



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955



كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة بعنوان

دور الفضاء العمومي الافتراضي في تشكيل الرأي العام لدى
الطالب الجامعي
دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة
القضية الفلسطينية-الفيسبوك -أنموذجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

إشراف الأستاذة:

*بالطة مريم

إعداد الطلبة:

*مرياي فاطمة الزهراء.

*لشلق هادية.

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة 20 أوت 1955	أستاذة محاضرة أ	سنا شابي
مشرفا ومقررا	جامعة 20 أوت 1955	أستاذة محاضرة أ	مريم بالطة
عضوا مناقشا	جامعة 20 أوت 1955	أستاذة محاضرة ب	حمامة عليش

السنة الجامعية: 2024/2023.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى: يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَاللَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

سورة المجادلة-الآية 11-

شكر وعرفان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر كله لله عز وجل وحده على هدايته وتوفيقه لطريق العلم

ثم نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى أستاذتنا الفاضلة والمحترمة التي تولت الإشراف
على إخراجنا إلى النور

فكانت بذلك مقدره لظروفنا.

ونسأل الله عز وجل أن يكون ذلك في ميزان حسناتها

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى كافة الطلبة والطالبات

ونقدم باقة تفوح عبراتها بشكر كل من أفادنا في إنماء بذرة العلم

ونختم شكرنا إلى كل من سقانا بالعلم في كل شتى فنونه وكل أطواره ومراحل





أهدي ثمرة هذا الجهد إلى والدي الحبيبين الكريمين وإلى أخواتي

إلى كل صديقاتي وزملاء الدفعة دون أن ننسى حبايب قلبي قططي

لالا زنزونة سيمبا موشو أم العيون باندا مرمر بوبن موشا

هادية

إهداء

إلى من علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر والإصرار إلى النور الذي أثار دربي والسراج الذي لا ينطفئ، نوره بقلبي أبدا واستمديت منه قوتي واعتزاني بذاتي

أبي العزيز أدام الله عافيتك

إلى من جعل الجنة تحب أقدامها وسلمت لي الشدائد بدعائها إلى الروح التي تحب لأجل راحتني إلى الإنسانة العظيمة التي طالما تمنيت أن تفر عيني لرؤيتي في يوم كمننا

أمي العزيز أطال الله في عمرها

إلى خلع الثابت وأمان أيامي إلى من شدت عضدي بهم فكانوا ينابيح أرتوي منها إلى خيرة أيامي وصفوتها أخواتي الغاليات وما كما الله

إلى عمي وعائلته كل باسمه إلى الذين كانوا دعما لي في حياتي ومفوارتي حفظكم الله وسدد خطاكم

إلى رفقاء السنين إلى من قاسموني أفراحي وأحزاني إلى من كانوا عوننا وسندا في طريقي وعند الشدائد إلى من أفاضوني بمناجرتهم ونصائحهم المظنة

"كوثر" و "صفاء"

إلى زميلتي "مروى" من جامعة 20 أوت 1955

إليكم أهديكم هذا الإنجاز وثمره نجاعي الذي طالما تمنيت ما أنا اليوم أكمله وأتممه ثمرة من ثمراته بفضل سبحانه وتعالى فالحمد لله على ما وهبني وأن يجعلني مباركا وأن يعينني أينما كنت فمن قال أنا لها فالحمد لله شكري وحبا وامتنانا على الهدى والختم وآخر دعواهم أن الحمد لله الرحمان الرحيم

فاطمة الزهراء

ملخص الدراسة بالعربية

تسعى دراستنا إلى التعرف على مختلف تطورات الفضاء العمومي الافتراضي وتجلياته عبر شبكة الفيسبوك ودوره في تشكيل الرأي العام لدى الطالب بجامعة 20 أوت 1955، وذلك من خلال البحث والتعمق في كيفية استخدام الطالب الجامعي لموقع الفيسبوك فيما يتعلق بقضايا ذات الشأن العام عامة والقضية الفلسطينية خاصة، وإمكانية تكوين رأي عام أكثر نجاعة تجاه القضية، ومن أجل الإجابة على الإشكالية المدروسة وتساؤلاتها اعتمدنا على المنهج الوصفي وإجراءاته العلمية حيث طبقت الدراسة على عينة قصدية من طلبة جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة حيث تم توزيع استمارة إلكترونية على ذات العينة فقدر عدد المبحوثين بـ 160 فرد من مستخدمي شبكة الفيسبوك، وقد توصلت دراستنا إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن شبكة الفيسبوك لعبت دورا هاما في تشكيل الرأي العام خلال القضية الفلسطينية، كما توصلت الدراسة إلى أن المبحوثين يعتمدون على صفحات الفيس بوك لمتابعة ما ينشر عن القضية الفلسطينية والتفاعل معها وإبداء رأيهم حولها، كما بينت أيضا أن الصور الفيديوهات على الفيسبوك لعبت دورا في تكوين الاتجاهات والآراء المحفزة للمشاركة في المسيرات الاحتجاجية الداعمة لغزة، وبينت أيضا أن الهاشتاغ من أبرز الوسائل التي اعتمد عليها المبحوثين لإيصال صوتهم إلى نطاق واسع من أجل نشر الوعي وزيادة الاهتمام بالقضية.

الكلمات المفتاحية: الفضاء العمومي الافتراضي - الفيسبوك - الرأي العام - القضية

الفلسطينية.

7Summary of the study :

Our study seeks to identify various developments in virtual public space , including reflections on Facebook and its role in shaping public opinion at the University of 20 August 1955 Skikda.

We researched how university students Facebook regarding general issues ,especially the Palestinian conflict,to assess the firmation if more effective opinions.

To answer the research questions , we utilized a descriptive approach and scientific procedures, applying the study to an intentional sample of students at the University of 20 August 1955 Skikda. We distributed a high-quality questionnaire to the same sample , consisting of 160 Facebook users. The study resulted in several outcomes ,with the most significant. being Facebook played a crucial role in shaping public opinion during the world summit on sustainable development. According to the study , researchers rely on facebook pages to follow up on what is being published about the Palestinian issue,interact with it , express their views , and share opinions.

The study showed the facebook videos played a role in shaping perspectives and opinions , motivating participation in pro-Gaza protest marches ,It was also stated that the hashtag is the most prominent means through which researchers can widely communicate their voices to increase to the issue.

Keywords : virtual public space –facebook –public opinion – palestinian.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	آية قرآنية
	شكر وعرافان
	إهداء
	ملخص الدراسة بالعربية
	ملخص الدراسة بالإنجليزية
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	مقدمة
القسم الأول: الجانب المنهجي للدراسة	
5-1	1-مشكلة الدراسة وتساؤلات الفرعية
5	2-أسباب الدراسة
6-5	3-أهداف الدراسة
6	4- أهمية الدراسة
7-6	5-منهج الدراسة
11-7	6-أداة جمع البيانات
12-11	7- مجتمع البحث والعينة
17-12	8- تحديد المفاهيم
17	9-مجالات الدراسة
36-18	10-الدراسات السابقة
القسم الثاني: الجانب النظري للدراسة	
الفصل الأول: مدخل للفضاء العمومي الافتراضي	
38	تمهيد
1-مدخل الفضاء العمومي الافتراضي	
43-39	1-1-مفهوم الفضاء العمومي الافتراضي

44-43	2-1- ظهور الفضاء العمومي الافتراضي
46-44	3-1- بنية المجتمع الافتراضي
48-47	4-1- خصائص الفضاء العمومي الافتراضي
51-48	5-1- الفضاءات العمومية الافتراضية وتشكل أدوار أعضائها
53-52	6-1- معايير تشكل الفضاء العمومي الافتراضي
54-53	7-1- أدوات تشكل الفضاء العمومي الافتراضي
2- ماهية الفيسبوك	
55	1-2- تعريف الفيسبوك
56-55	2-2- نشأة شبكة الفيسبوك
57-56	3-2- أهداف استخدام الفيسبوك
59-58	4-2- مميزات الفيسبوك
60-59	5-2- مجالات استخدام الفيسبوك
61-60	6-2- دوافع استخدام الفيسبوك
63-62	7-2- إيجابيات وسلبيات موقع الفيسبوك
64	2 خلاصة
الفصل الثاني: مدخل للرأي العام	
1- مدخل الرأي العام	
65	تمهيد
67-66	1-1- مفهوم الرأي العام
69-67	2-1- نشأة الرأي العام
70-69	3-1- أهمية الرأي العام
71-70	4-1- خصائص الرأي العام
78-72	5-1- أنواع الرأي العام وتقسيماته
81-78	6-1- مراحل تكوين الرأي العام
86-81	7-1- عوامل تشكل الرأي العام

88-86	8-1- أساليب الرأي العام
2- ماهية الرأي العام الإلكتروني	
89	1-2- مفهوم الرأي العام الإلكتروني
91-89	2-2- أركان ومرتكزات الرأي العام الإلكتروني
93-91	3-2- خصائص الرأي العام الإلكتروني
95-93	4-2- أدوات الرأي العام الإلكتروني
97-96	5-2- وظائف الرأي العام الإلكتروني
98-97	6-2- مظاهر التعبير عن الرأي العام الإلكتروني
101-98	7-2- العوامل المؤثرة على تشكيل الرأي العام الإلكتروني
102	خلاصة
الفصل الثالث: الفيسبوك كفضاء عمومي افتراضي في تشكيل الرأي العام	
	تمهيد
1- الفيسبوك وتشكيل الرأي العام	
105-104	1-1- مدى الساهمة الحوار والنقاش عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير المواقف
106-105	2-1- شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) من النظرة السياسية
107-106	3-1- العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي
108-107	4-1- الفيسبوك والتعبئة الافتراضية للرأي العام
110-109	4-1- دور الفيس بوك في تشكيل الرأي العام الطلابي حول القضية الفلسطينية.
111	خلاصة
القسم الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة	
1 عرض وتحليل وتفسير بيانات الاستبيان	
116-113	1-1 عرض وتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالبيانات الشخصية
129-117	2-1 عرض وتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالمحور الأول

141-130	3-1 عرض وتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالمحور الثاني
151-142	4-1 عرض وتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالمحور الثالث
154-151	2-نتائج الدراسة
156	خاتمة
168-158	قائمة المصادر والمراجع
180-170	قائمة الملاحق

قائمة الجداول :

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	113
02	توزيع أفراد العينة حسب العمر	114
03	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	115
04	توزيع أفراد العينة حسب تتبعهم للصفحات الاخبارية	117
05	توزيع أفراد العينة حسب نشرهم للمواضيع التي تخص الرأي العام	118
06	توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لما ينشر عن القضية الفلسطينية	120
07	توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لأنواع المنشورات عبر صفحات الفيسبوك	121
08	يبين تعبير الصور والفيديوهات عن وجهات النظر حول القضية الفلسطينية	123
09	توزيع أفراد العينة حسب اهتمامهم بالقضية الفلسطينية عند مشاهدة الصور والفيديوهات	124
10	توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع ما ينشر في الفيسبوك حول القضية الفلسطينية	126
11	توزيع أفراد العينة حسب مشاركتهم في المسيرات الاحتجاجية الداعمة لغزة	128
12	توزيع أفراد العينة حسب تعليقهم على الصور والفيديوهات والأخبار المنشورة المتعلقة بغزة	130
13	توزيع أفراد العينة حسب الطريقة التي يعتمدونها في التعليق	131
14	توزيع أفراد العينة حسب ما يقومون به عند مشاهدتهم الصور والفيديوهات	132- 133

134	يبين تحفيز الصور والفيديوهات للمشاركة في المسيرات الاحتجاجية	15
135	يبين التعاليق وتعبيرها عن الاتجاهات ووجهات النظر	16
135	يبين اعتبار التعاليق مساحة لحرية الرأي والتعبير والتغيير السياسي	17
138	يبين النقاش مع الآخرين على ما يحدث في غزة	18
139	توزيع أفراد العينة حسب تأثير آرائهم واتجاهاتهم لما ينشر ويناقش حول القضية الفلسطينية	19
140	يبين مع من يناقش الآراء والمواقف على ما يجري في غزة	20
142	توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لخاصية المشاركة(البارطاج)	21
143	يبين اعتبار مشاركة صورة-فيديو-منشور-وسيلة للكشف عن جرائم الصهيون في غزة	22
144	توزيع أفراد العينة حسب غايتهم من استخدام خاصية المشاركة	23
146	توزيع أفراد العينة حسب نوع المشاركة التي يقومون بها	24
147	يبين الهاشتاغ وسيلة فعالة لمساندة القضية الفلسطينية ومع من يتم مشاركته	25
149	اعتبار الهاشتاغ من أهم الطرق المؤثرة في تشكيل الرأي العام	26
150	يبين اعتبار التعاليق وسيلة تؤدي إلى التغيير	27

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
113	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
114	توزيع أفراد العينة حسب العمر	02
116	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	03
117	توزيع أفراد العينة حسب تتبعهم للصفحات الاخبارية	04
119	توزيع أفراد العينة حسب نشرهم للمواضيع التي تخص الرأي العام	05
120	توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لما ينشر عن القضية الفلسطينية	06
122	توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لأنواع المنشورات عبر صفحات الفيسبوك	07
123	يبين تعبير الصور والفيديوهات عن وجهات النظر حول القضية الفلسطينية	08
125	توزيع أفراد العينة حسب اهتمامهم بالقضية الفلسطينية عند مشاهدة الصور والفيديوهات	09
126- 127	توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع ما ينشر في الفيسبوك حول القضية الفلسطينية	10
129	توزيع أفراد العينة حسب مشاركتهم في المسيرات الاحتجاجية الداعمة لغزة	11
130	توزيع أفراد العينة حسب تعليقهم على الصور والفيديوهات والأخبار المنشورة المتعلقة بغزة	12
132	توزيع أفراد العينة حسب الطريقة التي يعتمدونها في التعليق	13
133	توزيع أفراد العينة حسب ما يقومون به عند مشاهدتهم الصور والفيديوهات	14

134	يبين تحفيز الصور والفيديوهات للمشاركة في المسيرات الاحتجاجية	15
136	يبين التعاليق وتعبيرها عن الاتجاهات ووجهات النظر	16
137	يبين اعتبار التعاليق مساحة لحرية الرأي والتعبير والتغيير السياسي	17
138	يبين النقاش مع الآخرين على ما يحدث في غزة	18
139	توزيع أفراد العينة حسب تأثير آرائهم واتجاهاتهم لما ينشر ويناقش حول القضية الفلسطينية	19
141	يبين مع من يناقش الآراء والمواقف على ما يجري في غزة	20
142	توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لخاصية المشاركة (البارطاج)	21
143	يبين اعتبار مشاركة صورة-فيديو-منشور-وسيلة للكشف عن جرائم الصهيون في غزة	22
145	توزيع أفراد العينة حسب غايتهم من استخدام خاصية المشاركة	23
146	توزيع أفراد العينة حسب نوع المشاركة التي يقومون بها	24
148	يبين الهاشتاغ وسيلة فعالة لمساندة القضية الفلسطينية ومع من يتم مشاركته	25
149	اعتبار الهاشتاغ من أهم الطرق المؤثرة في تشكيل الرأي العام	26
150	يبين اعتبار التعاليق وسيلة تؤدي إلى التغيير	27

مقدمة:

يعرف العصر الحالي بعصر المعلومات عصر التلاحم العضوي بين الحاسبات والعقل البشري على مختلف الأصعدة، حيث يواجه العالم اليوم تحديات وتغيرات سريعة طرأت على جميع النواحي حيث ساهمت الأنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي هذا الأخير أضاف بعدا سياسيا واجتماعيا... للميديا الجديدة، كما ساهم في خلق مجتمعات افتراضية.

ومع التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، شكل ظهور آلية جديدة بعودة الفضاء العمومي الافتراضي خلف الشاشات الإلكترونية باختلاف مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت هذه الأخيرة ساحة ومساحة للتبادل والتداول الحر للأفكار والنقاشات العقلانية بغض النظر عن التوجهات الفكرية للأفراد وایدولوجياتهم، كما سمحت لهم من ممارسة حرياتهم وإبداء آرائهم دون أي ضغط أو قيد من جهة معينة.

كما أتاحت الأنترنت ميزة الولوج إلى المساحات الافتراضية بشكل أكثر انفتاحا، إذ تجتمع فيه الأطراف الفاعلة قصد مشاركته مضامين ذو أهمية لدى الشأن العام يعكس داخله تنوع المجتمع الجزائري.

وقد تمحورت دراستنا الموسومة بـ "دور الفضاء العمومي الافتراضي في تشكيل الرأي العام لدى الطالب الجامعي" - الفيسبوك - القضية الفلسطينية - أنموذجا. حيث تطرقت إلى نقاط عدة تم ترتيبها وفق خطة بحث اعتمدها لإنجاز هذه الدراسة التي تم توزيع محتواها على ثلاثة أقسام، تناول القسم الأول المعنون الجانب المنهجي لدراسة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، أسباب الدراسة، أهداف وأهمية الدراسة، تحديد المنهج وإجراءاته العلمية، التطرق إلى بعض الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع بحثنا، تحديد مجالات الدراسة، وأخيرا تحديد مفاهيمها.

أما القسم الثاني فكان بعنوان الجانب النظري للدراسة تناولنا فيه ثلاثة فصول الفصل الأول تحت عنوان الفضاء العمومي الافتراضي الذي يهتم بماهية هذا الفضاء وشبكة الفيسبوك وأهم مميزات هذه الشبكة ودوافع استخداماتها وفي الأخير إيجابيات وسلبيات هذا الموقع.

وعرجنا في الفصل الثاني الذي يتطرق إلى ماهية الرأي العام وعوامل تشكله وآليات التحول من الرأي العام الواقعي إلى الرأي العام الإلكتروني وأخيرا أبرز مظاهر التعبير والعوامل المؤثرة على تشكل الرأي العام الإلكتروني.

أما الفصل الثالث كان تحت عنوان الفيسبوك كفضاء عمومي افتراضي في تشكيل الرأي العام تطرقنا فيه إلى مدى مساهمة الحوار والنقاش عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير والمواقف، وكيف ساهم هذا الموقع في التعبئة الافتراضية للرأي العام وفي الأخير الدور الذي لعبته صفحة جامعة 20 أوت 1955 في تشكيل الرأي العام الطلابي حول القضية الفلسطينية.

وأخيرا القسم الثالث الذي تناولنا من خلاله الإجراءات التطبيقية للدراسة الذي يهتم بعرض وتحليل وتفسير بيانات الاستبيان وعرض النتائج المتوصل إليها.

القسم الأول: الجانب المنهجي للدراسة.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

يعرف العصر الحالي بعصر الوسائط الجديدة نظرا للتطورات المتسارعة لتكنولوجيات الاتصال الحديثة التي شهدتها العالم وصلت به إلى إقامة عالم منفتح هذا الانفتاح أثر بشكل كبير على مختلف جوانب الحياة والنظم السياسية والاقتصادية والثقافية وفي أنماط التفكير ككل.

ومع اختراع شبكة الأنترنت وانتشار استخدامها وتطورها وظهور الجيل الثاني واب 0.2، ظهرت أشكال جديدة من التعبير وفضاءات للنقاش والحوار والتفاعل الافتراضي كالمندديات، والشبكات الاجتماعية، والمدونات، والتي أصبحت تعرف بالإعلام الجديد. مما حول العالم من طابعه الواقعي إلى طابع رقمي افتراضي والذي فعل بداخله الديمقراطية، حيث وفر للأفراد بيئة تفاعلية ومنح لهم الفرصة لتبادل الحوار والآراء والنقاشات المشتركة ونشر الأفكار حول القضايا السياسية والاجتماعية بشكل ديمقراطي ومتساوي.

ساهم الفضاء العمومي الافتراضي في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية التي كانت محتكرة على النخب السياسية والثقافية لوسائل الإعلام ووسائط التعبير في الفضاء العمومي التقليدي وتشكل في هذا الفضاء نخب جديدة وفاعلون جدد وأتاحت للأفراد العاديين وحتى المهمشين فرصا لصناعة المعلومة وإنتاج المضامين والخطابات حول القضايا المطروحة، ومكن لهم تبادل المعلومات، والأخبار بشكل سريع ولم يتوقف على هذا فحسب بل أصبح الفرد يبني مواقف واتجاهات، ويطالب بالتغيير دون قيود أو رقابة.

ومنذ ظهور الفضاء الافتراضي أصبح الاتصال والتفاعل عبره أساسيا للحياة الاجتماعية، مما سمح بتشكيل مجتمع افتراضي اجتمعوا حول قضايا مشتركة تؤثر فيهم ويؤثرون في انتشارها ودعمها، أصبح من الممكن تكوين شبكة من العلاقات الافتراضية يتم التواصل والتفاعل بينهم من خلال: الدردشة والرسائل النصية والصوتية ومحادثات بغض النظر عن الاختلافات الثقافية والاجتماعية والعادات والتقاليد، وحتى الأفكار والاتجاهات الفردية.

ومن بين الفضاءات الافتراضية الأكثر استخداما نجد شبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيس بوك، يضم الملايين من المنتسبين عبر العالم يتشاطرون من خلاله موضوعات متنوعة، من خلال منشورات وتعليقات ومشاركات لصور وفيديوهات.

إن ما ينشر على صفحات هذا الموقع من قضايا وأحداث لاقى رواجاً وتفاعلاً ما أهله ليصبح إعلام بديل دون منازع، فما عرفته الشعوب العربية في الآونة الأخيرة من ثورات كان مرده في الغالب لما روج له في هذا الفضاء الرقمي (الفيس بوك)، مما ساهم

في صناعة رأي أضحى بمثابة قاسم مشترك التف حول الشعوب في محاولة منها إحداث التغيير نحو الأحسن.

يعد الرأي العام أحد العوامل المهمة والمؤثرة في صناعة القرار، ويعتبر مؤشراً هاماً لقياس مدى رضا القاعدة الشعبية عن السياسات العامة للدولة، إضافة إلى تشكيل وتحديد

توجهات المواقف الشعبية المختلفة نحو القضايا العامة. وفتحت ثورة الإعلام والمعلومات فضاءات لتكوين رأي عام حول مختلف القضايا والموضوعات المطروحة لدى الأفراد وخلقت جمهورا متفاعلا يستطيع عرض أفكاره ومناقشاتها وتداولها، وهذا ما يسهم في تشكيل الرأي العام ومن ثمة التعبير عليه.

