جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة – الجزائر
ISSN: 1112-4377, EISSN: 2588-2384
المجلد: 29 العدد 01 السنة 2024
مجلة المعيار
EL MIEYAR

الوسائط الاتصالية الجديدة والمشاركة السياسية خلال الانتخابات الرئاسية 2024 بالجزائر لدى الشباب الجامعي

دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة سطيف2

New communication media and political participation in the 2024 presidential elections in Algeria among university youth

A study on a sample of Facebook users at the University of Setif 2

عبد الرحيم مداسي[1]
madaci.abdrrahim@univ-alger3.dz

نور الهدى عبادة[2]
Abada.nour@univ-alger3.dz

تاريخ الاستلام: 2024/10/06 تاريخ القبول: 2024/12/14 تاريخ النشر: 2024/12/20
Received:06/10/2024 Accepted: 14/12/2024 published: 20/12/2024

ملخص المقال:

هدفت هذه الدراسة الميدانية إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي من جامعة سطيف 2 للوسائط الاتصالية الجديدة، بالتحديد موقع الفيسبوك وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية التي شهدتها الجزائر منذ سبتمبر 2024،ووظف الباحث المنهج المسحي وكذا استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات، وطبقت على عينة قصدية من طلبة الاعلام والاتصال بجامعة سطيف2 ممثلة في 110 مبحوثا، توصلنا في الأخير إلى جملة من النتائج نذكر منها أن موقع فيسبوك أهم الوسائل الاتصالية لمتابعة القضايا والمواضيع السياسية في الجزائر لدى طلبة الاعلام والاتصال بجامعة سطيف2، تنوع أشكال تفاعل المبحوثين مع المحتوى السياسي للحملة الانتخابية بين الإعجاب والتعليق ومشاركة المحتوى، كما بينت الدراسة بأن 55.46% من طلبة الاعلام والاتصال بجامعة سطيف2 قد امتنعوا عن التصويت في الانتخابات الرئاسية 2024.

كلمات مفتاحية: الوسائط الاتصالية الجديدة، موقع الفيسبوك، الشباب الجامعي، المشاركة السياسية، الانتخابات الرئاسية.

Abstract:

This study aimed to identify the use of new communication byuniversity youth from University of Setif2, specifically Facebook, with political participation in the presidential elections that Algeria in September 2024. The study used the survey method, and relied on the questionnaire, and this study was applied to intentional sample of students from the Department of Media and Communication at Setif2 University represented by 110 individuals to achieve the objectives of the study: Facebook is the most important means of communication to follow up on political issues and topics among students of media The study also showed that 55.46% of media students at the University of Setif2

Keywords: New communication; Facebook university youth,politicalparticipation, elections

(1) مخبر الاتصال والأمن الغذائي جامعة الجزائر3(الجزائر).

(2)مخبر التشريعات الاعلامية وأخلاقيات المهنة جامعة الجزائر 3(الجزائر)

مقدمة:

تعد الوسائط الاتصالية الجديدة بمختلف منصاتها وتطبيقاتها (فيسبوك، يوتيوب، انستاغرام، تيك توك) وغيرها الظاهرة الاتصالية الأبرز في مجال الانفجار الالكتروني، حيث انتشرت الفضاءات الرقمية بشكل مذهل في الوقت الراهن، وساهمت هذه التطورات في بلورة العديد من الأفكار والاتجاهات، كما سهلت تبادل المعلومات والمعارف صوتا وصورة وحوّلت العالم إلى قرية صغيرة حسب تعبير المفكر مارشال ماكلوهان.

تلعب الوسائط الاتصالية الجديدة دورا أساسيا في مختلف مجالات الحياة وهذا راجع الى خاصية الوسيلة وما تقدمه وتعرضه من مضامين إعلامية مختلفة، في شتى الميادين والمجالات وخصوصا في المجال السياسي، حيث نجح مستخدمو هذه الوسائط في توظيفها خلال السنوات الأخيرة لخدمة أهداف سياسية واستطاعوا من خلال هذا التوظيف إلى التأثير على بعض السياسات، لاسيما في ظل الانتشار الأوسع والشعبية الكبيرة التي تتمتع بها حول العالم خاصة منصة الفيسبوك،وفي ظل تزايد نسبة الإقبال على استخدام هذه الوسائط الجديدة بشكل عام، ومن قبل الشباب الجامعي بشكل خاص تبرز الحاجة إلى فهم أبعاد تأثير هذه الأخيرة على الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين على ضوء ما يتم نشره في هذه المنصات من موضوعات وأخبار وتعليقات وغيرها، ومحاولة تأثيرها على شخصية الطالب واتجاهاته وطريقة استخدامه لمختلف التطبيقات، إضافة إلى مواقفه اتجاه القضايا الوطنية السياسية.

شكلت هذه المنصات الرقمية، وعلى رأسها موقع الفيسبوك دورا متزايد الأهمية في المجال السياسي منذ بداياته، أتاح فيسبوك منصة للتواصل والتفاعل بين الأفراد، كما يفتح فرصا عديدة للمشاركة المدنية الفعالة على نطاق أوسع، الأمر الذي أثر بشكل عميق على الطريقة التي يتلقى بها الناس المعلومات ويتبادلونها في السياق السياسي، حيث أصبحت هذه المنصة أداة قوية للتعبئة الجماهيرية ولحملات الانتخابات، ونشر الأفكار، كما أسهم في تغيير مشهد السياسة الحديثة مما يعكس تأثيره الكبير على الأنظمة السياسية والانتخابات، إضافة إلى أن مشاركة الشباب الجامعي الجزائري في الانتخابات الرئاسية 2024 تسمح بإسماع صوته أو يمنعه عن الأحزاب وفقا لأدائهم وتوجهاتهم، ومن أجل معرفة مدى مساهمة الوسائط الاتصالية الجديدة في المشاركة السياسية خلال الانتخابات الرئاسية التي عرفتها الجزائر سنة 2024 نستعرض التساؤل الرئيسي التالي:

ماهو دور موقع الفيسبوك في المشاركة السياسية خلال الانتخابات الرئاسية بالجزائر لدى الشباب الجامعي بجامعة سطيف 2؟

يندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية نذكرها فيما يلي:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي بجامعة سطيف2 لموقع الفيسبوك؟
2. ماذا تعني المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي بجامعة سطيف2؟
3. هل يتفاعل الشباب الجامعي بجامعة سطيف2 مع المضامين السياسية للحملة الانتخابية لرئاسيات 2024؟

4. ما طبيعة العلاقة بين انتشار المضامين السياسية عبر موقع فيسبوك ومشاركة الشباب الجامعي بجامعة سطيف2 في الانتخابات الرئاسية 2024؟

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة باعتبار أن المشاركة السياسية من طرف الشباب الجامعي خصوصا مع الانتخابات الرئاسية 2024 من أكثر المواضيع الحساسة في الفترة الراهنة، كما تسلط هذه الدراسة الضوء على إسهامات منصات التواصل الاجتماعي وبالتحديد موقع الفيسبوك في إشراك الشباب الجامعي في المجال السياسي في الجزائر والعمل على الانخراط في العملية السياسية من قبل الشباب في إطار دعم وتعزيز المشاركة السياسية لديهم من حيث اختيار من يمثلهم وبالتالي رسم السياسات العامة للبلاد.

كما تعتبر هذه الدراسة أحد الإسهامات في البحوث الأكاديمية التي ترمي إلى إبراز نتائج علمية ومنطقية تحاكي تنمية المعارف السياسية للطالب الجامعي في الجزائر، وتفتح أفاق النقاش حول ما تشكله الوسائط الاتصالية الجديدة اليوم، كفضاءات رقمية مفتوحة تساعد على فتح النقاش السياسي والانخراط سياسي للشباب خصوصا إذا تحدثنا على مستويات الغلق الذي تعرفه مختلف الفضاءات العمومية التقليدية.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف التالية:

- معرفة عادات وأنماط استخدام موقع فيسبوك لدى طلبة الإعلام والاتصال بجامعة سطيف2
- التعرف على المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي بجامعة سطيف2.
- التعرف على مدى تفاعل الشباب الجامعي بجامعة سطيف2 مع المضامين السياسية للحملة الانتخابية لرئاسيات 2024.
- تقصي طبيعة العلاقة بين انتشار المضامين السياسية على موقع فيسبوك ومشاركة الشباب الجامعي بجامعة سطيف2 في الانتخابات الرئاسية 2024.

منهج الدراسة:

تنتمي دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى للكشف عن خصائص أي ظاهرة، أو جماعة وتفسير الأوجه البارزة فيه، من خلال الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة كما هو في الحيز الواقعي(عبد الحميد، 1992)،منهجية الدراسة فرضت علينا استخدام المنهج المسحي الذي يعد من المناهج الرئيسية لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي، بحيث يسمح للباحث دراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد كما يساعد على التعبير الكمي للظواهر وتناولها إحصائيا، وبالتالي إمكانية اختبار الفروض قصد الوصول إلى نتائج موضوعية(بدر،1997).

أدوات جمع البيانات:

تتعدد أدوات البحث العلمي التي تستخدم في جمع المعلومات والبيانات اللازمة من أفراد العينة محل الدراسة، وهي تتراوح بين المقابلة، الملاحظة أو الاستمارة الاستبيانية، وعليه اعتمدنا لكشف العلاقة بين استخدام موقع الفيسبوك والمشاركة السياسية خلال

الانتخابات الرئاسية بالجزائر لدى الشباب الجامعي على الأدوات التي يقتضيها العمل الميداني أكثر وهي **الملاحظة**،بالإضافة إلى أداة **الاستمارة الاستبيانية** كأداة رئيسية بغرض الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات.

الملاحظة: والتي تعني المعاينة الدقيقة للظاهرة محل البحث وهذا من أجل استكشافها بصورة ملمة، ووفق ظروفها الطبيعية إذ يرى الباحث أحمد بن مرسلي على أنها "عملية مقصودة للمشاهدة وفق خطة مرسومة وهذا في إطار المنهج المتبع، تهدف إلى معاينة الجوانب الخاضعة للدراسة".

وتم توظيف أداة الملاحظة في الدراسة من خلال اعتماد مختلف الوسائط الاتصالية الجديدة، وخصوصا موقع الفيسبوك في نشر وبث الاخبار السياسية التي تتعلق بالانتخابات الرئاسية وكذا التفاعل معها ومشاركتها وتداولها بكثرة بين الشباب الجامعي.

ومن أجل الاحاطة بموضوع الدراسة ميدانيا اعتمدنا على أداة الاستمارة الاستبيانية التي تستخدم بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلى الكشف عن الحقائق، واستطلاعات الرأي وميولات الأفراد، وتعرف على أنها تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأشخاص وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات والقيام بمقارنات رقمية(انجرس،2004).

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث في طلبة جامعة سطيف2 خلال الموسم الجامعي 2025/2024، ونظرا لصعوبة الوصول إلى كافة مفرداته لجأ الباحث بتوزيع استمارة الاستبيان الالكترونية على عينة من المجتمع المتاح والمتمثل في طلبة قسم الإعلام والاتصال لجامعة سطيف2.

العينة: هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على جميع مجتمع الدراسة الأصلي، (عبيدات، 1999) تشمل عينة دراستنا 110 مفردة ،حيث قمنا باختيار العينة القصدية وهناك من الباحثين من يسميها بالعينة العمدية وهي عينة "يقوم الباحث بانتقائها بناءا على اجتهاده من خلال منظوره الهادف نحو مجموعة من الأفراد يعتقد بأنهم لهم من الخصائص التي تجعل منهم الخيار الأمثل لعينة الدراسة" (جندل،2019،ص15)، حيث تم توزيع 120 استمارة الكترونية عبر تطبيق Messenger، استرجعنا منها 110 استمارة صالحة للدراسة والتي شكلت عينة دراستنا.

