الدول العربية والأجنبية. أما التأثيرات المعرفية السياسية بدرجة متوسطة لمواقع التواصل الإجتماعي على المرأة الجزائرية؛ تظهر من خلال معرفتها بالمبادئ والقوانين المهمة في الشأن السياسي على المستوى الوطني، وتطور قدرتها على تحليل الأحداث السياسية، ومعرفتها للنساء المهتمات بالمجال السياسي.

- مواقع التواصل الإجتماعي لها تأثيرات سلوكية سياسية بدرجة متوسطة تكاد تكون ضعيفة على المرأة الجزائرية؛ حيث يقل نشاطها عبر الصفحات التي تدعو إلى دعم حقوق المرأة، ومساهمتها من خلالها في النقاشات وإبداء الرأي تجاه مختلف القضايا السياسية الوطنية والدولية، كما تضعف مشاركتها في المنشورات السياسية، وفي تنظيم التظاهرات والحملات السياسية عبر المواقع، ولم تمكنها من التواصل مع شخصيات سياسية وصناع القرار.

- مواقع التواصل الإجتماعي تدعم المرأة الجزائرية على المشاركة السياسية بدرجة متوسطة؛ في إقناعها بضرورة المشاركة الانتخابية بالتصويت والترشح، والإعتماد عليها في الترويج لحماتها الانتخابية لإيصال برامجها للناخبين ودعوتهم لكسب تأييدهم لها، ومناقشة المواضيع السياسية مع الغير، غير أنه يقل دعمها لها في المشاركة في الأنشطة التي تقوم بها الأحزاب السياسية، والتظاهرات الشعبية التي تنظم من خلال الصفحات المختلفة (مثل الخروج في الحراك الشعبي)، أوالمشاركة في الجمعيات والندوات والمؤتمرات السياسية.

- لا توجد علاقة بين العمر أو المستوى التعليمي للمرأة الجزائرية ودوافع استخدامها لمواقع التواصل الإجتماعي في المجال السياسي.

- لا تتعلق التأثيرات (الوجدانية، المعرفية، السلوكية) السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي بعمر أو المستوى التعليمي للمرأة الجزائرية.

- لا يتعلق دعم مواقع التواصل الإجتماعي للمرأة الجزائرية على المشاركة السياسية بعمرها أو مستواها التعليمي.

- نستنتج أن العمر أو المستوى التعليمي للمرأة الجزائرية ليس له تأثير على استخدامها لمواقع التواصل الإجتماعي لتنمية وعيها السياسي.

وفي الأخير يمكن أن نقول أنه مهما كان دور مواقع التواصل الإجتماعي متوسطا في تنمية الوعي السياسي للمرأة الجزائرية غير أنها حققت لها إشباعات عديدة تبقى حافزا لتشجيعها بكل مستوياتها على المشاركة والعمل السياسي بمختلف أساليبه كمترشحة، أوناخبة، أو منقلدة لمنصب عالي لاتخاذ القرارات، أو ناشطة ضمن هيئات المجتمع المدني وفي تشكيلات أحزاب سياسية، ومساهماتها في كل مايخدم الصالح العام. فهذه المواقع أصبحت ظاهرة عالمية وبرزت بقوة في الميدان السياسي، وأصبحت وسيلة ضغط فعالة على الحكومات لترشيد سياساتها ومناهجها، ومراقبة كل أشكال الفساد من خلال زيادة الوعي السياسي وحشد الرأي العام.

تعتبر هذه الدراسة جانبا صغيرا من موضوع استخدامات وتأثيرات وسائل الإعلام الإجتماعي على الجانب السياسي، وبالتالي توصي الباحثة ب:

- على الجامعة رسم خططا استراتيجية إعلامية سياسية متينة ضمن برامج التدريس تهدف إلى إبراز الأوضاع والقضايا التي يدور حولها الرأي العام لتعويد الطلبة على تنمية مهاراتهم حول هذه المواضيع وبناء اتجاهاتهم نحوها.

- على كل هيئات الدولة ومؤسساتها ومنظمات المجتمع المدني والأحزاب السياسية وكل الفاعلين السياسيين توعية وتعريف المرأة خاصة فئة الشباب بأهمية مشاركتها في قرارات البلاد، وإبراز دورها في العمل السياسي، وتحويل أفكارها من العالم الافتراضي في وسائط التواصل إلى العالم الواقعي أين ستساهم بأكثر فاعلية في خدمة الوطن.

- على الدولة الجزائرية تدارك نظام الإشراف السياسي للمرأة، فمهما عملت شبكات التواصل الاجتماعي ولو بنسبة متوسطة وعوامل أخرى على تنمية وعيها السياسي، غير أنها تجد نفسها أمام عوائق تحول دون تحقيق مشاركتها الفعلية في الواقع الميداني، والمثال على ذلك تراجع نسبة تواجدتها في المجالس المنتخبة خاصة مع التغيير الذي جاء به القانون العضوي للانتخابات 2021. حتى وإن كانت نية المشرع زيادة حظوظها للفوز بالمقاعد غير أنها لازالت لم ترقى إلى المستوى المطلوب في إقناع الناخبين، وهذا بسبب سيادة الفكر الرجولي في المجتمع الجزائري، والنظرة العامية في مكان المرأة بالعمل أو البيت فقط، ولهذا من المستحسن العودة إلى العمل بنظام الكوتا النسائية في الترشح والتمثيل ضمن المجالس المنتخبة.

- تناول هذا البحث جانبا من مجالات الحياة ( استخدام المرأة مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي ) أين تم جمع معطيات خاصة بمفردات العينة حسب الظروف المتاحة، ربما هذه الدراسة تكون بداية اهتمام لدراسات أخرى من منظور آخر حول استخدامات المرأة للإعلام الجديد للكشف عن اتجاهات أخرى للإستفادة منها في المجتمع الجزائري.



---

---

## 7. قائمة المصادر والمراجع

---

---

## 7. قائمة المصادر والمراجع

## 1- المصادر

## القران الكريم:

- سورة الحاقة، الايه 12.

- سورة المعارج، الآية 18.

## 2- الوثائق الرسمية:

## أولاً: الدساتير

1. دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 28 نوفمبر 1996، الجريدة الرسمية رقم 76، الصادرة بتاريخ 8 ديسمبر 1996.

2. دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 8 سبتمبر 1963، الجريدة الرسمية عدد 64، الصادرة بتاريخ 10 سبتمبر 1963.

3. دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية رقم 76، المؤرخة في 8 ديسمبر 1996، المعدل ب: القانون رقم 02-03 المؤرخ في 10 ابريل 2002، الجريدة الرسمية رقم 25، المؤرخة في 14 ابريل 2002، القانون رقم 08-19، المؤرخ في 15 نوفمبر 2008، الجريدة الرسمية رقم 63، المؤرخة في 16 نوفمبر 2008، القانون رقم 16-01 في 06 مارس 2016، الجريدة الرسمية رقم 14، المؤرخة في 7 مارس 2016.

4. دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المؤرخ في 23 فبراير 1989، المنشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 89/18 المؤرخ في 22 فبراير سنة 1989، الجريدة الرسمية عدد 9، الصادر في 01 مارس 1989.

5. دستور الجمهورية الجزائرية، المؤرخ في 22 نوفمبر 1976، الجريدة الرسمية عدد 94، الصادرة في 24 نوفمبر 1976.

## ثانياً: القوانين

6. القانون العضوي رقم 12-03، المؤرخ في 12 يناير 2012، الذي يحدد كيفية توسيع حظوظ تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة، الجريدة الرسمية رقم 01، المؤرخة في 14 يناير 2012.

7. القانون العضوي رقم 12-04، المؤرخ في 18 صفر 1433 هـ والموافق لـ 12 يناير 2012، المتعلق بالأحزاب السياسية، الجريدة الرسمية عدد 2، المؤرخة في 15 يناير 2012
8. القانون العضوي رقم 16-10، مؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1437 الموافق لـ 25 أغسطس سنة 2016، يتعلق بنظام الإنتخابات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 50، الصادرة في 28 أغسطس 2016.
9. قانون رقم 90 / 31 مؤرخ في 17 جمادى الاولى عام 1411، الموافق لـ 04 ديسمبر سنة 1990، يتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 53، بتاريخ 5 ديسمبر 1990.

#### ثالثا: الأوامر

10. أمر رقم 21-01، مؤرخ في 26 رجب عام 1442 الموافق لـ 10 مارس 2021، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الإنتخابات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية عدد 17، المؤرخة في 26 رجب عام 1442 الموافق لـ 10 مارس سنة 2021.
11. الأمر رقم 97-07 المؤرخ في مارس 1997، المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الإنتخابات، الجريدة الرسمية عدد 12، الصادرة في 6 مارس 1997.

#### رابعا: المراسيم

12. المرسوم الرئاسي رقم 04-126 المؤرخ في 19 أبريل 2004، يتضمن التصديق على الإتفاقية بشأن الحقوق السياسية للمرأة، الجريدة الرسمية، العدد 26، المؤرخ في 25-04-2004.
13. المرسوم الرئاسي رقم 06-62 المؤرخ في 11 فيفري 2006، يتضمن التصديق على الميثاق العربي المعتمد في تونس 2004، الجريدة الرسمية العدد 8، الصادرة بتاريخ 15 فيفري 2006.
14. المرسوم الرئاسي رقم 08-426، المؤرخ في 28 ديسمبر سنة 2008، المتضمن رفع تحفظ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية حول المادة تسعة (09) فقرة إثنان (02) من اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة لسنة 1979.
15. المرسوم الرئاسي رقم 87-37، المؤرخ في 03 فيفري 1987، يتضمن المصادقة على الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب الموافق عليه في نيروبي سنة 1981، الجريدة الرسمية رقم 06، الصادرة بتاريخ 04 فيفري 1987.

16. المرسوم الرئاسي رقم 67/89، المؤرخ في 16 ماي 1989، يتضمن الإنضمام إلى العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، الجريدة الرسمية رقم 20، الصادره بتاريخ 17 ماي 1989.
17. مرسوم رقم 82 - 17، مؤرخ في 16 ربيع الأول عام 1402، الموافق ل 12 يناير سنة 1982، يتضمن تشكيلة الحكومة، الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 82 ، 12 يناير 1982.
18. مرسوم رقم 84 - 12، مؤرخ في 19 ربيع الثاني 1404، الموافق ل 12 يناير، سنة 1984، يتضمن تنظيم وتشكيل الحكومة.
19. المرسوم الرئاسي رقم 20-251 مؤرخ في 27 محرم عام 1442 الموافق 15 سبتمبر سنة 2020 ، يتضمن استدعاء الهيئة الانتخابية للإستفتاء المتعلق بمشروع تعديل الدستور، الجريدة الرسمية، العدد 54، الأربعاء 28 محرم عام 1442 الموافق 16 سبتمبر سنة 2020.

#### خامسا: الآراء والإعلانات

20. رأي رقم 08/1 مؤرخ في 07 نوفمبر 2008، المتضمن التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية عدد 63، الصادرة بتاريخ 16 نوفمبر 2008.
21. إعلان رقم 01/أ.م.د/21 مؤرخ في 23 يونيو 2021، يتضمن النتائج النهائية لانتخاب أعضاء المجلس الشعبي الوطني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 51، المؤرخة في 29 يونيو 2021، الموافق ل 18 ذو القعدة 1442.

#### سادسا: قوانين داخلية

22. القانون الأساسي لحزب جبهة التحرير الوطني، المادة 02 منشور على الموقع Fln.dz تاريخ زيارة الموقع 20 جانفي 2024 ، الساعة 20:37.

### 3- المراجع

#### أولا: قائمة الكتب

23. إبراهيم مذكور ، معجم علم الاجتماع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1975.
24. أبكر مضوي عثمان عبد الله آدم، انعكاسات الإعلام الرقمي على الإتجاهات السياسية للشباب الجامعي، ط1، المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا، 2022.
25. ابن منظور، لسان العرب، المجلد 15، دار الصادر للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 2000.

26. أحمد فؤاد علي أحمد، وسائل الإعلام والمشاركة السياسية، ط 1، دار امجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
27. أركان وميشال، تاريخ نظريات الإتصال، ط3، ترجمة نصر الدين العياضي الصادق رايح، المنظمة العربية للترجمة، بيروت لبنان، 2005.
28. اسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
29. اسماعيل علي سيد، مواقع التواصل الإجتماعي بين التصرفات المرفوضة... والأخلاقيات المفروضة، ط، دار التعليم الجامعي، مصر، 2020.
30. آل سعود سعد بن سعود، الإتصال والإعلام السياسي، ط1، دار الكتاب الحديث، الرياض، 2010.
31. آل عواض عادل سعيد، إيقاظ الوعي، ط1، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض، السعودية، 2011.
32. إل كوتش مارتين، ترجمة حسام الشرقاوي، أطفال العصر الرقمي، دار جامعة حمد بن خليفة، قطر، 2020.
33. أمين رضا عبد الواجد، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني، ط، منتدى صور الأزيكية، مصر، 2007.
34. أنجريس موريس، ترجمه بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، ط2، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004.
35. أنيسة بركات درار، نضال المرأة الجزائرية خلال الثورة التحريرية، الجزائر، 1985.
36. أبو الحسن منال، أساسيات علم الإجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2007.
37. بالنافز مارك وآخرون، ترجمة عاطف خطيبة، منال أبو الحسن، نظريات ومناهج الإعلام، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2017.
38. بالي بلحسن، المرأة الجزائرية خلال حرب التحرير 1954 - 1962، ترجمة: صاري علي حكمت، ط، حقوق النشر محفوظة لمنشورات ثالة، الجزائر، 2014..

39. البدراني فاضل محمد، الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، ط1، منتدى المعارف، بيروت، لبنان، 2017، ص 14.
40. بسيوني محمود الشريف وآخرون، حقوق الإنسان " الوثائق العالمية والإقليمية "، ج 1، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، 1998.
41. البشير محمد بن سعود، نظريات التأثير الإعلامي، ط1، العبيكان، الرياض، السعودية، 2014.
42. البطران منال فهمي، واقع الشباب في القرن 21، ط1، السعيد للنشر والتوزيع، مصر، 2018.
43. بكار عبد الكريم، تجديد الوعي، ط1، دار القلم، دمشق، 2000.
44. بكاي ميلود وآخرون، دليل إعداد الرسائل والمذكرات لطلبة lmd، جامعة زيان عاشور، الجلفة، ط1، 2014.
45. أبكر مضوي، عبدالله آدم عثمان، انعكاسات الإعلام الرقمي على الاتجاهات السياسية الشباب الجامعي، ط 1، المركز الديمقراطي العرب، برلين، ألمانيا، 2022.
46. بلحاج صالح، المؤسسات السياسية والقانون الدستوري في الجزائر " من الإستقلال الى اليوم"، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015.
47. بن ابراهيم عبدالرحمان، الشاعر، مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني، د ط، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
48. بن جعدل سعد الحاج، العينة والمعاينة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون عمان، 2020.
49. بن مرسلي أحمد، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال ، طو، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
50. بوحنية قوي وآخرون، المشاركة السياسية للمرأة في الدول المغاربية، - دراسة حالة الجزائر، تونس، المغرب -، الديمقراطية التشاركية في ظل الإصلاحات السياسية والإدارية في الدول المغاربية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
51. بوحوش عمار، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطوق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
52. بوحوش عمار، الذنبيات محمد، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1999.

