

دور وسائل الإعلام الرقمي في إعادة صياغة القرارات السياسية في العراق (الفيس بوك)

الباحث : م.م. حامد شاكر كريم
جامعة المستقبل - كلية الاعلام

المستخلص

تشكل الشبكات الاجتماعية الرئيسية، مثل فيسبوك، جزءاً من الثقافة الرقمية الحديثة، وتوفر فرصاً لاستخدام الإعلام الرقمي لتعزيز الوعي السياسي وتأثير القرارات السياسية. يستخدم فيسبوك خوارزميات لتحديد المحتوى الذي يتم عرضه في تغذية الأخبار، وقد يؤثر هذا الترتيب على الآراء والمعتقدات السياسية للمستخدمين. على الرغم من ذلك، يمكن استخدام وسائل الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات والتفاعل مع الحكومة وصانعي القرار لتأثير تغييرات سياسية إيجابية. تتضمن الخطوات التي يمكن اتخاذها لتعزيز الوعي السياسي وتأثير القرارات السياسية على فيسبوك: تعزيز مصادر المعلومات الموثوقة، والتفاعل مع المسؤولين الحكوميين، وتشجيع المستخدمين على المشاركة في الحوارات والمناقشات، وتحديد الموضوعات السياسية الحيوية وتنظيم حملات لدعمها. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمؤسسات والمنظمات الاستفادة من الإعلام الرقمي لتوصيل رسائلها السياسية وتأثير القرارات السياسية.

يجب على الأفراد العمل على تحسين ثقافة المعلومات السياسية الخاصة بهم وتنمية قدراتهم على التفكير النقدي وتحليل الأخبار والمعلومات السياسية. كما يجب على الحكومات والمؤسسات الاعتراف بأهمية دور الإعلام الرقمي في تحسين الوعي السياسي والتشاركية الديمقراطية، والعمل على إنشاء بنية تحتية وسياسية

Abstract

Major social networks, such as Facebook, are part of modern digital culture and provide opportunities to use digital media to enhance political awareness and influence political decisions. Facebook uses algorithms to determine what content is displayed in your news feed, and this ranking may affect users' political opinions and beliefs. However, digital media and social networks can be used to disseminate information and interact with government and decision makers to influence positive policy changes.

Steps that can be taken to enhance political awareness and influence political decisions on Facebook include: promoting reliable information sources, interacting with government officials, encouraging users to participate in dialogues and discussions, and identifying critical political topics and organizing campaigns to support them. In addition, institutions

and organizations can leverage digital media to communicate their political messages and influence political decisions.

Individuals should work to improve their political information culture and develop their abilities to think critically and analyze news and political information. Governments and institutions must also recognize the importance of the role of digital media in improving political awareness and democratic participation, and work to create an infrastructure and political

الفصل الاول : الاطار المنهجي

اولاً: المقدمة

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الإنترنت ، لا تعيقهم أية عوامل كالسن أو النوع أو المهنة أو الجنسية، فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة ، وصارت هذه التكنولوجيا جزءاً من حياة المراهقين والشباب في أقل من عقد من الزمن ، إذ أوجد ظهورها قنوات للبحث المباشر من قبل الجمهور، مما أدى الى نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة ، وأعطى مستخدميها فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي ومحدود.

واحتلت هذه المواقع موقعا متميزا ومؤثراً في العالم العربي وبمختلف المجالات ومن ابرز هذه المجالات دورها في الحياة السياسية وجاءت لتشكّل عالماً افتراضياً يفتح المجال أمام الأفراد لإبداء آرائهم ومناقشة القضايا المختلفة بكل جرأة وحرية دون خوف . لذلك اكتسبت المزيد من الشعبية وازداد عدد مستخدميها لتصبح جزء من تاريخ التغيير الاجتماعي والسياسي في البلدان العربية ، فقد وفرت فرصاً للعديدة من الناشطين السياسيين لاستخدامها بشكل واضح في الحياة السياسية لاسيما في الاستحقاقات الانتخابية ، مما جعل دورها في التأثير في صناعة القرار.

وبالانتقال الى حالة العراق فانه قد خاض تجربتين فقبل ٢٠٠٣ وبالتحديد أبان حقبة حزب البعث المنحل كانت القرارات السياسية ناتجة عن حزب واحد فقط أما بعد ٢٠٠٣ ، فالأمر تغير جذرياً عبر الدخول بمرحلة الانتقال والتحول الديمقراطي فيما كانت ابرز ملامح هذا التحول هو العملية الانتخابية اذ شهد العراق قرابة الخمسة ممارسات انتخابية خاضها حتى اليوم بالرغم من حداثة التجربة وقلة الوعي والثقافة الانتخابية مع المشاكل المرافقة لعملية التصويت او حتى قانون الانتخابات او ما يتعلق بالترهيب والترغيب غير القانوني لإجبار الناخب بالتوجه نحو اختيار ما، كما ان الفوضى السياسية وكثرة الأحزاب والكتل السياسية ناهيك عن الأساليب الطائفية والقومية في استمالة الناخب ولا ننسى العامل الديني في التأثير على خيارات الناخب..

وبالنظر إلى أهمية هذه الاستحقاقات في الانتقال الديمقراطي بالعراق بعد عام ٢٠٠٣ فقد جعلت الأحزاب العراقية العالم الافتراضي منصة لإقناع الناخبين ببرامجها. وأصبح الفيس بوك وبالتحديد ساحة دعاية تملؤها الملصقات والفيديوهات. وباتت وسائل التواصل الاجتماعي كفضاء للصراع السياسي، مما جعل من القرارات السياسية قد تكون هي نتاج حملات مأخوذة من بعض لمنشورات في شبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيس بوك واذي هو محور بحثنا هذا .

ثانياً: إشكالية البحث :

غدت مواقع التواصل الاجتماعي قوة متصاعدة بيد فئات الشباب بمختلف شرائحه حيث فتحت آفاقاً جديدة وأحدثت تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة، وسمحت بالتواصل مع العالم الخارجي، وتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات، كما ساعدت على التواصل الفعال مع صانعي القرار، وجعلت العالم يبدو وكأنه قرية إلكترونية صغيرة ؛ بإمكانها معرفة حيثيات الأحداث وتأثيراتها باللمحة ، نتيجة للتداول السريع للمعلومات والحرية المطلقة، وتلاشي الحدود والفضاءات ، وإزالة القيود، وإلغاء الحواجز بين الدول كافة، فالمنتبع لهذه المواقع يجد انها باتت تشكل ميدانا واسعا لممارسة كافة أشكال الدعاية السياسية وخاصة في ظل الظروف التي يعاني منها المجتمع العراقي من تطاحن الأحزاب وصراعهم المستمر على السلطة

فقد وجدت هذه الأحزاب في مواقع التواصل الاجتماعي بيئة جيدة لترويج أفكارها ومحاولة كسب تأييد الشارع العراقي لها من خلال تنظيم الحملات الدعائية لحوض الانتخابات البرلمانية في العراق وغيرها . وتأسيسا على ذلك ولتنامي استخدام الشباب لوسائل الاتصالات الحديثة ، وشبكات التواصل الاجتماعي ، مما ساعد على قيامهم بالتعبير عن آرائهم بحرية ، تولدت إشكالية بحثنا كمحاولة لتأطير دور الاعلام الرقمي في اعادة صياغة القرار السياسي في العراق ، وللاحاطة بمشكلة البحث وأبعادها لجأ الباحث إلى صياغة مشكلة البحث في حقل استفهامي يتألف من السؤال الرئيس وهو: ما دور وسائل الاعلام الرقمي في اعادة صياغة القرار السياسي ؟

ولبلوغ هدف الإجابة عن هذا التساؤل حدد الباحث جملة من التساؤلات الفرعية التي جاءت على النحو الآتي :

- ١- ما حجم استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ٢- ما أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب على استخدامها؟
- ٣- ما دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ٤- ما المواضيع المتعلقة بالقرارات السياسية والتي يتداولها الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من غيرها ؟
- ٥- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في اعادة صياغة القرار السياسي في العراق ؟

ثالثاً: أهمية البحث :

تنبثق أهمية البحث من كونه يتناول احد الموضوعات المهمة والحديثة نسبيا في مجال الاعلام حيث تركز دور الاعلام الرقمي في اعادة صياغة القرار السياسي لما له من أهمية في المجتمع العراقي ، ولتنامي دوره في رسم خريطة التغيير السياسي في العراق ، وبلورة اتجاهات واضحة نحو كل قضية فلا يمكن تحقيق أية تنمية من دون مساهمة جادة. تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على دور الاعلام الرقمي مما يحدد بعض النقاط المهمة التي توضح الاستخدام الأمثل لما تنتجه التكنولوجيا الحديثة على الية طرح القرارات السياسية ونشرها فيه مما يؤدي إلى إثارة آفاق جديدة و يبرز تساؤلات عديدة ، يمكن ان تكون منطلقا لباحثين آخرين للتعلم في دراسة الموضوع بشكل أوسع . كما يعد إجراء مثل هذه البحوث محاولة للإسهام في الجهود العلمية وإثراء التراث البحثي فيما يتعلق بموضوع البحث .

رابعاً: أهداف البحث :

يسعى هذا البحث الى تحقيق الأهداف الآتية :

- ١- معرفة معدل تأثير الاعلامي الرقمي .
- ٢- معرفة أهم المواقع التي ان تؤثر في القرار السياسي .

٣- كشف دوافع التأثير لمواقع التواصل الاجتماعي .

خامساً: منهج البحث :

يعتمد هذا البحث في إطار المشكلة البحثية التي يعالجها وأهدافه ، على منهج المسح الإعلامي الذي يعد أكثر المناهج ملائمة لأغراض البحث، وتم تطبيقه بشقه الميداني أي في مستواه المتعلق بالجمهور، كمنهج أساسي في جمع وتحليل كافة البيانات والمعلومات بغية الوصول إلى تعميمات مبنية على أسس علمية.

سادساً: عينة البحث :

يتشكل مجتمع البحث من شريحة الشباب العراقي بمختلف فئاته ، أما عينة البحث فتمثلت في اختيار عينة عمدية لفئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ - ٤٠. بحيث تُلبي احتياجات البحث وتخدم أهدافه ، وتجيب عن أسئلته، لذا فقد اختارت الباحثة عينة عمدية بلغ قوامها نحو ١٤٠ مفردة من بواقع ٣٥ مفردة من طلبة الجامعة ، والموظفين ، والأعمال الحرة ، والعاطلين عن العمل من الذكور والإناث من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للقيام بدراساتها وتحليلها لكي تعبر عن هذا المجتمع وتمثله تمثيلاً حقيقياً، ويرجع السبب في اختيار ذلك

النوع من العينات استناداً إلى نتائج الدراسات السابقة والتي أوضحت بأن هذه الفئات العمرية هي الأكثر استخداماً لمواقع الشبكات الاجتماعية ، فضلاً عن ان الشباب في هذه المرحلة يزداد إقباله على وسائل الاتصال مما يعزز وعيه بالعالم السياسي والأحداث السياسية وتمهد هذه المرحلة الى المشاركة الفعلية في الحياة السياسية عن طريق عملية التصويت وتولي المناصب القيادية^١ .