فالرأي العام يتطلب وجود وعي سياسي لدى الأفراد ودرجة من النضج السياسي والثقافة السياسية حول مختلف القضايا المطروحة. فكما لا يخفى على أحد بأن تشكيل الرأي العام يمر في صيرورته توفر المعلومات والأخبار حول قضية معينة لتثار نقاشات حولها تفضي إلى تشكيل اتجاهات ومواقف إزاءها ليعبر عنها في الأخير في شكل اعتصامات ومظاهرات، واحتجاجات وإضرابات.

أصبح للفضاء الافتراضي دور في صناعة وتشكيل الرأي العام ليس فقط على مستوى المحلي بل العالمي، إن هامش الحرية الممنوح بها في هذا الفضاء جعله مجالا ووسيلة للإقناع والتأثير، حيث وفرت للمستخدمين فرصة أكبر من أجل طرح قضايا وأفكار تتحول في لحظات إلى قضايا رأي عام لها أثر كبير في المجتمعات، وبات أي فرد قادر على إنتاج المضامين الإعلامية وبنها وتوزيعها وإشراك الآخرين في التعليق عليها.

ولأن غالبية المشاركين في هذا الفضاء هم فئة الشباب ولاسيما الطالب الجامعي بصفتهم نخبة المجتمع المليء بالنشاط الطموح والحالم بإرساء والتطبيق الفعلي لأسس

ومبادئ الديمقراطية ومنح الفرصة الكاملة لهم لطرح أي قضية التي يرغب في تشكيل رأي عام حولها، والعمل على إحباط أو تجاهل أي من وجهة نظر غير مقنعة.

ولعل أهم القضايا التي شغلت الرأي العام وأثارت موجة من الاحتجاجات والنقاشات، عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة الفيسبوك قضية العدوان الإسرائيلي على غزة، ونتيجة لأهمية هذه القضية ارتأينا إلى إجراء دراسة ميدانية على الطلبة الجامعيين بسكيكدة لمعرفة الدور الذي يلعبه الفضاء العمومي الافتراضي في تشكيل الرأي العام حول القضية الفلسطينية، خصوصا ما شهدته جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة كباقي جامعات الوطن من تجمهر للطلبة للوقوف مع القضية الفلسطينية ورفع شعارات منددة للممارسات العدوانية الإسرائيلية على غزة كانت عملية التعبئة عبر منابر افتراضية وعليه نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- ما الدور الذي يلعبه الفضاء العمومي الافتراضي في تشكيل الرأي العام لدى الطالب الجامعي حول القضية الفلسطينية؟

ويندرج تحت هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما الدور الذي تلعبه المنشورات الفيس بكية في التعبير عن وجهة نظر الطلاب

حول القضية الفلسطينية؟

2- كيف ساهمت التعليقات الفيس بكية في تشكيل المواقف المختلفة عن القضية

الفلسطينية؟

3- ما دور خاصة مشاركة (Partage) في التعبير عن الرؤى الطلابية للأحداث

الجارية في غزة؟

2- أسباب الدراسة:

- الرغبة في دراسة الموضوع لارتباطه بالتطور التكنولوجي الذي ساهم في تكوين

فضاء عمومي جامعي.

- السعي لإبراز قوة هذه المواقع وقدرتها على حشد هذه الجماهير وتوجيههم نحو

القضايا المختلفة.

- السعي لمعرفة لماذا زاد الاهتمام بهته المواقع وجعلها بديل أساسي في تلقي المعلومة.

3- أهداف الدراسة:

- معرفة مدى الحرية المتاحة للطلبة في استخدام هذه الشبكات كأدوات للتعبير عن

الرأي.

- الكشف عن مدى ثقة الطلبة بما تنشره أو تبثه مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار

ومعلومات.

-معرفة العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطالب الجامعي.

-دراسة علاقة الفضاء العمومي في تشكيل الرأي العام والتعرف على كيفية استخدام

الطلبة لهذه المواقع.

4-أهمية الدراسة:

-توسيع المعارف حول الموضوع وتقديم معلومات عنه وذلك للنقص الكبير لهذا النوع

من البحوث.

-أنها تبحث في الآثار المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل

جامعة سكيكدة.

5-منهج الدراسة:

تدرج دراستنا ضمن البحوث الوصفية التي تعرف بأنها إجراء من أجل الحصول على

حقائق وبيانات مع تفسير لكيفية ارتباط هذه البيانات بمشكلة الدراسة فمن خلال هذه الدراسة

الوصفية نحاول استكشاف دور الفضاء العمومي الافتراضي في تشكيل الرأي العام لدى

الطالب الجامعي، وذلك من خلال معرفة مدى مساهمة الفضاءات العمومية الافتراضية في

التأثير على الطلبة الجامعيين حول أكثر القضايا التي تشغل اهتمامهم خاصة بما يتعلق

بالقضية الفلسطينية.

أما بالنسبة للمنهجي يعتبر اختياره من الخطوات الأساسية في أي بحث علمي بحث يعطي مصداقية للنتائج المتحصل عليها.

وبما أن موضوعنا يندرج ضمن الدراسات الوصفية فإن المنهج الوصفي المتبع هو المنهج المسحي الذي يعتمد على الملاحظة والتصنيف وعلى ما انتهت إليه الدراسات السابقة عن مشكلة الدراسة مع تفسير تحليل، وتركيب الظاهرة قيد البحث، وذلك عن طريق تحليل البيانات والمعلومات تحليلاً وافياً يؤدي إلى فهم العلاقة بين متغيرات الدراسة وتقديم تفسير ملائم لها¹

ولقد تم استخدام منهج المسح في دراستنا كونه يقوم على وصف وتشخيص ظاهرة ما وجمع البيانات عنها، وتقدير حالتها كما هي في الوقت الراهن أي ما هو قائم فعلاً في جزء من المجتمع وبالتالي معرفة الدور الذي تلعبه الفرضيات الافتراضية في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة حول قضية العدوان الإسرائيلي على غزة.

6- أداة جمع البيانات

للبحث العلمي أدواته التي تساعد الباحث في بحثه وترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة، وهناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات، يمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معاً في البحث لتجنب عيوب إحداها و

¹ -محمد إبراهيم رمضان احمد، البحث العلمي (أسس وتحليل، تطبيقات)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص16.

دراسة الظاهرة بكافة جوانبها، وعموما يتعين تقسيم الأدوات المختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت لها ويمكن حصرها فيما يلي: استمارة، قابلة، ملاحظة، تحليل مضمون، التحليل الإحصائي التجريبي ولهذا يستوجب على الباحث الإحاطة جيدا بالطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج منطقية ومرضية. وتعرف أدوات جمع البيانات على أنها "الوسط الذي يشكل نقطة اتصال بين الباحث والمبحوث والتي تمكنه من جمع المعلومات الكافية وتعرف أيضا" بأنها الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات والمعلومات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر"¹

انطلاقا من طبيعة بحثنا نطلب منا اعتماد أداة الاستمارة كأداة أساسية، وهذا بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية حول موضوع الدراسة.

-الاستمارة (الاستبيان)

"هي أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي تتطلب من المبحوث الإجابة عليها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث"²

¹ -بن مرسللي احمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، د ط ، ديوان المطبوعات الجامعية،1983،ص220.

² -ربحي مصطفى عليان ،عثمان محمد غنيم،مناهج البحث وأساليب البحث العلمي:النظرية والتطبيقية،دار الصفاء للنشر والتوزيع،عمان،2000،ص82.

وهي أداة للحصول على الحقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل ويعتمد الاستبيان على إعداد مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبيا من أفراد المجتمع حيث ترسل عادة لعينة ممثلة لجميع فئات المجتمع المراد فحص آراءها. ترسل إلى الأشخاص المعنيين بالبريد أو يجرى تسليمها باليد².

تعتبر الاستمارة من أدوات البحث الأساسية الشائعة في العلوم الإنسانية وخاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث تستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في مجال المبحوث³.

وترجع أهمية الاستمارة من حيث الاستخدام بما يتوافق مع موضوع الدراسة الا أنها توفر الوقت والجهد والتكلفة والسهولة من حيث معالجة بياناتها بالطرق الإحصائية مع مراعاة ضرورة التحقق الصياغة الدقيقة التي تحقق أهداف الدراسة⁴.

¹-بدر أحمد، أصول البحث العلمي و مناهجه، د.ط، المكتبة الأكاديمية، د.س، ص335.

²-بوحوش عمار، اديب محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 20.

³-بن مرسللي أحمد، المرجع السابق، ص220.

⁴-أبو شنب محمد جمال، البحث العلمي، المناهج-الطرق والأدوات، دارالمعرفة الجامعية الإسكندرية، ج2007، 1، ص148

فالاستبيان أو الاستفتاء هو عبارة عن استطلاع للرأي للإجابة عن مجموعة من

الأسئلة موجهة إلى أفراد مجتمع الدراسة.¹

يمر بناء الاستبيان بالخطوات التالية:

1-تحديد هدف الاستبيان.

2-تحديد محاور الاستبيان.

3-وضع فقرات لكل محور من محاور الاستبيان ترتبط بهدفه وصياغته صياغة دقيقة

ومناسبة لمستوى العينة.

وبالتالي فالاستبيان هو وسيلة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث

عن طريق استمارة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، حيث يتم

توزيعها على أفراد العينة بتعبئتها بكل مصداقية لكي نحصل في الأخير على نتائج دقيقة

وصحيحة تتماشى مع هدف الدراسة.

وقد قمنا بصياغة هذه الاستمارة اعتمادا على السؤال الرئيسي والأسئلة الفرعية التي

تتوافق مع موضوع الدراسة وهي كالتالي:

البيانات الشخصية

¹- العابدي محمد العوض، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية، مع دراسة عن مناهج البحث، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2005، ص144.

المحور لأول: الدور الذي تلعبه المنشورات الفيس بكية في التعبير عن وجهة نظر

الطلاب حول القضية الفلسطينية.

المحور الثاني: مساهمة التعليقات الفيس بكية في تشكيل المواقف المختلفة عن

القضية الفلسطينية.

المحور الثالث: دور الهاشتاغ في التعبير عن الرؤى الطلابية للأحداث الجارية

في غزة.

7- مجتمع البحث والعينة

❖ مجتمع البحث:

إن مجتمع الدراسة هو جميع الأفراد أو الأشخاص الذين تجمعهم خصائص جديرة

باهتمام الباحث وبالتالي يكونون إشكالية البحث¹

يعرف مجتمع البحث حسب مادلين قرانيت أنه "مجموعة عناصر له خاصية أو عدة

خصائص مشتركة نميزها عن غيرها من العناصر والتي يجري عليها البحث"²

¹- طبجة يوسف عبد الأمير، منهجية البحث: تقنيات ومناهج، ط2، دار المحجة لبنان، الأردن، 2011، ص196.

²- أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية، تدريبات عملية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دط، دار القصبة، الجزائر، 2004، ص298.

وعليه فإن مجتمع بحثنا لهذه الدراسة يتمثل في الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك، فاخترنا عينة البحث المتمثلة في طلبة جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

❖ عينة الدراسة:

تعرف عينة الدراسة على أنها "طريقة لجمع البيانات والمعلومات من وعن عناصر وحالات محددة يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر ومفردات الدراسة وبما يتناسب ويعمل على تحقيق هدف الدراسة"¹

وعليه فإن عينة الدراسة هي الجزء الذي يمثل المجتمع لأن الباحث لا يستطيع أن يأخذ كافة أفراد الدراسة لأنه يتطلب جهد ووقت كبير وعليه اخترنا العينة القصدية.

8- تحديد المفاهيم:

-الدور لغة: نقول دار الشيء يدور دوران، واستدار وادرته أنا ودورته وأداره غيره

واستدرت، ودار معه.²

¹-عليان ربحي مصطفى، غنيم عثمان محمد، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، ط1، دار الفضاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص138.

²-إبن منظور محمد، لسان العرب، دار المعارف، المجلد3، القاهرة، د.س، ص1450.

عرف في موسوعة علم الاجتماع على انه المتوقع من وضع اجتماعي محدد فالدور

يحدد طبيعة التوقعات الاجتماعية المرتبطة بأوضاع اجتماعية معينة.¹

- اصطلاحاً: يعرفه محمد عاطف غيث بأنه نمط من الأفعال المكتسبة التي يؤدي

بها شخص معين في موقف تفاعل وبأنه نموذج يركز حول بعض الحقوق والواجبات

ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل الجماعة أو موقف اجتماعي معين، ويتحدد دور الشخص

في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات".²

- المفهوم الإجرائي: هو المتوقع من وضع اجتماعي معين يربط بمكانة ما ويحمل

الصفات الشخصية والأنشطة الخاصة للتقييم من قبل الآخرين.

- الفضاء العمومي الافتراضي: قبل أن نعرف الفضاء العمومي الافتراضي لابد لنا

أن نحدد مفاهيمه الأساسية التي يتكون منه:

لفظ الفضاء مترجم من الكلمة الانجليزية Sphere التي تعني الحيز أو المكان. بينما

كلمة عمومي وترجمتها بالإنجليزية Public تعني المتاح أمام الجميع للمشاركة فيه.³

¹-جوردن مارشال، موسوعة علم الاجتماع، ترجمة أحمد عبد الله وآخرون، ط1، المجلد 2، المجلس الأعلى الثقافي، القاهرة، 2000، ص723.

²- غيث، محمد عاكف، علماء الاجتماع، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1999، ص390.

³-بارك فتحة، مظهر الثقافة الأمازيغية في الفضاء العمومي الافتراضي دراسة أثنوغرافية على عينة من الصفحات الثقافية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، جامعة الجزائر 2023، ص3، ص27.

وعليه فالفضاء العمومي حسب يورغن هابرماس هو ذلك الحيز الذي يتم فيه عقد

النفاشات العامة من اجل اتخاذ القرارات التي تسيّر الشأن العام.¹

وتعرفه الموسوعة النظرية الاجتماعية انه ذلك الفضاء المرتبط بالحوار الفكري حول

السياسة والدولة ويشكل الفضاء العام ساحة للمشاركة السياسية وتشكيل الأفكار والآراء

وأشكال الخطاب الأخرى، فالفضاء العام يتجسد كساحة يأتي إليها الأفراد من اجل الدخول

في حوار وجدل حول الأفكار المرتبطة بالدولة أو السياسة المجتمع ثقافة، ليس هذا فحسب

بل يتضمن أيضا الفعل السياسي من خلال الأفراد والجماعات.²

-التعريف الإجرائي للفضاء العمومي: هو ذلك الحيز الذي يتم من خلاله عملية

الحوار والمناقشة حول مجمل القضايا السياسية القائم على البرهنة والإقناع والإجماع على

الفكرة الأجدر.

-الفضاء العمومي الافتراضي: يعرفه ريد برك مايور " بأنه بيئة إنسانية وتكنولوجية

جديدة للتعبير والمعلومات والتبادل هو يتكون أساسا من دائرة وسطية تكونت تاريخيا بين

مجتمع المدن والدولة وهو متاح لجميع المواطنين للتعبير عن الرأي العام" ويشير برنار ميج

إلى أن تنظيم الفضاء العمومي يتم من خلال أربعة نماذج للتواصل تعاقب تكوينها تدريجيا

¹-أفاية محمد نور الدين، الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة لنموذج هابرماس، ط2، د دار النشر، القاهرة، 2010، ص98.

²-بن عيسى قواسم، رهانات الفضاء العمومي الافتراضي شبكات التواصل الاجتماعي، المجلد 3، العدد9، 2020، ص94.

بواسطة صحافة الرأي وبعدها الصحافة التجارية الجماهيرية ثم الإعلام السمعي البصري الجماهيري وأخيرا التلفزة الجماهيرية.¹

-التعريف الإجرائي للفضاء العمومي الافتراضي: هي تلك المساحات الإلكترونية التي

يقوم فيها الطلبة الجامعيين بتناول القضية الفلسطينية من اجل النقاش والمشاركة وتداولها فيما بينهم

-الرأي لغة: هو العقل والنظر والتأمل والتدبر في أمر من الأمور سواء كان عاما أو

خاصا.²

-اصطلاحا: هو حكم أو وجهة نظر للإنسان، الفرد، أو الجماعة كمنتج عقلي مبني

على التجربة والملاحظة أو الخبرة والموروث الثقافي للفرد والجماعة،

وتتم عملية التعبير عليه بشكل ظاهري علني أو مستتر وبطرق مختلفة ووسائل متعددة

الكلمة والصورة والنظرة المعبرة وحتى بالصمت والسكوت.³

¹- صغير عباس فريدة، تجليات الفضاء العمومي الافتراضي من خلال التفاعل الافتراضي،المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات،العدد2018،4،ص118.

²- ابن المنظور،لسان العرب، ط1،دار صادر،المجلد 14،بيروت، 1990، ص291.

³-محمد الجبور سناء،الإعلام والرأي العام العربي،ط1،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان،2010،ص6.

-**العام لغة:** من الجدر عمّ ومنه شيء عميم أي تام وعمهم الأمر أي شملهم وعمهم

بالعطية، رجل معمم أي يعم القوم بخيره.¹

-**اصطلاحاً:** الجماعة التي تشترك في الرأي العام وليس الخاص أي انه لا يرتبط

بالفردية بل بالوحدة العامة كأن نقول المسؤولية العامة العام أيضا هو المشترك أي الخاصة

المشتركة بين المجموعة والعام هو المعلن والمعروف بين الناس.²

-**الرأي العام:** يعرف الرأي العام خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب أو

الاعتقاد السائد أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر ما أو

ظاهرة أو موضوع أو قضية من القضايا، قد تكون اجتماعية، اقتصادية، سياسة، كما قد

تكون ذات طابع، قومي، دولي، ويثور حولها الجدل، وان هذا الاجتماع له قوة التأثير على

القضية أو الموضوع الذي يتعلق به.³

-**التعريف الإجرائي للرأي العام:** هو الاتفاق بين أغلبية الطلبة مستخدمي الفيسبوك

كفضاء افتراضي لمصدر المعلومات حول القضية الفلسطينية، لتطرح هذه القضية للنقاش

والتداول فيما بينهم، واتخاذ موقف إزائها يشكل رأي عام حولها.

¹- ابن المنظور، لسان العرب، المرجع السابق، ص311.

²- محمد رشا، الرأي العام بين الدعاية والإعلام، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص15.

³- كافي مصطفى يوسف، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص21.

-**الطالب الجامعي:** هو الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانية إلى مرحلة الجامعة، تبعاً لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك ويعتبر أحد العناصر الأساسية والفعالة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ أنه يمثل النسبة العالية في المؤسسة الجامعية.¹

-**التعريف الإجرائي للطالب الجامعي:** هو طالب ينتمي إلى مؤسسة تعليمية وهي جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة له ثقافة تميزه عن باقي الفئات المماثلة لما له من طاقة فكرية وقدرات علمية اكتسبها من ثقافة المجتمع وكذا الوسط الجامعي الذي ينتمي إليه.

9-مجالات الدراسة:

أ- **المجال المكاني للدراسة:** تم إجراء البحث الميداني على مستوى جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.

ب- **المجال الزمني للدراسة:** استغرقت هذه الدراسة مدة ستة أشهر خلال الفترة الممتدة من ديسمبر 2023 إلى أواخر ماي 2024.

ت- **المجال البشري للدراسة:** اقتصر البعد البشري على طلبة جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.

10-الدراسات السابقة:

¹-مرسي محمد منير، التعليم المعاصر قضايا واتجاهات، ط2، دار النهضة العربية، د.س، د.ب، ص33.

الدراسة الأولى: بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة

الجامعات الأردنية لطلابين عبد الكريم علي الدبيسي، زهير ياسين الطاهات¹

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في دور شبكات التواصل الاجتماعي فيتشكل الرأي

العام لدى الطلبة الجامعات الأردنية

التساؤلات الفرعية:

1/ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية؟

2/ما مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات

الأردنية؟

3/ما مزايا شبكات التواصل الاجتماعي التي تجعلها قادرة على منافسة وسائل الإعلام

التقليدية؟

4/ما مدى الحرية المتاحة للطلبة في استخدام هذه الشبكات كأدوات للتعبير عن الرأي؟

5/ما أهم الايجابيات والسلبيات المترتبة على استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات

التواصل الاجتماعي؟

¹-الدبيسي عبد الكريم علي، الطاهات زهير ياسين، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013، 1.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي عن طريق القيام بمسح الرأي العام في الجامعات الأردنية بهدف التعرف على الآراء والأفكار لدى الطلبة وجمع حقائق ومعلومات عن موضوع الدراسة ومن ثم التحليل والتعميم الرأي، كما استخدمت هذه الدراسة أداة استمارة الاستبيان مقسمة إلى ست محاور كما انتهجت هذه الدراسة العينة العشوائية البسيطة لإفصاح المجال لكل الجامعات الأردنية أن يكون لها فرص الظهور في العينة.

وخلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:

1/ تشير النتائج إلى أن نسبة عالية (97%) من طلبة الجامعات الأردنية يستخدمون الأنترنت وقد احتل موقع الفيسبوك المرتبة الأولى بنسبة (83%) يليه موقع تويتر بالمرتبة الثانية، ويوتيوب بالمرتبة الثالثة وهو ما يؤكد انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعات الأردنية وارتفاع نسبة المشتركين فيها.

2/ كشفت نتائج الدراسة أن النسبة الكبرى من طلبة الجامعات الأردنية يتمتعون بحرية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

3/ يستدل من نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل بالنسبة لطلبة الجامعات الأردنية مصدر من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات ينافس وسائل الاتصال التقليدية والصحافة الإلكترونية خلال مدة زمنية قصيرة أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي جديدة تسهم في تشكيل الرأي العام الأردني وهي مصدر يحظى بثقة

المشتركين فيها، ويعول عليه في متابعة الأحداث الوطنية بالمرتبة الأولى والدولية بالمرتبة الثانية والإقليمية بالمرتبة الثالثة.

4/ إن استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل له عدة ايجابيات وسلبيات ومن أبرز السلبيات هدر الوقت والجهد، وتشويه وتحريف الحقائق وترويج للشائعات ويعد ذلك من بين أهم العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.

5/ أظهرت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية من خلال حثهم على التظاهر أو الاعتصام هو ما يمثل دور التحفيز للتعبير عن مظهر من مظاهر الرأي العام، وذلك من خلال نشر أخبار ومعلومات من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، كان بعضها ايجابيا مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبيًا مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب، و استخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الاتفاق: تتفق هذه الدراسة مع موضوع دراستنا الحالية بان هذه الدراسة تتقاطع مع المتغير التابع وهو الرأي العام.