53. بوحوش عمار، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط1، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
54. بوغافية محمد الصالح، عائشة إبيدير، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي في الجزائر، مجلة دفاتر السياسة والقانون، المجلد 13، العدد 01، الجزائر، 2021.
55. البياتي ياسر خضير، الإتصال الرقمي أم صاعدة وأم مدهشة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2015.
56. البيطار فراشة، الموسوعة السياسية والعسكرية، ج2، دار النيل للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
57. تيسير مارك، ترجمة حسن أحجيج، البحث الاجتماعي في العالم العربي وخارجه، دار نشر جامعة قطر، الدوحة، 2023.
58. الحبيب الحمدوني، شقير حفيظة، حقوق الإنسان للنساء بين الاعتراف الدولي وتحفظات الدول العربية، ط1، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، القاهرة، مصر، 2008.
59. حجة تيسير فتوح، حقوق المرأة في الشريعة الإسلامية والمواثيق الدولية - دراسة مقارنة-، ط1، مركز اعلام حقوق الإنسان والديمقراطية، شمس، رام الله، فلسطين 2009.
60. حسن عبد الحميد أحمد رشوان، علم الاجتماع ومناهج البحث العلمي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997.
61. حسنين سعر إبراهيم، طريقة إجراء الجزء الإحصائي في الأبحاث العلمية باستخدام برنامج spss، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2015.
62. الحسنون علاء، تنمية الوعي، منهج في ارتفاع المستوى الفكري وتشبيد العقلية الواعية، ط1، دار الغدير، إيران، 2003.
63. حسين سمير محمد، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، دار الشعب، القاهرة، 1976.
64. حسين سمير محمد، تحليل المضمون، تعريفاته، مفاهيمه، محدداته واستخداماته الأساسية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1996.
65. حمادة عمار، الوعي والتحليل السياسي، ط1، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2005.

66. حمادة بسيوني إبراهيم، دراسات في الإعلام والتكنولوجيا الإتصال والرأي العام، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، مصر.
67. حميد بشير ناظر، دراسات في علم الاجتماع، ط 1، دار نيبور للطباعة والنشر والتوزيع، العراق، 2014.
68. دانييل جوني، أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، ترجمة طارق عطية عبد الرحمن، دط، مركز البحوث، المملكة العربية السعودية، 2015.
69. ديفلير ميلفين وروكيثش سندرا بول، ترجمه كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، ط 1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1999.
70. الدليمي عبد الرزاق، نظريات الإتصال في القرن الحادي والعشرين، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
71. الدليمي عثمان محمد، مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، ط 1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
72. الدليمي حميد جاعد، أساسيات البحث المنهجي، ج ، شركة الحضارة للطباعة والنشر، بغداد، 2004.
73. الراوي جابر إبراهيم، حقوق الإنسان وحرياته الأساسية في القانون الدولي والشريعة الإسلامية، ط 1، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999.
74. رشاد أحمد الرويني علي، مشاركة الأفراد في وسائل الإعلام، ط 1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دار الجديد للنشر والتوزيع، الجزائر، دون سنة الطبع.
75. الزبيدي منذر صالح جاسم، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2013.
76. الزمخشري جاد الله ابي القاسم، البلاغة، دار الكتاب، القاهرة، 1983.
77. سارانتاكوس سوتيريوس، ترجمة شهدة فارح، البحث الاجتماعي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر، ط 1، 2017.
78. سرحان محمود علي، مناهج البحث العلمي، ط 3، دار الكتب، صنعاء اليمن، 2019.
79. السعداوي نوال، قضايا المرأة والفكر السياسي، د ط، مؤسسة هنداوي، سي آي سي، مصر، 2017.



80. السيد محمد عبد البديع، تكنولوجيا الإعلام في العصر الرقمي، د ط، دار الكتب المصرية، مصر، 2022.
81. شفيق حسنين، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، د ط، دار فكر وفن، 2013.
82. شفيق محمد، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث العلمية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1995.
83. صالح محمد وليد، العلاقات العامة والتمكين السياسي للمرأة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
84. الضامن منذر، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
85. الطرابيشي ميرفت، وعبد العزيز السيد، نظريات الإتصال، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 142، 200.
86. الطيب عبد النبي عبد الله، فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، 2014.
87. الطيب مولود زايد، التنشئة السياسية ودورها في تنمية المجتمع، ط 1، المؤسسة العربية الدولية للتوزيع، عمان، 2001.
88. عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
89. عبد الحميد صلاح محمد، ممدوح منير الشامي، الإعلام السياسي، ط 1، القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2012.
91. عبد الحميد صلاح، يمنى عاطف، الإعلام والفضاء الإلكتروني، ط1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2015.
90. عبد الخالق محمد علي، خطوات نحو بحث النهج الإعلامي، دار المحجة البيضاء، بيروت، لبنان، 2015.
91. عبد الرحيم أسامة، فنون الكتابة الصحفية والعمليات الإدراكية عند القراء، ط1، أترك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.

92. عبد الغفار عادل، الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة، رؤية تحليلية واستشرافية، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2009.
93. عبد الفتاح علي، الإعلام الاجتماعي، دط، دار اليازوري، د سنة الطبع، الأردن.
94. عبدالله عمر زين الكاف، تطبيق العمليات الإحصائية في البحوث العلمية مع استخدام برنامج spss، ط1، مكتبة القانون والإقتصاد، الرياض، 2014.
95. العبد عاطف عدلي، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2011.
96. العبد مي، نظريات الإتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006.
97. عبدة خالد جمال، الإعلام البديل على الأنترنت، فلسفة جديدة في الإعلام الإتصال، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، مصر، 2016.
98. عجب نسرين، الثورة الافتراضية، دور وسائل التواصل الاجتماعي في الثورات، ط1، العربي النشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
99. العزاوي وصال نجيب، المرأة العربية والتغيير السياسي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2012.
100. علاء الدين نرمين، إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020.
101. علاوي جبار، الإتصال السياسي، الطبعة العربية، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 82.
102. عليان رحي مصطفى، عثمان غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
103. غانم عبد الكريم، الوعي السياسي في المجتمع الأردني، ط 1، المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسية، قطر، 2016.
104. غرايبيبة فوزي وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

105. غربي علي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مطبعة سيرتا، قسنطينة، الجزائر، 2006.
106. الغفيلي فهد بن عبد العزيز، الإعلام الرقمي، أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله، ط1، دار المجدد للنشر والتوزيع، الرياض، 2001.
107. فاضل مشتاق طلب، مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في التوجهات السياسية، ط1، شركة دار الأكاديمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.
108. فايز حسام، الإرهاب الإلكتروني والثورة الرقمية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019.
109. فرحاتي العربي بلقاسم، البحث الجامعي بين التقرير والتصميم والتقنيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
110. فريحة محمد كريم، تطبيقات الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2012.
111. فهمي محمد شامل بهاء الدين، الإحصاء بلا معاناة، المفاهيم والتطبيقات باستخدام برنامج Spss، ج1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2005.
112. قادري عبد العزيز، حقوق الانسان في القانون الدولي والعلاقات الدولية " المحتويات والاليات"، دار هومة، الجزائر، 2005.
113. قاسم عبد الله، كريشان محمود باشا، أثر الثورة المعلوماتية الإعلامية في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الأردني في ظل الربيع العربي 2010 - 2012، ط1، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
114. قطوش سامية، عولمة الإتصال، دار الخلدونية، دط، الجزائر، 2017.
115. قنديلجي عامر، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، د...، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن 2008.
116. كافي مصطفى يوسف، الرأي العام ونظريات الإتصال، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

117. كولز ليندا، ترجمة أحمد المغربي، التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2016.
118. ليفرو ليا، ترجمة هبة ربيع، وسائل الإعلام الجديدة البديلة والناشطة، ط1، المركز القومي للترجمة، مصر، 2016.
119. ليفنسون بول، ترجمة هبة ربيع، أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015.
120. ماريك فيليب، ترجمة عبد الحكم الخزامي، الحملة الإعلامية والتسويق السياسي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2012.
121. مبارك وائل فضل الله خضر، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط 1، مدونة شمس النهضة، السودان، 2010.
122. المباركيوري عبد الرحمن، تحفة الأحوزي، باب فضل علم الحديث وأهله، ج 10، دار الكتب العلمية، بيروت.
123. مجدي كامل، سعيد خالد، أيقونة الثورة المصرية، ط1، دار الكتاب العربي، القاهرة، 2012.
124. محسن سامي وآخرون، علم النفس الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2010.
125. محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار المكتب، صنعاء، اليمن، 2019.
126. محمد علي عبد الخالق، خطوات نحو بحث النهج الإعلامي، دار المحجة البيضاء، بيروت، 2015.
127. مختار وفيق صفوت، وسائل الإتصال والإعلام وتشكيل وعي الأطفال والشباب، ط1، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2010.
128. المزاهرة منال هلال، نظريات الإتصال، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
129. المزاهرة منال، المناهج العلمي، الطام، دار المسيرة البحث للسنت للنشر والتوزيع المنان 2014.
130. المزاهرة منال هلال، بحوث الإعلام - الأسس والمبادئ، عمان، دار كنوز المعرفة، 2011.
131. المسعد طلال ابراهيم، الإدمان الإلكتروني، ط 1، المركز العربي لتأليف وترجمة العلوم الصحية، الكويت، 2020، ص26.

132. المسعد طلال ابراهيم، الإدمان الإلكتروني، المركز العربي لتأليف وترجمة العلوم الصحية، الكويت، 2020.
133. مسلم عبدالله حسن، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، ط1، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
134. المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.
135. المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية، 2020.
136. المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية القاهرة، 1966.
137. المقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الإجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
138. المقدادي كاظم، الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2013.
139. مكاوي حسن عماد، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، ط1، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، مصر، 2007.
140. مكاوي حسن عماد، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998.
141. نبيح أمينة، الإتصال الرقمي والإعلام الجديد، موقع facebook نموذجاً، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2019.
142. نوفل محمد بكر، أبو عواد فريال محمد، التفكير والبحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2010.
143. يحيياوي نورة بن علي، حماية حقوق الانسان في القانون الدولي والقانون الداخلي، ط3، دار هومة، الجزائر، 2008.
144. يوسف محمد خيرت، الإعلام والصحافة السياسية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015.

145. وليد خالد الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي spss، إدارة البرامج والشؤون الخارجية، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، 1997.
146. معلاوي حورية، بوهالي حفيظة، الحملات الإعلامية عبر منصات التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا ( كوفيد 19 ) - قراءة وصفية لحملات إعلامية عبر موقع فيسبوك - مؤلف جماعي، الإتصال الرقمي مابعد جائحة كورونا بين تقييد الحريات ومتطلبات المرحلة، د ط، المركز الدولي للأبحاث والدراسات الاجتماعية والإنسانية، بريطانيا، 2022.
147. عبد المالك شاكر، استخدام أدوات الإعلام الرقمي في التحصيل العلمي الذاتيلدى طلبة الجامعات اليمنية (الواقع، الإنعكاسات، المعوقات ) دراسة تطبيقية، مؤلف جماعي، الإعلام الرقمي: الأسس النظرية والممارسات المهنية وحدود التلقي، ط1، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، 2022.
- ثانيا: أطروحات دكتوراه
148. أحمد شريف بسام، دور وسائط الإتصال الجديدة في التغيير السياسي في الدول العربية - دراسة وصفية تحليلية لاتجاهات عينه من الطلبة الجامعيين الجزائريين حول دور مواقع الشبكات الاجتماعية في عملية التغيير، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، تخصص مجتمع المعلومات، قسم علوم الإعلام وعلوم الإتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2018.
149. فريجات اسماعيل ، آليات تطور الجماعات الإقليمية في الجزائر، اطروحة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2020.
150. باي أمال ، دور الإعلام السياسي المكتوب في تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور الجزائري، دراسة تحليلية وميدانية على عينة من اعداد صحيفة السياحي، أطروحة الدكتوراه مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث ل م د، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة 01، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
151. مزيان أمينة ، الأساليب الإقناعية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تحليلية للمضامين الصحية لصفحة " ويب طب" عبر شبكة الفايسبوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والإتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والعلوم ال، اجتماعية، قسم علوم الإعلام والإتصال وعلم المكتبات جامعة باتنة، الجزائر، 2021.

152. حداد ناريمان، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أطروحة دكتوراه، الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، الجزائر، 2019.
153. حمداد صليحة، المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية في المجتمع المحلي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، تخصص علم الاجتماع السياسي، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة وهران 2، الجزائر، 2016.
154. دكار فريدة، الوضعية الاجتماعية للمرأة في الجزائر وانعكاساتها على المشاركة السياسية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، الجزائر، 2009، 2010.
155. لموشي زينب، استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية، دراسة ميدانية لعينة من البرلمانيات الجزائريات، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2017.
156. شداني سالم، دور وسائل الإعلام في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة المتعلمة، دراسة استطلاعية لعينة من النساء المتعلقات، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال سياسي، جامعة الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، الجزائر، 2020.
157. مراح سعيد، أثر متابعة البرامج السياسية وتشكيلها للوعي السياسي القنوات الجزائرية الخاصة، دراسة وصفية تحليلية عينة من الطلبة الجامعيين، جمهور قناة النهار tv، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة باتنة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، 2016/2017.
158. مامن طارق، دور الجامعة في التنمية الإقليمية - دراسة ميدانية بجامعة عباس لغرور، خنشلة - دكتوراه علوم، جامعة باجي مختار، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، عنابة، الجزائر، 2018.
159. بودرهم فاطمة، المشاركة السياسية للمرأة في التجربة الديمقراطية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2006.
160. بوزيد فائزة، استخدامات السياسيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي وأولويات القضايا، دراسة في محتوى عينة من الأحزاب السياسية الجزائرية على الفيسبوك ومستخدميه، أطروحة

دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2020.

161. مناصرة سميحة، أليات تفعيل المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية في ظل المتغيرات الراهنة، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2020.

162. مبارك زودة، بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية - موقعي الفسبوك و تويتر أنموذجا - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، الجزائر، 2021.

### ثالثا: رسائل ماجستير

163. بادى سامية، المرأة والمشاركة السياسية، التصويت والعمل الحزبي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعي، قسنطينة، الجزائر، 2005.

164. بولافة حدة، واقع المجتمع المدني الجزائري إبان الفطرة الإستعمارية وبعد الإستقلال، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، تخصص السياسات العامة والحكومات المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011.

165. تفرقنيت عبد الكريم، المدونات الإلكترونية الجزائرية، دراسة وصفية لعينة من المدونات السياسية المكتوبة بالعربية خلال الإنتخابات الرئاسية سنة 2009، رسالة ماجستير، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2011.

166. حساني خالد، حماية الحقوق السياسية للمرأة في التشريع الجزائري، مجلة المجلس الدستوري، العدد الثاني، الجزائر 2013.

167. الدريملي سامر محمد، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة في فلسطين، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، 2013.

168. رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، الدراسة الميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأمبار وتكريت للفترة 01-03-2013 ولغاية 01-06-2013، رسالة ماجستير في علوم الاتصال، جامعة البترا، الاردن، 2013.



169. العكايشي رانيا حسين عليوي، دور البرامج السياسية الساخرة في تكوين الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات العراقية من وجهة نظرهم "برنامج البشير شو أنموذجاً"، رسالة ماجستير في الإعلام ، جامعة البترا، الأردن، الشرق الأوسط، العراق، 2021.

170. ممدوح عبد الله مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظرة الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2012.

#### رابعاً: المجلات

171. بلفضل فوزية، بن زروق جمال، واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الإجتماعي في الحملات الانتخابية، دراسة مسحية على عينة من مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية، 2021، المستخدمة للفيديو، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خنشلة، المجلد 11، العدد 01، 2024.

172. بن تركية نصيرة، الحماية الدولية لحق المرأة في المشاركة السياسية، مجلة القانون الدستوري والمؤسسات الدستورية، المجلد الأول، العدد الثاني، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017.

173. بوجلال عبد الله، الإعلام وقضايا الوعي الإجتماعي في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، عدد 145، 1991.

174. بوخميس لقوي، مالك شعباني، وسائل الإعلام والوعي السياسي في المجتمع الجزائري، دراسة ميدانية على عينة عن أفراد المجتمع بولاية سكيكدة، مجلة البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، سبتمبر 2018.

175. بومخيلة خالد، واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي - دراسة حاله الجزائر - المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، الجزائر، المجلد 04، العدد 04، أكتوبر 2021، ص 371.

176. تومي فضيلة، يسعد زهية، التواجد الرقمي للمرأة الجزائرية عبر الفضاءات الرقمية، دراسة تحليلية لقضايا المرأة عبر صفحات الفيسبوك، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 37، جامع قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر.

177. جريال كهينة، دور منظمة المجتمع المدني في تفعيل التمكين السياسي للمرأة الجزائرية خلال الألفية الثالثة، مجلة الناقد للدراسات السياسية، العدد الأول، أكتوبر 2017، جامعته تيزي وزو، الجزائر.
178. خلة سارة، بوسنان رقية، صورة المرأة الجزائرية عبر وسيلة التواصل الاجتماعي فيسبوك، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الصور الكاريكاتيرية لصفحات الفيسبوك، مجلة المعيار، مجلة 26، جامعته قسنطينة، الجزائر، عدد 07 (رت 69)، 2022.
179. رمعون مليكة، الجمعيات النسوية من أجل حقوق المرأة، مجلة انسانيات، العدد 08، ماي - أوت 1999، ترجمة قادة قدور بن عابد، منشور على الموقع: [journals.openedition.org/insaniat/8378](http://journals.openedition.org/insaniat/8378).
180. ريغي خديجة، فلاق شيرة صالح، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 08، العدد 01، 2022.
181. صحراوي جهاد، وليد شايب الدراع، أساليب الإقناع في صفحات المترشحين للإنتخابات الرئاسية 2019-12-12 على مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، الجزائر، المجلد 03، العدد 02، ديسمبر 2020.
182. طبي منير، صورة المرأة في الإعلام العربي الثالث والمتغير، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 05، العدد 02، 2019.
183. عباس عمار، نصر الدين بن تيفور، توسيع حظوظ المرأة الجزائرية في المجالس المنتخبة أو تحقيق المساواة عن طريق التمييز الإيجابي، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، العدد 10، جوان 2013.
184. عروس الزبير، الخلفية التاريخية ونضال جمعيات الحركة النسوية من أجل التغيير في الجزائر، مجلة السيداف، العدد 24، مارس 2010.
185. عقبية سعيدة، الوعي السياسي في ظل الإعلام الجديد\_الفيسبوك نموذجا، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 07، العدد 02، أبريل 2022.

186. علال عبد القادر، المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية بين المحفزات والمعوقات، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، المجلد الرابع، العدد الثاني، الأغواط، الجزائر، 2 جوان 2018، ص 257 - 258.
187. العنزي عبد ربه عبد القادر، تأثير وسائل الإعلام الجديد على المجال العام والتسويق السياسي، مجلة جامعة الأزهر - غزة، سلسلة العلوم الانسانية، المجلد 18، العدد 2، ديسمبر 2016.
188. عياشي دليلة، نظام الكوطة والمشاركة السياسية للمرأة في الجزائر، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 05، العدد 02، الجزائر، 2021.
189. غرابلي سامية، تمكين المرأة الجزائرية لذاتها اجتماعيا واقتصاديا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، التحديات والإنجازات، مجلة المعيار، مجلد 25، عدد 62، 2021.
190. قابوش صفية، لدمية عابدي، المرأة الجزائرية والمعلومات الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة في الاعتماد على موقع فيسبوك، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 08، العدد 03، الجزائر، ديسمبر 2021.
191. قرابلي سامية، تمكين المرأة الجزائرية لذاتها اجتماعيا واقتصاديا باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، التحديات والإنجازات، دراسة ميدانية على عينة من حسابات العمل النسوية على موقع فيسبوك بولاية بجيل، مجلة المعيار، جامعة محمد الصديق بن يحيى، بجيل، الجزائر، مجلد 25، عدد 62.
192. كحلوش منى، جمال بن زروق، استخدامات المرأة العاملة لمواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية لعينة من استاذات التعليم الابتدائي، مجلة الدراسات الإنسانية والاجتماعية، جامعة وهران، المجلد 10، ع 3، 2021، الجزائر.
193. لبزة عصام رزاق، الحاج عيسى سعيدات، الصحافة الإلكترونية وتنظيرات الوعي السياسي لدى النخبة المثقفة، دراسة مسرحية لرصد تجليات السلوك السياسي لعينة من الباحثين الأكاديميين، مجلة العلوم الإنسانية، الجزائر، المجلد 20، العدد 01، 2020.
194. مباركي ابراهيم، مدى التزام الجزائر باتفاقية سيداو في ظل التحفظ على بعض أحكامها، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 03، المجلد 15، المركز الجامعي البيض، الجزائر، 2022.

195. محرز مبروكة، الإطار الدستوري والقانوني للحقوق السياسية للمرأة الجزائرية، مجلة العلوم القانونية والسياسية، الجزائر، عدد 17، جانفي 2018.
196. مساعدي سلمى، خالدي عادل، مشاركة المرأة في الحراك الشعبي العربي عبر الوسائط الرقمية من الفضاءات الهامشية إلى فضاءات التعبئة البديلة، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 04، العدد 02، الجزائر، ديسمبر 2021.
197. مشري عبد الرؤوف، شبكة الفيسبوك وتنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي بالجزائر، دراسة استطلاعية على عينة من طلاب جامعة قسنطينة 3، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، المجلد 23، العدد 01، جوان، 2022، الجزائر.
198. معمري نصر الدين، صديقي عبد العزيز، تجربة تمثيل المرأة في البرلمان الجزائري على ضوء نظام " الكوطة"، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، المجلد 03، العدد 02، 2021.

#### خامسا: المؤتمرات، الملتقيات، الندوات

199. كريشان بشير تركي، محمد صالح جرار، الإتصال الرقمي وتعزيز التنوع الثقافي في عالم متغير، مداخلة مؤتمر إشكاليات التلقي في الإتصال الرقمي، الرابطة العربية لعلوم الإتصال، الأردن، 2019.
202. برفوق عبد الرحمن، المجتمع المدني والتحول الديمقراطي في الجزائر، ورقة بحث مقدمة في الملتقى الوطني الأول التحول الديمقراطي في الجزائر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 10 - 11 ديسمبر 2005.
203. بن أحمد محمد، المشاركة السياسية للمرأة كألية لدعم الديمقراطية التشاركية: دراسة تقييمية لحالة ولاية وهران، الندوة الدولية: المشاركة السياسية للمرأة، الجزائر
204. صابر لامية، واقع الحركة الجمعوية الريفية، أشغال الندوة الوطنية يوم 15/03/2016، المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية دراسات وأبحاث، ط1، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2016.
205. كانوني سفيان، المشاركة السياسية للمرأة في المجالس المنتخبة بين أليات التمكين السياسي وفعالية العضوية، أشغال الندوة الوطنية يوم 15/03/2016، المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية دراسات وأبحاث، ط1، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2016.

206. ولد عباس جمال ، " النوع الإجتماعي والتحول الديمقراطي في الجزائر" ، ورقة عمل مقدمة في ورشة العمل الإقليمية حول النوع الإجتماعي والتحول الديمقراطي في الوطن العربي، المركز الإقليمي للأمن الإنساني يومي 11 و 13 مارس، عمان، الأردن، 2002، ص 10.

سادسا: المراجع الأجنبية

207. Amrane Daniel Djamila, **femme au combat: la gerre d'algerie (1954-1962)**, préface mandouze, ed Rahma, Algérie, 1993.
208. Bali Bellahcene, **la femme algeriennedans le combat libérateur, Algérie, 1954-1962**, édition thala, Alger, 2013.
209. Beruah Tricha Dowerah, **effectiveness of social media as a tool of communication and its potentiel for technology connections: a micro-level study**, international journal of scientific and research publicqtions, volume 2, issue 5, may 2012.
210. gribaa Boutheina et autres, **projet renforcement du leadership et de la participation des femmes à la vie politique et au processus de prise des décision en algeria, au Maroc et en tunisie état de la situation**, 2008- 2009
211. Hellweg Amin, **social media of sites of politicians influence their perception by constituents**, the elon journal of undergraduate resrch in communications, vol 2, no 1, spring 2011.
212. Lupton Deborah, **Digital Sociology**,1 ed, Routledge, New York, 2015.
213. Hendricks John Allen and e.denton rebert, jr, **communicator-in-chief: haw barach Obama used new média technology to win the white housse**, lescington Books, usa, 2010.
214. Murfphy Joe and others, **socil media inpublic opinion resertch; report of the aapor task force on emergin technologies in public opinion reserth**,American association for public opinion resertch, 2014.
215. Najar sihem, **les réseaux sociaux sur internet à l'heure des transitions démocratiques**, IRMC, karthala, paris, 2013.
216. Nelson John, **New media and sicial change, how non-profites are using web-based technologies to reach their goals**, sl, the hatcher group, 2009.
217. Rajman Krzsztof, Mateusz Porada, **social media-a new era of communication**, humanities and social sciences, researtch journal 29, no 2, 2022.

218. Rondney H. Jones and A. Christoph Hafner, **understanding digital literacies, a practical introduction**, 2nd ed, routledge, nsw york, 2021, p23.
219. Smuts Lize-Marie, **social networking sites as a new public sphere: facebook and its potential to facilitate public opinion as the function of public discourse a case study of the 2008 Obama campaign**, M, phil, Stellenbosch university, 2010.
220. Think Tank Suomen Toivo, **social media- the new power of political influence**, version 1, centre for european studies.

### سابعا: مواقع الأنترنت

221. <https://www.un.org/ar/about-us/un-charter/full-text>. تاريخ زيارة الموقع 11-01-2023، الساعة 20:56.
222. جامعة مينيسوتا، مكتبة حقوق الإنسان، ميثاق الأمم المتحدة، منشور على الموقع: <http://hrlibrary.umn.edu/arab/a001.html>، تاريخ زيارة الموقع: 11-01-2023، الساعة: 21:05.
223. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، مكتبة حقوق الإنسان، جامعة مينيسوتا، منشور على الموقع: <http://hrlibrary.umn.edu/arabic/subdoc.html>، تاريخ الزيارة 11/01/2023، الساعة 21:05.
224. <https://www.un.org/ar/droit-us/universal-declaration-of-human-rights> : تاريخ زيارة الموقع: 11/01/2023، الساعة: 21:00.
225. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، مكتبة حقوق الإنسان، جامعة مينيسوتا، منشور على الموقع: <http://hrlibrary.umn.edu/arab/b001.html> تاريخ الزيارة 11/01/2023، الساعة 21:05.
226. العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية ، جامعة مينيسوتا، منشور على الموقع: <http://hrlibrary.umn.edu/arab/b003.html>، تاريخ الزيارة: 11/01/2023، الساعة 21:23.
227. العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية ، جامعة مينيسوتا، منشور على الموقع: <http://hrlibrary.umn.edu/arab/b003.html>، تاريخ الزيارة: 11/01/2023، الساعة 21:23.
228. <http://hrlibrary.umn.edu/arab/a003.html>. تاريخ زيارة الموقع 06-05-2023، الساعة 14:37.
229. الميثاق العربي لحقوق الإنسان، منشور على الموقع: <http://hrlibrary.umn.edu/arab/a003.html> تاريخ زيارة الموقع 06-05-2023، الساعة 14:37.

230. تاريخ زياره الموقع 10 جانفي 2023، الساعة 23:10. [ar.m.wikipedia.org](http://ar.m.wikipedia.org).
231. الإتفاقية الدولية بشأن الحقوق السياسية للمرأة، مكتبة حقوق الإنسان، جامعة منيسوتا، منشور على الموقع: <http://hrlibrary.umn.edu/arab/b023.html> تاريخ زيارة الموقع 11-01-2023، الساعة 21:04
232. الأمم المتحدة، إتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، منشور على الموقع: <https://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/0360793A> تاريخ زيارة الموقع 2023/01/11 الساعة 21:14
233. تاريخ زيارة الموقع 2023/01/12 <http://www.un.org/ar/conférences/women/mixico-city1975> الساعة 13:54
234. للمرأة - العالمي - المؤتمر /م 1980. كوين- <http://www.palastinapedia.net> الساعة 2023/01/12 الساعة 14:05
235. المؤتمر العالمي، لاستعراض وتقييم منجزات عقد الامم المتحده للمرأة 15-26 يوليو 1985، نيروبي، كينيا 1985 <https://www.un.org/ar/conférences/women/Nairobi> تاريخ زيارة الموقع 13-01-2023 الساعة 23:04.
236. مفوضية الأمم المتحدة، المؤتمر العالمي لحقوق الإنسان، فيينا، 1993، <https://www.ohchr.org/ar/about-us/history/vienna-declaration> تاريخ زيارة الموقع: 13-01-2023، الساعة 36:04.
237. الأمم المتحدة، تقرير المؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، بيجين، 4-15 سبتمبر 1995، نيويورك، 1996. على الموقع: <https://docs.un.org/ar/A/CONF.177/20/Rev.1> تاريخ زيارة الموقع: 13-01-2023، الساعة 36:20.
238. منظمة الأمم المتحدة، الجمعية العامة، قرار الجمعية العامة، 32-س-32
- United nations, fourth World conférence on womens action for equality, développement and peace, 04-15 september 1995, Beijing, china, <http://www.un.org/womenwatch/daw/Beijing/officiel.htm>
239. التقرير الوطني للجمهورية الجزائرية، بكين + 15، اعداد الوزارة المنتدبة المكلفة بقضايا الأسرة وقضايا المرأة، - <http://www.un.org/womenwatch/naw/review/réponses/algera-arabic.pdf>

240. التقرير الوطني للجمهورية الجزائرية، بكين + 15، اعداد الوزارة المنتدبة المكلفة بقضايا الأسرة وقضايا المرأة، <http://www.un.org/womenwatch/naw/review/réponses/algeria-arabic.pdf>
241. الجزائريات - ينتفضن - الكترونيًا / HTTP://alarab.news / ضد - الإعتداءات - المسلطة - عليهن تاريخ زيارة الموقع: 2024\_02\_09 ، الساعة 09:50.
242. تاريخ زيارة الموقع: 2024\_02\_09 10:42 / HTTP://ami.hespress.com
243. أمينة مزيان، شبكات التواصل، منصات المرأة للتوعية، منشور على الموقع: [https://www.annasronline.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=180307](https://www.annasronline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=180307) تاريخ زيارة الموقع: 2024\_02\_09 / 11:31.
244. العربية. زيارة الموقع بتاريخ 11 فيفري 2024 / الساعة 10:38 / <http://WWW.alarabiya.net>
245. زهرة رحموني، [Http://www.france24.com](http://www.france24.com) تاريخ زيارة الموقع: 2024-02-12 / 19:30
246. المركز الديمقراطي العربي للمشاركة السياسية للمرأة في الجزائر ودورها في الحياة الحزبية، 2000 - 2020 ، مقال منشور بتاريخ 28 سبتمبر 2021 . <https://democratica.de> . زيارة الموقع 15 فيفري 2024 ، الساعة 14:13.
247. [https:// www.echouroukonline.com](https://www.echouroukonline.com) ، 15:00 ماي 2024 الساعة 14 .
248. نانسي فايز الرويني، تاريخ زيارة الموقع 19:35 <http://www.masrawny.com> 21 سبتمبر 2024.
249. [Maghrbvoices.com/algeria/2022/03/08](http://Maghrbvoices.com/algeria/2022/03/08) / تاريخ زيارة الموقع 06 جوان 2023.