تحديد مفاهيم الدراسة

1.2 الوسائط الاتصالية الجديدة:

تشمل مجموعة واسعة من التقنيات الحديثة والمنصات والشبكات التي ظهرت مع التطور المذهل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال والتي تمكن الأفراد من التواصل ونشر المعلومات والأخبار بسرعة وسهولة أكبر مما كان متاحا في السابق، وتشمل هذه الوسائط على سبيل المثال: منصات التواصل الاجتماعي: مثل تطبيق فيسبوك، تويتر، تيك توك، انستاغرام والتي تتيح وتسمح بالتواصل الاجتماعي ومشاركة المحتوى مع شبكات الأصدقاء والجمهور بشكل واسع، كما يطلق على هذا النمط الاتصالي الجديد

بالإعلام الرقمي Digital Media وهو "النشر الحر على شبكة الانترنت بإنتاج الفيديو الرقمي وإعادة توزيعه عبر الشبكة العنكبوتية، حيث يتيح التواصل الفوري بالعوالم الافتراضية لملايين المستخدمين عبر العالم، وهو إنتاج محتوى من صنع المستخدم دون شروط مهنية أو معايير صحفية وبثه عبر وسائط متعددة التي تمكن من مشاركة الفرد في المحتوى الإعلامي". (رضا، 2015، صفحة 123)، ومن بعض خصائصها:

- التفاعلية: تتحدد هذه الخاصية في الأفعال وردود الأفعال بين المستخدمين انطلاقا مما يتم تبادله من رسائل اتصالية، تفاعلات، تعليقات واشتراكات، إذ يتم ذلك من خلال برامج الوسائط الجديدة التي تمارس عبرها العملية الاتصالية التشعبية التي تنتشر على مستوى الشبكة العنكبوتية.
- التكامل: تتحقق هذه الخاصية للوسائط الجديدة كونها تتيح للمستخدم استعمال أكثر من وسيطين بشكل تفاعلي.
- السرعة: تمتاز الوسائط الجديدة للاتصال بكونها نظام شبكي يضم مجموعة من المحطات المترابطة فيما بينها بطريقة تسهل الوصول إلى أية محطة من أي موقع بالبرنامج بشكل سريع، حيث تقوم هذه النظم على تسهيل الوصول إلى المعلومة بسرعة فائقة.
- اللاتزامنية: يقصد بهذه الخاصية عدم تزامن تلقي العروض الالكترونية مباشرة مع الزمن الفعلي للنشر والعرض، يعني ذلك أن المستخدم الالكتروني يتلقى الرسائل الاتصالية في أي زمن يتاح له.

التعريف الإجرائي: هي مختلف المنصات الرقمية المتاحة عبر شبكة الانترنيت، والتي تسمح لمستخدميها بالمشاركة والتفاعلية للمواضيع والقضايا ذات الشأن السياسي.

2.2 الفايسبوك: يعد من أهم منصات التواصل الاجتماعي التي أتاحها الإعلام الجديد، و أكثرها شهرة واستخداما على الشبكة العنكبوتية، ولاسيما من طرف الشباب في كافة أرجاء المعمورة، حيث يمكن عن طريقه تكوين معارف وصداقات جديدة، أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة عبر شبكة الويب، كما يمكن لكل المشتركين في التطبيق أن يضيفوا أصدقاء أو زملاء لصفحاتهم، وهو تطبيق مجاني لجميع المستخدمين، فضلا على أنه يمكن المستخدمين من إنشاء بروفايل(profile) خاص بهم يتضمن صورا وفيديوهات واهتمامات شخصية، وتبادل الرسائل، (محمود، 2015) وقد تم تأسيسه سنة 2003 من طرف الأمريكي مارك زوكربيرج، حيث كان طالبا في جامعة هارفارد، وكان الموقع في البداية فضاءا للطلبة في الجامعة فقط، ثم أصبح متاحا للجميع ويوجد في الجزائر لوحدها أكثر من 26 مليون مستخدم لمنصات التواصل الاجتماعي.

التعريف الإجرائي: منصة رقمية افتراضية تمثل أهم الوسائط الاتصالية الجديدة المتاحة عبر شبكة الانترنت، يستخدمها الشباب قصد المشاركة والتفاعل مع مختلف المضامين السياسية المنشورة.

3.2 المشاركة السياسية: هي "نشاط سياسي يرمز إلى مساهمة المواطنين ودورهم في إطار النظام السياسي، وتمثل هذه المشاركة أساس وجوهر الديمقراطية الفاعلة وإحدى صور التعبير عن سيادة الشعب، وتتمثل في جملة النشاطات التي تمكن الشعب من ممارسة السلطة السياسية" (صالح، 2005، صفحة 124)، وللمشاركة السياسية صور وأشكال مختلفة لعل أبرزها: المتابعة السياسية للقضايا والأحداث، والمشاركة في التصويت والترشح للانتخابات، والانضمام إلى الجمعيات والأحزاب السياسية أو غيرها. ومن الواضح أن الوسائط الاتصالية ومنصات التشبيك الاجتماعي لها المساهمة في الترويج للمشاركة السياسية عن طريق إتاحة الفرصة لمختلف التيارات السياسية للتعبير عن آراءها في إطار احترام القوانين المعمول بها.

إذ يعد التصويت في الانتخابات من أهم مظاهر المشاركة السياسية في الأنظمة الديمقراطية، أي أن مشاركة الأفراد في السلطة تكون عن طريق ممثليه الذين يرونه الأنسب، وهو ما يؤكد على أن صوت المواطن في الانتخابات يمثل نسبة في المشاركة السياسية. كما ان المشاركة السياسية تساعد في تحسين العملية الديمقراطية عن طريق إشراك مختلف الأفراد في الحياة السياسية سواء من خلال الانخراط السياسي في الأحزاب، أو المشاركة في الحملات الانتخابية.

التعريف الإجرائي: المشاركة السياسية هي الممارسة الفعلية للشباب الجامعي في عملية صنع القرار السياسي عن طريق اختيار ممثلهم عبر انتخابات حرة ونزيهة فالمشاركة السياسية تعبر عن كل الأنشطة الإرادية والسلوكيات التي تعمل على التأثير في صنع السياسات العامة وتسيير قضايا المجتمع من طرف الشباب ، وتكون هذه الأفعال مشروعة متمثلة في التصويت الانتخابي، الانتماء الحزبي.

4.2 الانتخابات الرئاسية:

تعرف على أنها السبيل الذي يتيح للأفراد حق الحرية في التعبير عن إرادته، وهذا بناءا على اقتراع يجري على قدم المساواة هنا تتعلق بقوة التصويت أي لا يحمل صوت من حيث المبدأ وزنا غير متكافئ مع ما يحمله صوت أخر، وبالتالي تكون لجميع الأصوات نفس قوة التأثير، ولهذا فإن الانتخابات هي الشكل الأساسي للمشاركة السياسية من قبل المواطنين لاختيار ممثليهم عن طريق التصويت، وهذا ما يجسد الديمقراطية الحقيقية لصوت الشعب.