سابعاً: حدود البحث :

تتخصر حدود البحث المكاني في مدينة الناصرية لتطبيق البحث على عينة عمدية عارضة من الشباب التي ييسر للباحث الوصول إليهم . فيما انحصر المجال البشري في فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ - ٤٠ عاما من طلبة الجامعة ، والموظفين ، والأعمال الحرة ، والعاطلين عن العمل . اما المجال الزماني ، وقد تم تطبيق الاستمارة خلال شهري شباط واذار من العام ٢٠٢٣ ليشكل هذا التاريخ المجال الزماني للبحث .

ثامناً: أداة البحث :

اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات من أفراد العينة وتحقيق أهداف البحث ، بوصفها الأداة التي توفر قدراً جيداً من الموضوعية العلمية بعيداً عن التحيز، وقد تكونت من جزأين، خصص الأول منهما للمتغيرات الديموغرافية، فيما تضمن الجزء الثاني مجموعة من الأسئلة والفقرات التي تم صياغتها لتحقيق الأهداف التي يسعى للبحث للوصول إليها. ولتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين ، حيث أبدوا ملاحظات قيمة حول شكل ومضمون الاستبيان، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة الأسئلة وإضافة وحذف البعض الآخر، وبالتالي تحقق الصدق الظاهري ، كما تم إجراء اختبار فعلي للاستمارة من خلال تطبيقها على عينة نسبتها ١٠% أي ما يعادل ١٤ مفردة من الشباب ، وذلك للتأكد من وضوح الأسئلة وسهولة فهمها، ومن ثم إعادة صياغة الاستمارة في صورتها النهائية وفقاً للملاحظات التي أوردتها المبحوثين . وانطلاقاً من هذا الاعتبار فقد تم تقسيم أسئلة الاستبيان إلى المحاور التالية:

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية

المحور الثانية : عادات المشاهدة وأنماط استخدام عينة البحث لمواقع التواصل الاجتماعي .

المحور الثالث : دور مواقع التواصل الاجتماعي في اعادة صياغة القرار السياسي العراقي .

تاسعاً: مصطلحات البحث :

- **شبكات التواصل الاجتماعي:** شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت، ومن أي مكان، أسهمت في تسهيل مهمة التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي من كونها تعزز عرى العلاقات بين مستخدميها، وتعدد استخدامها لتصبح وسيلة للتعبير عن الآراء بحرية وللترويج والتسويق السياسي ومن أبرز مواقع شبكة التواصل الاجتماعي : الفيس بوك، تويتر، يوتيوب.
- **القرار السياسي :** المعنى اللغوي لكلمة قرار : جاء في مختار الصحاح لمحمد بن ابي بكر الرازي ان القرار المستقر من الارض ويوم القر بالفتح هو اليوم الذي بعد يوم النحر ، لان الناس يقررون في منازلهم والقرار في المكان الاستقرار فيه ، وتقول قررت بالمكان بالكسر أقر قرارا وقررت ايضا بالفتح اقر اقرارا وقاره مقارة اي قر معه وسكن^٢

عاشراً: الدراسات السابقة

- ١- دراسة (اليحيوي ، ٢٠١٥)^٣ ، حول (الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب :مظاهر التحكم والدمقرطة) ، وهدفت هذه الى معرفة وظيفة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها حركية المجال العام في ضوء تجربة ٢٠ فبراير ٢٠١١ ، وخلصت الى جملة من النتائج ابرزها :
 - أن الشبكات التواصل الاجتماعية أسهمت وبشكل حقيقي في تأسيس مفاصل المجال العام بالمغرب، ليس، فقط، بخصوص- فضاء النقاش والحوار الذي فتحته أمام الجمهور، بل فسحت سبل الإسهام غير المباشر في اتخاذ القرار .
 - أن شبكات التواصل الاجتماعي بالمغرب لم تسهم فقط في إعادة تشكيل المجال العام بل أسهمت في توسيع نطاقه، وتمديد فضاء فعله وتفاعله ومن ثم، فالمجال العام الواقعي لم يعد محصوراً في الأطر الجغرافية أو السياسية أو الثقافية التي كانت ترسم حدوده، بل بات يغذيه جمهور ذا هوية افتراضية خالصة .
- ٢- (حمودي ، رأفت ، ٢٠١٣)^٤ حول (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي) ، طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها (٤٣٠) مفردة من طلبة جامعات الموصل والانبار وتكريت حيث تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية ، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها :
 - إن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والانبار وتكريت.
 - تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا معاصرة تهتم الشباب الجامعي، وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسها على الشارع السياسي العراقي.
 - أظهرت النتائج بان ما نسبته ٨٠ % من أفراد العينة هم مقتنعين بان مواقع التواصل الاجتماعي كانت محرضاً أساسياً على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية بينما كانت نسبة ٢٠ % مثلت الرفض .

٣- دراسة العلونة ، حاتم ، (٢٠١٢)^٥ حول (دور التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري) ، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، معتمداً على نظرية المجال العام في وصف نشأة وتكون الرأي العام وحالة الرأي طبقت الدراسة على عينة بلغت (٢٩٦) مفردة، من النقابيين في مدينة إربد. وكان من أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- أن (٥٠,٦%) من النقابيين يستخدمون الفيس بوك و (٢٧,١%) يستخدمون تويتر، وأن دوافع استخداماتهم لهذه المواقع تتمثل بأنها تسمح بالتواصل مع الأصدقاء بنسبة (٢٨,٥%)، وتتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة بنسبة (٢١,٨%).

- بينت النتائج أن (٥٦,٦%) من النقابيين يشاركون (دائماً وأحياناً ونادراً) في الحراك الجماهيري الذي يطالب بإجراء الإصلاح والتغيير في الأردن، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

٤- دراسة بشرى الراوي (٢٠١٢)^٦ حول (دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير)

هدفت الدراسة الى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ،بوصفه إعلام بديل و احد منابر النقد لعمل الحكومة من طرف ، ومن طرف اخر كوسيلة للتواصل بين الحكام وصناع القرار والجمهور، إذ يؤدي غياب الحوار، إلى اختلال العلاقة بينهما، وتوصلت الدراسة الى عة نتائج منها :

- أن مواقع التواصل الاجتماعي هي وسائل يستخدمها من يشاء، لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، متعدد الوسائط .
 - وظفت مواقع التواصل الاجتماعي، لتسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة والحوار ، مما أدى الى تنامي دور الشباب في رسم خريطة التغيير السياسي في الوطن العربي
 - وان مواقع التواصل الاجتماعي لا تمثل العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي للجماهير من خلال فضاءات تواصلية .
- ٥- دراسة خورشيد ، كامل ، (٢٠١١)^٧ حول (دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً) ، هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف الحراك السياسي العربي، لإمكانات مواقع التواصل الاجتماعي في تأجيج الثورات العربية وإدامة زخمها وتعبئة شبابها ، وخلصت إلى نتائج من أهمها :

- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وكسرت حاجز الخوف وحولت العمل السياسي السري إلى نشاط علني، وقامت بدور التعبئة الأيديولوجية للثورات، وحققت حضورها في نشر أفكار الثورات وتبني مطالب الثوار والترويج لهذه المطالب.

- أن هذه المواقع أدت دوراً كبيراً في التنسيق بين الثوار وتم توظيفها في مسألة التشبيك بين المجموعات السياسية وتنظيم الاعتصامات، وساهمت في تغيير الصورة النمطية للشباب العربي، إذ حولته من شباب كان يوصف بالسطحية، إلى شباب فاعل يتوق للحرية والكرامة والتغيير.

تعليق على الدراسات السابقة:

يعد عرض الدراسات السابقة بمثابة الأساس العلمي الذي ينطلق منه بحثنا الحالي، كما انها ساعد الباحث في الاطلاع على الأطر النظرية والمنهجية التي تعتمد عليها وفي التحليل والاستنتاج والاستنباط والتوجه الفكري والموضوعي حيث استفاد من المناهج والنظريات التي اعتمدها الدراسات السابقة لتكون دليلا لها في وضع الأطر النظرية والفكرية لبحثه، وقد وجدنا من هذه الدراسات تقترب من جوانب بحثنا ، من حيث اهتمامها بدور الإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي في تنشيط الحراك السياسي العربي ، إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات ، كذلك من حيث المجتمع الذي يتمثل في عينة من الشباب ، وقد استفاد الباحث من خلال اطلاعه على تلك الادبيات في معرفة أهم المصادر والمراجع التي استفاد منها هذه الدراسات ، فضلا عن استعانهه بالأداة (الاستبانة) فقد أسهمت في توجيه جهود الباحث العلمية نحو المسار الصحيح من الجانب المنهجي النظري والتطبيقي .

الفصل الثاني : الاطار النظري

اولا: مواقع التواصل الاجتماعي والقرار السياسي

ساهمت الثورة الاتصالية والتكنولوجيا الجديدة في مجال الإعلام الإلكتروني في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد ، تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين والإعلاميين، الذي أطلقوا عليه الإعلام البديل ، الذي يشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية، والمدونات، والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة والمتجددة .

يعتمد هذا النوع من الاعلام على أن يكون الرأي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، حيث قدم الإنترنت إمكانيات فائقة في مجال نشر وتبادل المعلومات بين الأفراد مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، ويؤكد العديد من الباحثين على أن استعمالات الإنترنت في الدول التي تصنف بأنها غير ديمقراطية، ساعدت في كسر الطوق على عدد من الجماعات السياسية، مما دفع قسماً من هذه الدول إلى الاعتقاد بأن الإنترنت، أصبح عدو النظم السياسية التي تنتهك حقوق الأفراد، وذلك لأنه أضحى يؤثر في الحياة السياسية في المجتمعات، ويساعد في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الوعي السياسي والمشاركة السياسية^٨ ، التي أصبحت تمثل موضوعاً محورياً لارتباطها بالحرية التي كافحت أكثر الشعوب من أجل نيلها، وتحقيق المساواة بين الأفراد، فضلا عن انها المظهر السياسي المعبر عن ديمقراطية الدول، وكذلك تدل على مستوى الوعي السياسي للمواطنين .