---

## 8. الملاحق

---

8. الملاحق

الملحق رقم 1

جامعة 20 أوت 1955 – سكيكدة –

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص: الإعلام والاتصال

الطور الثالث دكتوراه - ل م د

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة  
الجزائرية

دراسة مسحية على عينة من النساء الجامعيات المستخدمات للفيديو.

عنوان البحث:

إشراف :

أ.د. بالطة مريم

الطالبة:

بفضل فوزية

السنة الدراسية: 2025/2024

في إطار إنجاز أطروحة الدكتوراه تخصص إعلام واتصال بعنوان : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى المرأة الجزائرية

دراسة مسحية على عينة من النساء الجامعيات المستخدمات للفيسبوك - نضع أمامك هذه الاستمارة والتي تتضمن مجموعة من الأسئلة، فالرجاء الإجابة عنها بوضع علامة (+) في الخانة المناسبة وذلك بعد القراءة المتأنية. ونحيطك علما بأن المعلومات التي تقدم لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

البيانات الشخصية:

العمر: من 18 سنة إلى 40 سنة

أكبر من 40 سنة

المستوى الجامعي : طور الليسانس    طور الماستر    طور الدراسات العليا

المحور الاول: عادات وأنماط استخدام المرأة الجزائرية الجامعية لموقع فيسبوك

1- منذ متى وأنت تستخدمين الفيسبوك؟

أقل من سنة

من سنة إلى ثلاث سنوات

أكثر من ثلاث سنوات

2- عدد ساعات تصفحك لموقع فيسبوك في اليوم.

أقل من ساعة

من ساعة إلى ساعتين

من ساعتين إلى ثلاث ساعات

3- الفترة المفضلة لديك لتصفح المنشورات السياسية على موقع فيسبوك.

صباحا

مساء

ليلا

4- المكان المفضل لديك لمتابعة المنشورات السياسية على موقع فيسبوك.

المنزل

مكان العمل

أماكن أخرى

5- عادة تتابعين المنشورات السياسية على موقع فيسبوك.

بمفردك

مع افراد العائلة

مع آخرين

6- الوسيلة المفضلة لمتابعة المنشورات السياسية على موقع الفيسبوك.

الهاتف المحمول

جهاز الكمبيوتر

اللوحة الرقمية

7- أهم خاصية تتفاعلين بها مع المنشورات السياسية عبر الفيسبوك.

التعليق :

الإعجاب :

المشاركة في مجموعات أو صفحات أخرى :

المشاركة على حسابك الخاص:

تكتفين بمتابعة المنشورات فقط

8- أهم المواضيع السياسية التي تهتمك على صفحات الفيسبوك

القضايا الداخلية الوطنية:

القضايا الإقليمية المجاورة:

القضايا العربية:

القضايا الدولية الأجنبية:

القضية الفلسطينية:

9- انضمت إلى مجموعات على الفيسبوك ذات طابع سياسي: نعم  لا

10- أنشأت مجموعة أو صفحة سياسية على الفيسبوك: نعم  لا

### المحور الثاني : دوافع استخدام المرأة الجزائرية الجامعية للفيديو في المجال السياسي

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
11	تستخدمين الفيسبوك لأنه يتميز بسهولة الاستخدام، السرعة والأنية في الحصول على المعلومات والأحداث السياسية الجديدة باعتماد الخصائص (الصوت، الصورة، الفيديو) . .					
12	تتابعين المنشورات السياسية عبر الفيسبوك بدافع التسلية وكسر الملل					
13	تستخدمين الفيسبوك لأنه يمكنك من التواصل وتبادل المعارف مع المهتمين بالمجال السياسي					
14	تستخدمين الفيسبوك لأنه يزيد من رصيدك المعرفي السياسي					
15	تستخدمين الفيسبوك لتعدد الآراء والاتجاهات السياسية التي تزيد من وعيك السياسي					
16	للتعرف على أهم الأحداث والقضايا السياسية على المستوى الوطني والدولي					
17	تتابعين المنشورات السياسية عبر الفيسبوك من أجل التعرف على الشخصيات السياسية على المستوى الوطني والدولي					
18	تستخدمين الفيسبوك لأنه يسمح لك بالتعبير بكل حرية عن رأيك حول القضايا السياسية.					
19	. تستخدمين الفيسبوك لأنه يولد لدي الجرأة في المشاركة السياسية .					
20	. تستخدمين الفيسبوك لأنك تعتبرينه قوة ضاغطة على القادة وصناع القرار					

### المحور الثالث : التأثيرات الوجدانية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
21	تشعرين بالإفعال النفسي لما تتابعين عبر الفيسبوك الأحداث السياسية المتأزمة					
22	لما تشاركين المواضيع السياسية عبر الفيسبوك تشعرين بالفخر.					
23	تشعرين بالإحباط لتهرب العنصر النسوي من مناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك.					
24	ينتابك الغضب من الإنتقادات الموجهة عبر صفحات الفيسبوك تجاه المشاركة السياسية للمرأة					
25	تحسين بالحرية والتحرر عند التعبير عن آرائك السياسية.					
26	تولد لديك الشعور بالخوف من خطورة الأزمات السياسية الجارية عبر العالم.					
27	تولد لديك حزنا و تعاطفا تجاه ضحايا الأحداث السياسية					

## المحور الرابع: التأثيرات المعرفية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
28	ازداد رصيدك المعرفي بالقضايا السياسية.					
29	ازدادت قدرتك على تحليل الأحداث السياسية.					
30	ازدادت معرفتك بالشخصيات السياسية.					
31	ازدادت معرفتك بالنساء المهتمات بالمجال السياسي.					
32	تعرفت على طبيعة العلاقات والأوضاع بين الدول العربية والأجنبية.					
33	ازدادت معرفتك بالمبادئ والقوانين المهمة في الشأن السياسي على المستوى الوطني و الدولي.					
34	ازدادت معرفتك بحقوقك وواجباتك السياسية					
35	ساهم الفيديو في تكوين رأي سياسي صائب تجاه مختلف القضايا والاحداث على الصعيد الوطني والدولي					

## المحور الخامس: التأثيرات السلوكية السياسية للفيديو على المرأة الجزائرية الجامعية

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
36	أصبحت تنشرين وتشاركين منشورات لمواضيع سياسية عبر صفحات الفيديو					
37	تشاركين في تنظيم التظاهرات والحملات السياسية عبر الفيديو.					
38	أصبحت ناشطة عبر صفحات الفيديو التي تدعو إلى دعم حقوق المرأة					
39	تساهمين عبر الفيديو في النقاشات و إبداء الرأي تجاه مختلف القضايا السياسية الوطنية والدولية.					
40	ساعدك الفيديو على التواصل مع شخصيات سياسية وصناع القرار.					

## المحور السادس : دور الفيسبوك في دعم المشاركة السياسية لدى المرأة الجزائرية الجامعية

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
41	من خلال متابعتك للمنشورات السياسية عبر الفيسبوك أصبحت لديك رغبة المشاركة أو تشاركين في الأنشطة السياسية التي تقوم بها الأحزاب السياسية.					
42	اقتنعت بضرورة المشاركة في التظاهرات الشعبية التي تنظم عبر الفيسبوك (مثل الخروج في الحراك الشعبي)					
43	أصبحت تشاركين في الجمعيات والندوات والمؤتمرات السياسية بفضل الفيسبوك					
44	أصبحت تناقشين المواضيع السياسية مع الغير					
45	اقتنعت عن طريق المنشورات السياسية عبر الفيسبوك بضرورة التصويت في الإنتخابات الرئاسية 2019.					
46	اقتنعت عن طريق الحملات السياسية عبر الفيسبوك بضرورة التصويت أو الترشح في الإنتخابات المحلية والبرلمانية 2021					
47	من خلال متابعتك للمنشورات السياسية عبر الفيسبوك أصبحت لديك الرغبة في الترشح للإنتخابات مستقبلا.					
48	لو أنك ترشحت للإنتخابات تعتمدين على الفيسبوك في الترويج لحملتك الانتخابية.					

## الملحق رقم 02

### الملحق رقم 2: وصف متغيرات الإستمارة

	Nom	Type	Largeur	Décimales	Libellé	Valeurs	Manquant	Colonnes	Align	Mesure	Rôle
1	السن	Numérique	8	2	السن	{1,00, 18-40...}	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
2	الطور	Numérique	8	2	الطور الجامعي	{1,00, ليسكن...}	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
3	مدة الاستخدام	Numérique	8	2	متى وأنت مستخدمين ...	1,0, أقل من سن...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
4	عدد الساعات	Numérique	8	2	هو عدد ساعات تصفح ...	1,0, أقل من ما ...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
5	فترة التصفح	Numérique	8	2	... بي الفترة المفضلة لدي...	{1,00, مباحا...}	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
6	المكان المفضل	Numérique	8	2	... و المكان المفضل لدي...	{1,00, المنزل...}	Aucun	8	Droite	Nominal	Entrée
7	متابعة	Numérique	8	2	... مدة تتابعين المنشورات ...	{1,00, لوحدك...}	Aucun	8	Centre	Nominal	Entrée
8	الوسيلة	Numérique	8	2	... بي الوسيلة المفضلة لم...	1,00, الهاتف الم...	Aucun	8	Centre	Nominal	Entrée
9	7س	Numérique	8	2	... م خاصية تتناظرن بها...	{1,00, التعليق...}	Aucun	8	Centre	Nominal	Entrée
10	8س	Numérique	8	2	... المواضيع الديسايه الت...	1,0, أفضيا الد...	Aucun	8	Centre	Nominal	Entrée
11	9س	Numérique	8	2	... تمت الي مجموعه في...	{1,00, نعم...}	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
12	10س	Numérique	8	2	... بك مجموعه أو صفح...	{1,00, نعم...}	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
13	11د	Numérique	8	2	... بمز بسهولة الاستخدام...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
14	12د	Numérique	8	2	... أبين المنشورات السيا...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
15	13د	Numérique	8	2	... كخدمين الفيديوك لأنه...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
16	14د	Numérique	8	2	... كخدمين الفيديوك لأنه...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
17	15د	Numérique	8	2	... كخدمين الفيديوك لتعد...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
18	16د	Numérique	8	2	... أعرف على أهم الأحد...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
19	17د	Numérique	8	2	... أبين المنشورات السيا...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
20	18د	Numérique	8	2	... كخدمين الفيديوك لأنه...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
21	19د	Numérique	8	2	... كخدمين الفيديوك لأنه...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
22	20د	Numérique	8	2	... كخدمين الفيديوك لأنه...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
23	21ع	Numérique	8	2	... حزين بالإفئال النفس...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
24	22ع	Numérique	8	2	... تشاركين المواضيع ال...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
25	23ع	Numérique	8	2	... تتحدث بالأخبار...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée

	Nom	Type	Largeur	Décimales	Libellé	Valeurs	Manquant	Colonnes	Align	Mesure	Rôle
26	24ع	Numérique	8	2	... بك العصب من الإنتنا...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
27	25ع	Numérique	8	2	... سن بالحرية والحرور...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
28	26ع	Numérique	8	2	... إذ لديك الشعور بالهو...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
29	27ع	Numérique	8	2	... ليك حزنا و تعاطف...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
30	28د	Numérique	8	2	... باد رصيدك المعرفي...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
31	29د	Numérique	8	2	... بت قرارك على تحط...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
32	30د	Numérique	8	2	... ازادات معرفتك بالشخ...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
33	31د	Numérique	8	2	... زادت معرفتك بالنساء...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
34	32د	Numérique	8	2	... رفت على هزيمة الملا...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
35	33د	Numérique	8	2	... ازادات معرفتك بالمباد...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
36	34د	Numérique	8	2	... زادت معرفتك بحقوقه...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
37	35د	Numérique	8	2	... م الفيديوك في تكوين...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
38	36د	Numérique	8	2	... بحث تشرين وتشارك...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
39	37د	Numérique	8	2	... اركين في مختلف النظ...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
40	38د	Numérique	8	2	... بحث نكتة عن صف...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
41	39د	Numérique	8	2	... بعين عن الفيديوك ف...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
42	40د	Numérique	8	2	... ك الفيديوك على الت...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
43	41د	Numérique	8	2	... خلال مناقشة للمنتو...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
44	42د	Numérique	8	2	... بحث بضرورة المتأ...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
45	43د	Numérique	8	2	... بحث تشاركين في الع...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
46	44د	Numérique	8	2	... بحث تقنين المواض...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
47	45د	Numérique	8	2	... بحث عن طريق المتش...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
48	46د	Numérique	8	2	... بحث عن طريق المتلا...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée
49	47د	Numérique	8	2	... خلال مناقشة للمنتو...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Droite	Echelle	Entrée
50	48د	Numérique	8	2	... ك بحث الأختلا...	1,0, أغير مواف...	Aucun	8	Centre	Echelle	Entrée