أوجه الاختلاف: اختلفت هذه الدراسة من حيث طرحها لموضوع الإشكالية مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلاب الجامعيين وما هي الحرية المتاحة للطلبة في استخدام هذه الشبكات، في حين دراستنا ركزت على دور الفضاء العمومي الافتراضي (الفييس بوك) في تشكيل مواقف واتجاهات الطلابية حول القضية الفلسطينية

أوجه الاستفادة: استفدنا من هذه الدراسة من خلال المنهج والأداة والعينة والمصادر والمراجع التي اعتمدت عليها هذه الدراسة.

الدراسة الثانية: للباحثة رباب بن عياش¹. أثارت هذه الدراسة إشكالية تمحورت في كيف تتجلى رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر من خلال خطابات المدونات وصفحات موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك خلال فترة الانتخابات الرئاسية من 1جانفي 2014 الى 30ماي 2014 الذي يندرج تحته تساؤلات فرعية التالية:

1/ ما هي طبيعة الفضاء العمومي الافتراضي وما طبيعة خصائصه؟

¹-بن عياش رباب، رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من المدونات وصفحات موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" خلال الانتخابات الرئاسية أبريل 2014 (من 1جانفي-30ماي 2014)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سيميولوجيا الاتصال، جامعة الجزائر 2015، 3.

2/ ما هي أشكال التعبير التي ميزت الفضاء العمومي الافتراضي الجزائري خلال فترة

الانتخابات الرئاسية وما هو الطابع الخطابي الغالب عليها؟

3/ ما هي الدلالات الرمزية والإيحائية في مختلف الأشكال التعبيرية ضمن فضاء عمومي

افتراضي يسمح بتجلي الآراء وكيفية تمثل الجماعة لذاتها في سياق الانتخابات الرئاسية

أفريل 2014؟

4/ كيف يمكن لأشكال التعبير المختلفة الصادرة عن الجماعات الافتراضية الجزائرية أن

تتجلى كنسق رمزي ضمن الفضاء العمومي الافتراضي في سياق الانتخابات الرئاسية أبريل

2014؟

5/ ما هي أساليب العبير عن الرأي الغالبة في خطاب المدونات وصفحات الفيسبوك

محل الدراسة خلال فترة الانتخابات الرئاسية أبريل 2014؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج تحليل المحتوى السيم لأنه يغوص في الدلالات العميقة

ويدرس كل التظاهرات الدوال المرتبطة بالخطاب اللساني والبصري وتم استخدام التحليل

السيمولوجي وأدوات التحليل المتمثلة في القراءة والتحليل والتأويل والنقد إضافة إلى أداة

المقابلة قصد التأكد من بعض المعلومات الضرورية في البحث كما اعتمدت على العينة

القصدية والعينة العشوائية الطبقية، حيث توصلت إلى النتائج التالية:

1/ التعبير عن الرأي إزاء قضية تهم المصلحة العامة وهي الانتخابات الرئيسية، وما تلاها بفوز الرئيس بوتفليقة.

2/ وجود الآراء المتضاربة لكنها غير متكافئة إذ غلبت الآراء المعارضة للانتخابات ولترشح الرئيس بوتفليقة وانتقاد الوضع الحالي على الآراء المساندة، ولذلك لم تظهر إلا في صورة واحدة مساندة لترشح الرئيس على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك إما المدونات فلم تكن مساندة في الوضع الحالي ولا بأي شكل من أشكال التعبير وذلك حسب العينة المدروسة.

3/ استخدمت الجماعات الافتراضية الجزائرية أساليب تعبيرية متنوعة تراوحت بين الصورة والنص الذي افرز هو الآخر أشكالاً تعبيرية مثل التغريدات والمقالات أما الصورة فقد تنوعت بين الصور الفوتوغرافية والكاريكاتورية والصور المركبة غالباً والتي استعادت الجماعات الافتراضية سواء أفراد أو جماعات استحضرها وشحنها بدلالات ورمزيات جديدة تتناسب مع الوضع الحالي العام مثل صورة علي لبوانت في فيلم معركة الجزائر و صورة الرئيس بوتفليقة الرئيس فرانسوا أولاند، وهذه الأشكال التعبيرية غلب عليها الطابع الخطابي الساخر.

4/ التعبير عن الرأي بطريقة رمزية تنوعت بين البلاغة واستعادة الرموز و الرمزيات الكاملة في الذاكرة الجماعية فالمدونات ركزت على الرمزية الدينية في إيصال الفكرة والتعبير عنها كما جاء في تحليل المقال والذي اعتمد على قصة أصحاب البستان الواردة في القرآن الكريم والتي استخدمت للتمثيل أثناء الانتخابات الرئاسية وخاصة بعد إعلان ترشح بوتفليقة

لعهدة رابعة أو كما سماها أمبارتو إيكو آليات التناظر من خلال المماثلة والتي يرى أنها إذا أطلقت العنان لآلياتها لا يمكن أن تتوقف فهي دائماً تتحول إلى علامة تحيل إلى تناظر جديد وهذا يحدث في السخرية، أما التغريدات فقد استعملت التغريدة الأولى رمزية الأرنب والتي لها علاقة بثقافة المجتمع وأقحمت التغريدة الثانية رمزية المهدي المنتظر لما لها من وقع في الذاكرة الجماعية والتي استعملت بأسلوب ساخر للتقليل من شأن الغياب الطويل للرئيس بوتفليقة، أما الصورتان في عينة الدراسة في فضاء المدونات فقد استحضرت الصورة الأولى فرعون رمز التسلط في صورة الملكة الفرعونية نافر تيتي التي عبرت عن انتهاك صريح الحقوق وعملت في الصورة الثانية على السخرية من الناخبين كونهم قطع الغنم يتبعون الراعي الذي يمثل احد رجال السلطة.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الاتفاق: تشابهت هذه الدراسة من موضوع دراستنا الحالية في متغير المستقل وهو الفضاء العمومي الافتراضي.

أوجه الاختلاف: واختلفت هذه الدراسة من حيث الإشكالية التي تمثلت في الدلالات الرمزية والإيحائية لمختلف الأشكال التعبيرية ضمن فضاء عمومي افتراضي، كما اختلفت من حيث الأداة المعتمدة.

أوجه الاستفادة: استفدنا من هذه الدراسة من حيث إثراء الجانب النظري وكذلك قائمة المصادر والمراجع.

-الدراسة الثالثة: للباحثة بوزينة نعيمة¹ أثارت هذه الدراسة إشكالية تمحورت في اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي وتندرج تحت هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

1/ ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي؟

2/ ما هي الحاجات والدوافع والإشباع المحققة في استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي؟

3/ هل يعتمد الشباب الجامعي الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر بديل للحصول على المعلومات حول مختلف القضايا؟

4/ هل يساهم الحوار والنقاش عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي؟

¹بوزينة نعيمة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري: دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي-جامعة الجلفة نموذجاً-2016/2017، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال،جامعة الجزائر،2018،3.

5/ ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي الجزائري؟

6/ ما هو رأي الشباب الجامعي الجزائري حول السلبيات الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الصفي الذي يستهدف وصف وتحليل ظاهرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الجامعي الجزائري وأثرها على تشكيل الرأي العام حول مختلف القضايا المطروحة عبر هذه الشبكات، كما استخدمت هذه الدراسة أداة الملاحظة البسيطة لمراقبة تصرفات وتفاعلات الأفراد في المجتمع الافتراضي الذي يتجه لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك استخدام أداة استمارة الاستبيان التي تضمنت 35 سؤالاً موزعين في 6 محاور.

كما انتهجت هذه الدراسة العينة الغير العشوائية وبالتحديد العينة الحصصية. وخلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:

1/ بينت النتائج أن شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر اشتراكا من قبل المبحوثين هي: الفيسبوك في الصدارة، ثم اليوتيوب، يليهم موقع الأنستغرام و جوجل بلاس، في حين كان استخدام تويتر ولينكدان الأقل اشتراكا وبنسب ضعيفة.

2/ استخدم المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي بمتوسط وقت يومي ثلاث ساعات وأكثر، وكان أعلى معدل في الاستخدام عند الذكور مقارنة بالإناث، في حين سجلت الفئة العمرية (25-30 سنة) أعلى متوسط وقت في الاستخدام ثلاث ساعات وأكثر مقارنة بالفئة العمرية من (18-24 سنة).

3/ أما الفترة التي يفضل المبحوثين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فإنهم يفضلون استخدامها في الليل وسجلت أعلى نسبة عند الذكور في تفضيلهم لهذه الفترة مقارنة بالإناث.

4/ يعد المنزل أكثر الأماكن التي يستخدم فيها المبحوثين شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالأماكن الأخرى كالجامعة أو مقهى الإنترنت أو مكان العمل.

5- أما عن لغة الدردشة التي يستعملها المبحوثين فسجلت أعلى نسبة للهجة الدارجة المكتوبة بحروف لاتينية، ثم العربية الفصحى، ثم الفرنسية، تليهم بقية الأشكال الأخرى من الرموز والاختصارات والأيقونات.

6/ معظم المبحوثين يميلون لاستخدام الاسم الحقيقي للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي، وسجلت أعلى نسبة عند الذكور.

7/ الحاجات التي تجعل المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي هي بالدرجة الأولى الاطلاع على الآراء المختلفة، ثم نشر الآراء والأفكار، وتليها الحاجة للتواصل مع الآخرين، ثم تأتي للاطلاع على القضايا المختلفة التي لا تطرحها وسائل الإعلام الرسمية،

وبعدها لمناقشة ما يهمهم من مختلف القضايا وأخيرا من اجل المتعة والتنفيس العاطفي، والهروب من الواقع المعاش.

8/ أما الدوافع فتمثلت في التواصل مع الأهل والأصدقاء والزملاء، ثم بهدف البحث والدراسة يليها هدف مواكبة العصر والموضة.

9/ أجاب المبحوثين بأن الإشباعات التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي تتمثل أولا في اكتساب معلومات جديدة، ثانيا إبداء الآراء بالحرية، وثالثا التخلص من القلق والملل، لتليها رابعا مناقشة مستجدات الأحداث والقضايا الراهنة.

10/ يعتمد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار بالدرجة الأولى مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية صحافة مكتوبة إذاعة تلفزيون.

11/ يرى المبحوثين أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بدرجة متوسطة في تعريفهم بمختلف القضايا الوطنية والعربية والدولية.

12/ تبين الدراسة أن عوامل تشكيل الرأي العام في الوقت الحالي حسب المبحوثين هي شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى، تلتها وسائل الإعلام في المرتبة الثانية، ثم النظام السياسي في المرتبة الثالثة وتلتها الجامعة في المرتبة الرابعة.

13/ يرى أغلبية المبحوثين أن لمناقشة القضايا المطروحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي دور أحيانا في تشكيل رأي عام لديهم.

14/ يعتبر المبحوثين الحوار والنقاش عبر شبكات التواصل الاجتماعي تساهم أحيانا في تغيير مواقفهم حول بعض القضايا.

15/ توافق نسب الذكور والإناث في شكل المشاركة والتعبير عن رد فعلهم للقضايا المطروحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث سجلنا في الترتيب الأول من خلال تسجيل إعجابهم، ثم في المرتبة الثانية يعلقان عليها، وفي الترتيب الثالث يتناقشون مع أصدقائهم حولها، ورابعا يشاركونها مع أصدقائهم، وأخيرا يكتفون بقراءة مشاركات الأصدقاء حولها.

16/ يرى المبحوثين أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في معرفة الرأي والرأي الآخر بالدرجة الأولى، وثانيا تساهم في إتاحة فرص المشاركة في مناقشة مختلف القضايا.

17/ يرى المبحوثين من أهم سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام هي الترويج للشائعات وبالتالي قد يتكون رأي عام في المجال الافتراضي على قضية ليس لها أساس من الصحة على أرض الواقع.

18/ نظرا لكون شبكات التواصل الاجتماعي تتمتع بقاوية التفاعلية و الأنية الأمر الذي يجعل المبحوثين يلتقون عبر الفضاء العام الافتراضي يتناقشون ويتفاعلون حول ما يطرح من قضايا ومعلومات وأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الاتفاق: تتفق هذه الدراسة مع موضوعنا من حيث المتغير التابع وهو الرأي العام وهذا ما يجعلنا نستفيد منه في الجانب النظري.

أوجه الاختلاف: اختلفت هذه الدراسة من حيث طرحها للإشكالية حيث ركزت على اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب.

أوجه الاستفادة: استفدنا من حيث المنهج المعتمد والأداة ومجتمع البحث.

-الدراسة الرابعة: للباحثة بضياف سوهيلة¹ اثارَت هذه الدراسة إشكالية العلاقة بين شبكة الفيسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري أجابت على هذه الإشكالية اعتمادا على الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما هي تمثلات الشباب الجزائري لشبكة الفيسبوك؟

2- كيف يستخدم الشباب الجزائري شبكة الفيسبوك؟

3- ما هي مكانة شبكة الفيسبوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل

الإعلام الأخرى لدى الشباب الجزائري؟

¹-بضياف سوهيلة، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر-دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة باتنة 2018، 1.

4- ما هو رأي الشباب في شبكة الفيسبوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية في الجزائر؟

5- كيف يمتلك الشباب شبكة الفيسبوك كأداة لإنتاج المضامين والتأثير في الرأي العام؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي للكشف عن العناصر المشكلة لتمثلات الشباب لشبكة الفيسبوك، كذلك اعتمدت هذه الدراسة على منهج تحليل الخطاب من خلال تحليل للمقابلات النصف الموجهة والمقابلات الجماعية (حوار مع الشباب) واستخدمت هذه الدراسة أدوات لجمع البيانات الملاحظة، والشبكة الترابطية، والمقابلة نصف الموجه بهدف تحديد محتوى التمثلات وتشكيلها، إضافة إلى المقابلات الجماعية أو مجموعة النقاش لاستنباط الآراء والتوجهات والمعتقدات، واستخدام العينة القصدية لان الدراسة كيفية تعتمد على التفسير أكثر من الكم، واستخلصت هذه الدراسة مجموعة من النتائج التالية:

1- توصلت الدراسة إلى أن نسبة (66%) من الشباب عبروا عن اعتمادهم على الفيسبوك كمصدر للمعلومات أكثر من اعتمادهم على وسائل الإعلام في حالة الأزمات والانتخابات في حين أكد 17 مبحوث وبنسبة (34%) أنهم يعتمدون على وسائل الإعلام أكثر من الفيسبوك.

2- توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي الأكثر تعليماً هم الفئة التي ترى بأن الفيسبوك لن يقلل من اعتماده على وسائل الإعلام كمصدر للأخبار. وذلك لهذه أسباب من بينها أن الفيسبوك أقل مصداقية وثقة.

3-توصلت الدراسة إلى أن نسبة(50%) يؤيدون أن يكون الفيسبوك فضاء للنقاش للقضايا السياسية ولكن بتحفظ، في حين نسبة (30%)يرفضون تماما أن الفيسبوك يمكن أن يكون وسيلة ناجعة للنقاش للقضايا السياسية، في حين نسبة(20%)يؤكدون فكرة أن الفيسبوك يكون ناجعا في مناقشة القضايا السياسية.

4-بالنسبة لتقييم الشباب لمناقشة القضايا السياسية في الجزائر فقد توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة ذكروا الجوانب السلبية للنقاشات حيث أجمعوا على تقييمها سلبيا واهم ما ذكروه من سلبيات ما يلي:

-لا تعتمد على النقاش البناء ولا تقدم حلولاً، وذات مستوى متدني ظهرت بنسبة(100%)أي في 50خطابا تم تليها مضيعة للوقت 40خطابا ثم تتمحور حول المصالح الشخصية والقضايا الثانوية 32خطابا وتؤدي إلى التعصب والفتن بمعدل 29خطابا.

5-توصلت الدراسة إلى أن نسبة (70%)يرون انه من الضروري أن يخفي المناقشون بالقضايا السياسية هويتهم بسبب أن الشباب لا يثق بدرجة كبيرة في حرية التعبير المطلقة الموجودة في شبكة الفيسبوك، بسبب هذا الأخير مراقب ويتعرض المناقشون لهذه القضايا إلى السجن، والملاحقات القضائية والمضايقات.

6-خلصت الدراسة إلى أن نسبة (48%) يرون بان تأثير الفيسبوك في تشكيل الرأي العام محدود في حين نسبة (32%)يرون بان تأثير الفيسبوك في تشكيل الرأي العام يكون

حسب الظروف، أما 10مبحوثين بنسبة(20%)فيرون بان تأثير الفيسبوك في تشكيل الرأي العام هو تأثير قوي.

7-توصل الدراسة إلى أن نسبة (72%) يرون بان الاحتجاجات عبر شبكة الفيسبوك لا تؤثر في تشكيل الرأي العام، في حين 14 مبحوث بنسبة (28%)يرون بان الاحتجاجات عبر الفيسبوك تؤثر في تشكيل الرأي العام.

8-توصلت الدراسة إلى أن نسبة (20%)من الشباب منظمين إلى مجموعات سياسية وصفحات متفاعلين معها في حين 28فردا بنسبة (56%) منضمين وغير متفاعلين أما 12 عضو بنسبة (25%) فغير منضمين، وتعتبر فئة المنضمين إلى المجموعات السياسية والصفحات والمتفاعلين معها هم أصلا مهتمين بالسياسة، ولهم نشاط سياسي أو طلابي، وتصورات الشباب حول السياسة والسلام والمستوى التعليمي والجنس دورا في تملك الشباب للفيسبوك في المجال السياسي ومساهمته بشكل ايجابي في إنتاج المضامين بهدف التأثير وتشكيل رأي عام.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الاتفاق: تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في الرأي العام وكذلك في شبكة الفيسبوك كنموذج.

أوجه الاختلاف: اختلفت هذه الدراسة في الإشكالية التي درست العلاقة بين شبكة الفيسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري كذلك الاختلاف الأداة المستخدمة.

أوجه الاستفادة: هذه الدراسة كانت عوناً لنا في الاستفادة من المنهج قائمة المصادر والمراجع.

الدراسة الخامسة: للباحثة نبيلة جعفري¹ أشارت هذه الدراسة لإشكالية دور الفضاء العمومي الافتراضي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الطلابي في الجزائر حور استفتاء تعديل الدستور 2020، ويندرج تحت هذا السؤال التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو دور الفضاء العمومي الافتراضي في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري عينة الدراسة؟

- هل يعزز الفضاء العمومي الافتراضي المشاركة السياسية للمبجوثين؟

- ما هي مواقف المبجوثين من المشاركة في استفتاء تعديل الدستور 2020؟

- ما مدى اعتماد المبجوثين على الفضاء العمومي الإلكتروني في تشكيل آرائهم نحو استفتاء تعديل الدستور 2020؟

¹ - جعفري نبيلة، دور الفضاء العمومي الافتراضي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الطلابي في الجزائر، استفتاء تعديل الدستور 2020، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، مجلد 8، العدد 2021، 3.

- ما هي الأساليب المستخدمة من قبل المبحوثين للمشاركة برأيهم حول موضوع الاستفتاء عبر الفضاء العمومي الافتراضي؟

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح كما استخدمت أداة الاستبيان في جمع البيانات حول الموضوع. كما انتهجت هذه الدراسة العينة العمدية توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

1- استخدم المبحوثين مختلف الفضاءات الإلكترونية بنسب متقاربة غير أن الفيسبوك

يبقى الأفضل للشباب الجامعي الجزائري بسبب خصائصه التي تميزه عن غيره.

يتفاعلون مع مختلف القضايا ويتناقشون فيها من خلال مشاركتها مع الأصدقاء مناقشتها

وعرض وجهات النظر داخل المجموعات ومشاركتها مع الأصدقاء أو حتى إعادة نشرها في

صفحاتهم، كما بينت النتائج أن للمبحوثين مواقف محايدة من استفتاء تعديل الدستور 2020

وأن فضاءات الأنترنت من أهم وسائل التعرف على مشروع التعدي، وأن تلك الفضاءات

ساهمت كثيرا في تزويدهم بمعلومات حول المواد المعدلة في الدستور، ويعتبر الإعجاب

بمختلف الصفحات السياسية التي تتطرق لموضوع الاستفتاء من أهم الأساليب التي

تستخدمها للاطلاع على موضوع تعديل الدستور عبر الفضاءات الإلكترونية.

التعقيب على الدراسة:

أوجه الاتفاق: تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير الأول وهو الفضاء العمومي

الافتراضي وفي المتغير الثاني تشكيل الرأي العام.

أوجه الاختلاف: اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في طرح الإشكالية.

أوجه الاستفادة: من حيث المنهج والأداة والعينة.

القسم الثاني: الجانب النظري للدراسة

الفصل الأول: مدخل للفضاء العمومي الافتراضي

الفصل الثاني: مدخل للرأي العام

الفصل الثالث: الفيسبوك كفضاء عمومي افتراضي

في تشكيل الرأي العام

تمهيد:

لقد ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها الأنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي يخضع لمثالية هابرماس وموازي للفضاء ألا وهو الفضاء العمومي الافتراضي الذي فرض تواجده وقوة تأثيره على الرأي العام لمستخدميه في مختلف القضايا وخاصة قضايا الشأن العام وبالتالي أصبح متنفس للأفكار والتعبير عن الآراء من خلال النقاشات والحوارات التفاعلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك الذي سهل التواصل بين الأفراد والنقاش حول القضايا وسمح بالتعبير عن الآراء بكل حرية دون رقابة.

1 - مدخل للفضاء العمومي الافتراضي.

1-1- مفهوم الفضاء العمومي الافتراضي:

إن اتساع دائرة الاستخدام الاجتماعي للأنترنيت شجع بعض المختصين على الحديث عن الشكل الجديد للفضاء العمومي الذي أتاحتها الأنترنيت، هذا الشكل الجديد يعطي فرصة للجميع لممارسة الحق في التعبير والنقد.¹

فإذا كان المجال العمومي الواقعي يشكل بوابة للمشاركة في تفاعلات متباينة الاتساع والقوة، فإن الأنترنيت قد شكلت مجالاً عاماً جديداً وهو المجال العمومي الافتراضي.