ويعرف الانتخاب بأنه عملية انتقاء واختيار فرد من بين عدد من المرشحين ليكون رئيسا يمثل الجماعة التي ينتمي إليها، ويطلق على الانتخاب اسم (اقتراع) أي الاقتراع على شخص معين، ويعتبر التصويت الانتخابي حقا عاما لجميع المواطنين مادام مستوفيا شروط السن والعقل، فضلا عن شرط الجنسية، ويرى ألان بول "أن الانتخابات هي الأدوات التي من خلالها يختار الأشخاص ممثليهم، ويمارسون عليهم قدرا من الضبط، وإذا كانت الانتخابات تعد مظهرا من أشكال الاتصال السياسي بين الحكومات والمحكومين فإنها في الوقت ذاته أداة من أدوات إضفاء الشرعية على حق الحكام في ممارسة الحكم" (الجوهري، 2001، صفحة 151).

التعريف الإجرائي: نقصد بالانتخابات الرئاسية هي توجه الشباب الجامعي نحو صناديق الاقتراع قصد التصويت على الممثل الأول على رأس السلطة.

5.2 الشباب الجامعي:

يمثل الشباب قطاعا هاما من القطاعات الرئيسية التي يتكون منها البنيان الديموغرافي للمجتمع، وتقع مرحلة الشباب بين المراهقة وفترة الكهولة، وتتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الإنسان سواء المهني أو العائلي.

والشباب الجامعي الذي هو عينة الدراسة، ويعرف على انه ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالتدرج من المرحلة الثانوية إلى مرحلة التكوين بالجامعة، وتبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة تؤهله لذلك، ويعتبر أحد العناصر الأساسية في العملية التربوية ويمثل النسبة الغالبة في المؤسسة. (دليو، 2006)

التعريف الإجرائي: هم الطلبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و31 سنة، والذين يزاولون تعليمهم الجامعي بجامعة سطيف2 من المرحلة الجامعية الأولى ليسانس بعد تحصلهم على شهادة الباكالوريا، ويستخدمون مختلف منصات التواصل الاجتماعي وخصوصا الفايسبوك لإشباع رغباتهم.

الدراسات السابقة:

1.3دراسة خديجة هنيش 2021: وسائل الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين

وهي دراسة هدفت من خلالها الباحثة إلى البحث في العلاقة بين اعتماد النخبة في الجزائر على وسائل الاتصال الجماهيري في مقابل اعتمادها على وسائل الاتصال الأخرى في دعم المشاركة السياسية واعتمدت الدراسة في جانبها الميداني على منهج المسح من خلال عينة من الأساتذة الجامعيين بجامعة الجزائر 3، كما وظفت أداة الاستبيان على عينة قوامها 333 مفردة.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

أن أغلبية المبحوثين من أفراد العينة لا يعتبرون بأن وسائل الاتصال الجماهيري التي يتابعون من خلالها المضامين السياسية تأثير في توجهاتهم السياسية حول النشاطات السياسية. (هنيش، 2022)

أن الأساتذة الجامعيون سجلوا أعلى نسب في مشاركتهم في المجال السياسي، ويفسر ذلك بأن الأساتذة أولوا أهمية للحراك الشعبي وللمظاهرات السلمية التي خرج ملايين الشعب فيها للمطالبة بالتغيير.

2.3 دراسة ايدير شيباني 2022:مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز المشاركة الانتخابية لدى الطلبة الجامعيين

تناول الباحث من خلال دراسته البحث حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة الطلبة الجامعيين بجامعة جيجل في استفتاء دستور 2020، معتمدا في ذلك على منهج المسح حيث وظف أداة الاستمارة الاستبيانية على عينة بلغت 90 مفردة، وتوصلت دراسته إلى مجموعة من النتائج أهمها:

ازدياد تصفح الطلبة الجامعيين بجيجل لمواقع التواصل الاجتماعي، خلال الاستفتاء الشعبي لتعديل الدستور نظرا لأهمية الحدث.

كشفت الدراسة أن منصات التواصل الاجتماعي تلعب دورا سياسيا مؤثرا لدى الطلبة الجامعيين، ولا تقتصر على مجرد تأدية الوظيفة الاتصالية فحسب. (شيباني،2022)

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تتفق دراستنا مع الدراسات الأخرى في العديد من الإجراءات المنهجية من حيث استخدام المنهج المسحي، وتوظيف الاستمارة الاستبيانية لجمع البيانات والمعلومات، كما ساعدتني الدراستين في فهم المشاركة السياسية عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومحاولة مدى معرفة دور هذه المواقع في التأثير على الأفراد، وتختلف معهم في أمور أخرى من حيث ان هذه الدراسة كشفت عن استخدام موقع الفيسبوك في الحملات الانتخابية خلال رئاسيات سبتمبر 2024، ومعرفة مشاركة الشباب الجامعي في التصويت الانتخابي.

الإطار التطبيقي

المحور الأول: البيانات العامة للمبحوثين

الجدول 1: يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة%
ذكر	63	58.97
أنثى	47	41.03
المجموع	110	100

المصدر: من إعداد الباحثين

من خلال قراءة الجدول رقم1: يتضح أن نسبة أفراد العينة من الذكور غير متساوية مع الإناث لعدة أسباب، حيث أن نسبة الذكور قدرت ب 58،97%، أما نسبة الإناث فتراوحت عند 41،03% من إجمالي عدد أفراد العينة المقدرة ب 110 مفردة وكان عدد الذكور أكبر مقارنة بعدد الإناث نظرا لامتناع بعض الإناث عن الإجابة بسبب عدم إلمامهم بالمضامين السياسية وتحفظهن، بالإضافة إلى عدم الرغبة في الخوض في مسائل الانتخابات الرئاسية.

