

تقييم جمهور مدينة سرت لمواقع التواصل الاجتماعي في تغطيتها**لانتخابات البلدية والبرلمانية عام 2014**

(الفييس بوك إنموذجا)

(دراسة ميدانية)

أ . فرج عياش علي امعرف

أ. رمضان سعيد عبدالهادي

قسم الاعلام - جامعة سرت

الملخص:

يهدف البحث للتعرف عن مدى تقييم جمهور مدينة سرت للفييس بوك في تغطيته للانتخابات البلدية والبرلمانية، وتأتي أهميته في إلقاء الضوء على فاعلية الفييس بوك في تغطيته للانتخابات البرلمانية والبلدية في مدينة سرت عام 2014م، واعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي، مستخدما استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتكون مجتمع البحث من جمهور مدينة سرت بمختلف شرائحهم ومكوناتهم خلال العام 2020/2021، حيث قام الباحث بسحب عينة عشوائية بسيطة قوامها (120)، وتوصل الى مجموعة من النتائج أهمها: كشفت النتائج ان تقييم المبحوثين للفييس بوك خلال فترة الانتخابات، كانت جيدة بنسبة " 46,67 %"، وبينت أيضا أن الاسباب التي تؤدي الى استخدام المبحوثين للفييس بوك خلال فترة الانتخابات، هي التعرف على اهداف المرشحين للانتخابات بنسبة عالية بلغت 89.17%.

الكلمات المفتاحية: الفييس بوك، جمهور مدينة سرت، الانتخابات**Summary:**

The research aims to find out the extent of the Sirte audience's evaluation of Facebook in its coverage of the municipal and parliamentary elections, and its importance stems from shedding light on the effectiveness of Facebook in its coverage of the parliamentary and municipal elections in the city of Sirte in 2014 AD. The research community of this research from the public of the city of Sirte with their various segments and components during the year 2020/2021, where the researcher pulled a simple random sample of (120), and reached a set of results, the most important of which are: The results revealed that the respondents' evaluation of Facebook during the election period was good by a percentage. 46.67%, and it also indicated that the reasons that lead respondents to use Facebook during the election period, is

to identify the goals of the candidates for the elections, with a high rate of 89.17%.

Key words: Facebook, Sirte crowd, elections

المقدمة:

يعتبر الفيس بوك أحد تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي الذي يتمتع بالعديد من المزايا كشره للأخبار والمعلومات بشكل سريع عن طريق مقاطع الفيديو والصور وغيرها لجذب المواطنين ورصد ردود أفعالهم من خلال التعليقات والمشاركات، و يتيح لمستخدميه إنشاء المدونات وارسال الرسائل بالإضافة الى اجراء المحادثات الفورية الامر الذي غير من طابع الاتصالات وكل هذه المميزات(*)، سهلت في تشكيل اتجاهات الجماهير والمشاركة لتحقيق رغبة كل فئة في تفعيل اهتماماتها وانشطتها ، وله أيضا دورا في المناصرة والضغط و التفاعل والتأثير ، وتحقيق المسؤولية المجتمعية إذا ما أحسن استثماره واستغلاله وتوجيهه بشكل جيد، و يستطيع أن يحول الأقوال والأفكار والتوجيهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ⁽¹⁾، بالإضافة الي ابرازه لبعض الاعتبارات الخاصة بقضايا معينة تؤدي الي تبني الجمهور لهذه الاعتبارات، من خلال طرق التقارب وتبادل الآراء والأفكار من خلال أكبر عدد ممكن من الناس الامر الذي جعله يفرض نفس في كافة المجالات لتحقيق أهداف مستخدميه.²

مشكلة البحث: لقد أجريت في مدينة سرت عام 2014 ف انتخابات برلمانية وبلدية ، كأول انتخابات تجرى في ظل تواجد مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر أحد وسائل الاعلام الحديثة التي تلعب دورا كبير في نشر الاخبار والمعلومات بشكل أسرع من خلال الصور ومقاطع الفيديو وبما أن فكرة الانتخابات حديثة على بعض جمهور المدينة فإنهم في حاجة الى الكثير من المعلومات عنها، وبما أن الفيس بوك يعتبر أحد تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي الذي يعتبر من الإنجازات الحديثة التي أوجدت حلولا للعديد من المشاكل وذلك بسبب تأثيرها على الجمهور من خلال ما تقدمه من معلومات متنوعة وصوله لأكثر عدد ممكن من المواطنين ورصد ردود أفعالهم من خلال التفاعل

1- حمزة قده، ورجاء زهاني: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي في أوساط الشباب دراسة ميدانية على المجموعة المتحدة لناس الخير بسكرة، مداخلة

للمشاركة في الملتقى الوطني الأول حول :علم اجتماع البيئة والتنمية المستدامة في جامعة الوادي 18/17 / فيفري، الجزائر، ، 2014 ف ، ص2

https://www.researchgate.net/publication/340503835_dwr_mwaq_altwasl_alajtmay_fy_nshr_alwy_albyyy_fy_awsat_alshbab_drast_mydanyt_ly_almjmwat_almthdt_inas_alkhyr_bskrt_The_role_of_social_media_in_spreading_environmental_awareness_among_youth_A

والتعليقات والمشاركات، لذلك فإن مشكلة البحث تنحصر في سؤال رئيسي وهو التعرف عن مدى تقييم جمهور مدينة سرت للفييس بوك في تغطيته للانتخابات البلدية والبرلمانية عام 2014؟
أهمية البحث:

1- تتبع أهمية هذا البحث في إلقاء الضوء على فاعلية الفييس بوك في تغطيته للانتخابات البرلمانية والبلدية في مدينة سرت عام 2014م.

2- تكمن أهمية البحث في محاولة التعريف بكيفية تميز الفييس بوك كأحد وسائل التواصل الاجتماعي الواسعة الانتشار والاستخدام داخل المجتمع الليبي ، عن غيرها من الوسائل الأخرى وما يتمتع به من خصائص ومميزات من خلال التواصل والتفاعل بالصوت والصورة ومقاطع الفيديو ومعرفة ردود الأفعال.

3- تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها من الدراسات ذات علاقة بموضوعات آنية وحيوية والاكثر اهتمام في ليبيا وهي إجراء الانتخابات.