فقد وضعت وسائل الإعلام الجديدة المعلومات في أيدي المواطنين العاديين وتمكنت من خلال طبيعتها القائمة على الإنترنت من الإفلات من بيئات الرقابة الصارمة على المعلومات في كل البلدان العربية التي كانت تعاني من الرقابة الصارمة على المعلومات .

حيث وفرت شبكة التواصل الاجتماعي بما نتيجته من عالم افتراضي ومواقع اجتماعية تفاعلية، الفرصة أمام الأفراد المشتركين في هذه المواقع لبناء قاعدة أساسية للانطلاق باتجاه أهداف لتحقيقها، انطلاقاً من الإيمان العميق بدورهم في الحياة المجتمعية وبضرورة الارتقاء بالمجتمع، من خلال فتح المجال أمام المشتركين لإبداء آرائهم والتعبير عنها والمشاركة بنقاشات حول كل ما يثار من قضايا، وأصبح بإمكان أي مشترك أن يطلع على كل ما ينشره زملاؤه في المواقع الاجتماعية

برز دورها في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة بالإضافة الى تزويد الشعب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي في المجتمع ، كما انها تلعب دوراً هاماً في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية الهامة^٩ ، كما أسهمت بشكل مباشر في إحداث انقلاب في أسلوب

التواصل السياسي والموروث الثقافي والاجتماعي والفكري لدى الشعوب، حيث لعبت دورا بارزا في الحراك السياسي الدائر في منطقة الشرق الأوسط وساهمت في سقوط عديد من الأنظمة السياسية، وفي إذابة كثير من الفوارق الاجتماعية بين أوساط مستخدميها . وكما هو معلوم، فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بخدماتها الفريدة والتميزة، مع ما تنتجه من ثراء معرفي وتنوع معلوماتي في زمن قياسي مقارنة بغيرها من مصادر المعلومة ووسائل الاتصال ، تشجع هذه المواقع على التعاون بين الناس وبالتالي يمكنهم تكوين مجموعات وفقاً لتوافق الاهتمامات. ويضم التعاون أنشطة مثل : الانضمام إلى مجموعات سياسية وتبادل الآراء بشأن المرشحين السياسيين ، وإيجاد دور نشطا لجماهير مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة في العملية السياسية من خلال المناقشات والمشاركات والتصويت، وإحداث تأثير نوعي على النشطاء السياسيين ، وإحساسهم بأنهم أكثر تفاعلا وشراكة مقارنة مع استخدام وسائل الاعلام الأخرى .

وقد تم استخدام أساليب التسويق السياسي لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية في الحملة الانتخابية للرئاسة في العام ١٩٥٢ بواسطة فريق عمل المرشح الديمقراطي إيزنهاور. أما في العملية السياسية فقد استخدم الإنترنت لأول مرة في العام ١٩٩٦ في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي انتخابات لعام ٢٠٠٠ استخدم المرشحون مواقعهم في الترويج والدعاية الانتخابية بشكل موسع . وتشير البحوث والدراسات لمركز Pew إلى ان ٩٥ % من مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية بغرض الحصول على المعلومات سياسية هم من الشباب الذين تقل أعمارهم عن ٣٠ سنة .

ويعد الفيس بوك ، الشبكة الاجتماعية الأكثر رواجاً وشعبية حول العالم ، وأصبح استخدامه أكثر جديّة، إذ لم يكن موقع الفيس بوك في بداياته أكثر من مجرد أداة لقضاء وقت الفراغ الزائد لدى الشباب جراء البطالة أو نظام التعليم المُحبط أو لان الدولة لم تكن بقدر المسؤولية في تحمل ورعاية هذه الفئة العمرية الحرجة من الشباب ، وما لبثت أن اختلفت هذه الصورة حتى تحول الموقع إلى منبع لحركة الثورات ، فبعد أن كان زواره يفضلون استخدامه فقط في الدردشة والمواد الترفيهية، تحول الأمر ليصبحوا أكثر اهتماماً بالشؤون العامة لبلادهم، وازداد إحساسهم السياسي والوطني وأصبحت الصفحات السياسية والإخبارية تتفوق... وربما للمرة الأولى على الصفحات الفنية والرياضية. وتشير الدراسات الى انه لا يزال عدد مستخدمين فيسبوك في تزايد مستمر حيث تشير الإحصاءات في نهاية الربع الثالث من عام ٢٠١٦ إلى وجود ١,٧٩ مليار مستخدم "فعال ومتفاعل" شهرياً، وذلك بارتفاع نسبته ١٦% عن العام ٢٠١٥. أما في البلدان العربية، فتشير الإحصاءات بداية عام ٢٠١٧ إلى وجود ما يقرب من ١٥٦ مليون مستخدم "فعال ومتفاعل"، بزيادة ٤١ مليون مستخدم مقارنة بعام ٢٠١٦، الذي كان فيه إجمالي عدد المستخدمين في الدول العربية ١١٥ مليوناً. ويحتل العراق رابع دولة بعد مصر والسعودية والجزائر من حيث عدد مستخدمي الفيس بوك لعام ٢٠١٧ . بلغ أكثر من ١٣ مليون مستخدم بنسبة ٤٠% من السكان العراق .^{١٠} أما على صعيد الفئة العمرية في استخدام الفيس بوك فقد شكلت الفئة العمرية ١٨ - ٢٤ عاما النسبة الأكبر بلغت ٣٦% وتليها الفئة العمرية ٢٥ - ٣٤ بنسبة ٣٢% ويشكل الذكور النسبة الأعلى من المستخدمين بنسبة ٦٢% مقابل ٣٥% من الإناث .^{١١}

ويمكن معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز وتعزيز الأفراد على المشاركة أو عدم المشاركة بالانتخابات من خلال قياس الأبعاد الثلاثة : التواصل، والتعاون، والمشاركة والتي تتعلق فيما إذا كان هؤلاء الأفراد يتواصلون مع المرشحين السياسيين على مواقع الشبكات الاجتماعية أو ينضمون إلى مجموعات للتعاون والحصول على المعلومات المتعلقة بالمرشحين السياسيين أو يشاركون أصدقائهم ما يتم

نشره من صور ومقاطع فيديو وروابط إخبارية على صفحات المرشحين السياسيين. وتتمثل أبعاد الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية في الآتي:^{١٢}

١- **التواصل**: تسهم شبكات للتواصل الاجتماعي بتكوين العلاقات والصدقة لمناقشة القضايا التي تجذبهم مثل السياسية والتعليم والصحة وغيرها يضم التواصل عدة أنشطة مثل: تمكين التواصل بين المرشحين والشباب، وتيسير المناقشات السياسية، ومتابعة الأخبار بشأن المرشحين السياسيين.

٢- **التعاون**: تتمثل إمكانيات الشبكات الاجتماعية لتبادل الخبرات والموارد فيما بين الناس والبحث عن حلول للمشكلات التي يواجهونها في حياتهم العادية، ويحدث التعاون بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال تبادل المعلومات والوصول الى قرارات حول قضايا ذات الاهتمامات مشتركة ومنها قضية الانتخابات على سبيل المثال .

٣- **المشاركة السياسية**: إن المشاركة السياسية هي أحد الأبعاد المهمة لتحديد السلوك السياسي للأفراد ، حيث تؤكد الدراسات والبحوث على الدور الإيجابي للفرد في الحياة السياسية من خلال حق الترشيح أو التصويت في الانتخابات، أو الاهتمام بالقضايا والأمور السياسية ومناقشتها مع الآخرين، أو العضوية في المنظمات ...إلخ؛ فهي محاولة للتأثير على متخذي القرار ، والمشاركة بإرادة واعية وتأكيد للحق الديمقراطي لأفراد المجتمع.^{١٣}

ويرى بعض الباحثين أنه يمكن قياس المشاركة الأفراد بالانتخابات او الاتجاهات السياسية من خلال عدة مؤشرات منها: مدى متابعة الأخبار السياسية ، وتتمثل في عدم مناقشة بعض الأفراد القضايا السياسية مع غيرهم، ومع ذلك قد يظل لديهم بعض الاهتمام بالشؤون السياسية ويحافظون على هذا الاهتمام من خلال متابعة وسائل الإعلام، فيكون بمقدورهم أن يظلوا على علم بما يحدث حولهم ويكوّنون آراء خاصة بشأن مجرى الأحداث، التصويت في الانتخابات .

كذلك مناقشة الأمور السياسية، التي تعد شكل من أشكال المشاركة السياسية والتي ينعكس فيها الأفراد تلقائياً، وهي مناقشات سياسية غير رسمية تتم بين الأفراد وعائلاتهم أو في عملهم أو مع أصدقائهم، وتختلف هذه المناقشات وفقاً للأحداث، وعادة تتم هذه المناقشات بشكل أكبر أثناء الحملات الانتخابية أو في أوقات الأزمات السياسية .

أما المؤشر الأخير فيتمثل في التصويت في الانتخابات والمشاركة الحرة بالافتراع حيث يستطيع الأفراد ان يختاروا بإرادتهم ما إذا كانوا سيشاركون في العملية الانتخابية أو لا يشاركون.^{١٤}

ثانياً: النظريات الموجهة للبحث

أ- نظرية الاستخدامات والإشباعات

يستفيد البحث الحالي من نظرية الاستخدامات والإشباعات و نظرية المجال العام انطلاقاً من كون نظرية الاستخدامات والإشباعات مدخلاً يوضح ويفسر الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، يتميز بالفاعلية والنشاط، ويسعى من خلال استخدام وسائل الإعلام لتحقيق أهدافه؛ فإنه قادر على تحديد حاجاته ودوافعه، لذا يختار الوسيلة الإعلامية المناسبة لإشباع تلك الاحتياجات ويتمثل نشاطه قبل وبعد التعرض؛ حيث يختار الجمهور قبل التعرض المحتوى الذي يفي بحاجاته ، ويحقق له إشباعاً معينة ، وأثناء التعرض، فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها ويهمل الأخرى ، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض لها وبمعنى آخر، فإن الجمهور يسعى إلى تحقيق غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام ،

لذا فإن جمهور شبكات التواصل الاجتماعي هو جمهور متفاعل يلجأ لاختيار أحد مواقع الشبكة ليحقق إشباعاً لاحتياجاته في هذه الشبكات بوصفها أماكن افتراضية تلبى حاجات مجموعات محددة من الأشخاص وبالتالي تخلق مجتمع كثيرون من افراده غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارج بيئة الانترنت لذا يعد تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في دراسات مواقع الشبكات الاجتماعية ذا أهمية بالغة، وفي هذا الإطار تؤكد الدراسات ان الفرضيات التي تنطلق منها هذه النظرية هي :

- أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط، يتميز بالفاعلية والنشاط، يسعى إلى تحقيق هدف معين من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية .
- أن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته، فهو يعرف هذه الرغبات والحاجات ويحاول إشباعها من خلال تعرضه لوسائل إعلامية مختلفة

ب - نظرية المجال العام

كما ويستفيد البحث من نظرية المجال العام التي تسمح للباحثة في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي كمجال للحوار حول سير العملية الانتخابية^{١٥}، في إتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة، وتبادل المعلومات والأفكار ، ومعرفة دوره في تفعيل مشاركة الشباب في الانتخابات، كما يمكن الاستفادة من هذه النظرية في تفسير النتائج ، وذلك نظراً للدور الذي يمكن أن تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في خلق مجال عام بين مجموعات الأصدقاء، تمكنهم من إبداء آرائهم بحرية في موضوعات الحراك الجماهيري نحو الدعوة الشعب العراقي للمشاركة أو مقاطعة الانتخابات. واستناداً لنظرية الإطار، فإن الأفراد ينشرون المعلومات عن الانتخابات والشخصيات المرشحة في مواقع التواصل الاجتماعي لكي يتم إدراكها وربطها من قبل الجماعات الأخرى المتفاعلة في صفحات الفيس بوك . حيث ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية (جورجن هابرماس) ، الفيلسوف الألماني الذي صاغ نظرية المجال العام عام (١٩٦٢).^{١٦} ويقصد بالمجال العام بأنه (مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار، والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة . وتصف هذه النظرية حالة الرأي منذ النشأة والتكون ضمن المجال العام الذي يتوسط في الواقع بين مجال السلطة العامة والحكومة، والمجال الخاص الذي يركز على الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة.^{١٧} يمكن رؤية المجال العام كمجال أو مناخ حياتنا الاجتماعية ، والذي من خلاله يمكن تشكيل الرأي العام، ويؤكد "هابرماس" على إمكانية خلق حوار خارج سيطرة الحكومة والاقتصاد من خلال نظريته، فضلاً عن التأثير السياسي للإنترنت بين الأفراد، وللإنترنت دور في تحقيق الديمقراطية، فهي في المجال العام ينظر إليها كمحيط سياسي.^{١٨} ومن أهم السمات التي حددها هابرماس للمجال العام ما يلي:^{١٩}

- ١-المجال العام هو حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.
 - ٢-المجال العام ينشأ من ناس خصوصيين، يجتمعون معاً كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة.
 - ٣-المجال العام هو مجموعة أشخاص يستفيدون من عقلايتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة.
- ولخصت هذه النظرية في أن يكون الرأي العام حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، ونشر المعلومات بشكل كبير بين الأفراد ، وخلق حالة من الجدل بين الجمهور يمنح تأثيراً في القضايا

العامّة وتؤثر على الجهة الحاكمة. انطلاقاً من ان الكثافة العالية لتداول المعلومات قد أتاحا فرصة كبيرة لأصحاب الخطابات البديلة في تقديم آرائهم وتحدي الخطاب التقليدي المفروض على المجال العام. فقد حققت شبكة التواصل الاجتماعي هذه الوظائف وقدمت إمكانيات جديدة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فقد جعلت من السهل تبادل ونشر المعلومات بين الأفراد .

ثالثاً: نظرية الاعتماد

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory) هي نظرية في دراسة الإعلام تقول إن المستهلكين للإعلام يعتمدون على وسائل الإعلام لتلبية حاجاتهم المعرفية والترفيهية والاجتماعية، وأن هذا الاعتماد يجعل الوسائل الإعلامية قادرة على تحديد ما يعرضونه للجمهور وكيف يعرضونه.

وتركز هذه النظرية على العلاقة المتبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام، حيث يؤثر الجمهور على ما يتم عرضه في الإعلام من خلال طلباتهم وتفضيلاتهم، ومن جهة أخرى، تؤثر وسائل الإعلام على الجمهور بسبب الاعتماد الذي يمكن أن ينشأ بينهم، وتأثيرها على شكل التفكير والثقافة والاتجاهات العامة للجمهور. وتعد هذه النظرية مفيدة لدراسة كيفية تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، وكيف يؤثر الجمهور على ما يتم عرضه في وسائل الإعلام، وما هي العوامل التي تحدد مدى تأثير وسائل الإعلام على الجمهور.

رابعاً: نشأة وسائل الاتصال الرقمي وتطور

تعود نشأة وسائل الاتصال الرقمي الجديد إلى التطور التكنولوجي والرقمي الذي حدث في القرن العشرين، والذي أدى إلى تطوير العديد من التقنيات الحديثة التي تمكنت من توصيل الأفراد والمؤسسات في جميع أنحاء العالم. ومن بين هذه التقنيات:

١- الإنترنت: وهو شبكة عالمية متصلة بالكمبيوترات والأجهزة الإلكترونية، والتي تسمح بتوصيل المستخدمين وتبادل المعلومات عبر الإنترنت.

٢- الهواتف الذكية: وهي أجهزة الهاتف المحمول التي توفر خدمات الإنترنت والاتصال بالشبكات الاجتماعية والتطبيقات الأخرى.

٣- الشبكات الاجتماعية: وهي منصات عبر الإنترنت تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض وتبادل المعلومات والأفكار.

٤- التطبيقات: وهي البرامج الحاسوبية التي تستخدم على الأجهزة الذكية والحواسيب وتتيح خدمات ووظائف مختلفة، مثل الرسائل الفوري والمحادثة والمشاركة في المحتوى.

وقد شهدت وسائل الاتصال الرقمي تطوراً كبيراً على مر السنوات، مما أدى إلى تحسين جودة الخدمات وزيادة سرعة الاتصال وتحسين تجربة المستخدم، ويتوقع أن يستمر التطور في هذه الوسائل في المستقبل بشكل متزايد.

يعود تاريخ نشأة وسائل الاتصال الرقمي الجديد إلى القرن العشرين، حيث بدأ الاهتمام بتطوير تقنيات الاتصال والإعلام الجديدة. وكان لدى بعض العلماء والمخترعين رؤى بعيدة المدى لاستخدام التكنولوجيا في تحسين وتبسيط الاتصالات الإنسانية.

في عام ١٩٦٩، تم إنشاء ARPANET، الذي كان أول شبكة كمبيوتر في العالم، وهي المبادرة التي قادت إلى إنشاء الإنترنت فيما بعد. كما تم تطوير العديد من التقنيات الأخرى خلال الفترة اللاحقة، مثل بروتوكول نقل البريد الإلكتروني (SMTP) والإنترنت اللاسلكي (Wi-Fi) وغيرها.

في عام ١٩٨٣، تم تطوير بروتوكول نقل النصوص الفوري (IRC)، الذي أتاح للمستخدمين التواصل وتبادل الرسائل بشكل فوري. كما تم إطلاق الإنترنت العالمي في نفس العام، والذي أصبح فيما بعد الوسيلة الأساسية للتواصل والإعلام في العالم.^{٢٠}

في العقد الأخير من القرن العشرين، بدأت الشركات في تطوير الهواتف الذكية، وهي الأجهزة الجوّالة التي تتيح الاتصال بالإنترنت واستخدام التطبيقات والوصول إلى المعلومات بشكل فوري. ومنذ ذلك الحين، لم يتوقف تطوير التقنيات والتطبيقات، حيث تم إطلاق العديد من الشبكات الاجتماعية مثل "فيسبوك" و"تويتر" و"إنستغرام" وغيرها، والتي أصبحت وسائل رئيسية للتواصل والتفاعل الاجتماعي.

وفي الوقت الحالي، تعد وسائل الاتصال الرقمي الجديد أحد الأدوات الرئيسية للتواصل والتفاعل في حياتنا اليومية، حيث يتم استخدامها للتواصل الشخصي والعملي والتجاري. وتتيح هذه الوسائل إمكانية الاتصال الفوري والمباشر بين الأفراد والشركات والمؤسسات في أي مكان في العالم، وتتميز بالسرعة والفعالية والتكلفة الأقل.^{٢١}

ومن بين أهم وسائل الاتصال الرقمي الجديد:

١. البريد الإلكتروني: وهو يسمح بإرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية والملفات الرقمية.
 ٢. الإنترنت: وهو المصدر الرئيسي للمعلومات والتواصل الإلكتروني في العالم.
 ٣. الهواتف الذكية: وهي أجهزة جوّالة تسمح بالاتصال بالإنترنت واستخدام التطبيقات والوصول إلى المعلومات بشكل فوري.
 ٤. شبكات التواصل الاجتماعي: مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام وغيرها، والتي تتيح التواصل والتفاعل الاجتماعي وتبادل المعلومات والصور والفيديوهات.^{٢٢}
 ٥. تطبيقات المراسلة الفورية: مثل واتساب وتلغرام وغيرها، والتي تسمح بإرسال الرسائل النصية والمرئية والصوتية بشكل فوري ومباشر.
 ٦. الاتصال المرئي: مثل الفيديو كونفرنس وسكايب وغيرها، والتي تسمح بالتواصل المرئي مع الأشخاص في أي مكان في العالم.
- بشكل عام، تتميز وسائل الاتصال الرقمي الجديد بالتطور المستمر والتحسينات المستمرة، حيث يتم تطوير التقنيات والتطبيقات بشكل مستمر لتلبية احتياجات المستخدمين وتحسين جودة التواصل والتفاعل الإلكتروني. وبفضل هذا التطور المستمر، تمكنت وسائل الاتصال الرقمي الجديد من تحقيق العديد من الإنجازات والتحويلات الكبيرة في المجالات المختلفة، مثل:
١. الاتصالات: تمكنت وسائل الاتصال الرقمي الجديد من تحسين جودة وسرعة الاتصالات الصوتية والمرئية، مما جعل التواصل بين الأفراد والشركات والمؤسسات أكثر سهولة وفعالية.
 ٢. التجارة الإلكترونية: تمكنت وسائل الاتصال الرقمي الجديد من تحول التجارة إلى عالم رقمي، حيث يتم البيع والشراء عبر الإنترنت بشكل سهل وسلس وآمن، مما أدى إلى زيادة الإنتاجية والربحية وتوسيع الأسواق.
 ٣. التعليم: تمكنت وسائل الاتصال الرقمي الجديد من تحول التعليم إلى عالم رقمي، حيث يتم تقديم المحاضرات والدروس عبر الإنترنت بشكل مباشر أو مسجل، مما جعل التعليم أكثر سهولة وإمكانية الوصول إلى المعرفة في أي وقت ومن أي مكان.