الجدول 2: يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة%
22-18	24	21.81
28-23	59	53.64
28 سنة فما فوق	27	24.55
المجموع	110	100

المصدر: من إعداد الباحثين

يتبين من خلال قراءة الجدول رقم(2) الخاص بتوزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير السن أن: النسبة الأكبر كانت من نصيب الفئة العمرية الثانية من 23-28 وهذا بنسبة قدرت ب 53،64%، ثم حلت الفئة الثالثة من 28 فما فوق في المرتبة الثانية بنسبة تقدر ب 24.55%، أما ثالثا فنجد الفئة العمرية الأولى 18-22 بنسبة 21.81%.

المحور الثاني: استخدام المبحوثين لموقع فيسبوك

الجدول 3: يوضح توزيع المبحوثين حسب المواقع والمنصات المفضلة لديهم

	التكرار	النسبة
فايسبوك	57	51.82
تيك توك	22	20
انستاغرام	13	11.82
يوتيوب	17	15.45
تويتر	01	0.91
المجموع	110	100

المصدر: من اعداد الباحثين

من خلال قراءة الجدول رقم3: يتضح أن أغلب أفراد العينة يفضلون استخدام تطبيق الفيسبوك Face book بنسبة قدرت ب 51،82%، يليها من حيث الأفضلية تطبيق التيكتوكTikTok بنسبة قدرت ب 20%، ثم يأتي موقع اليوتيوب YouTubeبنسبة 15،45%، ليأتي موقع انستاغرام بنسبة قدرت ب 11،82%، ويأتي في المرتبة الأخيرة من حيث الاستخدام موقع تويتر بنسبة 0،91% وهذا ما يبين عدم استخدام تويتر في الجزائر مقارنة بدول الخليج العربي .

حيث يعد الفيسبوك من أكثر منصات التشبيك الاجتماعي رواجا وانتشارا في أوساط الشباب الجزائري لما يحققه من ميزات يتمتع بها، إذ أنه يمثل أداة لتسهيل التواصل الاجتماعي للأشخاص الذين يجدون صعوبة في تكوين العلاقات الاجتماعية مع الآخرين، كما يستخدم لأغراض تعليمية أو سياسية، وحتى للدعاية والإعلان.

الجدول 4: يوضح معدل تعرض المبحوثين لموقع الفيسبوك

معدل التعرض	التكرار	النسبة%
دائما	101	91.82
أحيانا	07	6.32
نادرا	02	1.82
المجموع	110	100

المصدر: من إعداد الباحثين

يتجلى لنا من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يتعرضون دائما لموقع الفيسبوك باعتباره أهم الوسائط الاتصالية الجديدة، وهذا بنسبة 91.82%، في حين بلغت نسبة المبحوثين الذين يرون أنهم يتعرضون أحيانا لموقع الفيسبوك 32.6%، أما المبحوثين الذين أجابوا بنادرا فقدرت بنسبة 1.82%.

ويتضح من خلال قراءة هذه النسب أن غالبية أفراد العينة يتعرضون لموقع الفيسبوك على الشبكة العنكبوتية، حيث يعد وسيلة مهمة لدى الأفراد والطلبة الجامعيين باعتباره يتيح لهم فضاءات تجمعهم حول مسائل دراسية، وحتى اجتماعية

الجدول 5: يوضح حجم تعرض المبحوثين لموقع فيسبوك

حجم التعرض	التكرار	النسبة
ساعة فقط	6	5.46
من ساعة إلى ثلاث ساعات	36	32.72
أكثر من ثلاث ساعات	68	61.82
المجموع	110	100

يتبين من خلال الجدول رقم(5) أن أغلبية أفراد العينة محل الدراسة يستخدمون موقع الفيسبوك لأكثر من 3 ساعات بنسبة 61.82%، أما نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الموقع من ساعة إلى 3 ساعات فقدرت ب 32.72%، في حين نجد أن نسبة المبحوثين الذين يتعرضون لموقع فيسبوك لمدة ساعة فقط بلغت 5.46%،ويعود هذا الاختلاف في النسب وارتفاع نسبة استخدامه لأكثر من ثلاث ساعات يوميا باعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا الفاسبوك يساعد الأفراد في البقاء على اتصال دائم مع الأصدقاء وهذا ما يدفعهم لقضاء وقت أطول عليه، إضافة إلى أن الخوارزميات المرتبطة بهذه المواقع تعرض محتوى يثير اهتمام المستخدمين تجذبهم للبقاء على المنصة لفترة أطول.

الجدول 6: يوضح الوسائل الاتصالية التي يتابع فيها المبحوثين المواضيع السياسية

	التكرار	النسبة%
موقع الفيسبوك	71	64.54
منصات رقمية أخرى	26	23.64
وسائل الاعلام(تلفزيون-إذاعة)	13	11.82
المجموع	110	100

المصدر: من اعداد الباحثين

يتضح لنا من خلال قراءة الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يستخدمون موقع فيسبوك كأكثر وسيلة اتصالية لمتابعة المواضيع والقضايا السياسية بنسبة بلغت 64.54%، ثم تليها المنصات الرقمية الأخرى ب 26 مفردة أي بنسبة 23.64%، في حين احتلت وسائل الإعلام(تلفزيون-إذاعة) المرتبة الأخيرة من حيث المتابعة وهذا بنسبة قدرت ب 11.82%، وتؤكد هذه النتائج أن المبحوثين بجامعة سطيف2 يفضلون موقع الفيسبوك مقارنة بباقي الوسائل، وهذا راجع إلى تأثير تكنولوجيات الاتصال التي أتاحت الهواتف الذكية التي تجعل الفرد مستخدما فعالا لهذه الوسيلة في متابعة كل جديد والتفاعل معه، إضافة إلى الخصائص التي يتمتع بها موقع فيسبوك من خلال تسهيل الوصول إلى المعلومات من مصادر مباشرة، والتحرر من قيود الزمان والمكان، وبالتالي أصبح يشكل ما يعرف بالسلطة الخامسة.