أهداف البحث: ينطلق هذا البحث من هدف رئيسي هو الكشف عن تقييم جمهور مدينة سرت للفييس بوك في تغطيته للانتخابات البلدية والبرلمانية عام ٢٠١٤ ف ف وينبثق عنه مجموعه من الأهداف الآتية:

- 1- معرفة عادات وانماط استخدام المبحوثين للفييس بوك.
- 2- التعرف على ثقة المبحوثين في المعلومات التي يقدمها الفييس بوك عن الانتخابات.
- 3- الكشف عن رضى المبحوثين عن اداء الفييس بوك في تغطية الانتخابات البرلمانية والبلدية عام 2014ف.

4- معرفة الاسباب التي تؤدي الى استخدام المبحوثين للفييس بوك خلال فترة الانتخابات.
تساؤلات البحث: يسعى هذا البحث للإجابة عن سؤال رئيسي هو ما مدى تقييم جمهور مدينة سرت للفييس بوك في تغطيته للانتخابات البلدية والبرلمانية عام 2014ف عن وينبثق عنه مجموعة من التساؤلات الآتية:

- 1- ما عادات وانماط استخدام المبحوثين للفييس بوك؟
- 2- ما ثقتك في المعلومات التي يقدمها الفييس بوك عن الانتخابات؟
- 3- ما مدى رضاك عن اداء الفييس بوك في تغطية الانتخابات البرلمانية والبلدية عام 2014ف؟
- 4- ما الاسباب التي تؤدي الى استخدامك للفييس بوك خلال فترة الانتخابات؟

الدراسات السابقة:

1- دراسة عبدالعزیز علي حسن (2016)، هدفت هذه الدراسة الي بحث العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية في انتخابات رئاسة الجمهورية لعام 2012 في مصر ، وذلك بالتركيز علي فئة الشباب (من سن 18 الي 35 عاما)، تم جمع البيانات قبل وبعد اجراء الجولة الاولى من الانتخابات الرئاسية من خلال قائمة الاستقصاء المستكملة بمعرفة المستقصي منه الكترونيا ، وتم توجيهها الي عينتين قوامهما 600،500 مفردة علي التوالي في ضوء تحليل البيانات (باستخدام البرامج الاحصائي SBSS) ، الذي توصل الي مجموعة من النتائج:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية المتمثلة في (التواصل ، والتعاون ، ومشاركة المواد) وبين المشاركة السياسية للشباب وذلك قبل الجولة الاولى من الانتخابات ، في حين توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من التعاون ومشاركة المواد من جهة والمشاركة السياسية من جهة اخري ، ولا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التواصل وبين المشاركة السياسية بعد الجولة الاولى من الانتخابات .

- كما أظهرت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بن المتغيرات الديموغرافية (المتمثلة في السن والتعليم والدخل الشهري للأسرة والحالة الاجتماعية) لمستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية وبين مشاركتهم السياسية قبل وبعد الجولة الاولى من الانتخابات الرئاسية، في حين تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وبين المشاركة السياسية قبل الجولة الاولى حيث وجد ان المشاركة السياسية للذكور اعلي من الاناث ، وعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع والمشاركة السياسية بعد الجولة الاولى من الانتخابات (3).

2- دراسة رضوان قطبي، (2015ف): هدفت الدراسة الي التعرف الي استخدامات الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي ، وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الجماعية والجهوية التي شهدتها المغرب في سبتمبر 2005 ، وقد استعان الباحث بالمنهج الوصفي ، كما اعتمد علي تقنية استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة ، وتم اختيار العينة بأسلوب العينة العشوائية غير المنتظمة ، في حين تكونت عينة الدراسة من 400 مفردة ، وتوصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج أهمها:

3- عبدالعزیز علي حسن: العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب " دراسة تطبيقية علي انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر " ،

- ان ابرز استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي تمحور حول المشاركة في احداث الانتخابات الجماعية والجهوية بالمغرب 2005
- كما ان اهم الاشباع التي تحققت لدي الشباب كانت الاشباع السياسية ، ومتابعة العملية الانتخابية ، وما دار حولها من نقاشات (4) .
- 3- دراسة محمد حسين علوان (2014)، تهدف الدراسة الي رصد وتحديد الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في دعم وتحفيز المشاركة السياسية من قبل الجمهور، وكذلك التعرف علي اهم سمات وسائل التواصل الاجتماعي بتقدير المبحوثين ، وأجريت الدراسة علي عينة بلغت " 400 " مبحوث من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ممن كانت أعمارهم 18 سنة فأكثر وممن يتعرضون لبرامج المرشحين الانتخابية ، وقد توصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج:
- جاء المبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (يوميا) بالمرتبة الاولى بنسبة 50,0 % ثم الذين يستخدمونها (بصورة غير منتظمة) بنسبة 36,0 %
- جاء المبحوثين الذين يقضون (ثلاث لأقل من اربع ساعات) في مواقع التواصل الاجتماعي (يوميا) في المرتبة الاولى بنسبة 30,3 % ثم الذين يقضون (ساعة لأقل من ساعتين) بنسبة 28,3 % ثم الذين يقضون (اقل من ساعة) بنسبة 22,5 %
- جاء المبحوثون الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (دائما) بالمرتبة الاولى بنسبة 51,8 % ثم الذين يستخدمونها (أحيانا) بنسبة 36,3 % ثم الذين يستخدمونها (نادرا) بنسبة 12,0% (5) .
- 4- دراسة رافت مهند عبدالرزاق (2013): تهدف هذه الدراسة للتعرف علي دور شبكات ومواقع الاجتماعي ، وواثرها علي الوعي السياسي لفئة مهمة في المجتمع الا وهي فئة الشباب الجامعي " ، ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال توزيع استبانة على طلبة الجامعات الثلاث وتكونت عينة الدراسة من " 430 " مفردة حيث تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية ولقد تم استخدام التحليل الاحصائي للإجابة علي أسئلة الدراسة وتوصلت الدراسة الي مجموعة من النتائج كان أهمها ما يلي :

4- رضوان قطبي: شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015 - دراسة ميدانية علي عينة من الشباب الجامعي ، مجلة الجامعة العربية الامريكية للبحوث ، مجلد 3 ، العدد 1 ، فلسطين، الجامعة العربية الامريكية، 2017، ص102-130.

5- محمد حسين علوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم المشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية العراقية 2014 " دراسة ميدانية " ، لأرك للفسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، المجلد7، العدد الثاني عشر، العراق، جامعة الواسط، كلية الآداب، 2015، ص278-329.

- أظهرت النتائج بان ما نسبة " 59,0 % " من افراد العينة هم مقتنعين بان الاحداث التي شهدتها الدول العربية كانت سببا للاشتراك بشبكات التواصل الاجتماعي فيما كانت نسبة " 41,0 % " لأفراد العينة التي لم تتأثر باشتراكها بمواقع التواصل الاجتماعي في الاحداث التي جرت في الوطن العربي.