٤. الإعلام: تمكنت وسائل الاتصال الرقمي الجديد من تحول وسائل الإعلام التقليدية إلى عالم رقمي، حيث يتم الحصول على الأخبار والمعلومات بشكل فوري ومباشر ومن مصادر مختلفة، مما جعل التفاعل مع الأخبار والأحداث أسهل وأسرع.^{٢٣}

٥. الترفيه: تمكنت وسائل الاتصال الرقمي الجديد من تحول صناعة الترفيه إلى عالم رقمي، حيث يتم الوصول إلى الألعاب والأفلام والموسيقى والكتب بشكل سهل وفوري ومن مصادر مختلفة، مما جعل الترفيه أكثر تنوع وإمكانية الوصول إليه. فمن خلال وسائل الاتصال الرقمي الجديد، يمكن للأفراد الاستمتاع بالموسيقى والأغاني من خلال تطبيقات الموسيقى الرقمية والاستماع إلى البودكاست والراديو الرقمي، كما يمكن الاستمتاع بمشاهدة الأفلام والمسلسلات من خلال منصات الفيديو على الإنترنت، والوصول إلى الكتب الإلكترونية والمجلات من خلال تطبيقات القراءة الرقمية.

وبفضل هذه التحولات والإنجازات التي حققتها وسائل الاتصال الرقمي الجديد، يمكن القول بأنها أصبحت أحد الأدوات الأساسية في حياة الناس، حيث يتم استخدامها بشكل يومي في العديد من المجالات المختلفة، وتساهم في تحسين نوعية الحياة وزيادة الإنتاجية وتوفير الوقت والجهد.^{٢٤}

خامساً: مميزات لاعلام الرقمي الجديد

يتميز الاعلام الرقمي الجديد بالعديد من المميزات التي جعلتها أكثر فاعلية واستخداماً من وسائل الإعلام التقليدية. ومن أبرز هذه المميزات:

١- الوصول السهل والفوري: يمكن الوصول إلى وسائل الإعلام الرقمي الجديد بسهولة وفي أي وقت ومن أي مكان عن طريق الإنترنت، مما يسمح للأفراد بمشاهدة الأفلام والمسلسلات والاستماع إلى الموسيقى والقراءة وغيرها بشكل فوري ومن مصادر مختلفة.

٢- التفاعلية: يمكن للمستخدمين التفاعل مع وسائل الإعلام الرقمي الجديد، مثل الاستماع إلى البودكاست ومناقشة المواضيع على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يساعد في توسيع آفاق الحوار وتفعيل النقاشات والمناقشات.

٣- التنوع: يتيح الاعلام الرقمي الجديد تنوعاً كبيراً في المحتوى المتاح، حيث يمكن الحصول على الموسيقى والأفلام والمسلسلات والألعاب والكتب والمجلات وغيرها من مصادر مختلفة.^{٢٥}

٤- التكامل: يمكن لوسائل الإعلام الرقمي الجديد التكامل مع بعضها البعض، مثل تطبيقات الموسيقى الرقمية التي تتيح الوصول إلى الموسيقى ومشاهدة الأغاني وعرض الكلمات وتحميل الألبومات.

٥- التكلفة المنخفضة: يمكن للأفراد الحصول على العديد من وسائل الإعلام الرقمي الجديد بتكلفة منخفضة، وحتى مجاناً في بعض الأحيان، مقارنة بالإعلام التقليدي الذي يتطلب شراء المجلات والصحف والأقراص المدمجة وغيرها

القرارات السياسية والوعي بها:

تعد المعلومات السياسية من أهم المعلومات التي يجب على الأفراد الوعي بها، فهي تساعد في فهم وتحليل القضايا السياسية واتخاذ القرارات الحكيمة والمدروسة. ومن أهم الأسباب التي تجعل المعلومات السياسية ضرورية:

١- التأثير على الحياة اليومية: تؤثر القرارات السياسية على حياة الأفراد بشكل مباشر، ومن المهم فهم تلك القرارات والتأثير الذي تحمله على حياتهم ومجتمعاتهم.

٢- العيش في دولة ديمقراطية: في دول الديمقراطية، يحق للمواطنين المشاركة في صنع القرارات السياسية عن طريق الانتخابات، وهذا يتطلب الوعي بالمعلومات السياسية وفهم المرشحين والبرامج السياسية التي يتبنونها.^{٢٦}

٣- تحسين الوعي السياسي: يعمل الوعي السياسي على تعزيز الشفافية والمساءلة والمشاركة السياسية في المجتمعات، وهذا يمكن أن يؤدي إلى تحسين جودة الحياة والتنمية المستدامة.

٤- الحفاظ على الحقوق والحريات: يعمل فهم المعلومات السياسية على حماية حقوق الأفراد وحرياتهم، حيث يمكنهم معرفة ما إذا كانت الحكومة تتخذ إجراءات مخالفة للدستور أو المعايير الدولية لحقوق الإنسان.

لذلك، يجب على الأفراد السعي إلى الحصول على المعلومات السياسية من مصادر موثوقة ومختلفة، وتحليلها بشكل مدروس وعقلاني، والمشاركة في الحوار السياسي والمناقشات لتحسين الوعي السياسي والمشاركة الحقيقية في صنع القرارات.

علاقة الفيس بوك مع القرارات السياسية :
تعد شركة فيسبوك واحدة من أكبر شركات وسائل التواصل الاجتماعي في العالم، ولذلك فهي تمتلك قدرًا كبيرًا من النفوذ والتأثير على المستخدمين والقرارات السياسية.

من جانب واحد، يمكن لفيسبوك أن تسهم في تعزيز الديمقراطية والمشاركة السياسية، حيث يمكن للمستخدمين استخدام المنصة للتواصل وتبادل الأفكار والآراء والمشاركة في الحوار العام حول القضايا السياسية.

ومن جانب آخر، فإن فيسبوك قد تؤثر على القرارات السياسية عن طريق الإعلانات السياسية والمحتوى الذي يتم نشره على المنصة، حيث يمكن للإعلانات السياسية أن تؤثر على رأي الناخبين وتؤثر على نتائج الانتخابات، ويمكن للمحتوى الذي ينشر على المنصة أن يؤثر على الرأي العام ويؤثر على صنع القرارات السياسية.

ومنذ العام ٢٠١٦، تعرضت فيسبوك لانتقادات حول دورها في الانتخابات الرئاسية الأمريكية، حيث تم استخدام المنصة لنشر معلومات مضللة ومنسوبة لمصادر غير موثوقة، وتم اتهام الشركة بعدم التحقق بشكل كافٍ من المعلومات المنشورة.^{٢٧}

ولذلك، يعمل فيسبوك على تحسين سياساتها وتقنياتها لمكافحة الأخبار المضللة والتحقق من المعلومات المنشورة، وتحسين شفافية الإعلانات السياسية والحد من التأثيرات السلبية لها على الانتخابات والقرارات السياسية.

تعتبر فيسبوك وسيلة اتصال مهمة للملايين حول العالم، وتتيح المنصة للمستخدمين التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض، والحصول على المعلومات والأخبار والمحتوى المتنوع. ولكن، يمكن أن تؤثر فيسبوك أيضًا على القرارات السياسية والتأثير على المستخدمين.

في العام ٢٠١٦، اتهمت فيسبوك بأنها أسهمت في تأثير نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية، حيث تم استخدام المنصة لنشر محتوى مضلل وكاذب، ويعتقد أن هذا المحتوى أثر على رأي الناخبين ونتائج الانتخابات. وفي العام ٢٠١٨، تعرضت فيسبوك لانتقادات بسبب فضيحة كامبريدج أناليتيكا، حيث تم جمع بيانات المستخدمين بدون موافقتهم واستخدامها في حملات إعلانية سياسية.

وبعد هذه الأحداث، بدأت فيسبوك في تحسين سياساتها وتقنياتها للتأكد من عدم تأثير المنصة على القرارات السياسية. على سبيل المثال، قامت فيسبوك بإضافة سياسات جديدة للتحقق من الإعلانات السياسية والتأكد

من مصداقيتها، وتحسين خوارزمياتها لتقييم المحتوى والتأكد من صحته، وتوفير أدوات للمستخدمين لتحديد مصادر المعلومات الموثوقة.^{٢٨}

وتعمل فيسبوك أيضاً على توفير معلومات موثوقة وشفافة حول الإعلانات السياسية ومصادرها، وتعاونت مع الحكومات والمنظمات لمكافحة الأخبار المضللة والتدخل الأجنبي في الانتخابات.

ولكن، مازال هناك من يشككون في مدى فعالية هذا صحيح، فمن المهم أن نلاحظ أن هناك بعض المخاوف بشأن فعالية وأثر شبكات التواصل الاجتماعي على القرارات السياسية. ومن بين هذه المخاوف هي:

١- تأثير الخوارزميات: يقوم موقع فيسبوك بتحليل تفاعلات المستخدمين وإظهار المحتوى الذي يتناسب مع اهتماماتهم وميولهم السياسية. وبما أن هذه العملية تتم تلقائياً بواسطة الخوارزميات، فمن الممكن أن يؤثر ذلك على النظرة العامة للمستخدمين حول المسائل السياسية.^{٢٩}

٢- الإعلانات السياسية: يسمح فيسبوك بعرض الإعلانات السياسية، والتي يمكن أن تؤثر على آراء المستخدمين وقراراتهم السياسية. ومن المهم أن نلاحظ أن بعض الإعلانات السياسية يتم تمويلها من قبل مجموعات أو جهات تنظيمية ذات أجندة سياسية محددة، مما يمكن أن يؤثر على المستخدمين ويغير آرائهم.

٣- تزييف الحقائق: يمكن لأي شخص نشر أي محتوى على موقع فيسبوك، بغض النظر عن مدى صحته أو دقته. وقد شهدنا العديد من الأمثلة على نشر معلومات مضللة أو تزييف الحقائق على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يمكن أن يؤثر على تصور المستخدمين للمسائل السياسية ويؤثر على قراراتهم.

بشكل عام، يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك لها دور في تشكيل الرأي العام وتأثيره على القرارات السياسية، ولكن الأمر يتوقف على الطريقة التي يتم من خلالها استخدام وتوظيف هذه البيانات، حيث تثير هذه المسألة العديد من القضايا والتحديات فيما يتعلق بالخصوصية والحماية القانونية للمستخدمين. فعلى سبيل المثال، يتم جمع البيانات عن المستخدمين عبر تفاعلاتهم مع المنشورات والإعلانات والصفحات والمجموعات والأحداث، ويتم استخدام هذه البيانات لاستهداف الإعلانات والمحتوى للمستخدمين، وهو ما يترتب عليه مخاطر عديدة فيما يتعلق بخصوصية المستخدمين وتعرضهم للاستهداف الإعلاني الزائف والإشعارات المزعجة والمحتوى المضلل والتضليلي.^{٣٠}

علاوة على ذلك، يمكن استخدام بيانات المستخدمين في إطار التأثير على القرارات السياسية، وهو ما أثار العديد من الجدل في السنوات الأخيرة، حيث أدى ذلك إلى مخاوف بشأن التلاعب بالانتخابات وتضليل الجمهور، وتسبب في اتخاذ قرارات سياسية تؤثر على حياة الناس دون معرفة حقيقة الأمور وراءها.