لقد طرح "يونج" فكرة أن نمط الاتصال المتوفر من خلال الأنترنيت شكل فضاءات جديدة يمنح الفرصة أمام تشكيل مجال عام، وعبر عنه على أنه مجال تعتمد على التبادل المجاني للأفكار والآراء بين المواطنين ويلعب دوراً في هدم الأنظمة المغلقة، وفي موضع آخر عرفه بأنه فضاء عام طبيعي ورمزي مكون من اتصال اجتماعي مركب يفتح المجال أمام قمع النظم الاجتماعية التقليدية ويتصف بأنه مجال تفاعلي يعتمد على المشاركة.²

¹-لعياضي نصر الدين، فضاء عمومي أم مخيال إعلامي: مقاربة نظرية لتمثل التلفزيون في المنطفة العربية، المرجع السابق، ص45.

²- رشاد وليد، على الرابط: <https://socio.yoo7.com>

حيث ترى Warren Mayes الفضاء العمومي الافتراضي بأنه فضاء طبيعي يحدث داخله تفاعل عام تترك فيه الناس مصالحهم الخاصة وتتشغل بالقضايا ذات الطابع الاجتماعي العام، ويسهل النفاذ إليه.¹

الفضاء الافتراضي: عبارة عن مجال طبيعي ومادي، ويرى آخرون أنه ذات طابع إلكتروني حيث يرون بأنه تلك البيئة الافتراضية التي تعمل بها المعلومات الإلكترونية والتي تتصل عن طريق شبكات الكمبيوتر، كما يعرف بأنه ذلك المجال الذي يتميز باستخدام الإلكترونيات والمجال الكهرومغناطيسي لتخزين وتعديل أو تغيير البيانات عن طريق النظم المتصلة والمرتبطة بالبنية التحتية الطبيعية. ويعد الفضاء الإلكتروني مجالاً عاماً وسوقاً مفتوحة ويدل على وجود شبكة من التواصل والعلاقات بين من يستخدمونه ويتفاعلون معه مع انتقال كافة مجالات الحياة من إعلام وصحة وتعليم وحكومة، المواطنة، الاقتصاد، السياسة إلى الفضاء الإلكتروني، فيما يشبه بالحياة الأخرى التي تكونت من خلاله أشكال جديدة للعلاقات الاجتماعية²

¹ -بن عياش رباب، رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من المدونات وصفحات موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" خلال الانتخابات الرئاسية أبريل 2014 (من 1 جانفي - 30 ماي 2014)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سيميولوجيا الاتصال، جامعة الجزائر، 2015، 3، ص. 115.

² -صلاح عبد الحميد، يمنى عاطف، الإعلام والفضاء الإلكتروني، ط1، الأطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، 2015، ص 9

فعندما نقول الفضاء التقني أو الإلكتروني يعني ما وفرته تقنيات الاتصالات بواسطة الانترنت، من مساحات واسعة لا تحدها حدود مادية تقليدية بقدر ما تتمدد في مختلف بقاع العالم متخطية الحدود الجغرافية والزمانية.¹

الفضاء الافتراضي cyberspace هو ذلك الفضاء الذي تتواجد فيه المعلومات الإلكترونية، وتتم فيه مجمل الأعمال الإلكترونية من تبادل الملفات والحوارات والأفكار والمعلومات بين المستخدمين، مشكلين بذلك مجموعات افتراضية، ويتحقق الفضاء الافتراضي من خلال الأدوات الإعلامية الاتصالية التالية:

أ- **الشبكات الاجتماعية:** ظهرت أدوات جديدة للإعلام الجديد، أهمها مواقع الشبكات الاجتماعية حيث استطاعت هذه الشبكات أن تخلق إعلاما مختلفا عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة وأبرز هذه الشبكات: الفيس بوك الذي تم إطلاقه في فيفري سنة 2004، يتبع لشركة تحمل الاسم نفسه مؤسسه يدعى مارك زكربيرغ قام بتأسيسه حين كان طالبا بجامعة هارفارد، وكان الموقع عند إطلاقه مخصص لطلبة الجامعة المذكورة فقط، و من ثم تم توسيعه ليشمل جميع الجامعات بمختلف القارات، ليصبح الموقع العالمي الأكثر شهرة، يسمح هذا الموقع لمستخدميه بتكوين عدة شبكات فرعية، والانضمام إليها من نفس الموقع وتتمحور الشخصيات التي تنتمي إليها في

¹- عطية جمعة مصطفى، شعريّة الفضاء الإلكتروني: قراءة في منظور ما بعد الحداثة، ط1، د.د. دار النشر، القاهرة، 2016، ص18.

دائرة فئة معينة مثل كونهم من مهنة محددة أو منطقة جغرافية معينة وغيرها من التجمعات والأماكن التي تساعد المستخدم على التعرف من المزيد على الأصدقاء والأشخاص الذي ينتمون أو يتواجدون في نفس فئة الشبكة.

ب- المدونات: تعرف المدونات بصفة عامة على أنها مواقع خاصة بالأشخاص أو المؤسسات تتضمن تعليقات وآراء وأخبار وغالبا ما تتضمن روابط فائقة لمعلومات متاحة على مواقع أخرى على الشبكة، وهناك عدة أنواع للمدونات قد تحمل اسمه الحقيقي ويروج لها للحصول على القراء والزوار وهي أرب إلى الصحيفة الإلكترونية غير أن المواد المنشورة في المدونة توضع في ترتيب زمني تصاعدي، بمعنى ظهور المعلومات الأكثر حداثة¹.

ج- مجموعة الدردشة: هي عبارة عن موقع يسمح لأي زائر بكتابة رسالة حول موضوع معين ويتم عرضها على هذا الموقع الخاص والدردشة الإلكترونية هي عبارة عن محادثة نصية على الأنترنت بين شخصين أو عدة أشخاص مربوطين بالشبكة وتكون عبر مواقع توفر هذه الخدمة.

د- مجموعات الأخبار: وتعرف أيضا بالنوادي الافتراضية وهي عبارة عن مجموعة من الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة ترتبط ببعضها البعض ويمكن من خلال المجموعات الإخبارية تبادل النصوص في شكلها الأولي والصور الثابتة والمتحركة ويمكن للمشارك

¹-قندلجي عامر، إعلام المعلومات والأنترنت، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، صص 350-351.

الدخول إلى مجموعات الأخبار عن طريق البريد الإلكتروني الخاص به وبعد ذلك يتلقى كل ما يصدر من هذه المجموعة من معلومات وأخبار وبيانات وغيرها في إطار اهتماماته.¹

1-2- ظهور الفضاء العمومي الافتراضي:

مع نشأة شبكة الأنترنت تشكل فضاء جديد وهو الفضاء الافتراضي السيبرالي، فقد كان أول ظهور لهذا المفهوم في القرن الماضي بداية الثمانينات على يد الكاتب والروائي وليام جيبسون والذي له العديد من الروايات التي تطرقت لهذا المفهوم ليجعل من الأنترنت معنى الفضاء الجديد للاتصال، والذي يمثل مساحة افتراضية للجمهور المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، وعليه فإن ظهور الفضاء الافتراضي كان بعد نشأة شبكة الأنترنت والذي كان دعامة أساسية للعمليات الاتصالية والتواصلية بين الأفراد، وخصوصا مع الانتشار الواسع لغرف الدردشة والتفاعلات الافتراضية عبر المحادثات الجماعية، بالإضافة إلى أن الفضاء الافتراضي تجاوز كل القيود والحدود الزمانية والمكانية وحتى ما هو متعارف عليه في الجماعة من تقاليد وعادات وقيم وكذلك السن والجنس واللغة والمستوى العلمي والطبقات الغنية والفقيرة والذي كان معيار أساسي لبناء العلاقات الاجتماعية في الواقع الاجتماعي.²

¹-صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، صص 96-97.

²-باعتشان عبد القادر، البيئة الرقمية سوسيوثقافية، مقدمة ضمن الملتقى الوطني، جامعة إسطنبولي

معسكر، 2022، صص 13-14.

سمح الفضاء الافتراضي بظهور مجتمع افتراضي جديد موازي للمجتمع الحقيقي والذي فيه مساحة أكبر من الحرية والتعبير عن دواتهم والهروب في نفس الوقت من قهريه المجتمع وقيامه ومميزاته وكل ما يتعلق بالعادات والتقاليد

1-3-بنية المجتمع الافتراضي:

إن الفضاء الافتراضي سمح بتشكيل مجتمع رقمي ويمكن تعريفه بصورة عامة بأنه "هو المجتمع الذي يعمل معظم أفراده بإنتاج المعلومات أو جمعها أو اختزالها أو معالجتها أو توزيعها" فهو نسيج بين هويات وثقافات متعددة ومختلفة بين أفراد رقميين تجاوزوا الحدود الزمانية والمكانية، ولعل من الأوائل الذين درسوا المجتمعات الافتراضية هاورد رينجولد والذي تطرق في كتابه الجماعات الافتراضية الذي يرى أن التجمعات الاجتماعية الحقيقية انتقلت إلى شبكة الأنترنت، ويتم فيها التفاعل وتبادل المعلومات الأفكار كما يمكن تكوين صداقات بين أفراد رقميين لهم نفس الاهتمامات ويشتركون في نفس الاتجاهات، فكل الاتصالات التي تحدث في الواقع الاجتماعي هي نفسها في المواقع وإنما ليست عن قرب فقط¹.

ويرى رينجولد أن عناصر المجتمع الافتراضي تتمثل في الأفراد والعلاقات الاجتماعية، والأهداف، لتحقيق شبكة من العلاقات الافتراضية التي تنشأ ضمن علاقات شخصية.

¹ماي مروى، المجتمعات الافتراضية: ملاذ واقعي للمطالبيين بالحرية، مجلة الدراسات في علم الاجتماع المنظمات، المجلد4، العدد2016،01، ص103.

ففي ضمن هذا التطور العلمي والتكنولوجي أدى بطريقة مباشرة إلى الانفتاح على العالم الخارجي وظهور جماعات عكس الجماعات الأولى والتي تقوم على الأسس الجماعية التي تم ذكرها والتي تنطلق من الواقع الاجتماعي لتحافظ على مبادئها وأفكارها وثقافتها و إيديولوجياتها، وكل ذلك أدى إلى تحول البيئة الرقمية الاتصالية إلى فضاء¹ يقوم على الصراع على مختلف الأصعدة والمستويات سواء كان الصراع قائماً بين أفراد أو جماعات أو أنظمة أو دول، لها خصائص ومميزات مختلفة عن الواقع فيما يتمثل في المكان وهو البيئة الرقمية والسرعة من خلال سرعة الرسالة والاستجابة والأدوات الاتصالية الجديدة.

والمجتمعات الافتراضية تسعى دائماً إلى ما يسميه المختصون الشعور بالمجتمع أو الجماعة، من أين ينبع الإحساس بالمجتمع أو الجماعة؟ ويلخص ماك ميلان وتشافير العوامل التي ينشأ من خلالها هذا الإحساس فيما يلي:

-الشعور الانتماء إلى جماعة، فالفرد جزء من الجماعة يتفاعل معها ويشاركها أحداثها.

-الشعور بالقدرة على التأثير على الجماعة والمجتمع من خلال ردة الفعل.

¹- يحيياوي محمد، براهيمية صونيا، الفضاء الافتراضي والفضاء السوسيوثقافي في المجتمع الجزائري، مجلة المعيا، المجلد 28، العدد 01، 2024، ص 842.

-تبادل الدعم لرابط اجتماعي "القدرة على الاشتراك مع الغير من خلال التعاون والتضامن.

-الحضور والتواجد من خلال الاتصال الافتراضي عبر منصات التواصل الاجتماعي.

-غياب الثقة داخل المجتمعات الافتراضية لعدم تشكل علاقات اجتماعية حقيقية في

الواقع سلفاً¹.

-ويؤكد أدمس أن الفرد الذي ينتمي إلى علاقة داخلية له شعور بوجود مصلحة

مشتركة داخل الجماعة، وتربطه مع الجماعة مجموعة من القيم والمعايير الاجتماعية التي

تتمثل في ثقافة الجماعة، وتبادل المصلحة الاقتصادية، بمعنى ارتباط نفسي مع مجموعة

من الأفراد لهم قيمة اجتماعية معينة

-تشكل مجتمع افتراضي يوازي المجتمع التقليدي له مميزاته وخصائصه.

-اكتساب مساحة واسعة من الحرية عند مقارنتها بالواقع الاجتماعي، وذلك يرجع إلى

إمكانية امتلاك حسابات شخصية في مختلف وسائل التواصل الاجتماعي بهوية افتراضية

ورقم سري يضمن سرية المستخدم، مع القدرة على التفاعل الافتراضي من خلال الخدمات

الاتصالية والتواصلية التي يقدمها الفضاء الافتراضي².

¹- المرجع نفسه، ص842.

²- المرجع نفسه، ص842.

1-4- خصائص الفضاء العمومي الافتراضي:

لقد شجع الاستخدام المكثف للإنترنت الكثير من الباحثين للحديث عن نوع آخر من الفضاء العمومي الذي أفرزته الشبكة العنكبوتية ومختلف تقنيات الإعلام الجديد، هذا الأخير غير من خصائص الفضاء العمومي التقليدي ومن هنا يمكن حصر بعض الخصائص الذي استفرد بها الفضاء العمومي الافتراضي:

أ- إعادة تشكيل الحدود بين العام والخاص: الميديا الجديدة تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية واستعراض الذات في الفضاء العمومي يطل من خلالها الناس على عواملهم الذاتية الأخرى هذا التداخل بين العوامل الذاتية الخاصة والخارجية يؤدي إلى إعادة تشكيل معايير ثقافية عند الخصوصية والذاتية في المجتمعات العربية.

ب- أشكال جديدة من الفعل الاجتماعي: الميديا الجديدة سمحت للنخب السياسية المهمشة في الفضاء التقليدي إلى إنتاج مضامين سياسية وثقافية يتابعها الملايين عبر العالم.¹

ج- المستخدم المبتكر: تحول الجمهور في الفضاء العمومي الافتراضي إلى جمهور منتج للمحتوى. فهو ليس مجالاً تمثيلاً تتحدث فيه النخبة باسم الجماهير، كما في الفضاء

¹-هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، المرجع السابق، ص 228.

النخبوي، فالمستخدم في الفضاء العمومي الافتراضي يبتكر وينتج مضامين قد تتعلق بالعوالم الذاتية للمستخدم أو ذات العلاقة بالحياة العامة.

د-نخب جديدة: أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي نخب جديدة تتكون من المدونين

ومشرفي الصفحات على الفيسبوك يسيطرون على النقاش ويديرونه¹

هـ-جماليات جديدة: وتتعلق بخصوصية الفضاء، إذ تظهر العوالم الذاتية والآراء

والأفكار ذات العلاقة بالشأن العام وتتشكل هذه الجماليات الهجينة من أنماط تعبيرية متعددة

تمزج في خليط فريد من الصور والنصوص والفيديوهات.²

1-5-الفضاءات العمومية الافتراضية وتحول أدوار أعضائها:

لقد قلبت الفضاءات الاتصالية الافتراضية المستويات الاتصالية رأساً على عقب،

وأفرزت ممارسات جديدة كان لها تأثيرات مختلفة في حياة الأفراد والمجتمعات فتحولوا من

متلقين للمحتويات إلى صانعين لها، عن طريق إنشاء فضاءات اتصالية حرة على الشبكة

فينشرون ما يرغبون دون قيود. ما يسمح بتبادل الاتصال بين المستخدمين .

أ-الجمهور من مستهلك إلى منتج للمضامين الإعلامية: إن التطور الحاصل في

تكنولوجيات الاتصال أدى إلى تبادل المستقبل دوره مع المرسل خصوصاً مع الميزة التفاعلية

¹-الحمامي الصادق،الميديا الجديدة والمجال العمومي:الإحياء والانبعاث،ص22.

²-بن عمروش فريدة،لمشونشي مبروك،الإعلام الجديد والفضاء العام الافتراضي:دراسة في المفهوم والأطر النظرية،مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية،المجلد4،العدد2019،2،ص606.

فأصبح المستقبل مشارك ومتفاعل في العملية الاتصالية، ويبحث ويختار المعلومات أكثر مما يستقبلها.

هذا ما انعكس على خصائص الجمهور وطبيعة الممارسة الإعلامية فبعد أن كانت عناصر العملية الإعلامية (مرسل، رسالة وسيلة مستقبل ورجع الصدى).¹ اختلفت الحدود الفاعلة بين المرسل والمستقبل وأصبح كل جمهور الأنترنت منتج للمادة الإعلامية مما زاد معدل التواصل بين المستخدمين.

في ظل البيئة الاتصالية الحالية لم يعد الصحفي هو منتج المعلومة والخبر والرأي فقط ولم يعد الجمهور سلبي، بل أصبح مشاركا فاعلا في العملية الصحفية وهو ما استتبع معه ظهور تحولات كبيرة ذات صلة بهوية ورسالة الصحافة و أدوارها، لذلك فإن هذا النوع من الصحافة يطلق عليه الجمهور أو المستخدم أو المنتج المشارك نتيجة لذلك بدأ البعض يتحدث عن نهاية المصطلح الجمهور التقليدي (Audiente) والدعوة لاستبداله بمصطلح المستخدمين (Users) باعتباره يتجه مباشرة للمعنيين بالتواصل مع هذه المواقع واعتباره يتصل مباشرة بالأفراد الذين يقومون بالفعل بتغطية الأحداث والتعليق عليها وتحليلها، وباعتبار أن العلاقة بين الجمهور والوسائل الجديدة لم تعد قائمة على التلقي بل على الاستخدام النشط عبر سلسلة لا متناهية من العمليات (نسخ، طباعة، إرسال مقالات، إعادة نشر الموضوعات

¹-تسعديت قدوار الإعلام الجديد والفضاء العمومي الافتراضي:دراسة تحليلية لاستخدامات الشباب لليوتيوب ،أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر 3،ص 114.

على الشبكات الاجتماعية والتعليق عليها). واعتبار أن كل فرد أصبح يمتلك القدرة على إنتاج المضامين والتفاعل معها عبر أشكال منها: مقاطع الفيديوها والصور والملفات والأفلام والتعليق على المقالات، المدونات، والمواقع العامة التي تقوم على شراكة جماعية "تويتر-يوتيوب... وغيرها

برزت أهمية المضامين التي ينتجها المستخدمون في أعقاب بعض الأحداث الدولية وكذا أثناء الكوارث الطبيعية التي شهدتها العالم أين لعب المواطن دورا مهما في تغطية الأحداث منافسا بذلك الوسائل الإعلامية التقليدية، فالحرب التي شنتها إسرائيل على لبنان سنة 2006 تبين أن أحد الهواة قام بإنتاج فيديو ووضعه على موقع اليوتيوب وتم تحميل أكثر من 400000 مرة وهو ما حصل أيضا في تسونامي الذي مسح جنوب شرق آسيا في ديسمبر 2004 حيث كان مصدر الصور الأولى التي بثتها وسائل الإعلام التقليدية كانت من كمرات الهواتف المحمولة.¹

من أهم خصائص هذه المضامين والإعلام الجديد بشكل عام هو ديمقراطية الفعل الاتصالي بحيث أعطى الكلمة لهؤلاء الذين أعصتهم وسائل الإعلام التقليدية في الحياة الواقعية وبالتالي كان الفضاء الافتراضي كبديل من أجل التعبير على ما يشغل خاصة بالنسبة للعديد من الدول العربية، أين كانت الأنظمة السياسية تعمل بكل ما أتيح لها لمراقبة ثريان الصور، المعلومات، الأفكار، وهذا ما يفسر نجاح الإعلام الجديد وانتشاره الذي

¹ - المرجع نفسه، ص115.

أصبح يتجسد فيه الحقائق التي لا يتجرأ الإعلام التقليدي على عرضها وطرحها لقد أصبح دور الفرد متعدد في الفضاءات الافتراضية (مستهلك، منتج، موزع) انطلاقاً ما توفره منصات الإعلام الجديد، حيث أصبح بإمكان كل مواطن جمع المعلومات الحصول عليها وأن يتحول بالتالي إلى مراسل قادر على تمييز واقتراح المعلومة.¹

ب- الإعلام الجديد كبديل للإعلام التقليدي: يعتبر الإعلام الجديد كبديل للإعلام التقليدي باعتباره يتمتع بدرجة أعلى من الحرية والآنية في متابعة الأخبار وقت حدوثها، مع إمكانية المستخدمين الآخرين بالمشاركة في إنتاج المادة الإعلامية والتعليق على محتواها، كما يحفز على المشاركة العامة في الحياة الديمقراطية، بالإضافة إلى ذلك فالفضاءات العمومية الافتراضية التي شكلها الإعلام الجديد يمثل نموذجاً جديداً من الحوار يقوم على التبادل ويسمح للأفراد العاديين فرصة التعبير عن أنفسهم وهو ما لا توفره وسائل الإعلام التقليدية، وتتسم بأنها وسيلة إعلام ديمقراطية سواء من حيث عدد المشاركين في إنتاجها أو من حيث تعدد المضامين التي تطرحها، تساعد كذلك هذه الفضاءات الاتصالية الافتراضية في توسيع دائرة النقاش السياسي وتقاسم المضامين مثل الفيسبوك واليوتيوب.²

¹- المرجع نفسه، ص 121 .

²- السيد بخيت، أدوار مستخدمي الأنترنت في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة في المفاهيم وبيئة العمل، متاح على الرابط: www.arabmediastudies.org، تمت الزيارة يوم 19 أبريل 2024 على الساعة 27:22.

1-6- معايير تشكل الفضاء العمومي الافتراضي: اقترح Incolndalberg مجموعة من

المعايير لتشكيل المجال العام الافتراضي وهي:

1- الاستقلال عن الدولة والمصالح الاقتصادية: فالخطاب المقدم عبر المجال العام

¹ يجب أن يتبنى اهتمامات المواطنين ومشكلاتهم كبديل لما تقدمه السلطة

2- تبادل النقد على أسس منطقية عقلية: بحيث يتم المشاركة في الخطاب بناء

على النقد العقلاني المبرر بأدلة إقناعية

3- الانعكاسية: فعلى المشاركون أن يطرحوا رؤيتهم ووجهات نظرهم النقدية كما أن

الانعكاسية يصعب اكتشافها بسهولة في تفاعلات الأنترنت لان ردود الأفعال ووجهات

النظر تقدم في شكل مكتوب مما يصعب من حمل الأفكار والآراء من الآخرين مقارنة

بالتفاعلات وردود الأفعال الواقعية

4- تمص الدور المثالي: يتمثل هذا الدور المثالي في أن الفرد يضع نفسه مكان

الآخرين من أجل محاولة فهم حجج ووجهة نظر المشاركين الآخرين، وهذا يتطلب التزام

جميع الأطراف والاستماع لبعضهم البعض لاستمرار المناقشات فيما بينهم

¹ -صابر لامية، مطبوعة بيداغوجية لمقياس الفضاء العمومي والوسائط الجديدة، سطيف، 2019، ص 69.