- أظهرت النتائج ان نسبة " 62,8 % " من افراد العينة زاد وعيهم السياسي نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، بينما كانت نسبة " 37,2 % " لأفراد العينة التي لم يتأثر وعيهم السياسي .

- أظهرت النتائج ان نسبة " 66,2 % " من افراد العينة يعتقدون بان مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا مماثلا بتحريك الوعي السياسي العراقي بينما كانت نسبة " 32,8 % " لأفراد العينة الذين لا يعتقدون بان مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا مماثلا بتحريك الوعي السياسي العراقي⁽⁶⁾ .

5- دراسة رؤى عبدالهادي محمد الشخلي (2010م): تهدف هذه الدراسة لتناول الكيفية التي تتعامل بها الصحف الالكترونية العراقية مع احد ابرز أوجه الحياة الديمقراطية ، الا وهي قضية الانتخابات ، وقد كانت انتخابات مجالس المحافظات المحلية في العراق ، موضوعا للدراسة ، من خلال تحليل مضمون تغطية كل من صحيفتي الدستور والزمان الالكترونيين اليوميين للانتخابات ، للتعرف علي القضايا التي تناولتها الصحيفتان اثناء تغطيتها للانتخابات في الفترة " 12 - 2008 1- الي 28 - 2 - 2009 " ، وعلي اتجاه هذه التغطية، وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج:

- وقد اجابت الدراسة عن جميع أسئلتها والتي كان من ابرزها ، : ماهي اهم القضايا التي تناولتها الصحافة العراقية الالكترونية اثناء تغطيتها لانتخابات مجالس المحافظات في العراق ، وما هي موقف الصحافة من تلك الانتخابات .

- وقد أشارت نتائج الدراسة الي ان التغطية المتعلقة بموضوع الانتخابات والمرشحين املت المرتبة الاولى ، وتليها في المرتبة الثانية التغطية المتعلقة بالأحزاب السياسية ، أما المرتبة الأخيرة فقد كانت للقضايا المتعلقة بإيران وكذلك موضوع النفط ، كما أظهرت نتائج الدراسة أن موقف الصحافة العراقية الالكترونية من انتخابات مجالس المحافظات كان وبنسبة الإيجابية 54,7%⁽⁷⁾.

6- رافت مهند عبدالرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ،دراسة ميدانية، رسالة ماجستير ، جامعة البتراء، كلية الآداب والعلوم، الاردن، 2013ف.

7- رؤى عبدالهادي محمد الشخلي: تغطية الصحافة الالكترونية العراقية لانتخابات مجالس المحافظات دراسة تحليلية لصحيفتي الدستور والزمان ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الاعلام ، الاردن ، 2010ف.

منهج البحث وأدوات جمع البيانات : يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي، مستخدماً استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

مجتمع وعينة البحث وحدوده المكانية والزمنية: تكون مجتمع البحث من جمهور مدينة سرت بمختلف شرائحهم ومكوناتهم خلال العام 2021/2020 عن طريق استمارة إلكترونية، حيث قام الباحث بسحب عينة عشوائية بسيطة قوامها (120)

اختبار الصدق والثبات: بعد الانتهاء من تصميم الاستمارة وتضمينها أهدافاً وتساؤلات البحث ووضع الأسئلة والعبارات التي تقيس متغيراته ، وللتأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق وتحقيق أهداف البحث، قام الباحثان بعرضها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين (*) حيث أجرى الباحثان كل التعديلات التي اقترحوها الأساتذة.

التعريفات الإجرائية للبحث:

الجمهور الليبي: هم من يحملون الجنسية الليبية داخل ليبيا وخارجها.
الفييس بوك: هو تطبيق من تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي وبتيح لمستخدميه إمكانية استخدام الصور الثابتة والمتحركة ومشاركتها ونشر الأخبار واستخدام الرسائل النصية والصوتية ويرمز له (Facebook)

الانتخابات: هو الاجراء الذي يقوم به الشعب في اختيار من يمثلهم من بين العديد من المرشحين وذلك من خلال صناديق الاقتراع بحرية تامة دون ضغوط من أحد.

الاطار النظري:

أولاً/ مواقع التواصل الاجتماعي:

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي: ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام (1995) وهو موقع Classmates ، وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي الى ولايات، وقسم كل ولاية الى منطقة وقسم كل منطقة الى عدة مدارس ، وجميعها تشترك في هذا الموقع، وتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي آخر، وهو موقع SixDegrees.com وكان ذلك في عام (1997) وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر على انتماءاتهم العرقية أو الدينية أو العلمية، وكان ذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، وفي بداية 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير MySpace وهو

من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة ثم ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي linkedin.com ، تم كانت النقلة الكبيرة في علم التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير Facebook حيث انطلق رسميا في عام (2004)، ثم ظهرت العديد من المواقع الاخرى بعد ذلك⁽⁸⁾

نشأة الفيس بوك: مرت بعدة مراحل رئيسية يمكن تلخيصها فيما يأتي:

1- المرحلة الأولى: أنشأ مارك خلال دراسته في الجامعة موقع ويب أطلق عليه اسم (thefacebook.com)، وكان ذلك في 4 شباط/فبراير من عام 2004م، حيث استُخدم هذا الموقع؛ لإدخال معلومات، وصُور الطلبة، وقد بادر حوالي نصف طلبة الجامعة بالتسجيل في الموقع خلال أسبوعين فقط.

2- مرحلة التعديل، والتطوير: أجرى مارك بمساعدة زميليه في الجامعة: داستن موسكوفيتز، وكريس هيويز بعض التعديلات على موقعه؛ حيث أضاف بعض الميزات التي تُتيح للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية، وتحميل الصور، وغيرها من الوسائط، وركّز فيه على التواصل، ونشر المعلومات مع الأصدقاء، وأصدقاء الأصدقاء، وهو ما أطلق عليه مارك اسم (social graph)

3- مرحلة تأسيس الشركة: في صيف عام 2004م، ترك مارك جامعة هارفارد، وانتقل برفقة زميليه إلى مقاطعة بالو ألتو في كاليفورنيا؛ للبحث عن مُستثمر يدعم مشروعهم، وقد كان هذا المُستثمر هو رجل الأعمال (بيتر ثيل)، حيث منح مارك رأس المال، مما مكّنه من تأسيس شركة ناشئة أطلق عليها اسم (facebook) ، واستلم إدارتها بنفسه، وفي أيار/مايو من عام 2005م دعم المُستثمر بيتر ثيل الشركة بشكلٍ جدّي، وبمبلغ قدره 12.7 مليون دولار، وبعد 4 أشهر أتمّ مارك إنشاء موقع فيس بوك، حيث استُخدم للتسجيل من قِبَل طُلاب المدارس، والكليات، والجامعات.