المحور الثالث: الفيسبوك والمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية 2024 بالجزائر

الجدول 7: يوضح المشاركة السياسية خلال الانتخابات الرئاسية 2024 بالجزائر لدى المبحوثين

	التكرار	النسبة%
الانتماءلحزب سياسي	13	11.82
حضور التجمعات الحزبية	27	24.54
نشر أراء سياسية على الفيسبوك	48	43.46
المشاركة في الحملات الانتخابية	22	20
المجموع	110	100

المصدر: من اعداد الباحثين

يتبين من خلال الجدول رقم(7) أن المشاركة السياسية خلال الانتخابات الرئاسية بالجزائر لدى طلبة الإعلام والاتصال بجامعة سطيف2 كانت على ما يلي: نشر أراء ومواقف سياسية عبر موقع فيسبوك جاءت في الصدارة بنسبة 43.64%، ثم تليها الحضور للتجمعات الحزبية بنسبة 24.54%، في حين احتلت المشاركة في الحملات الانتخابية كمتطوعين المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب 20%، في حين كانت المرتبة الأخيرة من نصيب الانتماء للأحزاب السياسية بنسبة 82.11%.

وتؤكد نتائج الجدول أن مشاركة الطلبة سياسيا يجب أن تبدأ بنشر الآراء والمواقف السياسية عبر موقع الفيسبوك باعتباره يمثل السلطة الخامسة ويمارس تأثيرا على مختلف السلطات الأخرى، ثم تتدرج إلى خيارات أخرى.

الجدول 8: يوضح متابعة أفراد العينة للحملات الانتخابية للمترشحين لرئاسيات 2024 عبر موقع الفيسبوك

	التكرار	النسبة%
دائما	32	29.10
أحيانا	60	54.54
نادرا	18	16.36
المجموع	110	100

المصدر: من اعداد الباحثين

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن معظم أفراد العينة يتابعون أحيانا الحملات الانتخابية للمترشحين لرئاسيات 2024 وهذا بنسبة 55.54% أي 60مفردة من أصل 110، في حين أجاب 32 فردا أنهم يتابعونها بصفة دائمة بنسبة 29.10%، بينما حصلت الإجابة أبدا على أقل نسبة والمقدرة ب 16.36%، وبناء على ذلك نستنتج أن معظم المبحوثين يظهرون اهتمامًا متباينًا

بالحملات الانتخابية، مما يعكس سلوكًا مختلفًا في استهلاك المعلومات السياسية، ومن عوامل عدم الاهتمام بالشأن السياسي لدى الشباب انعدام الثقة في المترشحين، أو حتى الاستغناء عن منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة مستجدات الانتخابات.

الجدول 9: يوضح كيفية متابعة أخبار الحملة الانتخابية لدى أفراد العينة عبر موقع فيسبوك

	التكرار	النسبة%
من خلال متابعة صفحات المترشحين الالمترشحين	19	17.27
من خلال البث المباشر للحملات الانتخابية	28	25.46
من خلال مشاهدة الفيديوهات المنشورة عبر الصفحات	63	57.27
المجموع	110	100

المصدر: من اعداد الباحثين

يتبين من خلال الجدول(9) أن أغلب أفراد العينة بنسبة 57.27%، يتابعون الحملة الانتخابية عبر مشاهدة الفيديوهات المنشورة على مختلف المجموعات والصفحات، هذه النسبة المرتفعة تشير إلى أن الفيديوهات هي الوسيلة الأكثر شعبية لمتابعة الحملة الانتخابية، وهذا لأنها توفر معلومات مرئية تساهم في جذب الانتباه، في حين أن نسبة 25.46% من المبحوثين يتابعون الحملة من خلال مشاهدة البث المباشر للتجمعات الشعبية وهذا ما يشير إلى أن هناك اهتماماً ملحوظاً بالبث المباشر والتجمعات كوسيلة للتفاعل مع الحملة الانتخابية، مما يعكس رغبة في متابعة الأحداث بشكل مباشر وتفاعلي، أما حوالي 17.27% من أفراد العينة يتابعون الحملة الانتخابية من خلال متابعة صفحات المترشحين وهذا يدل على أن متابعة صفحات المترشحين أقل شيوعاً نسبياً مقارنة بالطرق الأخرى. قد يكون هذا بسبب أن صفحات المترشحين قد تكون أقل تفاعلاً أو أقل جاذبية من الوسائل الأخرى.

ومنه يمكن الاستنتاج بأن الفيديوهات هي الأكثر جذباً وتفاعلاً بين جميع الطرق المتاحة لمتابعة الحملة الانتخابية، حيث تشكل حوالي نصف النسبة المئوية الإجمالية.

الجدول 10: يوضح طريقة تفاعل الطلبة مع المحتوى السياسي للحملة الانتخابية الرئاسية

طريقة التفاعل	التكرار	النسبة%
الاعجاب	57	51.82
التعليق	29	26.36
المشاركة	24	21.82
المجموع	110	100

المصدر: من اعداد الباحثين

يشير الجدول أعلاه أن 51.82% من التفاعلات كانت عبارة عن إعجاب بالمحتوى السياسي للحملة الانتخابية الرئاسية عبر فيسبوك، مما يدل على أن الكثير من أفراد العينة يفضلون التعبير عن تأييدهم للمحتوى عبر الإعجاب بدلا من التفاعل بشكل أكثر تعمقا، في حين أن 21.82% من المبحوثين قاموا بمشاركة المحتوى، مما يعني أنهم يرون قيمة في نشره بين أصدقائهم هذه

النسبة تشير إلى اهتمام كبير بالمحتوى وقدرة الوصول إلى جمهور أوسع، أما 26.36% من أفراد العينة يفضلون التفاعل بطريقة أكثر تفصيلا من خلال التعليق الذي يتيح لهم تقديم آراءهم مما يعكس تفاعلا عميقا مع المحتوى السياسي للحملة الانتخابية.

ومنه نستنتج أن التفاعل عن طريق الإعجاب هو الأكثر شيوعا بين الطلبة الجامعيين، مما يشير إلى تأييدهم العام للمحتوى دون الحاجة للتفاعل العميق.

الجدول 11: يوضح إذا ما قام أفراد العينة بالتصويت في الانتخابات الرئاسية 2024

	التكرار	النسبة%
نعم	49	44.54
لا	61	55.46
المجموع	110	100

المصدر: من إعداد الباحثين

يتضح من خلال قراءة الجدول رقم(11) ان هناك تفاوت في نسبة مشاركة أفراد العينة في التصويت الانتخابي والتوجه إلى صناديق الاقتراع لرئاسيات 2024، حيث أقرت نسبة 55.46% عدم المشاركة في التصويت الانتخابي أي 61 مبحوثا من أصل 110 مفردة، في حين سجل 49 مبحوثا مشاركتهم في التصويت الانتخابي بنسبة 44.54%.