5-الإخلاص: فعلى المشاركين أن يبذلوا جهدا صادقا في نقل المعلومات الصحيحة،

ويعلنوا على نواياهم واهتماماتهم واحتجاجاتهم ورغباتهم فيما يتعلق بمشكلة تكون بعين

الاعتبار

6-المساواة الإستراتيجية والإدراج: أن الإدراج في المحادثات عبر الأنترنت مرتبط

بالتباينات الاجتماعية والاختلافات الثقافية خارج الأنترنت فعلى الرغم من هذا الاختلاف

إلا أن الأفراد متساوون من حيث فرص التفاعل، لأن الفاصل في المجتمع الافتراضي هو

القوة الافتراضية وليس القوة الواقعية حيث يكون لكل شخص فرص متكافئة في التعبير عن

اتجاهاته ورغباته أي كانت¹.

1-7- أدوات تشكل الفضاء العمومي الافتراضي: للفضاء العمومي الافتراضي

مجموعة من الأدوات ساعدت على تشكله ومن بين هذه الأدوات نذكر:

1-التجمعات الافتراضية: والتي تعرف بأنها تجمعات اجتماعية نشأت من شبكة

الأنترنت (بيئة تكنولوجية) والتي بواسطتها يجتمع الأفراد ويشاركون المعلومات فيما بينهم

ويتناقشون.

¹-المرجع نفسه، ص ص 69-70.

2- البريد الإلكتروني: عبارة عن نظام للتراسل الإلكتروني اذ يتم بموجبه إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية حيث يشترط في استخدامه وجود برنامج البريد الإلكتروني والعنوان البريدي المرسل إليه.

3- المواقع الإلكترونية: عبارة عن مجموعة من الصفحات مرتبطة مع بعضها البعض ومخزنة على الخادم ويمكن زيارته عبر الأنترنت

4- رسائل ال SMS: هي خدمة وإرسال واستقبال رسالة مكتوبة، يتم إرسالها تداولها عبر شبكات الهاتف المحمول.

5- المدونات: هي صفحة واب على الأنترنت تحتوي على مجموعة من الموضوعات والمقالات وتشتمل على صور ولقطات فيديو وروابط فائقة، ويمكن للأفراد والمجموعات من خلالها نشر المعلومات المختلفة، كما يمكن للآخرين التعليق على هذه المعلومات وفتح نقاش وحوار حولها

6- التعليقات الإلكترونية: هي كتابة تعليق على خبر أو حدث (إبداء الرأي).

7- شبكات التواصل الاجتماعي: هي مجموعة من التطبيقات التي تساهم في زيادة

التفاعلات.¹

¹- المرجع نفسه، ص70.

1- ماهية الفيسبوك

2-1 تعريف الفيسبوك: هو كلمة أعجمية مكونة من قسمين فيس وتعني وجه

وبوك الكتاب وتعني الكلمة كتاب الوجوه مثلما أراد بها مؤسس الموقع.¹

تعرفه الموسوعة الإعلامية أنه موقع واب للتواصل الاجتماعي، يمكن الدخول إليه

مجانا وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها²

"وذكر الموقع الرسمي للفيسبوك بأنه موقع يعطي الناس القدرة على المشاركة والتواصل

مع الأصدقاء والأهل، ويجعل العالم أكثر انفتاحا"³

الفيسبوك هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي يساعد في تكوين العلاقات بين الأفراد

وتبادل المعلومات والنقاشات والحوارات وكذلك تبادل مقاطع الفيديو فيما بينهم فيما بينهم.

2-2- نشأة شبكة الفيسبوك: أنشأ هذا الموقع عام 2004 على يد مارك زوكربيرغ

الذي كان طالبا في جامعة هارفارد، وسمي الفيسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى

بكتب "الوجود" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف أتاحت الفرصة لهم للتعرف

والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج حيث يتفرق الطلاب

في شتى الأنحاء.

¹-حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص58.

²-حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، المجلد 2003، 07، ص2696.

³-هثيمي حسن محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دط، دار أسامة للنشر، عمان، 2015، ص89.

وهذا ما حصل حيث اقتصر الفيسبوك في البداية على جامعة هارفارد، ثم انتشر استخدامه إلى بقية الجامعات والكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات، وفي عام 2006 حصل تطور في شروط استخدام هذا الموقع حيث ألغي ما كان يشترط سابقاً للمشارك بأن يكون يمتلك حساب بريد إلكتروني صادر عن جامعة أو كلية أو شركة، فأصبح بإمكان أي شخص يمتلك بريد أن يصبح عضواً في موقع الفيسبوك وكانت النتيجة زيادة عدد المستخدمين بالملايين.

وفي الوقت نفسه قرر زوكربورغ أيضاً أن يفتح أبواب الموقع أمام المبرمجين ليقدّموا خدمات جديدة لزواره وأن يدخل في تعاقدات مع معلنين للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة.

وبذلك فقد انتشر الموقع في عموم أرجاء العالم بسرعة قياسية حتى أنه أصبح يحتل المرتبة الثانية بين أكثر المواقع زيارة على مستوى العالم، ويتم تمويل الموقع عن طريق الإعلانات حيث أن غالبية مستخدمي الفيسبوك يفتحون حسابهم الخاص بشكل يومي.¹

2-3- أهداف استخدام الفيسبوك:

* الوصول إلى الجمهور (الإعلانات): أصبحت شبكة الفيسبوك المناد الأول والأفضل

لكثير من أرباب العمل وأصحاب الشركات وحتى الأفراد العاديين ممن لديهم خدمات أو

¹ - شقرة علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 65-66.

منتجات يحاولون تسويقها ومن ثم الوصول إلى بعض العملاء الجدد، ولأن الشبكة أبحث اليوم تصم أكثر من مليار ونصف إنسان فهذا يعني أنها أفضل الخيارات لإطلاق الحملات الإعلانية والدعائية، فنظام الإعلانات يوفر الكثير من الخيارات للوصول إلى الشريحة الأكثر ملائمة وبأقل التكاليف.

***إقامة الدورات التعليمية:** مجموعات الفيسبوك ليست فقط لتبادل أطراف الحديث حول مواضيع مشتركة بل يمكن أن تستخدم بأهداف أخرى منها ما يتعلق بالتعليم وخاصة بعد التطوير والتحديثات، في السنة الماضية أطلقت الشبكة خاصية الدورات داخل المجموعات وهي الخاصية التي تمكن مدراء المجموعات من إنشاء موارد تعليمية متسلسلة.

***البيع والشراء:** يحدث أن تجد أشخاص في مجموعات متخصصة يعرضون ما لديهم من بضاعتهم يتواصلون مع من يريد الاستفسار عن الثمن ومعرفة مزيد من المعلومات عن البضاعة ثم يقومون بالتوصيل عبر المنازل.

***اللعب والتسلية:** الفيسبوك هو للعبكما هو للجد فالبعض قد يستخدم هذه الشبكة للاستمتاع بما فيها من ألعاب وتطبيقات للتسلية أما الفائدة الأكبر هي مشاركة اللعب مع الأصدقاء أو المستخدمين الآخرين داخل الشبكة.¹

¹متاح على الرابط: <http://www.tech.wd.com> تمت الزيارة يوم 25 ماي 2024 على الساعة 15:00.

2-4- مميزات الفيسبوك: يتميز الفيسبوك كغيره من الشبكات الاجتماعية بعدة

خصائص منها:

***الملف الشخصي "بروفيل"**: فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي

على المعلومات الشخصية صورك والأمور المفضلة لك من أجل التواصل مع الآخرين.

***إضافة صديق**: وبها يستطيع المستخدم إضافة إي صديق أو يبحث عن أي فرد موجود

على شبكة الفيسبوك.

***إنشاء مجموعة**: نستطيع من خلال إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت أن ننشئ

مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة.

***لوحة الحائط**: عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم

بحيث يتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم

***النكزة**: عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

***الصور**: خاصية تحمل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

***الحالة**: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال

في الوقت الحالي.

***الهدايا**: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم.

***السوق:** وهو المكان أو المساحة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.

***إنشاء صفحة خاصة على الموقع:** من أجل الترويج لفكرتك أو منتجك أو حزبك، وينتج الموقع أدوات الإدارة وتصميم الصفحة.¹

2-5- مجالات استخدام الفيسبوك:

بفضل الانتشار الواسع لهذا الموقع الاجتماعي والخدمات المتنوعة التي يتميز بها فقد أصبح وسيلة اتصال لا يمكن الاستغناء عنها ويمكن الاستفادة منها بطرق متعددة وفي مجالات مختلفة نذكر منها:

-**المجال الاجتماعي:** يساعد الفيسبوك على التواصل والتفاعل الاجتماعي عبر جميع أنحاء العالم وذلك من خلال إضافة أصدقاء، مراسلتهم ومعرفة أخبارهم والنقاش معهم والاطلاع على آرائهم وأفكارهم مما يسهل عملية تبادل المعلومات وتكامل الخبرات عبر هذا الموقع.

-**المجال العلمي:** لقد أسهمت المجموعات والصفحات المختصة بالجامعات على الفيسبوك في بناء مشاركة علمية فعالة تمكن الطالب من التواصل المباشر مع الأساتذة، وهذا الأمر أدى إلى التميز في تحديد الأهداف وانتقاء مناهج الأبحاث.

¹-المقدادي خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، صص 35-36.

-المجال الاقتصادي: يكون التدخل هنا على مستوى الأعمال والتسويق فنظرا للطفرة الهائلة التي أحدثها الفيسبوك فقد بات محل إعجاب وجذب شريحة واسعة من رجال الأعمال ورؤساء الشركات حيث ساعدهم هذا الموقع في نشر وتسويق أعمالهم.

-المجال الترفيهي: يحتوي الفيسبوك على العديد من الوسائل المسلية والممتعة من مجموعات ترفيهية أو تطبيقات أو ألعاب.¹

2-6-دوافع استخدام موقع الفيسبوك:

الفيسبوك هو شبكة رقمية عالمية تضم تحت مظلتها الكثير من الخدمات التي تحقق الكثير من الأهداف فالهدف الأساسي من هذه الشبكة هو التواصل بالأصدقاء والتفاعل مع المحتوى المنشور ومن خلال هذا نستعرض دوافع استخدام الفيسبوك وهي كالتالي:

-الانغماس في مجتمع آخر لمعرفة عاداته وتقاليده.

-التواصل مع الأصدقاء والعائلة والأصدقاء القدامى.

-متابعة الشخصيات المشهورة.

-الدعاة أصبح لديهم صفحات خاصة بهم في الفيسبوك هذه الصفحات يمكن الاشتراك فيها بالتعرف على زر الإعجاب.

¹-الشمرواني عثمان محمد،شبكات التواصل الاجتماعي، د ط، جدة،2014،ص50.

-متابعة جديد الأخبار وملخصات الأحداث.

-إرسال هدايا افتراضية وذلك من خلال إرسال قالب قاطو أو شموع أو ورود تكون افتراضية على الموقع.

-الاحتفال بمناسبة معينة سواء كانت تهاني عيد ميلاد أو أشياء أخرى.

-تسويق الذات والمنتجات وذلك من خلال موقع الفيسبوك الذي يجمع الناس في مجتمع واحد حيث يسهل التواصل فيما بينهم وكذلك يسهل إيصال الفكرة والمنتج لأكبر عدد ممكن من الناس

-التسلية مع الأصدقاء من خلال الدردشة وتبادل الصور والفيديوهات.

-دعوة الأصدقاء إلى حفلات وسهرات وذلك يقلل حجم التكلفة.¹

¹-متاح على الرابط: <http://www.tech.wd.com>.

2-7- إيجابيات وسلبيات موقع الفيسبوك:

❖ إيجابيات موقع الفيسبوك:

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم ومن هذه الخدمات ما يلي:

- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع.
- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال فالإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين وكذلك يمكن إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات.
- يتيح الفيسبوك فرصة تحميل البومات الصور.
- التواصل مع مجتمعات افتراضية متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات.
- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها ومن ثم الرجوع إليها في أي وقت يشاء حيث يمكن الفيسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.¹

1-شقرة علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، المرجع السابق، ص (67-69).

❖ سلبيات موقع الفيسبوك:

-إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيسبوك والتواصل عبر مجتمعات افتراضية وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات.

-انتهاك خصوصية المشتركين حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبادهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية مجرد نشرها.

-استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية، يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفيسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك.

-انعدام المراقبة المنتظمة على الموقع بحيث يمكن السب والقذف بطريقة علنية.

-اكتساب عادات وتقاليد غريبة بعيدة عن العادات العربية والشرقية.

-ظهور مواقع في استغلال أطفال مراهقين في أعمال انحرافية من خلال غرف الدردشة

والبريد الإلكتروني.¹

¹-المرجع نفسه.ص ص71-72.

خلاصة:

من خلال ما سبق نستنتج أن الفضاء العمومي الافتراضي (الفييس بوك) أصبح اليوم البديل الأمثل للفضاء العمومي الكلاسيكي هذا الأخير كانت في ظلّه المجتمعات محاصرة بالحدود الزمانية والمكانية، ولكن بعدما تغير مركز النقاش أصبحت المجتمعات منفتحة تتناقش مختلف القضايا العابرة للأوطان واستطاعت أن تجسد مختلف الأفكار والآراء على الصعيد المحلي والعالمى.

مدخل للرأي العام:

تمهيد:

يعد الرأي العام أحد ركائز البناء الديمقراطي نظرا لأهميته و ضرورته في توفير الفضاءات والمنابر المثرية للحوارات والنقاشات التي توصل للصواب، وما له من علاقة تأثير وتأثر بوسائل الإعلام المختلفة في تشكيل الرأي العام نحو القضايا والمشكلات المختلفة التي تواجه المجتمع.

وشهد الرأي العام تطورا هائلا خصوصا مع الثورة التكنولوجية وما أتاحتها من فرص التعبير عن الرأي بحرية، وحتى أصبح حجم المعلومات نتاجا بشكل فوري أمام الأشخاص مما أدى إلى زيادة المعرفة حول العديد من القضايا، كما أتاحت الفرصة أمام الجمهور أن ينتج مادته ويقدم معلومات يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير عن النخب السياسية .

1-1 مفهوم الرأي العام:

عرف مختار توهامي الرأي العام "هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية، أو قيامها الإنسانية بشكل مباشر"¹ يعرفه إسماعيل علي سعد " بأنه حصيلة أفكار أو معتقدات أو مواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن أو شؤون تمس النسق الاجتماعي،² كأفراد وتنظيمات والنظم التي يمكن أن تؤثر في تشكيلها

يعرفه وليام بيچ: "بأنه تعبير عن موضوع معين يكون موضوع مناقشة من جماعة ما ويصفه كنتاج للتفاعل بين الجماعات من الأفراد يتناولون بالمناقشة قضية أو موضوع ما جدليا تتعارض الرأى فيه أو تتساوى ويشترط أن تتم عملية الرأي العام في اتجاه اتخاذ القرار وتصل إلى من بيدهم القدرة على اتخاذ القرارات"³ يعرفه ليونارد دوب: "بأنه ميول الناس نحو قضية ما إذا كان هؤلاء الناس يمثلون فئة اجتماعية واحدة.⁴

¹-مختار توهامي، الرأي العام والحرب النفسية، دار الفكر، القاهرة، 1974، ص 17.

²- إسماعيل علي سعد، الاتصال و الرأي العام، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1981، ص 82.

³-صاولي عبد المالك، مطبوعة مطبوعة تقييم الرأي العام، جامعة مسيلة، 2023، ص 07 .

⁴-حاتم محمد عبد القادر، الإعلام في القرآن الكريم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002، ص 48.

وجملة القول الرأي العام يعبر عن آراء الجماهير بعد المناقشة والتفاعل بين الأفراد والجماعات ولا يمكن اعتباره اتجاها انفعاليا يصدر من جمهور منفعل ويلتقي التقاء مؤقت بل هو حكما عقليا يصدر من جمهور يشتركون بالانتماء ويرتبطون بمصالح مشتركة حول موقف من المواقف أو التصرف من التصرفات أو قضية يثار حولها الجدل

1-2-نشأة الرأي العام:

هذا المصطلح ظهر في أواخر القرن الثامن عشر خلال الثورة الفرنسية لكن قبل ذلك استخدمت الحضارات القديمة عدة مصطلحات ومفاهيم ذات صلة بالرأي العام خاصة في الحضارات التي عرفت الدول (المدينة).

فعند الإغريق الرأي العام كان في أثينا واسبرطة هو الحاكم المباشر الذي يسيطر على كافة نشاطات المدينة وكان يتم ذلك عن طريق اجتماع من لهم حق المواطنة في هيئة أو برلمان وتكون لهم جميع الصلاحيات لاتخاذ القرارات التي تصب في مصلحة¹ المجتمع وذلك بأخذ رأي الأغلبية.

¹- العبدى خيرة،رهانات حضور المثقف في بيئة الإعلام الجديد:مقاربة عن دور المثقف في صناعة الرأي العام عبر الفضاء العام الافتراضي،مجلة دراسات وأبحاث في العلوم الإنسانية والاجتماعية،2020،ص336.

وقد تميزت المجتمعات التقليدية في العصور الوسطى بأنشطة ومواقف تشكل رأيا عام حيث كانوا يتداولون تعابير مشابهة له تدل عليه مثل رأي الأغلبية، إرادة الشعب، صوت الشعب جماهير وعامة الناس.

والإمبراطورية اليونانية ساهمت في إعطاء الرأي العام مكانة واسعة لتسيير شؤون المجتمع بحيث عرفت مفاهيم مشابهة وقريبة تعبر عن الرأي العام مثل الاتفاق العام الاتجاهات السائدة وعمل شعبها على إيجاد وسائل لإبداء آراءهم وأفكارهم وذلك من خلال النقاشات الجدلية التي ظهرت عن طريق الجمعية العامة التي تمثل القضاء الآن.¹

أما في الإسلام فقد كان للرأي العام أهمية كبرى وذلك من خلال تطبيق مبدأ الشورى ووجود ما يسمى بأهل الحل والعقد

أما في القرن التاسع عشر شهدت هذه الفترة الثورة الصناعية وانقل الفكر السياسي من فرنسا إلى إنجلترا وخلال تلك الفترة ظهرت مؤلفات عديدة وأشارت أن الرأي العام له قوة تؤثر على الحكومة والقوانين.

وفي القرن العشرين شهد اهتماما واسعا بالرأي العام وفي أول القرن ظهرت دراسات عديدة خاصة بعد الحرب العالمية الأولى وذلك لدراسة تأثير الدعاية على الرأي العام وظهرت دراسات الحرب النفسية ودراسات مسوح الرأي العام، وفي خمسينيات القرن الماضي

¹ - العبدى خيرة، رهانات حضور المثقف في بيئة الإعلام الجديد: مقارنة عن دور المثقف في صناعة الرأي العام عبر الفضاء العام الافتراضي، مرجع سبق ذكره، ص336.

ظهرت وسائل اتصال جديدة مثل التلفزيون والذي مارس تأثيرا على تطوير الإعلام وتوجيه الرأي العام وفي السنوات الأخيرة كانت ثورة الاتصالات المعاصرة والتي قامت على التكنولوجيا الحديثة وكان لها الأثر البالغ في تشكيل الرأي العام¹.

1-3- أهمية الرأي العام: وتكمن أهميته فيما يلي:

- إن الرأي العام قوة يجب الاهتمام بها لممارسة الخدمة الاجتماعية، لما له من أثر فعال في توجيه المجتمع وتنفيذ المشروعات المختلفة على اختلاف أنواعها وبالتالي يجب علينا الحصول على ثقة الرأي العام.

- يستعان بدراسات عن اتجاه الرأي العام في الكثير من المسائل الحيوية الهامة قبل أن تصدر الدولة التشريعات أو القوانين المحددة لمسار السياسة العامة.

- لا يمكن تجاهل الرأي العام في أي مجتمع لأن الجماهير لها قدرة قوية على تشكيل السياسة المجتمعية وتنظيمها، وتؤكد ذلك الدراسات في طريقة تنظيم المجتمع.

- إن قوة الرأي العام ورقية في المجتمع دليل على احترام الحقوق العامة لأفراده.

- يعتبر الرأي العام هو صاحب المصلحة الحقيقية في جهود مهنة الخدمة الاجتماعية، وبالتالي فإن تأثير المهنة في المجتمع يستشعر بها الرأي العام، ومن هنا فإننا من أجل

¹حساولي عبد الملك، المرجع السابق، ص ص 13-14.

زيادة الاعتراف المجتمعي، بمهنة الخدمة الاجتماعية، كان علينا أولاً أن يؤثر على الرأي العام لخلق شعور واتجاه عام ايجابي تجاه المهنة وخدماتها.

-يؤثر الرأي العام على المشروعات المجتمعية ب مداومة مطالبته بالتركيز على الجانب الاجتماعي في المشروعات الاقتصادية، ومهنة الخدمة الاجتماعية لها دور أساسي في تحقيق ذلك.¹

1-4- خصائص الرأي العام:

أصبح الرأي العام قوة ضخمة في مجتمعنا الدولي المعاصر، كنتيجة طبيعية لتطور الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها، نتيجة لتقدم العلوم والتكنولوجيا وانتشار التعليم، وما صاحب ذلك من تقدم في وسائل الاتصال وأساليب الطباعة والنشر وتطور أجهزة الإعلام وازدياد فعاليتها، ويتميز الرأي العام بمجموعة من الخصائص يطرحها الدكتور عبد الوهاب كحيل وهي:

-أن الرأي العام يمثل سلوكاً جمعياً كامناً في بعض المواقف وظاهر في بعض المواقف، فقد يكون مجرد وجهات نظر أحيانا وقد يكون تعبيراً صريحاً لفظياً وحركياً.

-الرأي العام قد يكون مستمراً أو غير مستمر، وقد يكون مؤسساً على الترشيح والتعجيل الذي يقوم به الزعماء والمفكرين، وقد يكون تعبيراً عن البغضاء الذي تحمله الجماعة.

¹-كافي مصطفى يوسف، الرأي العام ونظريات الاتصال، المرجع السابق، ص30.

- لا يظل الرأي العام مستثار لفترة طويلة من الزمن إلا إذا ظلت الحوادث الجارية تساند هذه الاستثارة أو إذا شعر الناس أن المسألة تتعلق بمصالحهم بشكل واضح.

