

فهرس المحتويات	
الصفحة	الموضوع
	شكر
	إهداء
1	فهرس المحتويات
4	فهرس الجداول
أ.ب.ت.	مقدمة
الفصل الأول: البناء الفكري والمنهجي للدراسة.	
14	أولاً: البناء الفكري للدراسة.
14	1. إشكالية الدراسة، وتساؤلاتها.
16	2. أهمية الدراسة.
17	3. أهداف الدراسة.
18	4. أسباب اختيار الموضوع
18	5. تحديد مفاهيم الدراسة.
23	6. الدراسات السابقة
33	7. المنظور العلمي للدراسة.
46	ثانياً: البناء المنهجي للدراسة.
46	1. نوع الدراسة وحدودها
48	2. منهج الدراسة وأدواتها.
55	3. مجتمع الدراسة والعينة
58	4. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.
58	5. الإطار الزمني والمكاني للدراسة.
الفصل الثاني: الإعلام الجديد: مواقع التواصل الاجتماعي والرأي العام.	
61	أولاً: الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي (المفهوم والخصائص).
61	1. المدخل المفاهيمي حول الإعلام الجديد.
65	2. خصائص الإعلام الجديد.
68	3. تطبيقات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي.

73	4. مواقع التواصل الاجتماعي والبعد الوظيفي والتاريخي والإعلامي.
76	5. أشكال التواصل الاجتماعي (الفايس بوك، التويتر، اليوتيوب... الخ)
79	6. تطور استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمعات.
83	ثانيا: مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الرأي العام
83	1. الخلفية النظرية للرأي العام.
86	2. الخصائص واتجاهات حول مفهوم الرأي العام.
89	3. ترتيب الأولويات والرأي العام.
92	4. وسائل الإعلام والرأي العام.
96	5. دور القائم بالاتصال في مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الرأي العام.
100	6. مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام.
102	7. أشكال ودوافع استخدام الرأي العام الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي.
الفصل الثالث: الإعلام السياسي بين استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والتأثير في الرأي العام نحو قضايا لدى النخبة السياسية الجزائرية.	
108	أولا: الإعلام السياسي وشبكات التواصل الاجتماعي.
108	1. الاتصال والإعلام السياسي.
115	2. استثمار التسويق السياسي للأفكار والأحزاب والقضايا السياسية في الإعلام السياسي.
118	3. دور الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في حملات الاتصال السياسي.
122	4. ابرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها النخبة السياسية.
126	5. فاعلية ودور شبكات التواصل الاجتماعي في إثارة وتوجيه القضايا المجتمعية لدى السياسيين.
131	ثانيا: النخبة السياسية الجزائرية وأولويات القضايا في شبكات التواصل الاجتماعي.
131	1. النخبة السياسي والإعلام السياسي.
137	2. النخبة السياسية الجزائرية السياق التاريخي.
141	3. النخبة السياسية والقضايا المجتمعية.
143	4. عوامل استخدام السياسيين لشبكات التواصل الاجتماعي في تناولهم للقضايا المجتمعية:
148	5. دور النخب السياسية في ترتيب أولويات الرأي العام.
الفصل الرابع : عرض ومناقشة نتائج الدراسة التحليلية	
155	أولا: التعريف بالأحزاب السياسية قيد الدراسة.
158	ثانيا: التحليل الكيفي لمحتوى الصفحات الرسمية للأحزاب السياسية الجزائرية على موقع

الفايسبوك (فئات المحتوى)	
158	1. مصادر المعلومات لمنشورات الأحزاب على صفحتها الرسمية على الفايسبوك.
162	2. مواضيع المنشورات الحزبية على صفحتها الرسمية على الفايسبوك.
173	3. أهداف المنشورات الأحزاب السياسية الجزائرية على صفحتها الرسمية عبر موقع الفايسبوك.
178	4. الشخصيات الفاعلة في منشورات الحزب على صفحته الرسمية على الفايسبوك.
181	5. الجماهير المستهدفة في منشورات الحزب عبر صفحته الرسمية على الفايسبوك.
185	6. أساليب عرض القضايا عبر منشورات الحزب على صفحته الرسمية على الفايسبوك.
190	ثالثا: التحليل الكمي لمحتوى الصفحات الرسمية للأحزاب السياسية الجزائرية على موقع الفايسبوك (فئات الشكل)
190	1. آليات التفاعل مع منشورات الحزب على صفحته الرسمية على الفايسبوك واتجاهات ذلك.
195	2. مستويات اللغة المستخدمة في منشورات الأحزاب السياسية على صفحتها الرسمية على الفايسبوك.
200	3. القوالب الفنية للمنشورات الحزبية على صفحته الرسمية على الفايسبوك:
204	4. جغرافية المنشورات الحزبية عبر صفحاتها الخاصة على موقع الفايسبوك:
الفصل الخامس: عرض ومناقشة نتائج الدراسة المسحية للجمهور المستخدم	
209	أولا: المعلومات الشخصية للعينة المدروسة.
212	ثانيا: متابعة الجمهور الجزائري للصفحات الخاصة بالأحزاب السياسية الجزائرية على موقع الفايسبوك
232	ثالثا: دور الاتصال للنخبة السياسية الجزائرية عبر صفحاتها على الفايسبوك في توجيه أولويات قضايا الجزائريين المستخدمين.
257	رابعا: أولويات قضايا الجزائريين المستخدمين والأحزاب السياسية على للفايسبوك والعوامل والأساليب المتحركة في تحديدها.
310	النتائج العامة للدراسة
320	الخاتمة
322	قائمة المراجع
338	قائمة الملاحق
362	ملخص الدراسة