ويعود سبب عدم مشاركة طلبة الإعلام والاتصال بجامعة سطيف2، في الاقتراع الخاص بالانتخابات الرئاسية 2024 بالجزائر لكونهم لا يملكون أصلا بطاقة الناخب، بالإضافة إلى عدم إلمامهم بالمجال السياسي.

الجدول 12: يبين أسباب عدم مشاركة المبحوثين بالتصويت في الانتخابات الرئاسية 2024

الأسباب	التكرار	النسبة%
عدم الاقتناع ببرامج المترشحين	16	26.23
عدم الجدوى من المشاركة	11	18.03
لا أملك بطاقة الناخب	34	55.74
المجموع	61	100

المصدر: من اعداد الباحثين

يكشف الجدول أعلاه أن جل المبحوثين يرجعون عزوفهم عن التصويت في الانتخابات الرئاسية 2024 بالجزائر لكونهم لا يملكون بطاقة الناخب وهذا بنسبة 55.74%، أما نسبة 26.23% من أفراد العينة كانت إجابتهم بعدم الاقتناع ببرامج المترشحين وهذا ما يتطلب من الأحزاب تقديم برامج تتماشى مع متطلبات المجتمع وخاصة الفئة الشبابية الجامعية وأكثر شفافية، في حين أن 18.03% من المبحوثين أجابوا بعدم الجدوى من المشاركة، وتشير هذه النسبة إلى إحساس بعض المبحوثين بعدم جدوى أصواتهم مما يدل على شعور هذه الفئة بالإحباط واليأس.

الجدول 13: يوضح إذا ما كان بث الفيديوهات وأخبار الحملة الانتخابية عبر موقع الفيسبوك ساهم في مشاركة أفراد العينة في التصويت الانتخابي لرئاسيات 2024

	التكرار	النسبة
نعم	44	40
لا	66	60
المجموع	110	100

المصدر: من اعداد الباحثين

يكشف الجدول أعلاه أن نسبة 60% من المبحوثين يعتبرون أن بث الفيديوهات وأخبار الحملة عبر موقع فيسبوك لم يؤثر على مشاركتهم في التصويت، هذا يشير إلى أن الغالبية الكبرى من أفراد العينة لا ترى أن هناك علاقة مباشرة بين هذه الوسائط الرقمية ومشاركتهم في التصويت، مما قد يعني أن العوامل الأخرى قد تكون أكثر تأثيراً في اتخاذ قرار التصويت، في حين أن 40% من أفراد العينة يعتقدون أن بث الفيديوهات وأخبار الحملة عبر موقع فيسبوك قد ساهم في مشاركتهم في التصويت الانتخابي. هذا يدل على أن هناك تأثيراً ملحوظاً لهذه الوسائل على اتخاذ قرار التصويت لدى جزء من الجمهور، مما قد يشير إلى فعالية هذا النوع من التفاعل الرقمي في تعزيز المشاركة الانتخابية.

نتائج عامة:

بعد تفريغ البيانات و تحليل الجداول تم استخلاص مجموعة من النتائج أهمها:

- كشفت الدراسة على أن غالبية المبحوثين يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة (51.82%) مقارنة بباقي المنصات والمواقع الأخرى، وهذا راجع لكونه يتيح للمستخدمين خدمات مميزة، خاصة في أوساط الشباب الجامعي باعتباره منصة تواصلية تتيح تكوين مجموعات لمناقشة المسائل العلمية والبحثية، وفضاء بين الطلبة والأساتذة، وعلاوة على ذلك فإنه حسب العديد من الدراسات التي تهتم بالميديا الجديدة صنفته كأهم منصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي.
- أشارت الدراسة على أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة (61.82%) لأكثر من ثلاث ساعات يوميا.
- يعد موقع الفيسبوك أكثر الوسائل الاتصالية لمتابعة المواضيع والقضايا السياسية مقارنة بباقي الوسائل لدى المبحوثين وهذا بنسبة 64.54%.
- يرى المبحوثين أن المشاركة السياسية خلال الانتخابات الرئاسية 2024 بالجزائر، لابد أن تبدأ بنشر آراءهم ومواقفهم السياسية عبر منصات التواصل الاجتماعي كأحسن خيار بالنسبة لهم.
- أشارت الدراسة أن غالبية المبحوثين من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة سطيف2 يتابعون أحيانا الحملات الانتخابية للمترشحين في الانتخابات الرئاسية 2024 بالجزائر عبر موقع الفيسبوك بنسبة (54.54%).
- بينت الدراسة على تنوع أشكال تفاعل المبحوثين مع المحتوى السياسي للحملة الانتخابية عبر موقع الفيسبوك بين الإعجاب والتعليق ومشاركة المحتوى السياسي مع زملاءهم وأصدقاءهم.
- غالبية المبحوثين يفضلون مشاهدة الفيديوهات المنشورة عبر المجموعات والصفحات لمتابعة أخبار الحملة الانتخابية 2024 بالجزائر بنسبة (57.27%)
- كشفت الدراسة على أن (55.46%) من المبحوثين لم يصوتوا في الانتخابات الرئاسية 2024 بالجزائر.
- أغلبية المبحوثين يرجعون امتناعهم عن التصويت في الانتخابات الرئاسية بالجزائر إلى عدم امتلاكهم أو عدم تجديدهم لبطاقة الناخب بنسبة (55.74%).

- بينت الدراسة إلى أن (60%) من المبحوثين يعتبرون أن بث الفيديوهات ونشر أخبار الحملة الانتخابية عبر مختلف المنصات الرقمية لم يؤثر على مشاركتهم في التصويت الانتخابي لرئاسيات 2024.