### الملحق رقم 03

الملحق رقم 3: نموذج ترميز إجابات المبحوثات

IBM SPSS Statistics - Jeu\_de\_données1.sav

Visible: 90 variables sur 90

	السن	الطول	مدة الاستخدام	عدد السماعات	فترة الصبح	المكان الذي حلل	متابعة	الوسيلة	7س	8س	9س	10س	11س	12س	13س
1	2,00	2,00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	2,00	2,00	5,00	4,00	4,00
2	2,00	1,00	3,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	2,00	2,00	4,00	4,00	3,00
3	1,00	2,00	3,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	2,00	2,00	3,00	4,00	3,00
4	2,00	1,00	3,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	5,00	2,00	2,00	4,00	1,00	1,00
5	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	5,00	5,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00
6	1,00	2,00	3,00	2,00	2,00	1,00	3,00	1,00	1,00	5,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
7	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
8	2,00	2,00	1,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00
9	1,00	2,00	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	2,00	2,00	5,00	5,00	5,00
10	1,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	4,00	5,00	2,00	2,00	2,00	4,00	3,00
11	1,00	1,00	1,00	2,00	3,00	1,00	1,00	2,00	5,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00
12	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	1,00	2,00	1,00	5,00	5,00	1,00	2,00	4,00	2,00	4,00
13	1,00	1,00	1,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	5,00	2,00	2,00	5,00	2,00	3,00
14	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	2,00	2,00	4,00	2,00	3,00
15	1,00	1,00	2,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00
16	1,00	2,00	3,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	5,00	1,00	2,00	2,00	4,00	1,00	2,00
17	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	1,00	2,00	1,00	3,00	1,00	2,00	2,00	5,00	4,00	4,00
18	1,00	2,00	3,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	2,00	2,00	4,00	5,00	1,00
19	1,00	1,00	3,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	4,00	2,00	4,00
20	1,00	1,00	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00	2,00	4,00	3,00	4,00
21	1,00	2,00	2,00	1,00	3,00	1,00	1,00	1,00	5,00	3,00	2,00	2,00	5,00	5,00	2,00
22	1,00	2,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	2,00	2,00	5,00	3,00	3,00
23	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	2,00	2,00	5,00	2,00	2,00

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt | Unicode:ON

IBM SPSS Statistics - Jeu\_de\_données1.sav

Visible: 90 variables sur 90

	14س	15س	16س	17س	18س	19س	20س	21س	22س	23س	24س	25س	26س	27س	28س
17	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	5,00	4,00	3,00	3,00	4,00	5,00	5,00	4,00
18	3,00	3,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	2,00
19	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00
20	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00	2,00	2,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00
21	5,00	3,00	5,00	5,00	2,00	2,00	3,00	4,00	2,00	2,00	4,00	3,00	5,00	5,00	4,00
22	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	2,00	3,00	4,00	4,00	5,00	2,00	1,00
23	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	2,00	3,00	4,00	4,00	5,00	2,00	1,00
24	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	3,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00
25	2,00	4,00	4,00	4,00	3,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	5,00	3,00	3,00
26	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00
27	3,00	4,00	5,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	5,00	5,00	4,00
28	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,00
29	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00	1,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00
30	4,00	4,00	4,00	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00
31	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	1,00
32	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	1,00
33	4,00	4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00
34	2,00	4,00	4,00	4,00	2,00	2,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
35	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00
36	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	3,00	2,00	2,00	2,00	4,00	5,00	2,00

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt | Unicode:ON

IBM SPSS Statistics Editur de données

Visible : 90 variables sur 90

	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42
1	4,00	4,00	4,00	3,00	5,00	4,00	4,00	5,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
2	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	1,00	1,00
3	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
4	4,00	2,00	3,00	2,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00	3,00	4,00
5	4,00	3,00	4,00	2,00	5,00	4,00	4,00	3,00	2,00	2,00	2,00	3,00	1,00	2,00	4,00
6	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
7	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
8	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	4,00
9	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00
10	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	5,00	4,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00
11	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
12	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	2,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,00
13	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00
14	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
15	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
16	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
17	4,00	2,00	4,00	3,00	2,00	4,00	4,00	5,00	3,00	2,00	5,00	4,00	2,00	2,00	2,00
18	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
19	4,00	2,00	4,00	4,00	2,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00
20	5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00	5,00
21	5,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00
22	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt Unicode:ON

IBM SPSS Statistics Editur de données

Visible : 90 variables sur 90

	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
1	4,00	5,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	5,00	3,00	3,00	4,00
2	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
3	4,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
4	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00	3,00	4,00	5,00	5,00	4,00	2,00	2,00	2,00
5	4,00	3,00	2,00	2,00	2,00	3,00	1,00	2,00	4,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	4,00
6	1,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	4,00	4,00	4,00	5,00
7	1,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	4,00	4,00	4,00	5,00
8	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
9	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	2,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00
10	5,00	4,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00	3,00	2,00	4,00	2,00	2,00	2,00
11	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00
12	4,00	2,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00
13	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
14	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00
15	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
16	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00
17	4,00	5,00	3,00	2,00	5,00	4,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	4,00	5,00	4,00	5,00
18	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
19	4,00	4,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	4,00
20	4,00	5,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00	5,00	3,00	4,00	3,00	1,00	1,00	1,00
21	4,00	4,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	4,00	2,00	2,00	2,00
22	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00

Le processeur IBM SPSS Statistics est prêt Unicode:ON

## الملحق رقم 04

مجلة الحقوق والعلوم السياسية - جامعة خنشلة (RDSP)

2588-2309 . EISSN

2352-9806 . ISSN

ص ص : 97 - 112

المجلد : 11 - العدد : 01 - السنة : 2024

واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الإجتماعي في الحملات الإنتخابية  
دراسة مسحية على عينة من مترشحات الإنتخابات التشريعية والمحلية 2021، المستخدمين للفيسبوك

The reality of Algerian women's use of social media in election campaigns

A survey study on a sample of candidates for the legislative and local elections 2021,  
users of Facebook

أ.د جمال بن زروق

فوزية بلفضل\*

- مخبر الدراسات الإعلامية والإتصالية

- مخبر الدراسات الإعلامية والإتصالية

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية /

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

تاريخ القبول: 2023-11-02

تاريخ الإيداع: 2022-11-14

**ملخص:**

يعتبر استخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة تحولا جديدا للممارسة السياسية في الجزائر، وقد قامت الدولة بالعديد من الإصلاحات في الشأن الإنتخابي وزيادة حظوظ المرأة الجزائرية في الترشح، ولأجل التعرف على دور هذه التكنولوجيات في ذات الشأن قمنا بهذا البحث الذي يهدف إلى معرفة أهمية مواقع التواصل الإجتماعي في الحملات الإنتخابية. تمحورت إشكالية الدراسة حول واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الإجتماعي خصوصا الفيسبوك في الحملات الإنتخابية، وللتعرف أكثر على الموضوع تم إجراء دراسة مسحية على عينة من النساء المترشحات للإنتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمين لموقع فيسبوك، ومن أهم النتائج التي استخلصناها أن مواقع التواصل الإجتماعي دور في ترويج الحملات الإنتخابية للمرأة الجزائرية خصوصا الفيسبوك، واعتمادها على هذه التكنولوجيات هو هامش من الحرية الديمقراطية والممارسات السياسية وفضاء لإقناع الجماهير، إضافة إلى نقص تكاليفها وإمكانية الوصول إلى أكبر عدد من الناخبين

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الإجتماعي؛ فيسبوك؛ المرأة الجزائرية؛ الحملة الإنتخابية؛ الإنتخابات التشريعية والمحلية 2021.

**Abstract:**

The use of modern information and communication technology is a new shift in political practice in Algeria, and the state has undertaken many reforms in electoral affairs and increased the chances of Algerian women to run, In order to identify the role of these technologies in the same regard, we have carried out this research, which aims to know the importance of social media in election campaigns. The problem of the study centered on the

\* المؤلف المرأسل.



مجلة الحقوق والعلوم السياسية - جامعة خنشلة (RDSP)

2588-2309 , EISSN

2352-9806 , ISSN

ص ص : 97 - 112

المجلد : 11 - العدد : 01 - السنة : 2024

reality of Algerian women's use of social networking sites, especially Facebook in electoral campaigns, and to learn more about the subject, a survey was conducted on a sample of women running for legislative and local elections 2021 who use Facebook, One of the most important conclusions we have drawn is that social media sites have a role in promoting the electoral campaigns of Algerian women, especially Facebook., and their reliance on these technologies is a margin of democratic freedom, political practices and a space to convince the masses, in addition to the lack of costs and access to the largest number of voters .

**Keywords :** Social media; Facebook; Algerian women; election campaign; legislative and local elections 2021.



واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من  
مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة للفيسبوك / \_\_\_\_\_  
فوزية بلفضل / جمال بن زروق

### مقدمة:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وليده التطورات العالمية في ميدان تكنولوجيا الاتصال الحديثة خاصة مع نهاية القرن الماضي، أين تم دمج المزايا التكنولوجية المتوفرة في مختلف وسائل الاتصال في وسيلة واحدة بخصائص متنوعة تمثلت في شبكة الأنترنت. وبالتطور التقني لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في تغيير السياسات وإسقاط الأنظمة<sup>(1)</sup>.

والمجال السياسي الجزائري أيضا لم يستثن من استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية. ولقد برز الدور الكبير لهذه الوسائل بالجزائر في الإستحقاقات الرئاسية لسنة 2014، وهنا كانت بداية جديدة للإعتماد على هذه الشبكات في الحملات الانتخابية بعدما كان التلفزيون الجزائري الحكومي المتنافس الوحيد للمترشحين<sup>(2)</sup>.

وللمرأة الجزائرية نصيب من المشاركة السياسية مثل الرجل، فهي ليست بعيدة عن ممارستها للديمقراطية بشق الوسائل أين فتح لها المجال الواسع من أجل إنشاء أحزاب و منظمات قيادية أو الانخراط فيها. ولضمان تواجدها في القوائم الانتخابية اعتمدت الجزائر نظام الكوتا القانوني لأول مرة في نظامها الإنتخابي لتوسيع حظوظ المرأة في المجالس المنتخبة<sup>(3)</sup> تأكيدا على تطبيق ما جاءت به المادة 31 مكرر من دستور 2008<sup>(4)</sup>، وهذا بعد التزامات الدولة الجزائرية ومقتضيات الحكم الراشد خاصة بعد الانضمام إلى الإتفاقية الدولية سيداوا سنة 1979 بموجب المرسوم الرئاسي 51/96 المؤرخ في 22 جانفي 1996 من أجل القضاء على أي شكل من التمييز ضد المرأة<sup>(5)</sup>.

وتوسعت دائرة ترشح المرأة الجزائرية للإنتخابات، أين أتيحت لها كل الفرص ونظام المناصفة بينها وبين الرجل في التواجد بالقائمة الإنتخابية في المادة 176/2 من الأمر رقم 01-21<sup>(6)</sup>، مع التسهيلات والتحفيزات التي قدمتها الدولة للمترشحين خريجي الجامعات والشباب أقل من 40 سنة ضمن المادة 02، 03 من المرسوم التنفيذي رقم 21-190<sup>(7)</sup>، واستخدمت كل الوسائل المتاحة في حملتها الانتخابية من وسائل الإعلام والاتصال خاصة الفيسبوك الذي يعتبر أبرز مواقع التواصل الاجتماعي شهره واستخداما.

(1) خلف الحماض، وسائل الاعلام ومنظمات المجتمع المدني، الأردن، دار البازوري، 2020، ص 33.

(2) خالد بومخيلة، "واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي- دراسة حالة الجزائر- "المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 04، العدد 04، أكتوبر 2021، ص 380.

(3) قانون عضوي رقم 12-03 مؤرخ في 12 جانفي 2012، يحدد كيفية توسيع حظوظ تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة الجريدة الرسمية، العدد الأول، 2012، ص ص 46، 47.

(4) القانون رقم 08-19 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008، ينضمن التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية رقم 63، المؤرخة في 16 نوفمبر 2008، ص 04.

(5) اسماعيل فريجات، آليات تطور الجماعات الإقليمية في الجزائر، أطروحة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2020، ص 64.

(6) الأمر رقم 01-21 مؤرخ في 10 مارس 2021 يتضمن القانون العضوي للإنتخابات، الجريدة الرسمية، العدد 17، 2021، ص 25.

(7) مرسوم تنفيذي رقم 91-120، يحدد كيفية تكفل الدولة بنفقات الحملة الإنتخابية للشباب المترشحين الأحرار، مؤرخ في 05 ماي 2021، الجريدة الرسمية، العدد 33، 2021، ص 21، 20.

واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من  
مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة للفيسبوك / فوزية بلفضل / جمال بن زروق

على هذا الأساس ومن خلال هذا البحث سنحاول معرفة مدى استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل  
الاجتماعي خصوصا موقع فيسبوك خلال الحملة الانتخابية، لهذا يجدر بنا طرح التساؤل التالي: ما واقع استخدام المرأة  
الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية؟  
ويندرج تحت هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ماهي عادات وأنماط استخدام المترشحة الجزائرية لموقع فيسبوك خلال الحملة الانتخابية للانتخابات  
التشريعية والمحلية 2021؟
- 2- ما هي دوافع استخدام المترشحة الجزائرية لموقع فيسبوك خلال الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية  
والمحلية 2021؟
- 3- ما هي المضامين المنشورة على الفيسبوك للمترشحة الجزائرية خلال الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية  
والمحلية 2021؟
- 4- ما هي الأساليب الإقناعية التي استخدمتها المترشحة الجزائرية في مشورتها على الفيسبوك خلال الحملة  
الانتخابية للانتخابات التشريعية والمحلية 2021؟
- 5- ما تقييم المترشحة الجزائرية لحملتها الانتخابية عبر الفيسبوك خلال الانتخابات التشريعية والمحلية 2021؟  
أما فرضيات الدراسة فهي كالتالي:  
الفرضية الأولى: دوافع استخدام المترشحة الجزائرية للفيسبوك في الحملة الانتخابية هو سهولة استخدامه، وتوفره  
للوقت والجهد في الإستخدام.  
الفرضية الثانية: اعتماد المرأة الجزائرية على الفيسبوك في الحملات الانتخابية راجع أساسا إلى نقص تكاليفها وإمكانية  
نشر الرسالة إلى عدد كبير من الناخبين في أبعد نقطة من الدائرة الانتخابية التي تنتمي إليه.  
الفرضية الثالثة: تفضل المرأة الجزائرية في حملتها الانتخابية اقناع الناخبين عن طريق الفيسبوك مقارنة بالأساليب  
الأخرى.  
الفرضية الرابعة: الفيسبوك أهم موقع من مواقع التواصل الاجتماعي تستخدمه المرأة الجزائرية في حملتها الانتخابية.  
درجة إقناع المرأة الجزائرية للجمهور عالية خلال الحملة الانتخابية عبر الفيسبوك.  
لإجراء الدراسة قسمنا هذا البحث إلى محورين، المحور الأول خصصناه للإطار النظري، أما المحور الثاني للإطار  
التطبيقي.

#### 1- المحور الأول: المدخل العام للدراسة.

بتضمن هذا الجزء من الدراسة المدخل النظري فحواه أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، مصطلحات الدراسة،  
الدراسات السابقة .

##### 1.1- أهداف الدراسة:

- التعرف على واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي للترويج للحملات الانتخابية.
- إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط الحملات الانتخابية للمرأة الجزائرية.



واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من  
مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة لـ فيسبوك / فوزية بلفضل / جمال بن زروق

- تحديد العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي و الحملات الانتخابية للمرأة الجزائرية.
- الخروج بجملة من التوصيات البحثية حول الإستخدام الفعال لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل المرأة الجزائرية في إدارة الحملة الانتخابية.
- معرفة عادات وأنماط دوافع استخدام المترشحة الجزائرية لموقع فيسبوك خلال الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية والمحلية 2021.
- التعرف على المضامين المنشورة و الأساليب الإقناعية التي اعتمدها المترشحة الجزائرية على موقع فيسبوك خلال الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية والمحلية 2021.
- التعرف على مدى تقييم المترشحة الجزائرية لحملة الانتخابية عبر الفيسبوك خلال الانتخابات التشريعية والمحلية 2021.