4- مرحلة تعميم استخدام الموقع: استمرّ مارك في تطوير موقعه إلى أن أتاح في عام 2006م لأيّ شخصٍ (غير طالب) الانضمام إلى شبكة إقليمية تعتمد على المكان الذي يعيش فيه، بشرط أن يمتلك عنوان بريد إلكترونيّ.

5- مرحلة تلقّي العروض، وعقد الصفقات: في عام 2006م، رفض مارك عرضاً مالياً بقيمة مليار دولار من شركة ياهو، إلاّ أنّه في عام 2007م عقّد صفقة مع شركة مايكروسوفت (بالإنجليزية :

8- فرح عياش امعرف واحمد الامين: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى طلاب جامعة سرت الفيس بوك نموذجا، المؤتمر العلمي الخامس للبيئة و

التنمية المستدامة بالمناطق الجافة وشبه الجافة 23-26 يوليو، منشورات جامعة اجدابيا، ليبيا، اجدابيا، 2018، ص 805

(Microsoft)، وتقضي الصفة بحصول الأخيرة على نسبة 1.6% من أسهم فيس بوك مقابل 240 مليون دولار، كما حصلت شركة (Digital Sky Technologies) على نسبة 1.96% مقابل 200 مليون دولار، ومع مرور الوقت، انتشر موقع فيس بوك بشكل كبير، وحظي بتفاعل كبير من الناس، وقُدِّرت القيمة الشرائية للشركة لعام 2008م بنحو 1.5 مليار دولار، ووصلت في عام 2012م إلى حوالي 19 مليار دولار⁽⁹⁾.

استخدامات الفيس بوك:

1- الاستخدامات الاتصالية الشخصية: ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبًا، وان اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

2- الاستخدامات التعليمية: إن الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب. وانما يمكن من خلاله التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، مما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وابداء الرأي، وهي مساحة ضيقة جدًا داخل أسوار المدارس، في ظل تكديس الطلاب في الفصول وكثرة المواد، مع وجود الأنظمة والمساحات الضيقة للمناقشات والتداولات.

3- الاستخدامات الحكومية: اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، ومسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول، والتغذية الراجعة المباشرة، مما يساعد في تفادي الأخطاء والوصول بالخدمة المقدمة للإتقان والتميز.

9- محمد مروان: مقال بعنوان تعريف الفيس بوك، الموقع الإلكتروني موضوع أكبر موقع بالعالم العربي، تاريخ النشر ٢٥ يناير ٢٠١٩م، تاريخ الاطلاع عليه 14-3-

2021ف، الساعة الرابعة عصرا، الموافق يوم الاحد،

https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3_%D8%A8%83%D9%88%D9%83

4- **الاستخدامات الإخبارية:** أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالبًا، لا احترافية لاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية، وقد تميزت المدونات الخاصة باستقطاب الباحثين عن الأخبار، ومواقع الأخبار المتخصصة، وقنوات إخبارية كبيرة، في أحداث مختلفة سابقة، وكان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام.

5- **الاستخدامات الدعوية:** فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم واختلاف أجناسهم وبلدانهم، وأصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الانغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول، وفي ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتقولب الداعية والعالم على قوالب جامدة وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية والفورية والتحديث المستمر، مع كسر حاجز الوقت والزمان، والسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف⁽¹⁰⁾.

مميزات الفيس بوك (Facebook):

1- **الملف الشخصي (Profile) :** فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية ، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين ، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد.

2- **إضافة صديق (Addfriend) :** وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة Facebook بواسطة بريدة الإلكتروني .

3- **إنشاء مجموعة (Groups) :** تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية... إلخ وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

4- **لوحة الحائط (Wall) :**وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم: بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

5- **النكزة (Pokes) :** منها يتاح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

10- عبد السلام الأشهب: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك نموذجا وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، رسالة ماستر، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، كلية

- 6- الصور (Photos): وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.
- 7- الحالة (Status): التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما ما يقوموا به من أعمال في الوقت الحالي⁽¹¹⁾.
- سلبيات الفيس بوك فتتمثل في:**
- 1- إضاعة الوقت من خلال الجلوس لساعات طويلة، لتصفح الفيس بوك واللعب أو مشاهدة الفيديوهات والمنشورات المختلفة، وتكون هذه الأمور غير مفيدة في الكثير من الأحيان، مما يجعل الشخص غير قادر على إتمام المهام المطلوبة منه يومياً، وربما يؤثر هذا الوقت على عمل الشخص.
 - 2- ضعف الروابط الأسرية بسبب قضاء الوقت الطويل على الفيس بوك، إذ ينشغل الأب والأم والأولاد في تصفح الفيس بوك دون الحديث بين بعضهم البعض.
 - 3- انتشار الكثير من الأمور التي تنتهك خصوصية وأسرار البيت، من خلال نشر الصور والفيديوهات العائلية التي تخص حياة المستخدمين الشخصية.
 - 4- التسبب في الفساد الأخلاقي نتيجة اطلاع بعض الأشخاص على المواقع والصور والفيديوهات الإباحية.
 - 5- أنتشار الفتن والأخبار الكاذبة والمضللة، حيث سهل الفيس بوك على المستخدمين إمكانية نشر كل ما يريدون مما يسمح لأصحاب النفوس الضعيفة من استغلال هذا الأمر لنشر الفتنة وإثارة الرعب بين أفراد المجتمع من خلال الأخبار الكاذبة.
 - 6- النقاشات والخلافات التي تحدث عبر التعليقات، والتي قد يحدث فيها تطاول وتجاوزات وشتم.
 - 7- تعرض بعض المستخدمين لعمليات الابتزاز من خلال سرقة الصور أو الحسابات، ونشر أمور كاذبة على لسان صاحب الحساب.
 - 8- التسبب في مشاكل صحية عديدة خاصة للعينين، إلى جانب الإرهاق الجسدي.
 - 9- الإساءة إلى الديانات والعقائد⁽¹²⁾.