بالإضافة إلى ذلك، تتعرض الشركات التي تدير منصات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك للضغط السياسية والقانونية لضمان حماية الخصوصية والبيانات الشخصية للمستخدمين، وتطبيق القوانين واللوائح المعمول بها في هذا الصدد. وتواجه هذه الشركات أيضاً تحديات في التعامل مع محتوى غير ملائم والحفاظ على النزاهة والمصداقية في المعلومات المنشورة، وهو ما يستدعي اتخاذ إجراءات حاسمة للتصدي لهذه المشكلات.

سادساً: أنواع لثقافة المعلومات السياسية منها:

توجد عدة أنواع لثقافة المعلومات السياسية، ومن أهمها:

١- الثقافة السياسية الأساسية: وهي الثقافة التي تتعلق بفهم الأنظمة السياسية والمفاهيم الأساسية للعمل السياسي، مثل الديمقراطية والحكم الرشيد وحقوق الإنسان والدولة القانونية.

٢- الثقافة الانتخابية: وتشمل فهم النظام الانتخابي وكيفية الإدلاء بالأصوات والمشاركة في العملية الديمقراطية.^{٣١}

- ٣- الثقافة الرقمية السياسية: وهي الثقافة التي تتعلق بفهم كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت والتقنيات الحديثة للمشاركة في العمل السياسي والتفاعل مع الأحداث السياسية.
- ٤- الثقافة الإعلامية السياسية: وتتعلق بفهم كيفية عمل وسائل الإعلام وكيفية تغطية الأحداث السياسية وتحليلها، وكيفية التفاعل مع وسائل الإعلام واستخدامها لنشر الرسائل السياسية.
- ٥- الثقافة الدستورية: وتتعلق بفهم الدستور وأهميته والحقوق والحريات التي يضمنها، وكيفية استخدام الدستور كأداة لتحقيق العدالة والمساواة وحماية حقوق الإنسان.^{٣٢}
- سابعاً: الثقافة بالمعلومات السياسية وحقوق المواطنة ترتبط الثقافة بالمعلومات السياسية بشكل وثيق بحقوق المواطنة، حيث تساعد على تمكين المواطنين من فهم أهمية المشاركة السياسية والتأثير في صنع القرارات التي تؤثر على حياتهم ومجتمعاتهم. وتساعد الثقافة بالمعلومات السياسية على تعزيز حقوق المواطنة من خلال:
- ١- توفير المعلومات اللازمة: حيث تساعد الثقافة بالمعلومات السياسية على توفير المعلومات اللازمة للمواطنين لفهم النظام السياسي وكيفية المشاركة في العملية السياسية وتأثيرها على حياتهم.
 - ٢- تشجيع المشاركة السياسية: فالثقافة بالمعلومات السياسية تعزز المشاركة السياسية وتشجع المواطنين على المشاركة في العملية الديمقراطية والمساهمة في صنع القرارات السياسية التي تؤثر على مجتمعاتهم.
 - ٣- التوعية بالحقوق والواجبات: فالثقافة بالمعلومات السياسية تعزز التوعية بحقوق المواطنة والواجبات المترتبة عليها، وتساعد على تعزيز ثقافة الشفافية والمساءلة في النظام السياسي.
 - ٤- الحفاظ على الحريات وحقوق الإنسان: فالثقافة بالمعلومات السياسية تساعد على تعزيز حقوق الإنسان والحريات المدنية والسياسية، وتشجع على حفظها والدفاع عنها.
- وبالتالي، تعد الثقافة بالمعلومات السياسية أحد الأدوات الأساسية في تعزيز حقوق المواطنة وتحقيق المشاركة السياسية الفاعلة والمسؤولة.^{٣٣}

الفصل الثالث الإطار العملي

تمهيد

تتمثل أهمية الاعلام الرقمي في تحويله لوسيلة فعالة في تحويل الرأي العام والتأثير على القرارات السياسية. ويعتبر فيس بوك واحداً من أشهر منصات التواصل الاجتماعي، ويتيح للمستخدمين التعبير عن آرائهم ومشاركة المحتوى السياسي والتفاعل معه.

وتوفر فيس بوك أيضاً العديد من الأدوات التي تمكن المستخدمين من مراقبة الأحداث السياسية والاطلاع على آراء وأفكار المرشحين والحكومات. وبالتالي، يمكن أن يؤثر الاعلام الرقمي وخاصة فيس بوك على صياغة القرارات السياسية بشكل كبير.^{٣٤}

وقد شهد فيس بوك عدة حوادث تشير إلى الدور الذي يمكن أن يلعبه في صياغة القرارات السياسية، مثل فضيحة تسريب البيانات التي تورطت فيها شركة كامبريدج أناليتيكا واستخدامها لبيانات المستخدمين لتأثير على الانتخابات الرئاسية الأمريكية في ٢٠١٦. وفي عام ٢٠٢٠، طرح فيس بوك الكثير من الأسئلة حول دوره في انتخابات الرئاسة الأمريكية، حيث تم استخدام المنصة لنشر الأخبار الزائفة والمعلومات غير الموثوقة.

وبالتالي، يمكن القول بأن الاعلام الرقمي وخاصة فيس بوك يلعب دوراً هاماً في صياغة القرارات السياسية، إما عبر التأثير على الرأي العام أو عبر توفير المنصات للحوار والنقاش والتفاعل السياسي.

ويمكن للمتقنين والباحثين في العلوم السياسية دراسة هذا الدور وتحليله بشكل مفصل لفهم كيفية استخدام الاعلام الرقمي لصياغة القرارات السياسية عبر منصة فيس بوك يمكن تحليله على عدة مستويات:

١- تحليل الدور الذي يلعبه فيس بوك كمنصة للتواصل والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد والمجموعات والمؤسسات والحكومات، وكيف يمكن استخدام هذا التفاعل لنشر الرسائل السياسية وتأثيرها على الجمهور.

٢- تحليل كيفية استخدام الحملات الإعلامية الرقمية والإعلانات المدفوعة على فيس بوك للتأثير على الرأي العام والتأثير على عمليات صياغة القرار السياسي.

٣- تحليل دور الأفراد والجماعات في استخدام فيس بوك لتنظيم الاحتجاجات والحركات الاحتجاجية والتأثير على السلطة السياسية، مثل ما حدث في الربيع العربي والحراك الاجتماعي في العديد من الدول.

٤- تحليل كيفية استخدام البيانات والمعلومات الشخصية لمستخدمي فيس بوك من قبل الحكومات والمؤسسات السياسية وغيرها للتأثير على الرأي العام وصياغة القرار السياسي.

٥- تحليل دور الاعلام الرقمي البديل في مواجهة سياسات فيس بوك المثيرة للجدل والتأثير على الرأي العام وتوجيهه نحو التغيير والتحول الاجتماعي.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن تحليل دور الاعلام الرقمي في صياغة القرارات السياسية على مستوى الدول والمنظمات الدولية، مثل كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام الرقمي في حملات الانتخابات وصياغة السياسات الحكومية وإطلاق الحملات الاعلامية وغيرها. ويمكن أن يتضمن التحليل أيضاً تأثير الاعلام الرقمي على العملية الديمقراطية وحقوق المواطنة. وبشكل عام، يمكن تحليل دور الاعلام الرقمي في إعادة صياغة القرارات السياسية على النحو التالي:^{٣٥}

١- تمكين المشاركة السياسية: يسهل الاعلام الرقمي التواصل بين المواطنين والقادة السياسيين، مما يسهل عملية التشاور والمشاركة السياسية. ويتيح الاعلام الرقمي أيضاً إمكانية التفاعل والمناقشة حول القرارات السياسية بشكل مباشر، وبالتالي يساعد في إثراء الحوار الديمقراطي والتأثير على صنع القرارات.

٢- التوعية السياسية: يمكن استخدام الاعلام الرقمي لنشر المعلومات السياسية والتوعية بالحقوق والواجبات المدنية، وذلك عن طريق النشر المباشر للأخبار والمعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، والتوعية بالحملات السياسية والمسيرات والانتخابات القادمة.

٣- الضغط السياسي: يمكن استخدام الاعلام الرقمي للضغط على القادة السياسيين من خلال الحملات الاعتراضية والتوقيع على العرائض الرقمية، وذلك للضغط على صناعات القرار لاتخاذ الخطوات المطلوبة لتحقيق المطالب الشعبية.

٤- الشفافية: يمكن استخدام الاعلام الرقمي لزيادة الشفافية في عملية صنع القرارات، وذلك بنشر المعلومات الرسمية والتقارير على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي يمكن للمواطنين متابعة أداء الحكومة والمسؤولين السياسيين.

٥- التغيير السياسي: يمكن للأحداث السياسية والتحركات الاجتماعية أن تؤثر على قرارات الشركات التقنية وخاصة في مجال حرية التعبير والتصرف على المنصات الرقمية. على سبيل المثال، يمكن أن تتأثر شركة مثل Facebook بالمطالبات العامة لحظر المحتوى المتعلق بالكرهية والتمييز العنصري، ويمكن أن تؤدي هذه المطالبات إلى اتخاذ قرارات أكثر صرامة فيما يتعلق بالمحتوى المسيء.

الضغط الحكومي: يمكن للحكومات أيضاً أن تؤثر على قرارات الشركات التقنية من خلال الضغط عليها لتطبيق سياسات محددة. على سبيل المثال، يمكن لحكومة معينة أن تطالب Facebook بحظر المحتوى الذي يعتبرها تهديداً للأمن القومي أو الاستقرار السياسي.

الضغط المجتمعي: يمكن للضغط المجتمعي وخاصة من خلال حملات المقاطعة والمظاهرات والحملات على وسائل التواصل الاجتماعي، أن يؤثر على قرارات الشركات التقنية. على سبيل المثال، يمكن لحملة على Twitter أن تدفع الشركة إلى تطبيق سياسة جديدة تتعلق بالتحرش الجنسي على المنصة.

التغيير التقني: يمكن أن يؤثر التطور التقني على قرارات الشركات التقنية، فعلى سبيل المثال، يمكن أن يجعل تطور تقني معين ميزة محددة قابلة للتطبيق على المنصة الرقمية وبالتالي تحديث سياساتها وقراراتها.