## 2.1- أهمية الدراسة:

يستمد هذا البحث قيمته العلمية من المنزلة التي تحتلها المرأة في المجتمع، فدراستنا هذه تقودنا إلى إلقاء الضوء على الواقع السياسي للمرأة الجزائرية من خلال ولوجها عالم المناقشات الانتخابية مثلها مثل الرجل، و معرفة مدى استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي لتنشيط حملاتها الانتخابية ودرجة إقناع الناخبين بفاعليتها وأدوارها. هذه الدراسة تعتبر كنموذج للدراسات العلمية المستقبلية التي لها منظور سياسي ومدى تفاعلها مع استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، والتطرق إليها من زوايا أخرى بطريقة موسعة وشاملة لتحقيق التراكم المعرفي.

## 3.1- مصطلحات الدراسة:

1-3-1 مواقع التواصل الاجتماعي: تعرفها مروة عصام صلاح بأنها مواقع الكترونية على شبكة الأنترنت أنشئت من طرف الشركات الكبرى تجمع بين مجموعة من المستخدمين والأصدقاء لمشاركة الإهتمامات والأنشطة. <sup>(1)</sup> ويتشاركون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو وتبادل الرسائل الفورية وإنشاء المدونات <sup>(2)</sup>. تساعد هذه الوسائل المجتمع المدني لبلوغ أهدافه من خلال توجيه الرسائل عبرها إلى الجمهور المستهدف من أجل إقناعه ببرامجها والترويج لنشاطاتها، وكسب التأييد في القضايا الهامة. <sup>(3)</sup> فمواقع التواصل الاجتماعي هي شبكات إجتماعية تفاعلية على شبكة الأنترنت يتواصل من خلالها المشتركون فيها في أي وقت وفي أي مكان من العالم عبر التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الوسائل التي توصلت العلاقات الإجتماعية.

2-3.1 الفيسبوك: الفيسبوك عبارة عن موقع على شبكة الأنترنت تسمح لمستخدميها إدخال معلوماتهم الشخصية ومشاركتها مع الآخرين، وهو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي شهرة، يحتل موقعا هاما من بين المواقع الأخرى، بدأ على الأنترنت سنة 2004 بجامعة هارفارد الأمريكية من قبل "مارك زوكربرك" من أجل تبادل الأخبار والصور والنقاشات مع

<sup>(1)</sup> مروة عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني، الأردن، دار ياف العلمية للنشر والتوزيع، 2014، ص 165.

<sup>(2)</sup> نزمين علاء الدين، إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، القاهرة، العربي، 2020، ص 12.

<sup>(3)</sup> أمال عزري، جمال بن زروق، "استخدام جمعيات المجتمع المدني في الجزائر للشبكات الإجتماعية، دراسة ميدانية"، مجلة آفاق للعلوم، العدد 7، 2017، ص 224 - 237.

واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من  
مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة للفيسبوك / فوزية بلفضل / جمال بن زروق

زملائه في الجامعة<sup>(1)</sup>، وبعد ذلك توسع ليشمل طلبة الجامعات الأخرى وطلبة المدارس والثانويات الذين يريدون التعرف على الحياة الجامعية. وشهرة موقع فيسبوك تعود لجملة من الخصائص التي يتميز بها خاصة عدم تكلفة التسجيل فيه، وإمكانية كل فرد امتلاك حساب له على الفيسبوك مع سهولة استخدامه دون الحاجة إلى المهارات العالية أو خبرة في المجال<sup>(2)</sup>.

**3-3.1- الانتخاب:** حسب تعريف فهد صالح العجلان، "هو طريقة يختار فيها المواطنون أو بعضهم من يرشون ويتوصل من خلالها لتحديد المستحق للولاية، أو المهمة المنتخب فيها"<sup>(3)</sup>، فهو الإختيار والإنتقاء للتداول على السلطة وفق إرادة الشعب من أجل اختيار حكاهم مع الوعي بمسؤولية اختيارهم لمرشحين وبرامج مناسبة<sup>(4)</sup>. فهو "الوسيلة الأساسية لإسناد وتداول السلطة في الديمقراطية النيابية بقيام الناخبين بممارسة حقهم في اختيار من يمثلهم في المؤسسات الحاكمة للدولة"<sup>(5)</sup>، ويعرفه فارس محمد بأنه "إختيار شخص من بين عدد من المرشحين ليكون نائباً يمثل الجماعة التي ينتهي إليها، عادة مايسمى الانتخابات اسم (اقتراع) أي الاقتراع على اسم معين"<sup>(6)</sup>.

**4-3.1- الحملة الانتخابية:** هي مجموعة الأنشطة يقوم بها المرشح السياسي أو الحزب من أجل إمداد الناخبين بالأهداف المسطرة من الترشح، وشرح البرنامج الانتخابي وإبراز سياسته الانتخابية، والعمل على التأثير فيهم بكل الوسائل المتاحة ضمن الأطر القانونية بالإعتماد على مختلف آليات التواصل والإقناع باستخدام وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على أصوات الناخبين وتحقيق الفوز في الانتخابات<sup>(7)</sup>. والحملة الانتخابية الإلكترونية هي عملية توظيف تقنية المعلومات والإتصال بإنشاء مواقع إلكترونية من أجل دعم العملية الانتخابية للمترشح وإرسال رسالة المرشح للناخبين<sup>(8)</sup>، و"تكون الحملة الانتخابية مفتوحة قبل 23 يوماً من تاريخ الإقتراع، وتنتهي قبل ثلاثة أيام من تاريخ الإقتراع، في حالة إجراء دور ثاني للإقتراع وأن الحملة الانتخابية التي يقوم بها المترشحون للدورة الثانية تفتح قبل اثني عشر يوماً من تاريخ الإقتراع وتنتهي قبل يومين من تاريخ الإقتراع" حسب المادة 73 من الأمر 1/ 21 المؤرخ في 10 مارس 2021<sup>(9)</sup>. عموماً فالحملة الانتخابية هي تلك الفترة التي تسبق عملية الإقتراع، تختلف مدتها من دولة لأخرى ضمن قوانين خاصة بها.

**5-3.1- الانتخابات المحلية الجزائرية 2021:** هي انتخابات المجالس الشعبية البلدية والمجالس الشعبية الولائية، جرت يوم 27 نوفمبر 2021 لاختيار أعضاء المجالس البلدية وعددها 1541، والمجالس الولائية وعددها 58 ولاية تطبيقاً للمرسوم الرئاسي رقم 21-336 المؤرخ في 28 أوت 2021 يتضمن استدعاء الهيئة الناخبة لإجراء انتخابات مسبقة

<sup>(1)</sup> علي كنعان، الإعلام التفاعلي، الأردن، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2015، ص 57

<sup>(2)</sup> وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصر، الإمارات العربية المتحدة، لبنان، دار الكتاب الجامعي، 2017، ص ص 197، 198.

<sup>(3)</sup> فهد صالح العجلان، الانتخابات وأحكامها في الفقه الإسلامي، السعودية، دار كنوز أشبيلية، 2009، ص 15.

<sup>(4)</sup> خالد أحمد الشنتوت، الانتخابات أمانة وشهادة، 2008، دن، الجزائر، ص 19.

<sup>(5)</sup> سعد مظلوم العبدلي، الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها، الأردن، دار دجلة، 2009، ص 28.

<sup>(6)</sup> فارس محمد العمارات، إدارة الحملات الانتخابية، الأردن، 2021، دار الخليج، ص 11.

<sup>(7)</sup> راندة عاشور عبد العزيز بيسوني، الحملات الانتخابية عبر الإعلام الجديد، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، 2017، ص ص 38-41.

<sup>(8)</sup> محمد منير حجاب إدارة الحملات الانتخابية، مصر، دار الفجر، 2007، ص 24.

<sup>(9)</sup> الأمر 1/ 21 المؤرخ في 10 مارس 2021 يتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية العدد 17 ص 15.



واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة لتفيسبوك / فوزية بلفضل / جمال بن زروق

للمجالس الشعبية البلدية والولائية<sup>(1)</sup>. وقد انطلقت الحملة الانتخابية المحلية يوم الخميس 2021 استمرت 21 يوما، وانتهت قبل ثلاثة أيام من موعد الانتخابات.

**3.1-6- الانتخابات التشريعية الجزائرية 2021:** جرت يوم 12 جوان 2021 من أجل 407 نائبا للمجلس الشعبي الوطني لعهددة انتخابية مدتها 5 سنوات. وتعد أول انتخابات تشريعية بعد الحراك الشعبي 2019، والتي أشرفت عليها السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، تطبيقا للمرسوم الرئاسي رقم 21-96 المؤرخ في 11 مارس 2021 يتضمن استدعاء الهيئة الناخبة لانتخاب أعضاء المجلس الشعبي الوطني<sup>(2)</sup>. نسبة المشاركة الوطنية بلغت 23 بالمائة على المستوى الوطني بعد إغلاق صناديق الاقتراع<sup>(3)</sup>.

**3.1-7- المرأة الجزائرية:** اهتمت الدولة الجزائرية بشأن المرأة الجزائرية وتحقيق المساواة بينها وبين الرجل، حيث وضعت استراتيجية وطنية لإدماج وترقية المرأة، بداية بالتعديل الدستوري لسنة 2008 الذي أقر بضرورة ترقية الحقوق السياسية للمرأة الجزائرية لزيادة حظوظها في التمثيل في المجالس المنتخبة<sup>(4)</sup>، ودخل هذا النص حيز التنفيذ بموجب القانون العضوي 03/12 الخاص بكيفية إشراك المرأة في المجالس المنتخبة، وعدل قانون الانتخابات ضمن الأمر رقم 21-01 في مادته 2/176 ومراعاة مبدأ المناصفة بين النساء والرجال<sup>(5)</sup>.

#### 4.1- الدراسات السابقة:

**4.1-1- الدراسة الأولى:** دراسة بومخيلة خالد<sup>(6)</sup> بعنوان واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي - دراسة حاله الجزائر- وهي دراسة نظرية، تبحث في الكشف عن واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية بالجزائر، و أن هناك بعد تجارب وطنية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل مع الناخبين ومحاولة كسب أصواتهم. وتوصل الباحث إلى نتيجة مفادها أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في تغيير عالم السياسة حيث أصبحت ضرورة لا بد منها للحملات السياسية، وأن موقع فيسبوك وأهم مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر وشريحة الشباب هي أكثر مستخدميه . ساعدت وسائل التواصل الاجتماعي الأطراف السياسية خاصة المعارضة منها إلى إيصال أفكارها للمواطنين.

<sup>(1)</sup> المرسوم الرئاسي رقم 21-336 المؤرخ في 28 أوت 2021 يتضمن استدعاء الهيئة الناخبة لإجراء انتخابات مسبقة للمجالس الشعبية البلدية والولائية، لجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 66، المؤرخ في 29 أوت 2021، ص 10.

<sup>(2)</sup> المرسوم الرئاسي رقم 21-96 المؤرخ في 11 مارس 2021 يتضمن استدعاء الهيئة الناخبة لانتخاب أعضاء المجلس الشعبي الوطني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 18، المؤرخ في 11 مارس 2021، ص 04.

<sup>(3)</sup> إعلان رقم 01/01 . م . د / 2021 مؤرخ في 23 جوان 2021 يتضمن النتائج النهائية لانتخاب أعضاء المجلس الشعبي الوطني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 51 المؤرخ في 29 جوان 2021، ص 4.

<sup>(4)</sup> الجريدة الرسمية، العدد 2008 الرقم 63، المرجع السابق ذكره، ص 04.

<sup>(5)</sup> الجريدة الرسمية، العدد 17، 2021، المرجع السابق ذكره، ص 25.

<sup>(6)</sup> خالد بومخيلة، المرجع السابق ذكره.



واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة للفيسبوك / فوزية بلفضل / جمال بن زروق

4.1-2- الدراسة الثانية: دراسة جهاد صحراوي و وليد شايب الدراع<sup>(1)</sup> بعنوان أساليب الإقناع في صفحات المترشحين للانتخابات الرئاسية 12 ديسمبر 2019 على مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية على عينة من مضامين الصفحة الرسمية للمترشح الحر عبد المجيد تبون على الفيسبوك، حيث تمحورت هذه الدراسة حول الأساليب الإقناعية المستخدمة من قبل المترشحين للانتخابات الرئاسية الجزائرية ديسمبر 2019 عبر صفحاتهم الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وكان سؤال الإشكالية كالتالي: ما هي الأساليب الإقناعية التي وظفها المترشح الحر عبد المجيد تبون عبر صفحته الرسمية على الفيسبوك خلال الفترة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019؟ توصلت هذه الدراسة إلى أن المترشحين للانتخابات الرئاسية يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل مخاطبة الجمهور، كما بينت أن أهم المواضيع التي وظفتها الصفحة لجلب الناخبين هي المواضيع الاقتصادية والسياسية، وأهم وسائل الإقناع المعتمدة في منشورات الدراسة هي تكرار الألفاظ والجمل، وبالنسبة لوسائل الاستشهاد وسيلة تقديم الأرقام والإحصائيات بالإضافة إلى تدعيم المنشورات بالمقولات والحكم العربية والشعبية.

## 2-المحور الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

خصص هذا المحور للدراسة التطبيقية، حيث يتم تحديد منهجية الدراسة، مجتمع البحث وعينة الدراسة، أدوات جمع البيانات، وفي الأخير تحليل وتفسير نتائج الدراسة.

### 1.2- منهجية الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج المسحي الذي ينتهي إلى البحوث الوصفية، وسبب استخدامنا له لملائمته لطبيعة الدراسة، أي دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة موقف، ظاهرة، أو فئة من الناس أو الأحداث. والمنهج المسحي هو منهج يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة وتبيان واقعها ومعطياتها، تساعد الباحث على معالجتها للوصول نتائج علمية لأسبابها<sup>(2)</sup>. وسنحاول في هذه الدراسة الإطلاع على آراء عينة من النساء اللاتي ترشحن للانتخابات المحلية والتشريعية السابقة 2021 اللاتي استخدمنا الفيسبوك في الحملة الانتخابية الخاصة بهن، ومعرفة مدى فاعلية الموقع على إبلاغ رسالتهم إلى جمهور الناخبين.

### 2.2- مجتمع وعينة الدراسة :

2.2-1- مجتمع البحث: أو المجتمع الكلي، أو أكبر نسبة من الجمهور المستهدف الذي يدخل ضمن دراسة الباحث يختار مفردات البحث إما كلياً أو جزء منها حسب ما يتوافق مع طبيعة الدراسة<sup>(3)</sup>. ومجتمع دراستنا يتمثل في مجموع النساء الجزائريات اللاتي ترشحن للانتخابات المحلية و التشريعية السابقة لسنة 2021.