11- نورة حفناوي : المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الاجتماعية الانسانية، قسم العلوم

الانسانية ، الجزائر، أم البواقي، 2015، ص57

12- اسراء محمود : مقال بعنوان إيجابيات وسلبيات الانترنت، الموقع الالكتروني مقالات ، تاريخ النشر 6-2-2019م ، تاريخ الاطلاع 21-3-2021، الساعة الثالثة

صباحا، الموافق يوم الاحد،

تانيا/ الانتخابات:

تعريف الانتخابات: هناك العديد من التعاريف القانونية ، والسياسية المختلفة للانتخابات نذكر من بينها ما يلي : في لسان العرب لابن منظور، الانتخاب من فعل نخب ، " ونخب : أي أنتخب الشيء اختاره ، والنخبة ما اختاره منه ونخبة القوم ونخبهم خيارهم ، والنخب النزح والانتخاب الانتزاع والانتخاب الاختيار والانتقاء من النخبة⁽¹³⁾.

اما في الاصطلاح: هو قيام المواطنين (الناخبين) باختيار البعض منهم شريطة ان يكونوا ذوى كفاءه لتسيير أجهزة سياسية وإدارية محضة وذلك من خلال القيام بعملية التصويت⁽¹⁴⁾.

اما من الناحية القانونية: الانتخاب هو الوسيلة او الطريقة التي بموجبها يختار المواطنون الأشخاص الذين يسندون اليهم مهام ممارسة السيادة او الحكم نيابة عنهم ، سواء علي مستوى سياسي ، مثل الانتخابات الرئاسية والتشريعية او على اداري مثل الانتخابات البلدية ، او على مستوى المرافق المختلفة الاجتماعية ، الثقافية والاقتصادية... الخ⁽¹⁵⁾.

النظام الانتخابي: ابرزت الادبيات السياسية طرقا مختلفة لتصنيف النظم الانتخابية ، ثمة تصنيفات تركز علي طريقة طرح المرشحين : هل فردية ام من خلال القائمة وهناك التصنيفات التي تركز علي التقسيم الي مناطق انتخابية : هل تعتبر الدولة منطقة انتخابية واحده ، ام مناطق انتخابية عديدة ، وهناك تصنيف يهتم بطريقة توزيع المقاعد : هل توزيع المقاعد حسب من حصل أكثرية الأصوات ام حسب الطريقة النسبية ، الا ان غالبية الادبيات السياسية تركز علي نظامين انتخابيين أساسيين : النظام النسبي الذي يستند الي القوائم الحزبية ، والنظام المناطقي الذي يعتمد علي الترشح الفردي ، وهناك النظام الانتخابي المختلط⁽¹⁶⁾.

معايير الانتخابات الدولية: تعتبر مشاركة المواطنين في إدارة الشؤون العامة لبلدانهم احدى الركائز الاساسية لحقوق الانسان التي اكد عليها الإعلان العالمي لحقوق الانسان الصادر في ديسمبر عام

https://mqalaat.com/%D8%A7%D9%8A%D8%AC%D8%A7%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D9%88%D8%B3%D9%84%D8

، [_D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3_%D8%A8%D9%88%D9%83](https://mqalaat.com/%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3_%D8%A8%D9%88%D9%83)

13- ابن منظور جمال الدين محمد بن مكرم الانصاري : **لسان العرب** ، الجزء الثاني ، مصر ، الدار المصرية للتأليف والترجمة ، بدون سنة نشر ، ص 649

14- ايتسام القرام: **المصطلحات القانونية في التشريع الجزائري - باللغتين العربية والفرنسية** ، الكتاب ، الجزائر ، قصر البلدية ، 1998، ص 276

15- الأمين شريط،: **الوجيز في القانون الدستوري والمؤسسات الجزائرية** ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2002، ص 212

16- مهند مصطفى: **النظم الانتخابية وأثرها في الاندماج الاجتماعي والسياسي في الدول العربية التي تمر بتحول ديمقراطي : حالاتنا مصر وتونس**، المؤتمر السنوي الثاني

للعلوم الاجتماعية والانسانية 30 - 31 مارس، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ، قطر ، النوحة ، 2013، ص 7 - 8

1948 ، حيث جاء في المادة 21 منه انه لكل شخص حق المشاركة في إدارة الشؤون العامة لبلده ، اما مباشرة ، او بواسطة ممثلين يختارون بحرية ، وان إرادة الشعب هي مناط سلطة الحكم ، ويجب ان تتجلى هذه الارادة من خلال انتخابات نزيهة تجري دوريا بالاقتراع العام وعلي قدم المساواة بين الناخبين وبالتصويت السري او بأجراء مكافئ من حيث ضمان حرية التصويت .
وأكدت الفقرة 2 من المادة 25 من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية ان للمواطن الحق في ان ينتخب وينتخب في انتخابات نزيهة تجري بالاقتراع العام وعلي قدم المساواة بين الناخبين وبالتصويت السري ، تضمن التعبير الحر عن إرادة الناخبين⁽¹⁷⁾.

الوظائف الرئيسية للانتخابات:

- 1- تعتبر الانتخابات هي وسيلة الشعب من اختيار ممثلية في الهيئات التشريعية او المناصب التنفيذية كالرئيس علي سبيل المثال.
 - 2- كما تعتبر الانتخابات هي الوسيلة لاختيار الحكومات ، ففي كثير من دول العالم وان لم تكن جميعها تكون الانتخابات بمثابة مسابقة بين الاحزاب السياسية المتنافسة علي السلطة لمعرفة من يتولى الحكم .
 - 3- تعتبر الانتخابات هي من تمنح الشرعية للنظام السياسي .وبالتالي أصبحت الانتخابات عنصرا ضروريا في تشكيل الحكومات الشرعية⁽¹⁸⁾.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية للمشاركة في العملية الانتخابية: من المهم ان نتذكر ان منصات التواصل الاجتماعي مصممة لكي تكون اجتماعية أي بأيدي الناس انفسهم ، ولكي تسمع بالتفاعل في الاتجاهين ،ويمكن ان تأخذ طرق التفاعل مع الجمهور علي منصات التواصل الاجتماعي عدة اشكال منها .
- 1- طرح الهيئة الانتخابية لأسئلة تمكن الإجابة عليها مباشرة علي المنصة او من خلالها.
 - 2- نشر معلومات علي نحو يشجع المتابعين علي عرض وجهة نظرهم في الموضوع .
 - 3- الإجابة عن الأسئلة والشواغل كأداة لخدمة العملاء.
 - 4- استضافة مناظرات وإعطاء الجمهور فرصة المشاركة من خلال إمكانات الدردشة.