بالإضافة إلى ذلك، يجب مراعاة الضغوط المالية التي يمكن أن تؤثر على قرارات الشركات التقنية، فعلى سبيل المثال، يمكن للإعلانات والرعايات أن تجعل الشركات تتخذ قرارات معينة في المستقبل، وبالتالي فإن استخدام الاعلام الرقمي يمكن أن يساعد على تشكيل رأي عام إيجابي أو سلبي حول هذه القرارات، وقد يؤدي ذلك إلى تغييرها. وعلى سبيل المثال، يمكن أن يتأثر سلوك المستهلكين واختياراتهم بسبب حملات التسويق التي يتم تنفيذها عبر الإنترنت، وقد يتم ذلك باستخدام أساليب الإعلانات المستهدفة التي تتيح للشركات توجيه إعلاناتها إلى شريحة معينة من الجمهور المستهدف.

وبالنسبة لقضايا السياسة، فإن استخدام الاعلام الرقمي يمكن أن يؤثر على الرأي العام وتوجهات الناخبين، وبالتالي فإنه يمكن أن يؤدي إلى تغيير النتائج الانتخابية أو القرارات السياسية. ومن المثال على ذلك، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تنظيم التحركات الاحتجاجية والحملات السياسية، حيث يمكن للمنظمين استخدام هذه المواقع لجذب اهتمام الناس وتوجيه رسائلهم السياسية.

ومن المهم الإشارة إلى أن الاعلام الرقمي ليس دائماً يؤدي إلى تغييرات إيجابية، حيث يمكن أن يؤدي أيضاً إلى انتشار الأخبار الزائفة والإشاعات التي قد تؤثر سلباً على الرأي العام وتوجهات الناخبين، وتؤدي إلى اتخاذ قرارات سياسية خاطئة. لذلك، يجب أن يتم استخدام الاعلام الرقمي بشكل مسؤول وعلى أساس معلومات دقيقة وموثوقة.

اولاً: عينة البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الاعلام الرقمي في إعادة صياغة القرارات السياسية، باستخدام منصة فيس بوك كنموذج. ويهدف البحث إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

١. ما هو دور الاعلام الرقمي في صياغة القرارات السياسية؟
 ٢. ما هو دور فيس بوك في تشكيل الرأي العام وتأثيره على القرارات السياسية؟
 ٣. كيف يمكن للمستخدمين العاديين استخدام فيس بوك للمساهمة في صياغة القرارات السياسية؟
- تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحليل البيانات، واستخدام الأدوات الإحصائية لتحليل النتائج. تم توزيع استبانة على عينة عشوائية من المستخدمين في فيس بوك، تحتوي الاستبانة على أسئلة حول دور الاعلام الرقمي في صياغة القرارات السياسية، ودور فيس بوك في تشكيل الرأي العام، وكيفية استخدام المستخدمين العاديين لفيس بوك للمساهمة في صياغة القرارات السياسية. تم جمع البيانات وتحليلها باستخدام الأدوات الإحصائية.

أظهرت النتائج أن الاعلام الرقمي يلعب دوراً مهماً في صياغة القرارات السياسية، حيث يمكن للمستخدمين استخدام منصات الاعلام الرقمي لتبادل الأفكار والآراء والمعلومات المتعلقة بالشؤون

السياسية، والتأثير في تشكيل الرأي العام. وأشارت النتائج أيضاً إلى أن فيس بوك يلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام، وتأثيره على القرارات السياسية، حيث يمكن للمستخدمين استخدام فيس بوك للتواصل مع المسؤولين السياسيين

جدول رقم (١)

يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الفئات	التكرار	النسبة %
ذكر	١٦٢	٩٣.١
أنثى	١٢	٦.٩
المجموع	١٧٤	١٠٠

يتبين من هذا الجدول رقم (١) تساوي نسبة أفراد العينة من الذكور والإناث، حيث ان الذكور (١٦٢) فردا والإناث (١٢) بنسبة ٩٣.١% للذكور و ٦.٩% للإناث إجمالي أفراد العينة.

جدول رقم (٢)

يبين سن أفراد العينة

الفئات	التكرار	النسبة %
٢٠ إلى ٢٩	٣٦	٢٤
٣٠-٣٩	٧٨	٥٢
٤٠-٤٩	٢٧	١٨
٥٠ فأكثر	٣٣	٣٣
المجموع	١٧٤	١٠٠

يتبين من هذا الجدول رقم (٢) أن مختلف الفئات العمرية من عينة البحث يتعرضون لبرامج الإذاعات المحلية، ونلاحظ بوضوح أن الفئة العمرية (٣٩-٣٠) سنة تمثل أعلى نسبة من أفراد العينة بنسبة ٥٢ %، ثم تليها الفئة (٢٩-٢٠) سنة بنسبة ٢٤ %، وتمثل الفئة العمرية الثلاثة (٤٩-٤٠) سنة نسبة ١٨ % من أفراد العينة، أما اضعف نسبة فتمثلت الفئة العمرية (٥٠ سنة فأكثر) بـ ٣٣ % من المبحوثين. ومن خلال حساب المتوسط الحسابي للفئات العمرية أعلاه نجد أن متوسط السن لأفراد العينة يقدر تقريبا بـ ٣٦ سنة (≈) على اعتبار أن الفئة الأخيرة أقصاها ٥٩ سنة، وهو ما يدل على فتوة العينة. هذه النسب يمكن إرجاعها أساسا إلى الهرم الديموغرافي للمجتمع الناصري الذي يتميز بقاعدة عريضة وقمة ضيقة (نسبة الشباب مرتفعة).

جدول رقم (٣)

يبين الاقسام العلمية في كلية مزايا الجامعة

الفئات	التكرار	النسبة %
اعلام	١١٧	٧٢
الصيدلة	١٣	١٣.٥
هندسة حاسبات	١٦	١٠.٦
العربي	٤	٣.٦

الإكليزي	٢٤	٣٣.٣
المجموع	١٧٤	١٠٠

نلاحظ من الجدول (٣) أن هناك تنوع في الأقسام العلمية في كلية مزايا الجامعة وأيضاً تباين في حجمهم، حيث نلاحظ أعلى نسبة مثلت ذوي المستوى الاعلام بـ ٧٢% من أفراد العينة، تلتها بنسبة ٣٣.٣% ذوي قسم اللغة الانكليزية ، ثم نسبة الصيدلة بـ ١٣.٥%، في حين نلاحظ انخفاض كمي بالنسبة لذوي هندسة الحاسبات بنسبة ١٠.٦% وأيضاً العربي بنسبة ٣.٦%.

أهم ما يستخلص من هذه البيانات (النسب) هو أن دور الاعلام المرئي في تعزيز مفهوم المواطنة من الجانب العلمي.

جدول رقم (٤)

يبين توزيع أفراد العينة حسب الدوام

النسبة%	التكرار	الفئات
٩١.٢	١٥٥	صباحي
٨.٨	١٥	مسائي
١٠٠	١٧٤	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه رقم (٤)، أن بحثنا اشتمل نوع الدراسة حيث تبين م الجدول ان نسبة الدراسة المسائية هي ٩١.٢% ، وما نسبة ٨.٨% هم للدراسة الصباحية .

جدول رقم (٥)

يبين المستوى المعيشي لأفراد العينة

النسبة%	التكرار	المستوى
٢٣.٦	٤٣	الاولى
٥.٢	٩	الثانية
٢٢.٤	٣٩	الثالثة
٤٧.١	٨٢	الرابعة
٠	٠	الخامسة
٠	٠	السادسة
١٠٠	١٧٤	المجموع

نلاحظ من هذا الجدول رقم (٥) ارتفاع نسبة أفراد العينة من ذوي المرحلة الرابعة، حيث مثلوا ٤٧.١% من أفراد العينة، يليها ذوي المرحلى الاولى بنسبة ٢٣.٦%، ومثلت المرحلة الثالثة ٢٢.٤%، ومثلت اضعف نسبة بـ ١٠% ذوي المرحلة الثانية.

جدول رقم (٦)

دور الإعلام الرقمي في صياغة القرارات السياسية

النسبة %	التكرار	البدائل
٧٦.٤	١٣٣	عالي
١٦.٧	٢٩	عالي جدا
٦.٩	١٢	ربما
١٠٠	١٧٤	المجموع

نلاحظ من بيانات الجدول رقم (٦) أن دور الاعلام الرقمي يلعب دورا مهما في اعادة صياغة القرارات السياسية تحظى بكم هائل من المتابعين من أفراد العينة وتمثل نسبتهم ٧٦.٧%، بينما احتلت المرتبة الثانية وبنسبة ١٦.٧% من يرون ان دور الاعلام الرقمي عال جدا في اعادة صياغة القرارات السياسية بينما ممن يعتقدون انه ربما يكون ذلك بالمرتبة الاخير بنسبة ٦.٩%.

جدول رقم (٧)

ودور فيس بوك في تشكيل الرأي العام

النسبة %	التكرار	الإذاعة
٥٤.٦	٩٥	جيد
٢٢.٤	٣٩	جيد جدا
٢٣	٤٠	ربما
١٠٠	١٧٤	المجموع

يتبين من هذا الجدول رقم (٧) أن ٥٤.٦% من افراد العينة يرون ان للفيس بوك دورا مهما في تشكيل الرأي العام وتأتي بالمرتبة الثانية جيد جدا وبنسبة ٢٢.٤% بينما احتلت المركز الثالث ربما بنسبة ٢٣.٠%.

جدول رقم (٨)

وكيفية استخدام المستخدمين العاديين لفيس بوك للمساهمة في صياغة القرارات السياسية

النسبة %	التكرار	البدائل
٦٨.٤	١١٩	دائما
٧.٥	١٣	احيانا
٤.٦	٨	من حين للاحر
١٩.٥	٣٤	ليس كثيرا
٠	٠	لا اهتم لذلك
١٠٠	١٧٤	المجموع

اتضح من خلال تحليل الجدول رقم (٨) ان ٦٣.٤% من افراد العينة يستخدمون الفيس بوك دائما ، بينما يرى ١٩.٥% من افراد العينة انها ليس كثيرا، ويرى ما نسبته ٧.٤% انهم يستخدمون الفيس بوك احيانا ، بينما يرى ما نسبته ٤.٦% انه من حين للاحر .

النتائج والتوصيات

بناءً على التحليل المفصل لدور الاعلام الرقمي في إعادة صياغة القرارات السياسية على فيس بوك، توصلت الدراسة إلى نتائج مهمة، منها:

١- يلعب الاعلام الرقمي دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام وتأثيره على القرارات السياسية المتخذة من قبل الشركات الكبيرة مثل فيس بوك.

٢- يعتبر الضغط الشعبي وحملات المقاطعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من العوامل الهامة التي تؤثر في قرارات الشركات وتعيد صياغة سياساتها.