2.2-2- العينة: هي جزء من المجتمع، أو هي عدد من المفردات التي تؤخذ من المجتمع الأصلي وتجمع منها البيانات بقصد دراسة خصائصه<sup>(4)</sup>. وقد اعتمدنا نوع العينة غير العشوائية يستخدم هذا النوع من العينات باختيار مفردات

(1) جهاد صحراوي، وليد شايب الدراع، "أساليب الإقناع في صفحات المترشحين للانتخابات الرئاسية 12 ديسمبر 2019 على مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية على عينة من مضامين الصفحة الرسمية للمترشح الحر عبد المجيد تبون على الفيسبوك"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والراي العام مجلد 03، العدد 02، 2020.

(2) سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، الأردن، دار أسامة، 2019، ص 132.

(3) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2015، ص 133.



واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة للفيسبوك / فوزية بلفضل / جمال بن زروق

العينة من بين مجتمع البحث بصفة شخصية وليس وفقا لأي نظام أو قانون احتمالية<sup>(2)</sup>، وعينة دراستنا هي العرضية أو الملائمة يتم اختيار المفردات بالصدفة، ووحداتها هي أول وأقرب مجموعة يمكن أن يتواصل معها الباحث عن طريق الإيستيبان الإلكتروني باعتباره دعوته للمفردات من أجل المشاركة<sup>(3)</sup>. وقد تم استرجاع 143 استمارة.

3.2- أدوات جمع البيانات: "الإستيبان هو أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق إستمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب"<sup>(4)</sup>، و في دراستنا استخدمنا الإستيبان الإلكتروني حيث توجه الإستمارة إلى مفردات العينة عبر الإنترنت التي تعتبر أداة الإتصال بين الباحث والمبحوث. قمنا بتصميم الاستمارة الالكترونية باستخدام نماذج جوجل درايف التي ساعدتنا في استرجاع إجابات المبحوثات، وتم تصميم الاستمارة على خمسة محاور.

#### 4.2- تحليل وتفسير نتائج الدراسة:

1-4.2- البيانات الشخصية: وزعت مفردات العينة على متغيرات العمر، المستوى الدراسي، المنطقة السكانية، حيث سجلنا ما نسبته 69,2% من المبحوثات تقل أعمارهن عن 40 سنة، أما 30,8% هن أكبر من 40 سنة. وسجلنا ما نسبته 76,9% من المبحوثات مستواهن جامعي، أما 23,1% مستواهن ليس جامعي. وسجلنا أيضا 84% من المبحوثات سكانهن حضري، أما 15,4% يقطن بالمناطق الريفية. نلاحظ هنا أن المستوى الجامعي للمترشحات هو الغالب في كل الفئات. يعود تفاوت هذه النسب إلى التعديلات الأخيرة للقانون العضوي للإنتخابات والذي فتح مجالا واسعا لترشح المرأة، حيث ترتفع نسبة المترشحات خاصة ذوات المستوى الجامعي أعمارهن من 40 سنة وأقل فكان وضع المرأة هو الحل الأنسب خاصة واختيار اللاتي يتوفرن على الشروط السابقة لتسهيل تطبيقها في قائمة واحدة (ثلث القائمة من الشباب أقل من 40 سنة، والمناصفة بين المرأة والرجل، وأيضا شرط الثلث الجامعي).

2-4.2- المحور الأول: عادات وأنماط استخدام المترشحة الجزائرية لموقع فيسبوك خلال الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية والمحلية 2021.

- تبين النتائج حول سؤالنا بخصوص المكان المعتاد لاستخدام الفيسبوك أثناء الحملة الانتخابية أن مانسبته 84,6% من المبحوثات يفضلن المنزل هو تفسير على أنهن يجدن راحتهم في المنزل لما يتميز به من توفر كل ضروريات الراحة والهدوء من أجل التواصل من الناخبين لإقناعهم.

- أما الأوقات المناسبة من أجل استخدام الفيسبوك من أجل الحملة الانتخابية، فكانت أكبر نسبة يفضلن فترة الليل، بأكبر نسبة 76,9% مقارنة بالفترة الصباحية والمسائية، ويعود ارتفاع نسبة المبحوثات في اختيار فترة الليل باعتباره الوقت المسحسن للتواصل وتصفح الفيسبوك لمتابعة مجريات الحملة الانتخابية.

- أما المدة التي تستغرقها المترشحة أمام صفحات الفيسبوك أثناء الحملة الانتخابية أكثر من ثلاث ساعات، هذا ما صرحت به 61,5% من المبحوثات من أجل متابعة التعليقات والإعجاب والرد على الاستفسارات والرسائل الواردة من الجمهور. وغالبية المترشحات يعتمدن على الهاتف الذكي بنسبة 100% نظرا لسهولة استخدامه.

(1) سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، المرجع نفسه، ص85،

(2) سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث الإعلامي، الإمارات العربية المتحدة، دار لكتب الجامعية، 2020، ص96.

(3) سعد الحاج بن جندل، العينة والمعانية، عمان، دار البداية ناشرون وموزعون، 2019، ص64.

(4) فوزي غرابية وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2010، ص71.



واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من  
مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة للفيسبوك / فوزية بلفضل / جمال بن زروق

3-4.2- المحور الثاني: دوافع استخدام المترشحة الجزائرية لموقع فيسبوك خلال الحملة الانتخابية للانتخابات  
التشريعية والمحلية 2021.

- من خلال إجابات مفردات العينة تبين أن أغلبية المترشحات إستخدمن الفيسبوك في الحملة الانتخابية لأنه  
سهل الإستخدام ما نسبته 100% وهذا لماله من العديد من المميزات و الخصائص الآنية والسرعة والتفاعل.  
- فيما لجأت ما نسبته 69,2 % من المترشحات إلى استخدام الفيسبوك لعدم قدرتهن المالية على إدارة الحملة  
الانتخابية ماديا ،لأن الموقع يوفر فضاء للتواصل والتفاعل مع الجمهور دون تكاليف و من المعروف عن الحملات  
الانتخابية أنها تستهلك تكاليف باهظة ومستلزمات كثيرة من أجل تسييرها، بينما تعتبر ما نسبته 23,1% من المبحوثات  
أن الدافع وراء استخدام الفيسبوك ليس بعدم القدرة المادية ،وهذا دليل على أنه بعض المترشحات خاصة الفئة التي  
تحت ظل أحزاب معينه فلها مداخيل معينة وإعانات من قبل الدولة، وفيه بعض المترشحات لديهن خبرة بالسياسة،  
وفي نفس الوقت لهن مداخيل خاصة من وظائفهن تمكهن من إدارة الحملة الانتخابية، أما مانسبته 7,7% من  
المبحوثات محايدات عن الإجابة.

- بينت نتائج الدراسة أنه ما نسبته 76,9% من المبحوثات أنهن استخدمنا موقع الفيسبوك في إدارة الحملة  
الانتخابية لأنه يوفر الوقت والجهد.

- وقد عبرت ما نسبته 53,8% من المبحوثات أنهن استخدمنا الفيسبوك لتجنب الخروج إلى التجمعات والإلتقاء  
المباشر مع الجمهور، هذا دليل على أن المجتمع الجزائري لازال محافظا في تقاليده. إلا أن القانون يفرض المناصفة بين  
المرأة والرجل في الترشح. ونشير في هذا الصدد أن بعض القوائم وجدت صعوبة تحقيق شرط المناصفة، مما استدعى  
تدخل السلطة المستقلة بمنح ترخيص دون تحقيق شرط المناصفة.

- استخدمت المترشحة الجزائرية الفيسبوك لأنه يمكنها التواصل بأكبر عدد من الناخبين ،وهذا ما أجابت عنه عينة  
الدراسة ممثلة في 84,6%، وهذا يدعم قولنا بأهمية الفيسبوك وخصائصه المتنوعة كالسرعة والإنتشار.

4-4.2- المحور الثالث: أهم المواضيع التي وظفتها المترشحة الجزائرية على الفيسبوك خلال الحملة الانتخابية

للانتخابات التشريعية والمحلية 2021.

- تبين من خلال تحليل البيانات أن المترشحة للانتخابات التشريعية والمحلية السابقة 2021 عملت على تقديم  
توضيحات عبر الفيسبوك حول البرنامج الانتخابي الخاص بها، وهو في نفس الوقت برنامج القائمة الانتخابية التي  
تنتمي إليها وهذا ما عبرت عنه ما نسبته 35,8% من المبحوثات، وهذا من أجل تقديم شرح مفصل عن نشاطها الانتخابي  
ومدى إمكانية تحقيقه مستقبلا في حال الفوز بتأييد الجمهور ،غير أن ما نسبته 38,5% من المترشحات لم يقدمن  
توضيحات عن البرنامج الانتخابي وما نسبته 7,7% ليست لديهن إجابة حول السؤال ، هنا نقول ربما أنهن لسن مهتمات  
بفكرة شرح البرنامج الانتخابي والاكتفاء فقط بالإعلام والتفاعل من خلال متابعة التعليقات ونشر فيديوهات وصور  
الخرجات الميدانية، والرد على تساؤلات المتابعين للصفحة.

واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة للفيديوك / \_\_\_\_\_ فوزية بلفضل / جمال بن زروق

- وأجابت ما نسبته 69,2% من المترشحات على أنهن استخدمنا منشورات لتوطيد العلاقة بينهن وبين الجمهور عبر صفحات الفيديوك بنسبة عالية وهذا من أجل كسب الثقة والتأييد، بينما ما نسبته 30,8% أجبن بأنهن استخدمن هذه المنشورات بنسبة ضعيفة.

- وقد أجابت ما نسبته 51,5% من المبحوثات بأنهن استخدمن منشورات للتعريف المفصل عن شخصيتهن كمترشحات بينما 38,5% استخدمن بنسبة ضعيفة لهذه المنشورات.

- بينما نجد تتقارب إجابات المبحوثات حول مدى نشرهن صور الخرجات الميدانية بنسبة عالية ومتوسطة 38,5%، وبنسبة ضعيفة أما باقي الإجابات فكانت 15,4% ممن كانت إجابتهن باعتمادهن على نشر صور الخرجات الميدانية بنسبة ضعيفة، أما الباقي لم يستخدمن أسلوب نشر صور الخرجات الميدانية إطلاقاً.

- أما بخصوص السؤال حول درجة اعتماد نشر المترشحة للفيديوهات الخاصة بالحملة فكانت النسب كالتالي، 38,5% اعتمدن نشر الفيديوهات بنسبة عالية، وتساوت نسب اللاتي أجبن بنسبة ضعيفة، واللاتي لم ينشرن الفيديوهات بـ 23,1%، في المقابل نجد اللاتي نشرن الفيديوهات خلال الحملة الانتخابية نسبتهن 51,4%، تبقى هذه النسب متفاوتة، ربما هو دليل على أن المترشحة ركزت على المنشورات للتعريف المفصل عن سيرتها ومشوارها لإبراز شخصيتها بالإضافة إلى اعتمادها على منشورات مصورة بنسبة كبيرة.

#### 4.2-5- المحور الرابع: الأساليب الإقناعية التي استخدمتها المترشحة الجزائرية في مشواراتها على الفيديوك

خلال الحملة الانتخابية للانتخابات التشريعية والمحلية 2021.

- أهم وسيلة إقناع اعتمدتها المترشحات في منشورتهن هي إبراز السيرة الذاتية لهن، هذا ما بينته إجابات المبحوثات ما نسبته 69,2%، ثم في المرتبة الثانية اعتمدن على أسلوب تكرار الجمل والمفردات بنسبة 15,4%، وأخيراً ما نسبته 7,7% من المبحوثات اعتمدن على الاستشهاد بالأدلة واستخدام الرموز والشعارات. أما 7,7% ليست لهن إجابة. واعتماد المترشحة على إبراز السيرة الذاتية لشخصها للتعريف والتذكير بنفسها ومختلف محطات الحياة التي مرت بها خاصة تلك المتعلقة بمشوارها الدراسي ودرجاتها العلمية، وذكر مختلف المحطات المهنية الخاصة بها ومدى نجاحها في التسيير العملي والتنويه بزاهتها وتفانيها في العمل ومحاربة الفساد وكل هذا من أجل جلب وإستمالة الناخبين وتأييدها.

بينت إجابات المبحوثات أن أهم وسيلة إستشهاد اعتمدتها المترشحة بنسبة كبيرة هي أقوال وحكم بنسبة 46,2%، أرقام وإحصائيات ما نسبته 15,4%، أما القرآن والسنة وكذا أبيات الشعر لم تكن ضمن وسائل الاستشهاد للمبحوثات، أما ما نسبته 38,4% لم يستخدمن وسائل الاستشهاد إطلاقاً.

نستنتج من هذا أن أي أسلوب إقناع لابد وأن يكون فيه أليات إستشهاد، فاعتماد المترشحة على الأقوال والحكم بسرد قصص الأحداث المتشابهة ونتائجها ومدى تأثيرها مستقبلاً، وإظهار بطولات السابقين وكذا الإستدلال بالأرقام والإحصائيات من أجل كسب الثقة والتأكيد للناخبين بمدى مصداقية نواياها ومعرفتها بواقع الوسط الذي تعيش فيه المترشحة، أما استخدامها الأرقام والإحصائيات مثلاً في مجال التعليم أو الصحة لتدعيم المنشور وتنوير الرأي العام



واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من  
مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة للفيسبوك / \_\_\_\_\_ / فوزية بلفضل / جمال بن زروق

بالحقائق وإبراز الأهداف من الترشح من أجل خدمة المواطن. واعتماد هذا الأسلوب لدليل على المستوى العلمي  
للمترشحة ومدى معاشتها للمجتمع الذي تنتمي إليه.

- أما بخصوص الإستعمالات التي إستخدمتها المترشحات عبر الفيسبوك فكل المبحوثات صرحن بأن أهم  
الإستعمالات التي إستخدمتها في المنشورات هي إستعمالات عقلانية 100% مقارنة بالإستعمالات العاطفية وإستعمالات  
التخويف. واعتماد المترشحات على الإستعمالات العقلانية التي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي بتقديم أدلة وبراهين  
منطقية والآراء المختلفة لإثبات مدى أهمية الدور الانتخابي، وهذا يظهر جليا من خلال إقناعهم عن طريق استخدام  
الأقوال والحكم، والأرقام والإحصائيات وأدلة واقعية وتاريخية في منشوراتهم.

- بالنسبة للغة المستعملة بكثرة لمخاطبة الجمهور عبر الفيسبوك أثناء الحملة الانتخابية، فمن خلال الإستجابات  
المسترجعة تبين بأن اللغة الموظفة في منشورات المترشحات هي العامية بنسبة 61,5%، تليها العربية الفصحى بنسبة  
38,5%، أما الأمازيغية والفرنسية لم تستخدم بتاتا.

ونستنتج هنا أن مخاطبة الجمهور بالعامية هو الأسلوب المناسب لجميع المستويات، وهذا الأمر طبيعي، لأن الكثير  
من المنشورات عبارة عن فيديوهات وخطابات شعبية للمترشحة وللناخبين من نفس المستوى ونفس الدائرة  
الانتخابية، وما نلاحظه حاليا أن اللغة العامية انتشرت بكثرة حيث ساهمت التكنولوجيات الحديثة في تأصيلها خاصة  
شبكات التواصل الاجتماعي في الكتابة والتواصل، أما اللغة العربية الفصحى هي جانب من إثبات مستوى المترشحة  
والحفاظ على اللغة الأصلية و الرقي بها وتناسب المستويات التعليمية لكل الفئات المستخدمة للفيسبوك، وما لاحظناه  
بالرغم من إدراج الأمازيغية كلغة رسمية في الجزائر غير أن الاعتماد عليها في المخاطبة لا يظهر أثرها من خلال الحملات  
الانتخابية عبر صفحات المترشحات، أما اللغة الفرنسية لم تستخدم أيضا.