17- علاء شلبي: الديمقراطية والانتخابات في العالم العربي ، اعمال المؤتمر الدولي حول الديمقراطية والانتخابات في العالم العربي ، المنظمة العربية لحقوق الانسان ،

ط1، القاهرة ، 2014، ف ، ص 32

18- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي : المذكرة التطبيقية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي : النظم والعمليات الانتخابية ، كانون الثاني، 2014، ف، ص 3

- 5- جلسات أسئلة واجوبة فورية.
 6- نشر الصور للتعليق عليها .
 7- البومات وصور ليوم الاقتراع او الفعاليات الأخرى .
 8- انتاج أفلام قصيرة.
 9- الانفوغرافيكس،(أدوات ايضاح بصرية للمعلومات مثل الرسوم البيانية والخرائط والجداول الزمنية)⁽¹⁹⁾.

عرض وتحليل النتائج:

الجدول رقم(1) يوضح البيانات الخاصة بالمبحوثين

المتغيرات الديموغرافية	ك	%	النوع
ذكر	67	55.83	النوع
أنثى	53	44.17	
المجموع	120	100	
من 18 الى أقل من 20 سنة	18	15	العمر
من 21 سنة إلى أقل من 23 سنة	24	20	
من 24 إلى أقل من 27 سنة	36	30	
من 28 سنة فما فوق	42	35	
المجموع	120	100	
ابتدائي	13	10.83	المؤهل العلمي
متوسط	24	20	
جامعي	56	46.67	
دراسات عليا	27	22.5	
المجموع	120	100	
لا يوجد	52	43.33	

19- شينا كايسر وآخرون: وسائل التواصل الاجتماعي دليل عملي للهيئات المعنية بالإدارة الانتخابية، المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، 2014-2015، ف،

30	36	موظف	الوظيفة
26.67	32	اعمال حرة	
100	120	المجموع	
71.67	86	داخل سرت	مكان الإقامة
28.33	34	ضواحي سرت	
100	120	المجموع	

شملت عينة البحث جمهور مدينة سرت من الجنسين باختلاف أعمارهم ومؤهلاتهم العلمية والوظيفية ومكان اقامتهم، وقد نتج عن توزيع الاستمارة بشكل إلكتروني في الحصول على عينة مناسبة تمثل سكان المدينة كما هو موضح في الجدول السابق بالنسب والارقام.

الجدول رقم (2) يوضح استخدام المبحوثين للفييس بوك.

النسبة	التكرار	افراد العينة
67,5	81	دائما
21.67	26	أحيانا
10,83	13	نادرا
100	120	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (2) الي ان الذين يستخدمون الفيس بوك بشكل دائم جاءوا بالمرتبة الاولى بنسبة " 67,5 % " ، ثم المبحوثين الذين يستخدمونها أحيانا بنسبة " 21,67 % " وجاء في المرتبة الأخيرة الذين يستخدمونها بشكل نادر بنسبة " 10,83 % " الامر الذي يشير الي ان غالبية المبحوثين يستخدمون الفيس بوك بشكل دائم الامر الذي يعطي دلالة علي أهمية الفيس بوك كوسيلة للتواصل بين الجمهور ، والوقت الذي يقضيه المبحوثين في الاطلاع واستخدام الفيس بوك للحصول علي المعلومات ومعرفة الاخبار ، وبالتالي من الممكن توظيف واستثماره كوسيله للتزويد بالمعلومات عن العملية الانتخابية.

الجدول رقم (3) يوضح عدد ساعات استخدام المبحوثين للفييس بوك.

افراد العينة	التكرار	النسبة
اقل من ساعتان في اليوم	17	14,17
من ساعتان إلى 3 ساعات في اليوم	33	27,5
أكثر من 3 ساعات في اليوم	70	58,33
المجموع	120	100

يبين الجدول رقم (3) عدد ساعات استخدام المبحوثين للفييس بوك ، حيث ان من يستخدمونها (اكثر من 3 ساعات في اليوم) جاءت بنسبة " 58,33 % " جاءت في المرتبة الاولى ، بينما من كانوا يستخدمونها (من ساعتان الي 3 ساعات في اليوم) كانت بنسبة " 27,5 % " جاءت في المرتبة الثانية ، بينما من يستخدمونه (اقل من ساعتان في اليوم) بنسبة " 14,1667 % " في المرتبة الأخيرة ، الامر الذي يشير الي ان غالبية المبحوثين يستخدمون الفييس بوك لمدة تتجاوز الثلاث ساعات في اليوم وهو وقت لا بأس به يخصصه افراد العينة المبحوثة للتعرض للفييس بوك يوميا ، وقد يعود ذلك الي ادراك المبحوثين لدور واهمية الفييس بوك وما يتضمنه من استخدامات وازافات جديدة ولاسيما وانهم من النشطاء الفاعلين علي الفييس بوك وبالتالي يواكبون ويشتركون ويسجلون فيه ، وذلك يحتاج الي الاهتمام بطريقة ومضمون المواد المقدمة من خلاله وهذا يحتاج الي دراسات وبحوث لاستثمارها احسن استثمار بما يخدم العملية الانتخابية .

الجدول رقم (4) يوضح مدى رضى المبحوثين عن أداء الفييس بوك في تغطية الانتخابات البرلمانية والبلدية عام 2014ف

افراد العينة	التكرار	النسبة
راضي عنها بنسبة كبيرة	31	25,8333
راضي عنها بنسبة متوسطة	73	60,8333
راضي عنها بنسبة قليلة	16	13,333
المجموع	120	100

بين الجدول رقم (4) مدى رضى المبحوثين عن أداء الفييس بوك في تغطية الانتخابات البرلمانية والبلدية عام 2014 ف حيث جاءت إجابة المبحوثين الذين (راضي عنها بنسبة متوسطة) بنسبة " 60,8333 % " وهي الأعلى ، بينما من أجابه بانه (راضي عنها بنسبة كبيرة) بنسبة " 25,8333 % " وهي في المرتبة الثانية ، بينما من اجابوا بانهم (راضي عنها بنسبة قليلة) بنسبه " 13,333 % "

% "وهي الأقل ، وبذلك تشير إجابة المبحوثين بان رضاهم كان متوسط عن أداء الفيس بوك في تغطية الانتخابات البرلمانية والبلدية عام 2014، يرجع ان العملية الانتخابية كانت حديثة لدى اغلب المبحوثين ولم تكن التغطية الإعلامية كافية من خلال الفيس بوك للحصول علي المعلومات الكافية عن العملية الانتخابية.