خاتمة:

يمكن القول أن موقع الفيسبوك قد تجاوز فكرة الدور الترفيهي الذي كان يميزه كوسيط اتصالي بين الأفراد، لتصبح لديه أدوارا مهمة في تعزيز المشاركة السياسية لدى الشباب في الانتخابات ، وأصبح وسيلة أساسية لدعم المشاركة السياسية والتعرف على الحملات والبرامج الانتخابية للمرشحين خلال الانتخابات الرئاسية بالجزائر، إذ ساهم في توفير منصة مفتوحة لتبادل الآراء مما ساعد في زيادة الوعي السياسي وتعميق النقاشات بين الشباب الجامعي، كما ساعد في تشكيل توجهاتهم السياسية ورفع مستويات المشاركة في العملية الانتخابية بالجزائر،غير أنه وجب الإشارة على أن تأثر مختلف منصات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية والانتخابية مرتبط بمستوى الوعي الرقمي وتنظيم المحتوى عبر مختلف المنصات الرقمية وحماية المستخدمين، وفي ضوء ما توصلنا اليه في دراستنا نقترح بعض التوصيات منها:

التوصيات:

- وجب على الفاعلون السياسيون الاهتمام بالإعلام الرقمي وخصوصا منصات التواصل الاجتماعي بهدف تحفيز الشباب على المشاركة الفاعلة في الحياة السياسية.
- إجراء أبحاث ودراسات مماثلة تتجاوز التركيز على فئة الشباب الجامعي، لتشمل مختلف فئات الشباب الجزائري المعني بالمشاركة السياسية.
- سن قوانين تتحكم في الضوابط القانونية والأخلاقية لاستخدام المنصات الرقمية في المساس بحرية الفواعل السياسية.
- ضرورة وجود سياسات فعالة لضمان استغلال هده الوسائط والمنصات الافتراضية بشكل ايجابي ونافع في دعم الديمقراطية والمشاركة السياسية الفاعلة.

المصادر والمراجع:

1. أحمد بدر. (1997). *مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والاعلام الدولي*. مصر: دار قباء.
2. أمين رضا. (2015). *الاعلام الجديد*. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
3. ايدير شيباني. (2022). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز المشاركة الانتخابية لدى الطلبة الجامعيين. *مجلة المعيار، 26*.
4. حسين محمود. (2015). *العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي*. الاردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
5. خديجة هنيش. (ديسمبر, 2022). مساهمة وسائل الاعلام في تفعيل المشاركة السياسية عند أساتذة الاعلام والاتصال الجامعيين. *مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة1، 23*(02).
6. سامية خضر صالح. (2005). *المشاركة السياسية والديمقراطية، اتجاهات نظرية ومنهجية حديثة* . مصر: جامعة عين الشمس.

7. سعد،بن جندل. (2019). *العينة والمعاينة*. عمان : دار البداية.
8. عبد الرحمان ابن خلدون. (1984). *تاريخ ابن خلدون*. بيروت: دار القلم.
9. عبد الهادي الجوهري. (2001). *دراسات في العلوم السياسية وعلم الاجتماع السياسي*. الاسكندرية: المكتبة الجامعية.
10. فضيل دليو. (2006). *المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة*. قسنطينة: مخبر علم اجتماع الاتصال.
11. محمد عبيدات. (1999). *منهجية البحث العلمي –القواعد والمراحل والتطبيقات*. عمان: دار وائل.
12. محمد،عبد الحميد. (1992). *بحوث الصحافة*. القاهرة: عالم الكتب.
13. موريس انجرس. (2004). *منهجية البحث العلميفي العلوم الانسانية* . الجزائر: دار القصبة للنشر والتوزيع .

References :

I. ***Aḥmad Badr. (1997). Manāhij al-Baḥth fī al-ittiṣāl wa-al-ra'y al-'āmm wa-al-I'lām al-dawlī. Miṣr : Dār Qibā'.***
II. ***Amīn Riḍā. (2015). al-I'lām al-jadīd. al-Qāhirah : Dār al-Fajr lil-Nashr wa-al-Tawzī'.***
III. ***Aydyr Shaybānī. (2022). mawāqi' al-tawāṣul al-ijtimā'ī wa-dawruhā fī ta'zīz al-mushārakah al-intikhābīyah ladá al-ṭalabah al-Jāmi'īyīn. Majallat al-Mi'yār, 26.***
IV. ***Ḥusayn Maḥmūd. (2015). al-'Alāqāt al-'Āmmah wa-shabakāt al-tawāṣul al-ijtimā'ī. al-Urdun : Dār Usāmah lil-Nashr wa-al-Tawzī'***
V. ***Khadījah hnysh. (Dīsimbir, 2022). musāhamah wasā'il al-I'lām fī Taf'īl al-mushārakah al-siyāsīyah 'inda asātidhat al-I'lām wa-al-Ittiṣāl al-Jāmi'īyīn. Majallat al-'Ulūm al-ijtimā'īyah al-Insānīyah, Jāmi'at bātnt1, 23 (02).***
VI. ***Sāmiyah Khiḍr Ṣāliḥ. (2005). al-mushārakah al-siyāsīyah wa-al-dīmuqrāṭīyah, Ittijāhāt Naẓarīyat wa-manhajīyah ḥadīthah. Miṣr : Jāmi'at 'Ayn al-shams***
VII. ***Sa'd, ibn Jandal. (2019). al-'ayyinah wālm'āynh. 'Ammān : Dār al-Bidāyah.***
VIII. ***'Abd al-Raḥmān Ibn Khaldūn. (1984). Tārīkh Ibn Khaldūn. Bayrūt : Dār al-Qalam.***
IX. ***'Abd al-Hādī al-Jawharī. (2001). Dirāsāt fī al-'Ulūm al-siyāsīyah wa-'ilm al-ijtimā' al-siyāsī. al-Iskandarīyah : al-Maktabah al-Jāmi'īyah.***
X. ***Faḍīl Dilīyū. (2006). al-mushārakah al-Dīmuqrāṭīyah fī tasyīr al-Jāmi'ah. Qusanṭīnah : Makhbar 'ilm ijtimā' al-ittiṣāl.***
XI. ***Muḥammad 'Ubaydāt. (1999). manhajīyah al-Baḥth al-'Ilmī-ālqwā'd wālmrāḥl wa-al-taṭbīqāt. 'Ammān : Dār Wā'il.***
XII. ***Muḥammad, 'Abd al-Ḥamīd. (1992). Buḥūth al-Ṣiḥāfah. al-Qāhirah : 'Ālam al-Kutub.***
XIII. ***Mūrīs anjrs. (2004). manhajīyah al-Baḥth al'lmyfy al-'Ulūm al-Insānīyah. al-Jazā'ir : Dār al-Qaṣabah lil-Nashr wa-al-Tawzī'.***