- أما ما يخص القوالب المستخدمة في منشورات المترشحات فلقد تبين من خلال أجوبة المبحوثات، أنهن اعتمدن  
على النص المكتوب بنسبة كبيرة 69,2%، تليها استخدام الصور الثابتة بنسبة 22,1% وفي الأخير فيديوهات قصيرة  
مانسبته 8,7%. والإعتماد على الطريقة النصية من قبل المترشحات من أجل تقديم معلومات وتوضيحات حول  
برنامجهن وأنشطتهن وخرجتهن اليومية عن طريق الكتابات النصية، مع التدعيم في بعض الأحيان بالمرفقات على شكل  
ملصقات وفيديوهات عبارة عن شعارات وصور إعلامية لأعضاء القائمة الانتخابية التي تنتمي إليها المترشحة وتغطية  
الأحداث بصور وفيديوهات حية منها.

- أما أهم موضوع ركزت عليه المترشحة في منشوراتها على الفيسبوك أثناء الحملة الانتخابية، تبين من خلال  
إجابات المبحوثات أن موضوع الشباب احتل المرتبة الأولى في صفحاتهن مانسبته 84,6%، ثم يليها الصحة والتعليم  
7,7%، وقضايا الفساد 7,7%، غير أنهن لم يبرزن موضوع السكن وموضوع الأمن والسلم عبر منشوراتهم. نستنتج من  
خلال هذا أن المترشحات اهتممن في برنامجهن الانتخابي بموضوع الشباب الذي يعتبر أبرز فئة في المجتمع، ويمثل أكبر  
نسبة فيه ذو فاعلية في المجتمع وله دور فعال في تغيير أنظمة البلاد، خاصة بعد أحداث الحراك الذي قاده الشباب  
الجزائري وتغيير نظام الحكم في الجزائر، ومتى كان هناك إقناع لأكثر فئة من الشباب تشكل أكبر نسبة من تشكيل  
الرأي تجاه القضايا وبالتالي القضاء على العزوف الانتخابي.



واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من  
مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة للفيسبوك / \_\_\_\_\_  
فوزية بلفضل / جمال بن زروق

#### 6-4.2- المحور الخامس: تقييم المترشحة الجزائرية لحملتها الانتخابية عبر الفيسبوك خلال الانتخابات

##### التشريعية والمحلية 2021.

- أما بخصوص تفاعل الجمهور مع المنشورات كانت ما نسبته 61.5% من إجابات المبحوثات بأن الجمهور يتفاعل بنسبة عالية، وهذا ما يفسر اتخاذ مواقفهم تجاه منشورات المترشحات.  
- أما في ما يخص بموقف الجمهور من القضايا المطروحة في منشورات المترشحة فتبين لنا من خلال البيانات أن ما نسبته 61.5% من المبحوثات يعتبرن أن الجمهور اتخذ موقفا إيجابيا تجاه القضايا المطروحة في المنشورات عبر الفيسبوك، نستنتج بأن هذه النسبة تؤكد مدى التفاعل مع منشورات المترشحة من خلال التعليق من طرف متبعي صفحتها مثلا بتشجيعها وإعطائها آراء إيجابية أو الإعجاب بواسطة ملصقات تحفيزية، ومشاركة المنشورات يثبت توسيع دائرة المتابعين، بينما ما نسبته 38.5% من المبحوثات لم يتمكن من معرفة موقف الجمهور تجاه القضايا المطروحة في منشوراتهن.

- بالنسبة لأكثر طريقه تفاعل بها الجمهور مع منشورات المترشحة فقد سجلنا ما نسبته 61.5% من استجابات المبحوثات كان التفاعل عن طريق التعليق على المنشور، وهي أكبر نسبة، تليها آلية الإعجاب بنسبة 30.8%، وتأتي مشاركة المنشور بنسبة 7.7%. نستنتج هنا أن غالبية المنشورات لاقت تفاعلا من قبل الناخبين والرد عليها بالتعليق، هذا يعطي دلالات على درجة أهمية القضية التي يتناولها المنشور وطريقة التعامل معها سواء بالقبول أو بالرفض.  
هذه الآليات المعتمدة في التفاعل مع المنشورات لها أهمية في رفع مستوى المشاهدات واستمرارية المنشور وانتشاره، حيث أن التعليق والإعجاب والمشاركة يرفع المنشور لكل المتواجدين في صفحة المترشحة.

- وبخصوص درجة إقناع الجمهور عبر منشورات المترشحات في الفيسبوك فلقد عبرت ما نسبته 53.8% بأن درجة إقناعهم للجمهور عالية، بينما 23.1% درجة إقناعهم متوسطة، أما 15.4% بدرجة ضعيفة، أما 7.7% غير متأكدات من إقناعهم لمتبعي صفحاتهن. درجة إقناع الناخبين عبر الفيسبوك دليل على درجة التفاعل التي كانت بنسبة كبيرة.  
- بخصوص الأسلوب الأفضل للترويج للحملة الانتخابية فحسب إجابات المبحوثات فالأسلوب الأفضل يكون عبر الفيسبوك وفي نفس الوقت الاتصال المباشر مع الناخبين من خلال تجمعات شعبية وزيارات ميدانية، هذا ما عبرت عنه المبحوثات بنسبة 84.5%. فاستخدام الفيسبوك من قبل المترشحة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الناس الذين لا يمكن الالتقاء بهم في التجمعات الشعبية.

##### 5.2- نتائج الدراسة :

المكان المعتاد الذي تستخدم فيه المترشحة الجزائرية موقع الفيسبوك هو البيت أثناء فترة الليل لمدة لأكثر من ثلاث ساعات يوميا، ومن دوافع استخدام المترشحة الجزائرية للفيسبوك في الحملة الانتخابية هو سهولة استخدامه دون تكاليف، يوفر الوقت والجهد في الإستخدام. كما يمكنها من التواصل بأكبر عدد من الناخبين في وقت واحد، ويجنبها الخروج في تجمعات شعبية والالتقاء المباشر معهم، كما تبين أن شرح البرنامج الانتخابي للجمهور ليس من أولويات المواضيع التي تضمنتها منشورات المترشحة خلال الحملة الانتخابية. وقد استخدمت بنسبة كبيرة منشورات للتوطيد العلاقة بينها وبين الناخبين، وكذا للتعريف عن سيرتها الذاتية. أما ما يتعلق بالمواضيع التي اعتمدها المترشحة



واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من  
مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة للفيسبوك / \_\_\_\_\_  
فوزية بلفضل / جمال بن زروق

في إقناع الناخبين هو نشر الصور وفيديوهات الخرجات الميدانية التي تقوم بها بنفسها أو مع زملائها في القائمة الانتخابية أو الحزب الذي تنتمي إليه، وأهم وسيلة إقناع اعتمدها في منشوراتها عبر الفيسبوك هي إبراز سيرتها الذاتية بكثرة، أما أهم وسيلة استشهاد هي الأقوال والحكم بالدرجة الأولى، ثم الإستشهاد بالأرقام والإحصائيات. بينما أهم الإستراتيجيات التي استخدمتها هي إستراتيجيات عقلانية ومنطقية في إقناع الجمهور بمدى أهمية العمل الانتخابي، واللغة المستعملة بكثرة في كتابة المنشورات هي العامية بالدرجة الأولى ثم لها اللغة العربية. أما أهم القوالب المستخدمة في طرح المنشورات الفيسبوكية هي النص المكتوب بالدرجة الأولى ثم الصور الثابتة، وفي الأخير فيديوهات قصيرة. و أهم موضوع طرح عبر الفيسبوك هو موضوع الشباب بأكثر نسبة باعتبارهم الفئة الحساسة في المجتمع والتي لها الفاعلية في التغيير، كما تفاعل جمهور متبعي صفحات المترشحات بنسبة عالية مع منشوراتهن عبر الفيسبوك. وقد اتخذ الجمهور موقفا إيجابيا تجاه القضايا المطروحة. وأكثر طريقة تفاعل بها الجمهور المتتبع لصفحات المترشحات هي التعليق على المنشورات، كما بينت نصف إجابات المبحوثات أن درجة إقناعهن للجمهور كانت عالية. و أن الأسلوب الأنجح في الترويج للحملة الانتخابية استخدام الفيسبوك بالتوازي مع الخرجات والتجمعات الشعبية.

#### الخاتمة:

حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي ودور هذه الأخيرة في الترويج للحملة الانتخابية، أين أصبحت عنصرا فعالا في الحملات السياسية، وعملت على تغيير الطريقة التي يتواصل بها الأشخاص ونشر الأخبار ومشاركتها والتفاعل معها في العمليات السياسية، وتغيير سلوك ممارساتها. ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها هي:

- مواقع التواصل الاجتماعي دور في ترويج الحملات الانتخابية للمرأة الجزائرية. أين يعتبر الفيسبوك أهم موقع يستخدم في الجزائر.
- اعتماد المرأة الجزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية راجع أساسا إلى نقص تكاليفها وإمكانية نشر الرسالة إلى عدد كبير من الناخبين في أبعد نقطة من الدائرة الانتخابية التي تنتمي إليها.
- التجربة الجزائرية في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات حديثة التطبيق، غير أن المرأة الجزائرية لا يمكنها الإستغناء عن استخدامها بالتوازي مع الأساليب الأخرى كالخرجات الميدانية والتجمعات الشعبية.
- تستخدم المرأة الجزائرية شبكات التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية لأنها فضاء للتعبير عن الرأي والرأي الآخر دون حواجز الأفكار التقليدية ضد المرأة.
- المرأة الجزائرية ومنذ دخولها للميدان السياسي والمشاركة فيه أصبحت تبحث عن بدائل للممارسات الجديدة للتكنولوجيات الحديثة خاصة شبكات التواصل الاجتماعي من أجل التأثير في الرأي العام وإقناع المعارضين.
- في الحملات الانتخابية ينبغي المزج بين استعمال مواقع التواصل الاجتماعي والأساليب الأخرى لإقناع الناخبين وتشكيل الرأي العام نحو البرامج المطروحة لإعطاء فرصة اختيار أحسن الممثلين.





واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من  
مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمات للفيسبوك / \_\_\_\_\_  
فوزية بلفضل / جمال بن زروق

### قائمة المراجع:

#### 1. الوثائق الرسمية:

- 1- قانون عضوي رقم 03-12 مؤرخ في 12 جانفي 2012، يحدد كفاءات توسيع حظوظ تمثيل المرأة في المجالس المنتخبة  
الجريدة الرسمية، العدد الأول، 2012، ص ص 46، 47.
- 2- القانون رقم 08-19 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008، الجريدة الرسمية رقم 63، المؤرخة في 16 نوفمبر 2008.
- 3- الأمر رقم 01-21 مؤرخ في 10 مارس 2021 يتضمن القانون العضوي للانتخابات، الجريدة الرسمية، العدد 17، 2021.
- 4- المرسوم الرئاسي رقم 21-96 المؤرخ في 11 مارس 2021 يتضمن استدعاء الهيئة الناخبة للانتخاب أعضاء المجلس  
الشعبي الوطني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 18، المؤرخ في 11 مارس 2021.
- 5- المرسوم الرئاسي رقم 21-336 المؤرخ في 28 أوت 2021 يتضمن استدعاء الهيئة الناخبة لإجراء انتخابات مسبقة  
للمجالس الشعبية البلدية والولائية، لجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 66، المؤرخ في 29 أوت 2021.
- 6- مرسوم تنفيذي رقم 91-120، يحدد كفاءات تكفل الدولة بنفقات الحملة الانتخابية للشباب المترشحين الأحرار،  
مؤرخ في 05 ماي 2021، الجريدة الرسمية، العدد 33، 2021.
- 7- إعلان رقم 01/إ.م.د/ 2021 مؤرخ في 23 جوان 2021 يتضمن النتائج النهائية للانتخاب أعضاء المجلس الشعبي  
الوطني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 51 المؤرخ في 29 جوان 2021.

#### 2. الكتب:

- 1- الشنتوت خالد أحمد، الانتخابات أمانة وشهادة، الجزائر، 2008.
- 2- الحماد خلف، وسائل الاعلام ومنظمات المجتمع المدني، الأردن، دار البيازوري، 2020.
- 3- بسيوني راندة عاشور عبد العزيز، الحملات الانتخابية عبر الإعلام الجديد، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، 2017.
- 4- بن جندل سعد الحاج، العينة والمعينة، عمان، دار البداية ناشرون وموزعون، 2019.
- 6- المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث العلمي، الأردن، دار أسامة، 2019.
- 7- المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث الإعلامي، الإمارات العربية المتحدة، دار لكتب الجامعية، 2020.
- 8- سعد مظلوم العبدلي، الانتخابات ضمانات حريتها ونزاهتها، الأردن، دار دجلة، 2009.
- 9- كنعان علي، الإعلام التفاعلي، الأردن، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2015.
- 10- العمارات فارس محمد، إدارة الحملات الانتخابية، الأردن، دار الخليج، 2021.
- 11- العجلان فهد صالح، الانتخابات وأحكامها في الفقه الإسلامي، السعودية، دار كنوز اشبيليا، 2009.
- 12- غرابية فوزي وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع،  
2010.
- 14- عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، 2015.
- 15- حجاب محمد منير، إدارة الحملات الانتخابية، مصر، دار الفجر، 2007.
- 16- عصام صلاح مروة، الإعلام الالكتروني، الأردن، دار ياف العلمية للنشر والتوزيع، 2014.



واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية دراسة مسحية على عينة من  
مترشحات الانتخابات التشريعية والمحلية 2021 المستخدمة للفيسبوك / \_\_\_\_\_  
فوزية بلفضل / جمال بن زروق

17- علاء الدين نرمين، إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، القاهرة، العربي، 2020.  
18- راضي وسام فاضل، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، الإمارات العربية المتحدة،  
لبنان، دار الكتاب الجامعي، 2017.

### 3. المجالات:

1- عزري أمل، بن زروق جمال " استخدام جمعيات المجتمع المدني في الجزائر للشبكات الاجتماعية، دراسة ميدانية،  
مجلة آفاق للعلوم، العدد7، 2017.

2- بومخيلة خالد، " واقع الحملات الانتخابية في فضاء التواصل الاجتماعي- دراسة حالة الجزائر- "، المجلة الجزائرية  
للأبحاث والدراسات، المجلد 04، العدد04، 2021.

3- صحراوي جهاد، شايب الدراع وليد " أساليب الإقناع في صفحات المترشحين للانتخابات الرئاسية 12 ديسمبر 2019  
على مواقع التواصل الاجتماعي(دراسة تحليلية على عينة من مضامين الصفحة الرسمية للمترشح الحر عبد المجيد تبون  
على الفيسبوك "، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ، مجلد03، العدد 02، 2020.

### 4. أطروحات الدكتوراه:

1- فريجات إسماعيل، " آليات تطور الجماعات الإقليمية في الجزائر "، أطروحة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق  
والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2021.