- في حالة ارتفاع نسبة التعليم وتوافر الإعلام يكون الرأي العام قوياً صلباً، فأصحاب التعليم والمتقنون أكثر استعداداً للموافقة على الآراء الأقرب إلى الموضوعية.

- قد يبنى الرأي العام على الأهواء والرغبات، وفي مثل هذه الحالة فإنه يتخذ موقفاً متطرفاً بالنسبة للأحداث والقضايا.

- قد يتكون رأي عام حول بعض المشاكل ولكن لا يستطيع الرأي العام التوصل إلى حل لها.¹

- كما يعبر الرأي العام عن حالة فكرية أو وجهة نظر جماعية، ظاهرة أو كامنة، تمحورت حول حدث معين وتكونت بفعل مؤثرات إعلامية متعددة، وهذا ما يميز عن العادات التي تكون غالباً سلوكاً مفروضاً بالضغط الاجتماعي.²

¹- سلامة سمير، دحمان سالم، صناعة الرأي العام وأثره على سياسة الدولة: دراسة حالة الحراك في الوطن العربي، مذكرة لنيل شهادة الماسثر في العلوم السياسية تخصص: دراسات أمنية واستراتيجية، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2020، الجزائر، ص 14/15.

²- هاني رضا، رامزعمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، ط2، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2013، ص 26-27.

1-5- أنواع الرأي العام وتقسيماته:

أ-التقسيم حسب عمق التأثير والتأثر: يقسم مجموعة من الباحثين الرأي العام إلى ثلاثة أنواع حسب درجة تأثيرها في المجتمع ومدى تأثير المجتمع بها.

*الرأي العام القائد-المسيطر: يتمثل هذا الرأي في صفوة المجتمع ونخبته التي تتمثل في القادة والمفكرين والعلماء والسياسة، حيث أن نسبة هذه الفئة جد ضئيلة في المجتمع، إذ يمتلكون قدر كبير في التأثير في غيرهم من خلال كونهم قادة رأي في المجتمع. ولما لهم من تأثير إقناعي كبير في نفوس العامة، ويرى الكثير من الباحثين أن هذه الفئة لا تتأثر بوسائل الإعلام ومختلف أنواع المضامين الإعلامية، وإنما هم الذين يؤثرون في وسائل الإعلام.

*الرأي العام القارئ أو المثقف: يمثل هذا الرأي نسبة لا بأس بها في المجتمع ويتمثلون في مثقفي المجتمع ومثقفيه، وهي فئة تقل نسبة ثقافتها مقارنة بالفئة السابقة. (صفوة المجتمع)، وكما أن حجم هذا النوع يختلف حسب الدرجة التعليمية والثقافية التي يتمتع بها إذ تتأثر فأتها تأثيرا نوعيا وطبقيا وكذلك حسب مستوى الوعي والثقافة التي يتمتع بها.

*الرأي العام المنساق أو المنقاد: ويمثل رأي السواد الأعظم من الناس فهؤلاء يكونون

عرضة لتأثير وسائل الإعلام ويتقبلون ما ينشر ويذاع دون تمحيص أو تدبر ويكونون

عرضة لحمولات الدعاية¹

ب-التقسيم حسب عنصر الزمن: يرى بعض الباحثين أنه من المهم أخذ المعيار الزمني

كعنصر أساسي في تقسيم الرأي العام، حيث يصنف الرأي العام زمانياً إلى ثلاثة أنواع

وهي:

*الرأي العام الدائم-المستمر-المستقر: ينشأ بسبب مجموعة من العوامل الحضارية

أو الثقافية ويعد الدين والعادات والتقاليد أهم عناصره من خلال المشاعر والأحاسيس

للجماهير، ويكون أكثر رسوخاً كما أنه يمتاز بالاستقرار والثبات على مر العصور.

*الرأي العام المؤقت: يركز انتشار هذا النوع من أنواع الرأي العام على عوامل زمنية

ومكانية تتمثل في المنظمات الدولية والهيئات الحكومية والأحزاب السياسية ذات البرامج

المحددة وينتهي هذا النوع بانتهاء تغير أحد العوامل مثال ذلك موقف الناخبين من مرشح

معين في الدول الديمقراطية إذ ينتهي الحدث بانتهاء الانتخابات.

¹- بضياف سوهيلة، مطبوعة بيداغوجية في مقياس: قياس الجمهور والرأي العام، جامعة 20 اوت

1955، 2019، ص23.

*الرأي العام اليومي-المتقلب: يمثل هذا النوع في وسائل الإعلام بالدعاية وإطلاق

الشائعات بسبب مس مصالح الناس ومثال لذلك موقف الجماهير من ارتفاع الأسعار¹

ج-التقسيم حسب أنواع الرأي: وينقسم إلى نوعين:

*الرأي الشخصي: وهو الرأي الذي يكونه الفرد لنفسه طبقاً لدرجة ثقافته وخبراته

وتفاعله واتصاله مع المجتمع، وهو الرأي الذي يرغب في أن يشارك به المجموعة ويعبر عنه من وجهة نظره دون أن يخشى من الجهر به شيئاً.

*الرأي الخاص: هو ذلك الجزء من الرأي الذي يرغب الفرد في أن يحتفظ به لنفسه

ولا يبوح به خشية تعرض نفسه للضرر².

د-التقسيم الكمي للرأي العام: ينقسم إلى أربعة أنواع وهي:

*رأي الأغلبية: وهو لرأي الذي يمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة وهو تجميع

وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفاعلة.

¹-محي الدين عبد الحليم، الرأي العام: مفهومه وأنواعه-عوامل تشكله و وظائفه وقوانينه-طرق قياسه وأساليب تغييره، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2009، ص63.

²-حسين عبد القادر، الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة، دونطبعة، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، 2020، ص35.

*رأي الأقلية: هو رأي ما يقل عن نصف الجماعة ويعبر عن رأي طائفة من الناس

لا يستهان بها فقد تكون بين صفوف الأقلية بعض الأكفاء والمتخصصين المؤثرين في القضايا المثارة بعلمهم لانتمائهم الحزبي

*الرأي الإئتلافي: رأي جملة من الأقليات المختلفة في اتجاهاتها والتي تجمعت لتحقيق

هدف معين تحت ظروف خاصة وهو ليس وليد المناقشة وإنما نتاج عوامل خارجية عارضة، ومتى زالت هذه الأسباب يزول هذا الرأي.¹

*الرأي الساحق: وهو حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة أو أكثريتها الساحقة، وهو

ليس رأي الأغلبية، إنما رأي قريب من الإجماع ويقترّب من العادات والعرف والتقاليد.²

ه-التقسيم حسب التواجد:

و-التقسيم حسب درجة الظهور: وينقسم إلى نوعين:

*رأي عام كامن: أي غير معلن يظهر عند حدوث مشكلة معينة تتطلب اتخاذ موقف

من أحاسيس الناس ومشاعرهم حول تحقيق قضية معينة مثل تحقيق اتفاقية السلام وإنهاء حرب في بلد من البلدان بين الأطراف المتنازعة.

1-عاطف عدلي العبد، عاطف العبد نهى، الرأي العام والفضائيات دراسة في ترتيب الأولويات، ط1، دار الفكر

العربي، القاهرة، 2007، ص15.

2-المرجع نفسه، ص15.

*رأي عام ظاهر: يهتم هذا النوع بإثارة القضايا المرتبطة بالمصالح اليومية للناس ويكون مصاحب لكل أنواع الرأي العام وذلك لتوفير مناخ حرية التعبير عن الرأي العام فكل شخص لا يخشى ما يقول في الشارع العام أو وسائل الإعلام.¹

ي-التقسيم حسب النطاق الجغرافي: وينقسم إلى أربعة أنواع وهي:

*الرأي العام المحلي: هو الرأي العام السائد في رقعة جغرافية ضيقة أو صغيرة نوعا ما أو حتى في نطاق محلي، إذ هو الرأي المعبر عن مستوى إقليمي، أي داخل إقليم وفي نطاق مصالح هذا الإقليم، ويعكس جميع صفات الرأي العام الوطني، لكن بدرجة أكثر نوعية وتركيزا، ويمكن تحديده بصفات أهمها:²

الانتماء: هو الشعور القوي لدى الجماهير بالانتماء للمجتمع المحلي.

الصغر: كون المجتمع وحدة مستقلة تصلح للملاحظة، كما يصلح أي جزء منها

للملاحظة.

التجانس: بمعنى تشابه الأفراد واتجاهاتهم على أساس المستوى الاجتماعي، السن

والجنس، الاهتمامات المحلية والمستويات التعليمية.

¹- الرضي برير، تيراث محمد على الرابط: <http://portal.arid.my> تمت الزيارة يوم 2024/03/04 على

الساعة 09:30.

²-زودة مبارك، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام: الثورة التونسية أنموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012، ص70.

*الرأي العام الوطني أو القومي: هو الرأي العام الذي يرتبط بالدولة أو الوطن أو

النطاق القومي الكائن به، ويتميز بخصائص أهمها:

التجانس: بالرغم من مختلف الخلافات والنزاعات الداخلية التي قد تصل إلى حد

الصراع، إلا أن الرأي العام الوطني يملك خلفية من التراث والتقاليد

إمكانية التنبؤ به وبأبعاده: عن طريق الدراسات المسحية الاستطلاعية التي تقوم بها

مراكز ووحدات بحوث الرأي العام.

معالجة المشاكل القومية: على أساس أن هذه المشاكل الوطنية تعني الرأي العام

بالدرجة الأولى، وبالتالي يندر أن يمثل مضمونه إحدى المسائل الدولية إلا إذا كانت تمس

الاهتمامات الوطنية.

الرأي العام الإقليمي: هو الرأي العام السائد بين مجموعة من المجتمعات والشعوب

المتجاورة جغرافياً، أو ترتبط دينياً، عرقياً، لغوياً، تاريخياً، أو تتقارب في العادات والتقاليد

أو يربطها مصير مشترك، أو حتى تشابه من حيث الأوضاع السياسية، الاقتصادية،

الاجتماعية، وله مقومات أهمها:

-المصلحة المشتركة.

-التاريخ المشترك أو الارتباط التاريخي.

-تقارب العادات والتقاليد.

-تشابه النظم السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية.¹

*الرأي العام الدولي أو العالمي: يقصد به رأي الشعوب وليس رأي الحكومات وينشأ

هذا الرأي نتيجة ظهور قضايا تهم كافة الشعوب مثل: الحروب، الكوارث، قضايا حقوق

الإنسان والانتهاكات التي تتعرض لها... لكن الواقع العالمي اليوم يتجه إلى إلغاء الفروق

والتمايز بين البشر، وهذا من خلال القضايا المطروحة من خلال تكنولوجيات الإعلام

والاتصال الحديثة.

ويذهب بتقرير "ماكبرايد" إلى أن الرأي العام يتشكل تدريجياً إما حول مشكلات وطنية

مشتركة بين عدد كبير من الدول مثل: التخلف، الجوع، سوء التغذية... أو قضايا ذات نطاق

دولي مثل: التعاون من أجل التنمية، إقامة نظام دولي اقتصادي جديد²

1-6- مراحل تكوين الرأي العام:

بما أن الرأي العام ظاهرة اجتماعية يتم قياسها لدى مجتمع معين أو جماعة معينة،

فإن العلاقات داخل هذه الجماعات تمتاز بتنوع المشكلات والموضوعات سواء الطارئة أو

العابرة أو المستمرة، والتي يدور حولها النقاش والتفاهم، وصولاً إلى موقف جماعي، ولذلك

يتكون الرأي العام أحياناً تلقائياً وأحياناً أخرى مقصوداً.

1- المرجع نفسه، ص70

2- المرجع نفسه، 71.

تستقطب المشكلات الطارئة أكثرية الرأي العام، وخاصة الكوارث الطبيعية والأزمات السياسية والأحداث الهامة، والصراعات التي يتم الحديث عنها في كل مكان، مثلما كانت القضية الفلسطينية حديث العام والخاص في المجتمع الجزائري، باعتبارها مشكلة أو أزمة حشدت الاهتمام لمدة طويلة.

ويتفق الكثير من الباحثين على أن عملية تكوين الرأي العام تمر بالمراحل التالية:¹

أولاً: نشأة المشكلة أو الموضوع: يبدأ الرأي العام بمشكلة عامة، طالما إن الأمور تسير بتلقائية وعادية وروتينية. ويتم حل المسائل العامة طالما جرت عليه العادة وحسب القوانين المعمول بها، وتنشأ المشكلة بصورة تدريجية وغير واضحة أحيانا وبصورة فجائية وبارزة وملفتة للانتباه.

ثانياً: إدراك المشكلة ومعرفتها: وتأتي في صورة محاولة تحديد وضع المشكلة وطبيعتها بما يهيئ الفرصة لمناقشتها، وباعتبارها ومرحلة الإدراك، فالمقصود بها كيفية فهم موضوع معين وهو أثر تلك المشكلة من الناحية الذاتية أو الفردية، لأن الأفراد يختلفون في الظروف التي تحيط بهم فتختلف طريقتهم في الإدراك عامة والإدراك السياسي بوجه خاص.

ثالثاً: مناقشة المشكلة: يتم مناقشة المشكلة في جلسات عامة تعرض فيها وجهات النظر المختلفة، تنتشرها وتنقلها وسائل الإعلام، وخلال ذلك يتم التعرف على العوامل المؤثرة في

¹-منغور أحمد، موقف الرأي العام الفرنسي من الثورة الجزائرية 1954-1962، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في تاريخ الحركة الوطنية، جامعة منتوري قسنطينة، 2006، ص 28.

المشكلة. وقد تسهم الصحافة بالتعليق على ما يدور في المناقشات حول المسألة، وفي هذه المرحلة يتطلع المهتمون إلى إمكانية إيجاد حل في صورة فعل أو إجراء، والمهم في هذه المرحلة هو دراسة معالم المشكلة. وارتباطها بمعالم حياة المجتمع، لاكتشاف درجة أهمية المشكلة والإلحاح على إيجاد الحل لها أو العكس.

رابعاً: الاقتراحات والآراء حول المشكلة: عندما تتقدم المناقشات وتقطع أشواطاً طويلة، تبرز من خلالها حلول مختلفة واقتراحات متعددة حيال هذه المشكلة، ويؤدي ذلك إلى ظهور اتجاهات معينة لدى الأفراد والجماعات تبين مدى ارتباط تلك المجموعات بالمسألة وعنايتها بها أكثر من غيرها، وتقدم هذه الجماعات حلاً جديداً بالنقاش.

خامساً: صراع الآراء: ينشأ الصراع بفعل احترام المناقشة واختلاف وجهات النظر حول طريقة حل هذه المسألة ويمكن إرجاع هذا الصراع إلى طريقة فهم كل جماعة لهذه المشكلة.¹ يشتد في هذه المرحلة تأثير العواطف وتستخدم فيها الشعارات، وتظهر الإشاعات، وتتكون الجماعات الصغيرة التي تبقى تدافع على رأيها، وهكذا تتبلور الآراء وتتحدد معالمها، وتتصارع وتتصادم هذه الآراء بسبب اختلاف فهم كل مجموعة لهذه المسألة.

سادساً: تبلور الآراء: خلال هذه المرحلة تتبلور أسس معينة وأبعاد محدودة تتركز حولها مختلف حالات الرأي العام، ويؤدي الصراع في وجهات النظر إلى تطور مزدوج يتمثل في

¹-المرجع نفسه، ص ص 29-30.

إيضاح المفاهيم الأساسية التي تدور حولها المشكلة ومن ناحية أخرى تسوية المواقف الضعيفة أو قليلة الاختلاف وهكذا يتجه الصراع إلى الحسم في إطار ضيق بين مجموعة صغيرة من المواقف ويختزل هذا الصراع إلى ثلاثة مواقف هي: إما مؤيد مع اختلاف درجة التأييد، وإما معارض مع اختلاف درجة المعارضة، وإما لم يتم التوصل بعد إلى رأي معين. **سابعاً:** التقارب في الآراء: وهو وفاق بين الآراء، جاء بفضل المباحثات والنقاشات والخطب والدعاية وتبلور الاتجاهات المؤيدة أو المعارضة وهذا لا يعني أن كل الناس لهم نفس الموقف، فالاتفاق ليس تاماً وكاملاً، وهذا ما يؤدي أحياناً إلى إجراء تصويت على المسألة، فتكون النتيجة إما رأي الأقلية مؤيدة للأغلبية والعكس صحيح، ويتم استبعاد الآراء غير الواقعية وقد يصل الجميع إلى رأي وسط حيث يتم دمج حلين أو أكثر في حل واحد شامل¹.

1-7- عوامل تشكيل الرأي العام:

وتتمثل فيما يلي:

➤ **نشر التعليم:** فلا يمكن أن يقوم رأي عام ناضج مستنير بين أفراد مجتمع يسوده الجهل، وتنتشر فيه الأمية، ولهذا يجب العمل على التخلص من الأمية حتى يتمكن من المشاركة الفعلية في مناقشة القضايا التي تعني له، على أن انتشار الوعي الاجتماعي والقومي بين أفراد المجتمع وشعورهم بالولاء

¹ - المرجع نفسه، ص 31..

للمجتمع، بتراثهما الاجتماعي، مما يساعد على تكوين رأي عام له أهمية، حتى ولو كانوا غير متعلمين.¹

➤ **العادات والتقاليد:** تتميز الشعوب وخاصة ذات التاريخ العريق، التي تنتمي إلى موروث ثقافي اجتماعي بما فيها العادات والتقاليد باحترامها لتلك العادات والتقاليد وتعلقها بهما، وغالبا ما تكون تلك العادات والتقاليد عصبية على التغيير أو تقبل التغيير.²

➤ **العوامل السياسية:** يؤثر المناخ السياسي وطبيعته في تشكيل الرأي العام وتزداد فعالية العامل السياسي في الدول الديمقراطية أكثر من الدول الأخرى وتمنح الدول التي تتمتع بنظام ديمقراطي مواطنيها حق المشاركة في صنع القرار السياسي عبر استفتاءه على القوانين قبل إصدارها من السلطات الحكومية لمعرفة وجهة نظره في هذا الشأن، لاسيما في القرارات التي تتصل بمصير الشعب.

➤ **العوامل الاقتصادية:** تعتبر من أهم العوامل المؤثرة على الرأي العام فالأوضاع القائمة داخل الدولة تؤثر في تكوينه³. حيث يكون للرأي العام دورا فاعلا في

¹-جمعي سجية، تأثير وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الرأي العام، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2023، ص421.

²-منصر خالد، دور الصحافة الإلكترونية في تكوين الرأي العام: مقاربة نظرية، مجلة تاريخ العلوم، جامعة خنشلة، 2018، ص60.

³-فرحات مهدي، دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر، المرجع السابق، ص141.

حركة المجتمع والقرارات الحكومية في المجتمعات الاقتصادية المتطورة، فلا

تستطيع الحكومة أن تصنع برنامجا اقتصاديا يتعلق بحياة الناس من دون أن

تطلق مجساتها لمعرفة اتجاه الرأي العام.¹

➤ **الدين:** وهو بدوره يؤثر على آراء الأفراد وسلوكهم ويلعب رجال الدين دورا هاما

في التأثير على سلوك الأفراد والجماعات، وبالتالي على اتجاهات الرأي العام.

➤ **الأحداث والأزمات الهامة:** تؤثر الأحداث الهامة مثل الحروب أو الأزمات أو

المشكلات الاقتصادية والاكتشافات العلمية تأثيرا بالغ الأهمية في تكوين

اتجاهات جديدة للرأي العام.²

➤ **الأسرة:** يعد الرأي العام نتاجا لتداخل مجموعة من العوامل التي تتفاعل مع

بعضها البعض، مع تفاوت التأثير والأهمية النسبية لكل عامل، وتعد الأسرة

من أهم العوامل المؤثرة في الرأي العام، وخاصة مع الطبيعة الاجتماعية

للإنسان ككائن حي، ومن خلال التفاعل المستمر مع مختلف الجماعات

الاجتماعية التي ينتمي إليها، والأسرة باعتبارها أول محيط اجتماعي يتفاعل

الفرد خلاله ، تمثل أكبر مؤثر على اتجاهات ومعتقدات وميول الأفراد.

¹-الدعيمي غالب كاظم جباد، التلفزيون وصناعة الرأي العام، ط1، أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص95.

²- أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر

والتوزيع، عمان، 2016، ص79.

➤ **الشائعات:** تعد الشائعات من أخطر العوامل المؤثرة في الرأي العام وخاصة مع ما تتميز به من سريان يجعلها سريعة الانتشار وقوية التأثير، والشائعة تقوم على أساس انتزاع بعض الأخبار، والمعلومات. و معالجتها بالمبالغة والتهويل أحيانا، وبالتأكيد في أحيان أخرى وتتجه الشائعة دائما إلى مخاطبة المشاعر والانفعالات، وتصاغ في صورة تسهل من عملية انتشارها، وبصفة عامة تعتمد على تحريف الأحداث.¹

➤ **الشعور الوطني:** يتأثر الشعور الوطني في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا ذات الصبغة الوطنية ففي حال تعارض المواقف مع المصلحة الوطنية يتحول الرأي العام بسرعة نحو الأهداف والمصالح الوطنية لأن الشعور بالحس الوطني يؤثر ويتأثر بالقضايا الوطنية والتي تؤثر بمجملها على حياة الجمهور وعلى اتجاهات الرأي العام من الفرد والجماعة، ومن هنا لابد من تصويب هذا الاتجاه حتى لا تؤثر هذه القضايا على النواحي الاجتماعية في الوطن العربي.²

➤ **المجتمع المدني:** يطلق مسمى المجتمع المدني على مجموعة المنظمات التطوعية التي تملأ المجال العام بين الأسرة والدولة لتحقيق مصالح أفرادها

¹-شدون علي شبيبة،العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق،د.ط،دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية،2016،ص322.

²-الدليمي عبد الرزاق محمد،المدخل في وسائل الإعلام والاتصال،ط1،دار الثقافة،عمان،2011،ص95.

ملتزمة بذلك بقيم ومعايير الاحترام والتراضي والتسامح والإدارة السليمة والتنوع والاختلاف.

-كما يمكن تعريف المجتمع المدني على أنه بلورة أنماط من العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، وهذه العلاقات تكون محصلة تفاعل بين القوى والتكوينات الاجتماعية المختلفة في المجتمع، وهي ليست ذات طبيعة واحدة، فقد تكون تعاونية أو تنافسية وذلك طبقاً لدرجة الإتقان العام داخل المجتمع وطبقاً لدرجة التباين بين القوى المختلفة من حيث مصالحها أو تصوراتها، وبالتالي فالمجتمع المدني لا يتم بالضرورة بالتجانس. -إن مفهوم المجتمع المدني لا يعني فقط مفهوم الرابطة الاجتماعية كأساس للاجتماع، بل إنه يرتبط أيضاً بمفهوم القانون والعقد الاجتماعي وهو بذلك يجسد مفهوم السياسة الحديثة بوصفها نابعةً من المجتمع البشري، وبالتالي فإن لفظي "دولة" و "مجتمع مدني" تتطابقان ولا يمكن الفصل بينهما¹.