الجدول رقم(5) يوضح مدى ثقة المبحوثين في المعلومات التي يقدمها الفيس بوك عن الانتخابات

افراد العينة	التكرار	النسبة
أثق فيها	42	35
أثق فيها الى حد ما	18	15
لا أثق فيها	60	50
المجموع	120	100

تشير بيانات الجدول رقم (5) ان المبحوثين لا يتقون في المعلومات التي يقدمها الفيس بوك خلال فترة الانتخابات ، حيث اجابوا (لا اثق فيها) بنسبة " 50 % " ، وهي الأعلى ، ثم جاءت في المرتبة الثانية ، ،الذين اجابوا (اثق فيها) بنسبة " 35 % " ، اما الذين اجابوا (يتقون فيها الى حد ما) بنسبة " 15 % " وهي المرتبة الأخيرة ، يرجع السبب في ذلك الي انفتاح الفيس على كل الناس في مختلف اعمارهم مما قد يسبب عدم وجود رقابه ذاتيه وتجردهم من المسؤولية في نشر المعلومات ، ناهيك عن نشرهم للخبر وفق سياسات شخصيه وايدلوجية وتوجهات التي قد ينتهجها الفيس بوك وتتفق مع سياسات ومصالح مع الغير وقد يتم نشر اخبار ومعلومات غير صحيحة واشاعات.

الجدول رقم (6) يوضح مدى تقييم المبحوثين للفيس بوك خلال فترة الانتخابات.

افراد العينة	التكرار	النسبة
ممتاز	47	39,16
جيدة	56	46,67
ضعيفة	17	14,17
المجموع	120	100

يوضح الجدول رقم (6) مدي تقييم المبحوثين للفيس بوك خلال فترة الانتخابات ، حيث أجاب المبحوثين بانها (جيدة بنسبة ، " 46,67 % " وهي الأعلى ، بينما من اجابوا بانها (ممتازة) بنسبة " 39,167 % " وهي في المرتبة الثانية ، بينما من اجابوا بانها (ضعيفة) بنسبة " 14,167

% " وهي في المرتبة الأخيرة، وبذلك يتضح من بيانات الجدول السابق بان تقييم المبحوثين للفييس بوك خلال فتره الانتخابات كان جيد كأعلى نسبة يرجع ذلك لعدم اهتمام المبحوثين بالأخبار المتعلقة بالانتخابات وتركيزهم علي المعلومات ومعرفة الاخبار في مجالات أخرى.

الجدول رقم(7) يوضح مجموعة من الاسباب التي تؤدي الى استخدامك للفييس بوك خلال فترة الانتخابات وضع علامة (√) امام احدى الاختيارات

م	الاسباب	أوافق	محايد	لا	أكبر	النسبة
		ك	ك	أوافق	تكرار	المئوية
		ك	ك	ك	ك	%
1	تساعدني على اختيار المرشح المناسب في الانتخابات	15	9	96	96	80
2	تقدم معلومات خاصة عن المرشحين للانتخابات	20	85	15	85	70.83
3	استطيع من خلالها التعرف على اهداف المرشحين للانتخابات	107	8	5	107	89.17
4	اتمكن من خلالها تبادل الآراء ووجهات النظر عن المرشحين للانتخابات ومشاركتها مع الاصدقاء	67	36	17	67	55.33
5	تعرض الرسائل الانتخابية بشكل متنوع لتتناسب كل فئات الجمهور	81	29	10	81	67.5
6	تجعلني أفهم طرق المشاركة في الانتخابات	53	32	35	53	44.17
7	تمنحني فرصة التواصل المباشر مع المرشحين للانتخابات	54	19	47	54	45
8	تساعدني في التعبير عن رأيي بحرية لأتخذ موقف واضح من المرشحين للانتخابات	13	30	77	77	64.17

تكشف نتائج الجدول السابق أن الاسباب التي تؤدي الى استخدام المبحوثين للفييس بوك خلال فترة الانتخابات، هي التعرف على اهداف المرشحين للانتخابات بنسبة عالية بلغت 89.17%، تم جاءت من قالوا انهم لا يستخدمون الفييس من أجل ان يساعدهم على اختيار المرشح المناسب في الانتخابات بنسبة 80% في المرتبة الثانية، وتفسر هذه النتيجة أن الفييس بوك يقوم بنشر وعرض عدد كبير من المرشحين للانتخابات الذي يتم من خلاله منح فرصة للناخبين للاختيار والاطلاع

على الاهداف والمرشحين التي تناسبهم وتسعى لتحقيق احتياجاتهم و رغباتهم وخدمة المدينة ومرافقها العامة.

نتائج البحث:

1- توصلت النتائج الى ان المبحوثين يستخدمون الفيس بوك بشكل دائم بنسبة بلغت " 67,5 % " ، وتبين ايضا ان المبحوثين يستخدمون الفيس بوك اكثر من 3 ساعات في اليوم بنسبة جاءت بنسبة " 58,33 % " .

2- تكشف النتائج ان المبحوثين، راضيين عن أداء الفيس بوك في تغطية الانتخابات البرلمانية والبلدية عام 2014 ف، بنسبة متوسطة، بنسبة " 60,8333 %، وأوضحت ان المبحوثين لا يتقون في المعلومات التي يقدمها الفيس بوك خلال فترة الانتخابات ،حيث اجابوا (لا اثق فيها) بنسبة " 50 % " .

3- كشفت النتائج ان تقييم المبحوثين للفيس بوك خلال فترة الانتخابات ،كانت جيدة بنسبة " 46,67 % " ، وبينت أيضا أن الاسباب التي تؤدي الى استخدام المبحوثين للفيس بوك خلال فترة الانتخابات، هي التعرف على اهداف المرشحين للانتخابات بنسبة عالية بلغت 89.17% .

توصيات البحث:

1- ضرورة استفادة الجهات التي لها دور بالقيام بتنظيم العملية الانتخابية من الدراسات العلمية في هذا الاختصاص من اجل التعرف علي آراء المواطنين فيما يخص الإجراءات والخطوات التي تقوم بها في هذا الشأن من اجل تعزيز الإيجابيات في أوجه عملها وتلافي السلبيات التي قد تحصل والعمل علي تطوير أدائها فيما يخص العملية الانتخابية وبما يتلاءم واحتياجات المواطنين الفعلية وفقا لمعطيات البحوث العلمية المنجزة في هذا المجال

2- علي جميع الجهات المعنية بالانتخابات سواء الهيئة الوطنية العامة للانتخابات او هيئات المجتمع المدني ومؤسساته ، والمؤسسات الحكومية باستثمار الفيس بوك لتشجيع المواطنين علي المشاركة السياسية في الانتخابات وكذلك مراقبة العملية الانتخابية وتتبعها .