٣- يمكن للمستخدمين والمجموعات الناشطة على وسائل التواصل الاجتماعي أن يؤثروا في تحديد جدول أعمال الشركات والقضايا التي تحظى بالاهتمام والتركيز من خلال ممارسة ضغوط شديدة عليها.

٤- يجب على الشركات الكبيرة الاهتمام بما يحدث على وسائل التواصل الاجتماعي وأخذ آراء المستخدمين بعين الاعتبار في صياغة قراراتها السياسية والإعلامية.

٥- يجب أن تكون هناك معايير وضوابط صارمة لاستخدام الاعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام وتأثيره على القرارات السياسية، وذلك للحفاظ على الحقوق والحريات الأساسية للمستخدمين وضمان عدم استغلال هذا الأداة في أغراض غير قانونية أو غير أخلاقية.

٦- يمكن للمجتمع المدني والجمعيات الحقوقية والأكاديمية أن تلعب دوراً هاماً في مراقبة استخدام الاعلام الرقمي وتحليل تأثيره على القرارات السياسية والإعلامية، وتوعية الناس بحقوقهم وواجباتهم.

التوصيات

بناءً على نتائج البحث، يمكن اقتراح بعض التوصيات المتعلقة بدور الاعلام الرقمي في إعادة صياغة القرارات السياسية على منصات التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك، وتشمل ما يلي:

١- تعزيز الشفافية والمساءلة: يجب على منصات التواصل الاجتماعي تحسين شفافية عملياتها القرارية وتوضيح دلائل الأدلة والمعايير التي تستخدم لاتخاذ القرارات السياسية المتعلقة بالمحتوى. كما يجب أن يتم تحسين الآليات التي تسمح للمستخدمين بطلب استئناف القرارات وتقديم الاعتراضات.

٢- ضرورة تدريب الموظفين: يجب على منصات التواصل الاجتماعي توفير التدريب اللازم للموظفين لتحسين قدراتهم على اتخاذ القرارات السياسية المتعلقة بالمحتوى، بما في ذلك الوصول إلى معلومات دقيقة وإجراء التحقيقات اللازمة.

٣- تشجيع المشاركة المجتمعية: يجب على منصات التواصل الاجتماعي تشجيع المشاركة المجتمعية في عمليات صياغة القرارات السياسية، وذلك من خلال إنشاء منصات تشاركية وإجراء الاستطلاعات والاستشارات لجمع آراء واقتراحات المستخدمين.

٤- تحسين الاتصال بين المستخدمين والمنصة: يجب على منصات التواصل الاجتماعي تحسين الاتصال بين المستخدمين والمنصة، وتوفير وسائل تواصل فعالة مع الجهات المعنية لتحديد المشكلات والاستجابة لها بشكل فوري.

٥- تشجيع البحث العلمي: يجب تشجيع البحث العلمي حول دور الاعلام الرقمي

المصادر

١. انجرس ، موريس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: بو زيد صحراوي

وكمال بو شرف، دار القصة، الجزائر، ٢٠٠٤.

٢. بوحوش ، عمار ، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية- بن عكنون- الجزائر، ١٩٩٩، ط١.
٣. حجاب ،محمد منير ، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، مصر، ٢٠٠٤.
٤. الحديدي ، د. منى سعد وسلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٤.
٥. الحلواني، ماجد ، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، نشر وتوزيع وطبع عالم الكتب، القاهرة، مصر، ٢٠٠٢.
٦. دليو ، فضيل و آخرون، الاتصال في المؤسسة، الزهراء للفنون المطبعية، الخروب، قسنطينة ، الجزائر، ٢٠٠٣.
٧. الراوي ، د. خالد حبيب ، تاريخ الإذاعة والتلفزيون في العراق، دار الحكمة للطباعة والنشر، جامعة بغداد، بغداد ، ١٩٩٢.
٨. شرف، عبد العزيز ، مدخل إلى وسائل الإعلام، دار الكتاب المصري ، القاهرة، ١٩٨٩.
٩. شكري، عبد المجيد ، الإذاعات المحلية لغة العصر، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ١٩٨٧.
١٠. عبد الوهاب ،غانم ، الإشهار والثقافة الاستهلاكية في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة وهران، ٢٠٠٧.
١١. العبد ، عاطف عدلي ، الإتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ١٩٩٣.
١٢. فلاتة ،مصطفى محمد عيسى ، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، مطابع جامعة الملك سعود الرياض، السعودية، ١٩٩٧.
١٣. الهيتي، هادي نعمان ، الإعلام والطفل، دار أسامة للنشر، عمان، ٢٠٠٨، ط١.

- ١ - كمال محمود المنوفى ، التنشئة السياسية للطفل في مصر والكويت ، الكويت ، ١٩٨٧ ، ص١٦
- ٢ - حمد بن ابي بكر عبد القادر الرازي ، مختار الصحاح ، بيروت مكتبة لبنان ناشرون ٢٠١١م ص ٢٢١
- ٣ - يحيى اليحياوي ، الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب : مظاهر التحكم والدمقرطة ، مركز الجزيرة للدراسات ، تجدها على الرابط التالي:
<http://studies.aljazeera.net/mediastudies/٢٠١٥/١١/٢٠١٥١١٨٨٥١٤٤٣٧٥٨٤٨.htm>
- ٤ - رأفت مهند عبد الرزاق حمودي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، جامعة البترا الأردنية ، كلية الآداب - قسم الصحافة والإعلام ، رسالة ماجستير ، ٢٠١٣
- ٥ - حاتم سليم علاونة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري ، وقائع مؤتمر (الاعلام الجديد... التحديات النظرية والتطبيقية) الذي عقدته الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض ٤ - ٢ ديسمبر ، ٢٠١٢ .
- ٦ - بشرى جميل الراوي ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير ، جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، مجلة الباحث الإعلامي ، ١٨٤ ، ٢٠١٢
- ٦- كامل خورشيد مراد، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً، المؤتمر العلمي - وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، عمان ، جامعة البترا ، كلية الإعلام، ٢٠١١
- ٨ - فراس خليف ناصر الشرعة . المشاركة السياسية في الريف الأردني دراسة ميدانية- رسالة ماجستير ، جامعة آل البيت، الأردن (١٩٩٩) ، ص٨٨
- ٩ - إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي ، السياسات الإعلامية في مصر والعالم العربي، القاهرة : هبة النيل للتوزيع ، ٢٠١٠ ، ص٢٥
- ١٠ - مصدر البيانات : كلية دبي للإدارة الحكومية، الاعلام الاجتماعي ، الإصدار السابع من سلسلة دراسات مستمرة ، الصادر في شهر شباط ، ٢٠١٧

- ١١ - رأفت مهند عبد الرزاق حمودي ، مصدر سابق ، ص ٤٣
- ١٢ - عبد العزيز على حسن ، العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٤٣ ، العدد ١٠١٦ ، ٢٠١٦ ، ص ٢٣٢
- ١٣ - عزيز محمد السيد ، السلوك السياسي : النظرية والواقع ، القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩٤ ، ص ٢٩
- ١٤ - عبد الحميد قنديل ، المشاركة السياسية للشباب الجامعي - دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير ، جامعة المنوفية ، كلية الآداب ، ٢٠٠٣ ، ص ٥٠
- ١٥ Werner J. Severin and James W. Tankard, pp٢٦٠:٢٧٠, ١٩٩٢
- ١٦ مكاوي وسائل الاتصال ص ٧٨
- ١٧ - نرمن زكريا، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية ، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة :كلية الاعلام، ٢٠٠٩، ص٩٤٣
- ١٨ - محمود حمدي عبد القوي ، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح : الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٩ ، ص ٥٥٨
- ١٩ - عبير إبراهيم عزي، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٩ ، ص ٨
- ٢٠ Werner J. Severin and James W. Tankard, pp٢٦٠:٢٧٠, ١٩٩٢
- ٢١ HeshamMesbah,p١٢,١٩٩١
- ٢٢ Conway and Alan Rubin. P٤٤٣:٤٦٣ ١٩٩١
- ٢٣ سعود البشر، محمود، ص ٤٧، ١٩٩٧
- ٢٤ مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين، ص ٢٤٢، ١٩٩٨
- ٢٥ Denis Micquel et.al,p٢٢٢,١٩٨٨
- ٢٦ مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين، ص ٢٤٧، ١٩٩
- ٢٧ "معلومات عن جمهور على موقع id.loc.gov". id.loc.gov. مؤرشف من الأصل في ١٦ ديسمبر ٢٠١٩.
- ٢٨ معلومات عن جمهور على موقع jstor.org". jstor.org. مؤرشف من الأصل في ٢٥ مايو ٢٠١٩.
- ٢٩ "Investopedia". Economics. ١٨ نوفمبر ٢٠٠٣. مؤرشف من الأصل في ٥ يناير ٢٠٢٢. اطلع عليه بتاريخ ٠٢ نوفمبر ٢٠٢١. Economics is the study of how people allocate scarce resources for production, distribution, and consumption, both individually and collectively.
- ٣٠ James ،Paul ،with Magee ؛Liam ،Scerri ؛Andy ،Steger ؛Manfred B. (٢٠١٥). Urban Sustainability in Theory and Practice: Circles of Sustainability. London: Routledge. ص. ٥٣. مؤرشف من الأصل في ٢٣ أكتوبر ٢٠٢٠.

^{٣١} ^{٣١} سلوى محمد العوادلي، "صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى الشباب الجامعي بعد أحداث ١١ سبتمبر: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة القاهرة"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع عشر، يناير - مارس ٢٠٠٢، ص ص ١٣٩، ٧١١)، ص ١٤٣.

^{٣٢} ^{٣٢} ماني السيد فهمي، "الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، أكتوبر - ديسمبر، ١٩٩٩، ص ص ٢٠٧ - ٢٤٥)، ص ص ٢٢٨ - ٢٢٩.

^{٣٣} ^{٣٣} Loges . W. E. "Canaries in The Coal Mire ،Perception of Threat and Media system Dependency Relations" ،in Communication Research ،(Vol. ٢١ ، ٧٥.١ ، ١٩٩٤) p.٦.

^{٣٤} ^{٣٤} نانلة إبراهيم عمارة "دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر ديسمبر ٢٠٠٥، في أعمال المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر بكلية الإعلام، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة الجزء الأول ٤-٢ مايو ٢٠٠٦)، ص ص ٢٥٧ - ٣٠٤)، ص ٢٦١.

^{٣٥} ^{٣٥} ليلي حسين محمد السيد، "دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، في أعمال المؤتمر العلمي الرابع عشر لكلية الإعلام، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من ٢٥ - ٢٧ مايو ١٩٩٨، ص ص ١٧٣ - ٢٠٨)، ص