➤ وسائل الإعلام: الإعلام هو نشر الأخبار والحقائق والمعلومات الصحيحة حول القضايا التي تهم الناس ويقوم على مبدأ الصدق وصراحة عقول الجماهير، على عكس الدعاية التي تحاول التأثير في الدوافع والانفعالات ومفاجأة الجمهور بالأخبار والتهويل فيها وتقديم الوعود الكاذبة.

¹-بطرس حلاق:الرأي العام وطرق قياسه،الجامعة الافتراضية السورية،2020،ص78.

ومن هنا فإن الدعاية والإعلام يعدان القوة الضاربة والفعالة لهما تأثير كبير في تشكيل الرأي العام، حيث تلجأ إليهما بعض أجهزة الدعاية الأساسية لجعل بعض الجماعات الثانوية كالاتحادات الطلابية والجمعيات الدينية منافذ مراسب تسري فيها الدعاية الحربية وتعزز اتجاهاتها.¹

1-8- أساليب تكوين الرأي العام:

يمكن أن تحدد الرسالة الإعلامية أساليب الرأي العام المستخدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، وذلك من خلال تأثيرها وفعاليتها من ناحية القضية أو الحدث أو المسألة التي تتعلق بها، وحدد الباحثون أساليب تغيير وتكوين الرأي العام في العناصر التالية:

❖ **أسلوب الإثارة العاطفية:** يعتمد هذا الأسلوب على الإثارة العاطفية لا على المناقشة

والإقناع ويركز على إثارة العاطفة لدى الجماهير، ومن بين الأمثلة نجد هتار الذي استخدم هذا الأسلوب بتركيزه على جمهور النساء باعتبارهن ذات عاطفة قوية أكبر من الرجال، فالاستجابة لدى النساء عاطفية أكثر منها عقلية، وقد استخدم في أسلوبه الدعائي الإثارة العاطفية للمرأة للتأثير على الرأي العام، خاصة عاطفة الحقد أو إثارة العواطف تجاه العوامل القومية أو السياسية أو الدينية، مثلما فعله إسرائيل لكسب تأثير الرأي العام العالمي نحوها بأنها شعب الله المختار، وبأنها مضطهدة من قبل العرب والمسلمين.

¹-الدعيمي غالب كاظم جيايد، المرجع السابق، ص72.

❖ **أسلوب تحويل الانتباه:** إذا كان هناك رأي سائد لا يمك معارضته، يحاول

السياسيون وأجهزة الإعلام تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخ. مثل الموضوع

المثار أو أقوى منه. وهو ما تنتهجه وسائل الإعلام الغربية والأمريكية والإسرائيلية

في تحويل الرأي العام وانتباهه إلى العراق ونسيان ما تفعله شارون في فلسطين

فهي تريد أن تجعل جل اهتمام المواطن في العالم العربي والعالم ككل موجه إلى

العراق حتى تتيح لشارون أن يفعل ما يريد في فلسطين. وتوجد أمثلة كثيرة في

عالمنا الحالي عن تحويل انتباه الجمهور¹.

❖ **أسلوب التكرار الملاحقة:** وهذا الأسلوب يعتمد على التكرار لا الجدل والمناقشة، و

هو من أنجح الأساليب لتغيير الرأي العام وتكوينه²، فتكرار الرسائل الإعلامية في

القنوات العربية لا شك فيه يعمل على التأثير في الرأي العام العربي وحشده للقضية

الفلسطينية، وهذا ما شاهدناه أثناء تكرار المشاهد المؤثرة الناتجة عن القصف

الإسرائيلي للمنازل والمدارس.

❖ **أسلوب عرض الحقائق:** وهذا الأسلوب يطلق عليه لفظ الإعلام، حيث أنه يعتمد

أساساً على وصول الحقائق إلى عدد كبير من الناس بحيث تكون ملموسة، لتكون

¹ -بوتلجي إلهام، الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات الرأي العام: دراسة تحليلية ميدانية لعينة من الصحف

الإلكترونية الجزائرية "الشروق أون لاين" "المساء" "Liberté"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام

والاتصال، جامعة الجزائر 2021، 3، صص 157-158

² -فياض عامر حسن، مقدمة منهجية في الرأي العام وحقوق الإنسان، ط2، صباح صادق جعفر

الأنباري، بغداد، 2011، صص 20.

هي الأقوى تأثير أو أبقى من الأكاذيب والشائعات، وهذا الأسلوب يحترم عقلية الجمهور وحقه الديمقراطي في حكم نفسه بنفسه، والذي يساعد هذا الأسلوب ويحقق من نجاحه هو التربية السياسية والوعي للجماهير عن طريق الشرح والمناقشة والإقناع.¹

¹- المرجع نفسه، ص21.

2-الرأي العام الإلكتروني:

2-1 مفهوم الرأي العام الإلكتروني:

ارتبط ظهور الرأي العام الإلكتروني بالوسائط الاتصالية الجديدة بالأخص مع مواقع التواصل الاجتماعي، رغم ذلك اجتهد الباحثون في محاولة ضبط المفهوم باعتبار أن الرأي العام الإلكتروني ظاهرة لم تكن موجودة من قبل

فيعرف "ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير داخل القطر الواحد أو خارجه في هذا الفضاء الواسع على الشبكة العنكبوتية للتأثير على أكبر شريحة يمكن الوصول إليها عبر هذه الشبكة"¹

كما يعرف أيضا بأنه الفكرة السائدة أو المحورية بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية ومنصات التعبير عن الرأي في الواقع الافتراضي تجمعهم وتربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم وتتعلق بمصالحهم المشتركة.

2-2-أركان ومرتكزات الرأي العام الإلكتروني: هناك خمسة أركان أساسية

يقوم عليها الرأي العام الإلكتروني وهي:

¹- عامر فتحي، الرأي العام الإلكتروني، دط، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2012، ص164.

✓ **المجتمع الافتراضي (المستخدمين):** الرأي العام الإلكتروني لا يتكون من رأي

فرد واحد فقط بل من مجموعة كبيرة من المستخدمين تأثروا بهذا الرأي واتبعوا

فكرة أو معارضة، فينتج عن ذلك في النهاية رأي عاما ويكون عرض الأداء

عن طريق الكلام المنطوق أو المكتوب أو كليهما، أو صور وفيديوهات،

ويمكن تعريف المجتمع الافتراضي هو عبارة عن فضاء إلكتروني مفتوح

لتفاعل المستخدمين عبر طرح النقاشات والآراء والتداول الفكري والمناظرات

السياسية، الاتصال فيما بين الأفراد في مسائل الشأن العام

✓ **قضية جدلية أو موضوع معين يهم المستخدمين:** فلا بد من وجود قضية ذات

طابع جدلي أو موضوع محدد يهتم به المستخدمون أو فئة منهم كالشباب مثلا

حيث يكون لهذه القضية الأولوية للنقاش الإلكتروني نظرا لأنها تؤثر عليهم

بشكل مباشر لمساسها بمصالحهم أو ظروف حياتهم.

✓ **المناقشة الحرة والحوار بين المستخدمين (التفاعلية):** حيث أنها السبيل الكفيل

لتشكيل الرأي العام الإلكتروني ففي غياب المناقشة الحرة والحوار يكون من

الصعوبة أن يتكون الرأي العام الإلكتروني لأنه يتشكل نتيجة تفاعل اتصال

الأفراد وتلاقي أفكارهم مع بعضهم البعض ويندرج تحت هذا الركن مفهوم

التفاعلية الإلكترونية حيث تعتبر خاصية أساسية تميز الشبكات الاجتماعية

ووسائل الإعلام الجديد.

✓ **التقنية الإلكترونية (الوسائل والخصائص):** ويقصد بها الشبكة العنكبوتية الويب ولاسيما تطبيقات الجيل الثاني (كمواقع التواصل الاجتماعي) وأيضاً الهواتف الذكية وغيرها من الأدوات، وأنها أصبح مناذا آمناً للتعبير عن الآراء بحرية.

✓ **الزمن المحدد:** فالوقت عنصر أساسي من عناصر عملية الرأي العام الإلكتروني وخاصة بعد الطفرة الهائلة في مجال الاتصالات مما يسهل سرعة التفاعل والانتشار، ويقصد بالزمن التاريخ (يوم-شهر-سنة) والوقت (ثانية-دقيقة-ساعة). ولكل زمن ظروفه الخاصة والتي تؤثر في آراء المستخدمين وتشكيلها وتتغير بتغير أو بانتهاء المسببات لها.¹

2-3- خصائص الرأي العام الإلكتروني:

يتميز الرأي العام الإلكتروني بخصائص تسهم في تقديم تصور وافي عنه وهي:

- **الانتشار والوصول:** يتميز الرأي المكتوب أو المنطوق عبر الوسائل الإلكترونية في أنه يصل إلى شريحة كبيرة من الناس في جميع أنحاء العالم، و بسرعة فائقة فيتفاعل معه مستخدمي التقنية الإلكترونية سواء بتأييده أو معارضته أو التعليق عليه بالملاحظات.

¹-رفعت محمد مصطفى، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، دط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص(100-122).

- **سهولة قياس اتجاهاته:** يقاس الرأي العام الإلكتروني بطرق علمية عدة من خلال برامج تقنية توفر إحصائيات دقيقة للرأي العام إلى حد يمكن الاعتماد عليه من قبل القيادات في صنع واتخاذ القرارات.
- **يتفاعل مع غالبية المواضيع التي تهمة:** يتواجد الرأي العام الإلكتروني في أغلب القضايا التي تهتم الناس سواء كان الموضوع يهم المجتمع المحلي والإقليمي والعالمية، ولهذا يلاحظ تفاعل الناس معه إلكترونياً كل حسب القضية التي تهمة.
- **التجدد باستمرار:** يتميز الرأي العام الإلكتروني بأنه متغير باستمرار فهو لا يتسم بالثبات، نظراً لتغير مجريات الأحداث من حيث الوقت والقضية، ولأن التقنية الإلكترونية توفر إيصال أصوات وآراء الناس ومستجدات الأحداث بسرعة فائقة.
- **انخفاض التكلفة:** ففي الآونة الأخيرة أصبحت الأنترنت والتقنيات الإلكترونية رخيصة التكلفة كما أنه أصبح بالإمكان استخدام الأنترنت مجاناً في بعض المدن الذكية.
- **خصوصية المبحوث(المستطلع):** ساعدت التقنية الإلكترونية في إمكانية إجراء استطلاعات الرأي العام حيث أن المبحوث عبر التقنية الإلكترونية يتمتع بميزة خصوصية، لأن الباحث أو المركز الذي يقوم باستطلاع آرائه مباشرة يتم عبر

وسيط وبإمكان المبحوث عدم ذكر اسمه وكتابة اسم مستعار له، مما يخصص

شدة التوتر والخوف أو التردد في طرح رأيه.¹

2-4- أدوات الرأي العام الإلكتروني:

من أهم أدوات الرأي والتعبير عبر الأنترنت:

-**التجمعات الافتراضية:** هي نقطة التقاء لمجموعة من الأشخاص يتواصلون من خلالها باستخدام نظم القوائم البريدية أو التواصل الفوري والمحادثة والحوارات المطولة، والذين يجمعهم اهتمام مشترك إزاء قضية ما.

-**المنتديات:** هي عبارة عن برمجيات يتم تركيبها على مواقع الأنترنت لتسمح بتلقي مساهمات وأفكار وآراء من قبل أي شخص يسجل نفسه في المنتدى، وعرضها على المشاركين الآخرين في اللحظة نفسها، ثم إتاحة الفرصة لكل المشتركين الآخرين لقراءة المساهمة والرد عليها في اللحظة ذاتها.

-**التعبير عن الرأي عبر نظام التصويت التلفوني:** حيث يتم الاتصال التلفوني للمشاركة بالرأي والتعبير وأيضا عبر الهاتف للماركة في أحد البرامج، أو التعبير عن مشكلة ما أو موقف معين والتي تعد جزء من عملية قياس الرأي العام.

¹بوزينة نعيمة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في

الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2018، 3، الجزائر، ص 384-385

-استطلاعات الرأي إلكترونيا: والتي تهدف إما إلى استطلاع رأي زوار الموقع تجاه موقف معين أو محاولة بناء رأي تجاه قضية مت، وأصبح هناك استمارات رأي إلكترونية إلى جانب استطلاعات رأي سريعة حول الأحداث الجارية.

-آلية التصويت والانتخابات: حيث يستخدم الأنترنت في عملية تصويت في الانتخابات بالإضافة إلى الأدوات الأخرى مثل الهاتف المحمول والثابت والبرامج الإلكترونية التي تساعد على إعداد الجداول الانتخابية وقواعد بيانات الناخبين.

-البريد الإلكتروني والمجموعات البريدية: حيث يستخدم لنقل الأفكار والآراء بين الأشخاص والتواصل السياسي بين المرشحين والناخبين أو ما بين القادة السياسيين والجماهير حيث يتم إنشاء مواقع خاصة برؤساء الدول والزعماء.¹

-مواقع الأنترنت الخاصة: حيث أدى سهولة إنشاء موقع على شبكة الأنترنت إلى اتجاه الأفراد أو المنظمات أو الأحزاب السياسية أو منظمات المجتمع المدني إلى إنشاء مواقع خاصة تعرض لقضايا معينة.

-المدونات: وهي صفحات مجانية توفرها مواقع على الأنترنت للمستخدمين وتحتوي على مجموعة من المقالات القصيرة التي يتم تحديثها باستمرار.

¹-المرجع نفسه ص ص 386/385.

- رسائل الـ SMS والموبايل: حيث يتم استخدام رسائل الموبايل في حشد التعبئة السياسية والاطلاع على أخبار الانتخابات.

مواقع الشبكات الاجتماعية: وهي تلك المواقع التي تتيح فرصة التعارف والاتصال بين عدد كبير من الأفراد على مستوى العالم، وتتميز تلك المواقع بسرعة تناقل المعلومات والصور وخاصة مقاطع الفيديو مثل موقع الفيس بوك وموقع تويتر.

-الاستفتاء عبر الإيميل: ويتضمن إرسال استمارة الاستفتاء عبر الإيميل ويقوم المبحوث بإعادة إرسالها عقب الإجابة عليها

-الاستفتاء عبر مواقع الأنترنت: هذا النوع من أبحاث السوق يتطلب إنشاء مواقع خاصة فالأبحاث التسويقية تعتبر وسيلة سهلة للوصول إليها وتتسم بالتفاعلية والانتشار.

-استطلاعات الرأي الإلكترونية: هي عبارة عن استمارة صغيرة تهدف إلى استطلاع زائري الموقع حول أحد القضايا الهامة، حيث يتم إظهار النتائج وعدد المصوتين والنسب المشاركة.

-التعليقات الإلكترونية: هي عبارة عن قيام المستخدم بكتابة تعليق على خبر أو حدث معين للتعبير عن رأيه أو موقفه من قضية ما.¹

¹-المرجع نفسه ص ص 387/388.

1-5- وظائف الرأي العام الإلكتروني:

للرأي العام عدة وظائف يسهم في تحقيقها وهي:

أ- المعارضة الإلكترونية: يسهم الرأي العام الإلكتروني في إبراز الأصوات المعارضة والمتحررة للمستخدمين كي يعبرون عن آرائهم بحرية سواء بالنقد أو التأييد أو الرفض أو التزام الحياد.

ب- وظيفة حارس البوابة: ساهمت عملية الانصهار بين منتج المحتوى والمستخدم ويبادل الأدوار بينها في أن يكون للرأي العام الإلكتروني وظيفة حارس البوابة، فمستخدموا الشبكات الاجتماعية هم من يحددون أجندة القضايا التي تهمهم.

ج - وظيفة تأثيرية على الإعلام التقليدي: يؤدي الرأي العام الإلكتروني ووظيفة التأثير في أجندة وسائل الإعلام التقليدي حيث تطفو قضايا مختلفة في الساحات الافتراضية ويثار حولها الجدل الافتراضي، ومن ثم تتبنى وسائل الإعلام التقليدي بعض هذه القضايا وتتأثر بالجدل الافتراضي.

د- الوظيفة الرقابية: تعتبر الرقابة الشعبية الافتراضية التي يمارسها الرأي العام

الإلكتروني نوع من التحكم والتوجيه الذي يقوم به المستخدم.¹

¹ - رفعت محمد مصطفى، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، المرجع السابع ص ص 132/134.

هـ - مناصرة ودعم القضايا: تستخدم الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام

الإلكتروني، وتكوين جبهات مناصرة للقضايا المثارة.

2-6- مظاهر التعبير عن الرأي العام الإلكتروني:

■ **التظاهرات الإلكترونية:** وهي دعوات تأخذ طابع احتجاجي عن الأداء السياسي

لحكومة ما أو رئيس ما أو تدعو لموقف سياسي معين أو تناهض قرار معين.

■ **العصيان المدني الإلكتروني:** هو شكل من أشكال الضغط الغير العنيف على

المؤسسات الحكومية أو الرسمية المنخرطة في أعمال غير أخلاقية أو غير قانونية

أو تضر بالإنسانية بطريقة أو بأخرى،¹ حيث يمكن من خلال البيئة الإلكترونية

تدويل وحشد وتنظيم رأي عام عالميا ويرتبط بالعصيان المدني الإلكتروني الدعوات

الإلكترونية بالإضراب المدني وكافة الأنشطة الاحتجاجية الإلكترونية التي تعبر عن

تحدي لأمر ما أو لقرار ما، حتى ولو كانت غير مقيدة للقانون.

■ **مهاجمة الصفحات الحكومية الإلكترونية:** عبر الشبكات الاجتماعية أو قرصنتها

وإغلاق صفحاتها أو اختراقها وهو ما يعرف بالنشاط القرصني.

■ **جمع التوقيعات الإلكترونية:** للمطالبة بتغيير سياسات أو قرارات أو الاحتجاج عن

فعل غير أخلاقي أو منافي للأديان.

¹-المرجع نفسه، ص ص 149/47.

- **الدخول في تعليقات حوارية:** بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية للقيام بالنقاشات وتكوين رأي مناصر أو مناهض لقضية من القضايا وتكوين التحالفات السياسية.
- **نشر أفكار الإضرابات:** أو الاعتصامات بين أكبر عدد من مستخدمي الشبكات.
- **إرسال كم كبير من الرسائل الاحتجاجية:** في شكل تعليقات أو رسائل خاصة.
- **تدشين مواقع على الأنترنت:** لنشر الأفكار والرؤى الخاصة بالموقف الاحتجاجي للحصول على تأييد الرأي العام وتجنيب الداعمين لفكرة الاحتجاج لجماعات المصالح المختلفة.
- **تأسيس مجموعات على الشبكات الاجتماعية:** وجذب الأعضاء إليها كمواقع الفيسبوك وتويتر لخلق شبكة من الاتصال والتواصل بين أعضاء المجموعة.¹

2-7- العوامل المؤثرة على تشكيل الرأي العام الإلكتروني:

ساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال الشبكات الاجتماعية الرقمية في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية وبالتالي التأثير على تصور المواطن للسياسية وتتخذ هذه الشبكات موقفا فريدا في هذه العملية إذ تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار ومن بين هذه العوامل ما يلي:

* **حملات المناصرة الإلكترونية:** ويمكن تعريفها بأنها جهود اتصالية مخططة على

أسس علمية ومصممة وفقا لمعايير وتقنيات معينة بما يتماشى مع أهداف الحملة وخصائص

¹-المرجع نفسه ص 151.

الجمهور المستهدف، وفيها يتم توظيف كافة الوسائط المتعددة التي تتيح للجمهور التفاعلية والمشاركة حول موضوع الحملة عبر الأنترنت وذلك للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور المستهدف.

***الحملة الانتخابية الإلكترونية: تحولت الشبكات الاجتماعية إلى منصة هامة لشن**

الحملة الانتخابية الإلكترونية وهو الأمر الذي نقل الحملات الانتخابية من الحائط والشارع إلى ساحات الشبكات الاجتماعية مستفيدة باتساع قاعدة المستخدمين، كذلك لرخص التكلفة وسهولة تكوين الحملة سريعا ونشر الصور والفيديوهات الدعائية.

***الرقابة على الشبكات الاجتماعية والأنترنت: من العوامل المؤثرة على تشكيل الرأي**

العام الإلكتروني عامل الرقابة على الشبكات الاجتماعية والأنترنت حيث يميل المستخدم إلى عدم التعبير عن رأيه عبر الشبكات الاجتماعية في حالة شعوره بوجود من يراقبه، فقد يعتمد المستخدم على تجهيل معلومات شخصية عنه، ولكن يصعب عليه أن يتحكم في تتبعه إلكترونيا.

***الشائعات في الفضاء الافتراضي: من العوامل المؤثر على الرأي العام الإلكتروني**

والتي تسهم بشكل كبير في تضليله عمليات صناعة الكذب عبر الشبكات الاجتماعية ونشر الصور المفبركة والفيديوهات وكذلك الشائعات المغرضة بهدف إثارة الرأي العام الإلكتروني وتغيبه.

***التسريبات الإعلامية الإلكترونية:** تعتبر التسريبات الإلكترونية المنشرة عبر مواقع

الأنترنت والشبكات الاجتماعية من العوامل المؤثرة على تشكيل الرأي العام الإلكتروني

نظرا لارتباط هذه التسريبات بعنصر المفاجئة والسرية وإذاعة ونشر هذه التسريبات يخلق

حالة من الإثارة والبلبلة والجدل الواسع في الفضاءات الافتراضية ويثار حولها النقاش في

التعليقات والآراء المنشورة.¹

*** اللجان الإلكترونية (جماعات الضغط بالشبكات الاجتماعية بالمجال التسويقي):**

ويمكن تعريف اللجان الإلكترونية بأنها تجنيد مجموعة من الأشخاص عبر شبكات التواصل

الاجتماعي لتشكيل تنظيم يعمل بشكل منهجي لنقل الأفكار والمعلومات للآخرين.