3- حث المستخدمين للفيس بوك للأعجاب بالصفحات الخاصة بالانتخابات والتفاعل معها ، واعداد وتصميم منشورات تدعوهم للمشاركة في الانتخابات عبر الفيس بوك للمشاركة بفاعلية.

4- التوظيف الأمثل للفيس بوك ، وما يملكه من إمكانيات وقدرات فاعلة وحيوية وتأثير من اجل العمل علي خدمة العملية الانتخابية .

قائمة المصادر والمراجع:

- 1- حمزة قده، ورجاء زهاني: دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي في أوساط الشباب دراسة ميدانية على المجموعة المتحدة لناس الخير بسكرة، مداخلة للمشاركة في الملتقى الوطني الأول حول :علم اجتماع البيئة والتنمية المستدامة في جامعة الوادي 18/17 / فيفري، الجزائر، ، 2014 ف ، ص2
https://www.researchgate.net/publication/340503835_dwr_mwaq_altwasl_alajtmay_fy_nshr_alwy_albyyy_fy_awsat_alshbab_drast_mydanyt_ly_almjmwat_almthdt_lnas_alkhyr_bs_krt_The_role_of_social_media_in_spreading_environmental_awareness_among_youth_A_field_stud
- 2- عبدالعزيز علي حسن: العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب " دراسة تطبيقية علي انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر " ، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 43، العدد 1، الاردن، عمان ، الجامعة الاردنية، 2016ف، ص229-252
- 3- رضوان قطبي: شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015 - دراسة ميدانية علي عينة من الشباب الجامعي ، مجلة الجامعة العربية الامريكية للبحوث ، مجلد 3 ، العدد 1 ، فلسطين، الجامعة العربية الامريكية، 2017ف، ص102-130.
- 4- محمد حسين علوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم المشاركة السياسية في الانتخابات البرلمانية العراقية 2014 " دراسة ميدانية " ،لأرك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية ،المجلد7، العدد الثاني عشر، العراق، جامعة الواسط، كلية الآداب، 2015ف، ص278-329.
- 5- رافت مهدي عبدالرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ،دراسة ميدانية، رسالة ماجستير ، جامعة البتراء، كلية الآداب والعلوم، الاردن، 2013ف.
- 6- رؤى عبدالهادي محمد الشبخلي: تغطية الصحافة الالكترونية العراقية لانتخابات مجالس المحافظات دراسة تحليلية لصحيفتي الدستور والزمان ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الاعلام ، الاردن ، 2010ف.
- 7- فرج عياش امعرف واحمد الامين: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي البيئي لدى طلاب جامعة سرت الفيس بوك نموذجا، المؤتمر العلمي الخامس للبيئة و التنمية المستدامة بالمناطق الجافة وشبه الجافة 23-26 يوليو، منشورات جامعة اجدابيا، ليبيا، اجدابيا ، 2018ف، ص805
- 8- محمد مروان: مقال بعنوان تعريف الفيس بوك، الموقع الالكتروني موضوع أكبر موقع بالعالم العربي ، تاريخ النشر ٢٥يناير ٢٠١٩ف، تاريخ الاطلاع عليه 14-3-2021ف، الساعة الرابعة عصرا، الموافق يوم الاحد،
https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3_%D8%A8%D9%88%D9%83

- 9- عبدالسلام الاشهب: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك أنموذجاً" وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، رسالة ماجستير، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الاجتماعية، الجزائر، 2016/2017ف، ص39-40
- 10- نورة حفناوي : المضامين الخاصة بالمرأة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الاجتماعية الانسانية، قسم العلوم الانسانية ، الجزائر، أم البواقي، 2015، ص57
- 11- اسراء محمود : مقال بعنوان ايجابيات وسلبيات الانترنت، الموقع الالكتروني مقالات ، تاريخ النشر 6-2-2019م ، تاريخ الاطلاع 21-3-2021، الساعة الثالثة صباحا، الموافق يوم الاحد، https://mqalaat.com/%D8%A7%D9%8A%D8%AC%D8%A7%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D9%88%D8%B3%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3_%D8%A8%D9%88%D9%83 ،
- 12- ابن منظور جمال الدين محمد بن مكرم الانصاري : لسان العرب ، الجزء الثاني ، مصر ، الدار المصرية للتأليف والترجمة، بدون سنة نشر، ص 649
- 13- ابتسام القرام: المصطلحات القانونية في التشريع الجزائري - باللغتين العربية والفرنسية ، الكتاب، الجزائر، قصر البلدية، 1998ف، ص276
- 14- الأمين شريط،: الوجيز في القانون الدستوري والمؤسسات الجزائرية ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2002ف، ص 212
- 15- مهند مصطفى: النظم الانتخابية واثرها في الاندماج الاجتماعي والسياسي في الدول العربية التي تمر بتحول ديمقراطي : حالات مصر وتونس، المؤتمر السنوي الثاني للعلوم الاجتماعية والانسانية 30 - 31 مارس، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات ، قطر، الدوحة، 2013ف، ص 7 - 8
- 16- علاء شلبي: الديمقراطية والانتخابات في العالم العربي ، اعمال المؤتمر الدولي حول الديمقراطية والانتخابات في العالم العربي ، المنظمة العربية لحقوق الانسان ، ط1، القاهرة ، 2014ف، ص 32
- 17- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي : المذكرة التطبيقية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي : النظم والعمليات الانتخابية ، كانون الثاني، 2014ف، ص 3
- 18- شينا كايسر وآخرون: وسائل التواصل الاجتماعي دليل عملي للهيئات المعنية بالإدارة الانتخابية، المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، 2014-2015ف، ص 41
- تم تحكيم الاستمارة وعرضها على كلا من:
- 1- أ. د/ عبدالكريم العجمي الزباني- استاذ جامعي- جامعة البحرين
- 2- د/ حنان معتوق أحمد بن أحمد- استاذ جامعي - كلية الفنون والاعلام- جامعة الجفاره- ليبيا

- 3- د/ نوري علي محمد بالحاج- استاذ جامعي- قسم الإعلام- جامعة صبراتة - ليبيا
- 4- د/ عمار عياد المصباحي - أستاذ جامعي- كلية الفنون و الاعلام- جامعة الزيتونة
- 5- د/ سعيد مفتاح شناني- أستاذ جامعي- قسم الاعلام- جامعة عمر المختار