***الاتجاهات التعصبية والأيدولوجية للمستخدم:** ويتأثر الرأي العام الإلكتروني

بالاتجاهات التعصبية للفرد حيث يميل الأفراد إلى مراقبة المشهد السياسي الراهن عبر

الشبكات الاجتماعية من خلال التعرف على آراء صفحات أصدقائهم ممن لديهم وعي

سياسي ويتشاركون نفس الاهتمامات والمعتقدات السياسية فالمستخدم الذي يتبنى توجه

ايدولوجي مسبق يعبر عنه في الفضاء الإلكتروني للشبكات الاجتماعية بما يتفق مع

توجهاته السياسية والأيدولوجية ويبحث عن المتشابهين معه.

¹المرجع نفسه، ص157

*تأثير رأس المال الاجتماعي(الواقعي والإلكتروني)على المستخدم: يتأثر الرأي العام

الإلكتروني بالجماعات المرجعية للمستخدم ومحيط معارفه وأصدقائه وأقاربه حيث تعتبر

الجماعة المرجعية مجموعة من الأشخاص تربطهم معا أهداف واتجاهات مشتركة، و

يحاولون اتخاذ قرارات تدعم القيم التي يفضلونها وذلك بشتى الوسائل.¹

¹-المرجع نفسه 158.

خلاصة:

من خلال ما سبق يتضح أن الرأي العام هو عبارة عن التوجه السائد لأغلبية المجتمع إزاء قضية أو موقف معين نتيجة للتفاعل بين الأفراد وتكون أكثر فاعلية كلما ارتفع نسبة الوعي السياسي بين المجتمع.

اتسمت شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك كونها وسيلة اتصالية محرّكة للرأي وكذا التعبير بكل حرية دون حواجز الأمر الذي سهل للمستخدمين من المشاركة بآرائهم والتعليق عن القضايا المثارة أو حتى طرح قضايا جديدة للنقاش وخلق رأي عام تجاهها.

تمهيد:

إن الفيسبوك كفضاء افتراضي أحدث تغيير كبير في تغيير الواقع السياسي وتشكيل الوعي السياسي والرأي العام حول القضية الفلسطينية والذي كان يسعى جاهدا لتحقيق الاشباع المطلوبة من خلال الفيديوهات والمنشورات وغيرها وهذا لتزويد الطلبة بكل ما يجري من أحداث سياسية حول أحداث غزة ولهذا عملت على تشكيل اتجاهات لدى الطلبة وتأثرهم من خلال ما يتناوله الفيسبوك وتأثيره على الفرد.

1- الفيسبوك وعلاقته بالرأي العام.

1-1 مدى مساهمة الحوار والنقاش عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير

المواقف.

ساهمت الشبكات الاجتماعية منذ ظهورها إلى كسر الحواجز التقليدية للفضاء العمومي والتي تشكلها وسائل الإعلام التقليدية ، ومع توسع استعمال الإعلام الإلكتروني بدأت نواة الفضاء العمومي الافتراضي تتشكل تدريجيا لتبلغ ذروة التبلور مع توسع استخدام الفيسبوك واليوتيوب بشكل أساسي ساهمت الشبكات الاجتماعية منذ ظهورها إلى كسر الحواجز التقليدية للفضاء العمومي والتي تشكلها وسائل الإعلام التقليدية ، ومع توسع استعمال الإعلام الإلكتروني بدأت نواة الفضاء العمومي الافتراضي تتشكل تدريجيا لتبلغ ذروة التبلور مع توسع استخدام الفيسبوك واليوتيوب بشكل أساسي ،مستغلا حالة الكبت الإعلامي الذي يعيشه الفرد الجزائري نتيجة الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام التقليدية.

هذا التماثل للأفراد العاديين والنخبة والمؤسسات السياسية على الفيسبوك المتمسم بحرية الرأي والتعبير والنقاش والجدل بين مختلف الأفكار والآراء ،دفع الكثير إلى الاحتفاء بالفيس بوك لتجسيده للفضاء العمومي والنقاش العام بالمعنى الهابرماسي، والذي يعد العماد الأساسي في تجسيد الديمقراطية، لكن الركن الأساسي لتحقيق حلم الساحة العامة المنشود يبدو غائب في المجال العمومي لأن النقاش العام المفضي لتأسيدي ديمقراطية حقة هو

النفاش العام الذي يشتغل وفق آليات ديمقراطية ويحكمه الحجاج العقلي والبرهان وتقبل التنوع الفكري والسياسي.¹

إن اشتراك الفرد في حوار مع الجماعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تملك آراء متفاوتة حول التغيير والتغير يتطلب قدرة التكيف نفسيا واجتماعيا، بمعنى آخر يتطلب من الفرد المحاور التكيف مع الوظيفة الأساسية للحوار أكثر مما يتطلب المشاركة في إعداد موضوع الحوار، وهذا يسهم في اندماج المحاور مع الآخرين من خلال الطرح العملي للمفاهيم والحقائق والمعارف المؤدية إلى التغيير وهنا يحدث التوافق بين السلوك مع الاتجاهات وإحداث الاتجاه الإيجابي نحو التغيير.²

1-2- شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) من النظرة السياسية:

أصبح تحقيق الإصلاح السياسي من خلال التحول نحو الديمقراطية وتعزيز المشاركة السياسية وهو المطلب المطروح حاليا على الساحة السياسية في مختلف البلدان النامية حيث يتطلب التحول نحو الديمقراطية توفر ثقافة سياسية وإدراك واعي لمعطيات الحيات السياسية ومتغيراتها بصورة عامة ويمكن استمداد ذلك مثل الأحزاب السياسية والجماعات المرجعية والمؤسسات التعليمية بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيري التي تؤثر بدورها بشكل مباشر في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم نحو القضايا والمشكلات في المجتمع،

¹- بوذينة نعيمة، مرجع سابق، ص403

²- المرجع نفسه، ص403.

إلى جانب دورها في بناء المشاركة السياسية من خلال اهتمام الأفراد ووعيهم تجاه النظام السياسي وتكوين آراء ومعتقدات باعتبارهم نشطين يلعبون دور فاعل في العملية السياسية بوجه عام.

وتعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تدعيم الممارسة الديمقراطية عبر إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات ونشر الوعي السياسي وزيادته لدى الأفراد وتدعيم دور المعارضة السياسية إضافة إلى استخدامها كوسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشؤون والأحداث السياسية ما يزيد من المشاركة النشطة للأفراد.¹

1-3- العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي:

شكلت مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يطلعننا على العالم الكبير لحظة بلحظة داخل البيئة الإعلامية الجديدة البديلة حيث ساعد الفيسبوك على إلغاء الحواجز والحدود التقليدية بين الدول والشعوب، وأظهر مدى الضعف الذي أفاض المؤسسات الإعلامية التقليدية فيما يتعلق بدورها الوسيط بين الشعوب والحكومات وبناء الانتماءات ودفع الحركات السياسية، كما وفر موقع العالم الافتراضي التفاعلية وأتاح الفرصة أمام الأفراد المشتركين فيه لبناء قاعدة أساسية من خلال فتح المجال أمام المشتركين لإبداء آرائهم والتعبير عنها والمشاركة

¹ - رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية، الأردن، 2013، ص48

بنقاشات حول كل ما يثار من قضايا، وأصبح بإمكان كل مشترك أن يطلع على كل ما ينشره زملاؤه في الفيسبوك.

كما أصبح الفيسبوك أداة اتصال مباشرة بين الحاكم والمحكومين حيث تحول إلى مستوى الفاعل والمؤثر في مختلف المجالات خاصة السياسي منها وذلك من خلال قدرته على نشر الأخبار بسرعة هائلة وزيادة مستوى الوعي والمعرفة حول ما يدور في العالم من قضايا وأحداث تهم الرأي العام وخاصة فئة الطلبة.

فباختصار نقول أن الفيسبوك يساهم بشكل كبير في إمداد الفرد بالمعلومات والمعارف السياسية وبناء فكره السياسي وصولاً إلى تشكيل آرائه واتجاهاته كما يساهم في تزويد الشعب بالخبرات السياسية والتي من خلالها يتشكل الرأي العام كما أنه يلعب دوراً هاماً في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية الهامة.¹

1-4- الفيسبوك والتعبئة الافتراضية للرأي العام:

أدى انحصار محيط الحرية في الواقع الفعلي إلى جعل الفضاء الإلكتروني واقعا بديلاً تحول مع وجود الشبكات الاجتماعية من كونه واقعا افتراضيا حقيقيا خاصة في ظل الافتراضات الأساسية التي قام بها الفضاء الإلكتروني من حيث التفاعل كنتيجة أساسية

¹. المرجع نفسه، ص 49.

للتجانس والاهتمامات والميول والاتجاهات ومن ثم ترجمت دعوات الحشد والتعبئة من مجرد رأي عام إلكتروني إلى حركات احتجاجية بل وثورات أيضا.

ويمكن تعريف التعبئة الافتراضية بأنها الدعوة الإلكترونية للقيام بنشاط سياسي معين كالتظاهر على أرض الواقع أو الدعوة للقيام بنشاط سياسي يتم عبر الواقع الافتراضي كالحملات والتظاهرات الإلكترونية.

ومن ثم أصبحت الشبكات الاجتماعية أداة هامة للتعبئة والتجنيد والتنظيم والتصويت والمعارضة وأتاحت لمستخدميها أن يعبروا عن آرائهم بشكل منظم، وقد عملت على اتساع دور المواطنين في عملية صنع القرار السياسي وعملت على سد الفجوة بين المواطنين ومن يمثلونهم في المجالس النيابية، وتعتبر هذه الشبكات مصدرا هاما من مصادر الكشف عن القضايا والمشكلات والتعبير عن الآراء ووجهات النظر وكلما زاد استخدام هذه المواقع بين أفراد المجتمع أدى إلى ارتفاع مستويات المشاركة والمساهمة واشباع دائرة التعبير عن الرأي العام.¹

¹ رفعت محمد مصطفى، المرجع السابق ص ص 205/206

1-5- دور الفيس بوك في تشكيل الرأي العام الطلابي حول القضية

الفلسطينية:

أتاحت شبكة الفيسبوك لمستخدميها مجالاً عاماً افتراضياً للتبادل والتفاعل يمكن من خلاله التعبير عن آرائه المختلفة والتعليق على الشأن العام وتطبيق الممارسة الديمقراطية الافتراضية فهو يشكل أسلوب ضغط على الحكومة ويعد أفضل وسيلة لتمكين الأفراد من التعريف بوجهات نظرهم بمنتهى الحرية وسرعة فائقة، ولديهم فرصة متساوية في المشاركة وإنتاج المضامين.

من خلال هذا المجال الاجتماعي الذي ينخرط فيه المشاركون لمناقشة القضايا المطروحة على الساحة، ومن بين القضايا التي شغلت الرأي العام ولا زالت تشغله لحد الساعة القضية الفلسطينية التي تعتبر أهم القضايا العالمية عامة والعربية خاصة.

لذا عملت شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك على متابعة الأحداث الجارية في غزة منذ بداية العدوان الإسرائيلي في أكتوبر 2023 (طوفان الأقصى) على نقل الحقائق والاعتداءات الإجرامية من خلال نشر الصور مقاطع الفيديو.

وعلى ضوء هذه الأحداث قام بعض النشطاء عبر هذا الفضاء من خلال الصفحات الإخبارية وخاصة الصفحات الطلابية بإقامة وقفات احتجاجية لمساندة غزة وتنديداً بالأعمال

الإرهابية الإسرائيلية عبر كافة التراب الوطني عامة والجامعة سكيكدة خاصة وكذا تفعيل

هاشتاغ (كلنا-مع-غزة).¹

¹ -أنظر الملاحق.

خلاصة:

ساهم استخدام الفيس بوك كفضاء افتراضي على تبادل الأفكار والآراء بين المشاركين حول مختلف القضايا، خصوصا فيما يتعلق بالأحداث الأخيرة في الشرق الأوسط (أحداث غزة) إذ يعتبر مؤشر قوي على قوة الفيس بوك في تداول القضية من أجل إحداث التغيير.

**القسم الثالث: الجانب التطبيقي
للدراسة.**

01- عرض وتحليل وتفسير البيانات.

02- مناقشة النتائج.

01- عرض وتحليل بيانات الاستبيان.

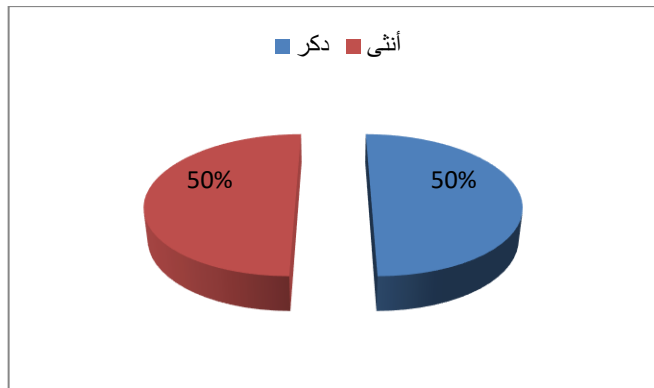
1-1- عرض وتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالبيانات الشخصية.

الجدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسبة %	التكرار	الجنس
50%	80	ذكر
50%	80	أنثى
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (01): دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن نسبة كل من الذكور والإناث متساوية والمقدرة

بـ (50%).

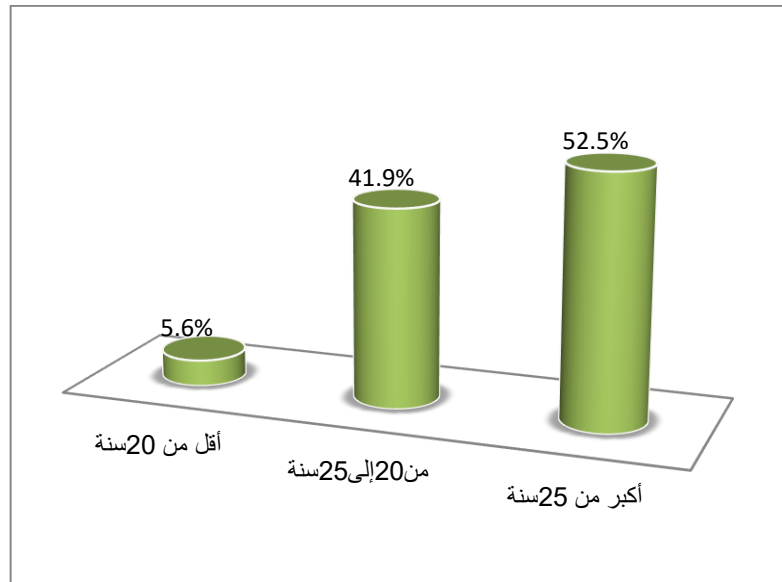
ويمكن تفسير النتائج المتوصل إليها انطلاقاً من العينة المدروسة أن هناك اهتمام لكل من الذكور والإناث بقضايا الشأن العام عامة والقضية الفلسطينية خاصة وذلك لملاحظتنا لمشاركتهم في المسيرات وكذا مختلف تفاعلهم مع الأحداث الجارية في غزة.

الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب العمر.

العمر	التكرار	النسبة %
أكبر من 25 سنة	84	52.5%
من 20 إلى 25 سنة	67	41.9%
أقل من 20 سنة	9	5.6%
المجموع	160	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (02): يوضح أفراد العينة حسب العمر.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel 2007.

من خلال الجدول رقم (02) تم توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية إذ نلاحظ أن نسبة (52.5%) من المبحوثين يزيد عمرهم عن 25 سنة تليها الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة بنسبة (41.9%) لتأتي في الأخير الفئة العمرية الأقل من 20 سنة بنسبة (5.6%) فقط.

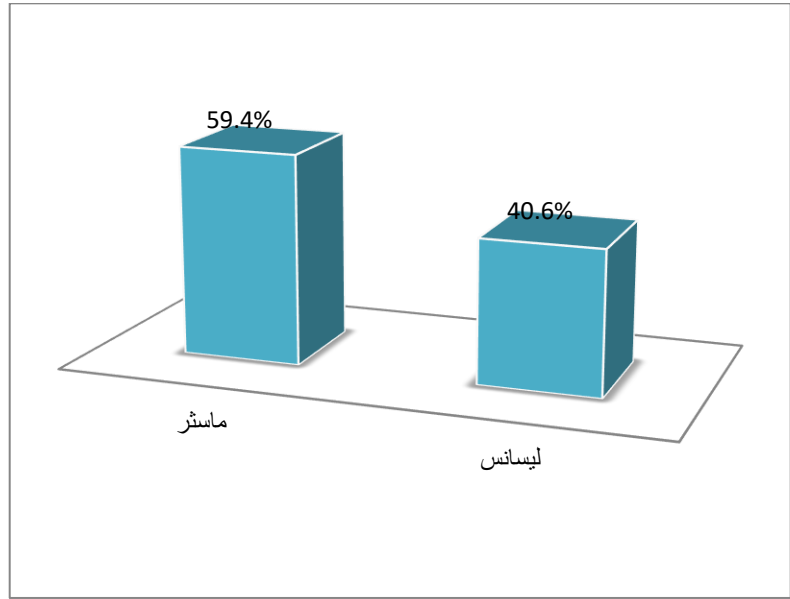
ويمكن تفسير ذلك أن أغلب الطلبة الذين أيدوا اهتمامهم بالقضية الفلسطينية هم الفئة العمرية الذي يزيد عمرهم عن 25 سنة.

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي.

النسبة %	التكرار	المستوى الجامعي
59.4%	95	ماستر
40.6%	65	ليسانس
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ أن نسبة (59.4%) من المبحوثين لديهم مستوى

مباشر ونسبة (40.6%) لديهم مستوى ليسانس.

يمكن تفسير هذه النتائج بالمؤهلات والمكتسبات التي يمتلكها فئة الماستر وهذا ما

يمكنها من المناقشة والاهتمام بالقضايا ذات الشأن العام.

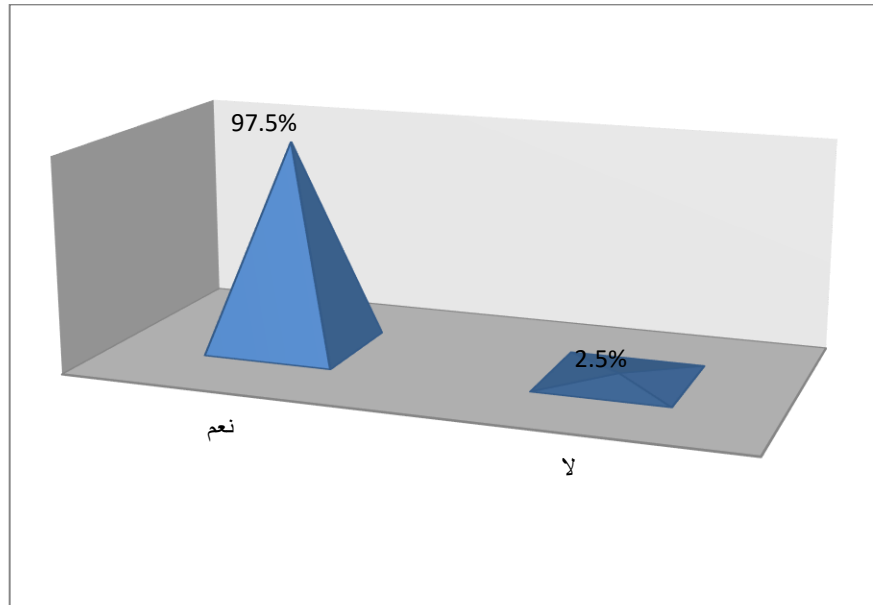
1-2- عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالمحور الأول:

الجدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب تتبعهم للصفحات الإخبارية الفيسبوكية.

النسبة %	التكرار	متابعة الصفحات الإخبارية الفيسبوكية
97.5%	156	نعم
2.5%	4	لا
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (04): متابعة الصفحات الإخبارية الفيسبوكية.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال الجدول رقم (04) يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين من متتبعي الصفحات الإخبارية الفيسبوكية وذلك بنسبة (97.5%) ،في المقابل نجد أن (2.5%) من مجموع أفراد العينة أقرروا بأنهم لا يتبعون الصفحات الإخبارية على شبكة الفيسبوك.

يتضح من خلال هذه النتائج أن معظم أفراد العينة من متتبعي الصفحات الإخبارية على الفيسبوك وذلك لما تحتويه هذه الأخيرة من تنوع في المضامين وتلبيتها لحاجيات الجمهور (الطلبة).

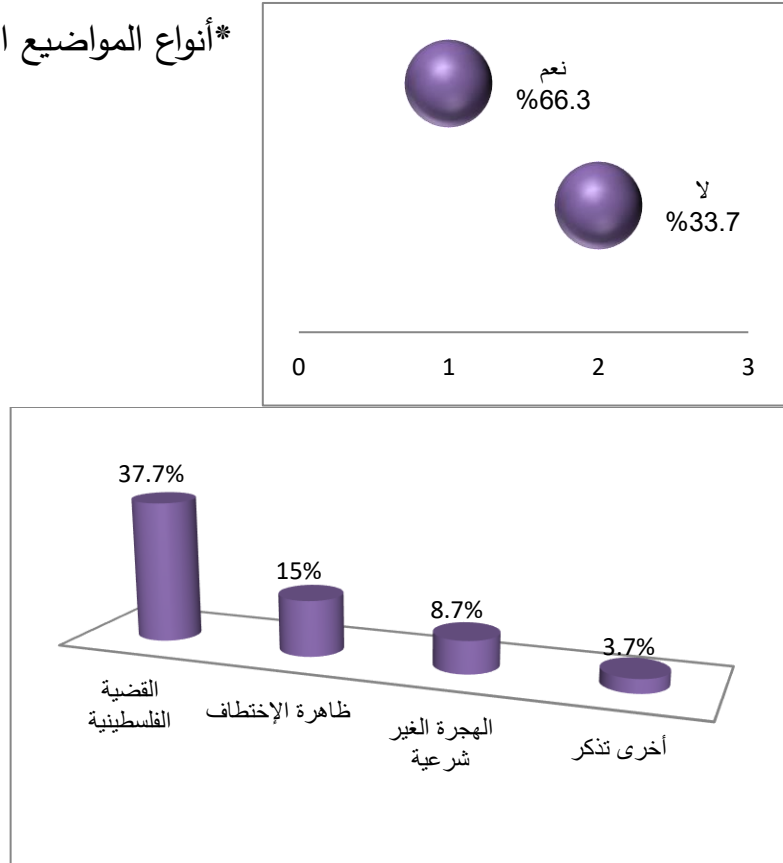
الجدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب نشرهم للمواضيع التي تخص الرأي العام.

النسبة %		التكرار		نشر مواضيع تخص الرأي العام
33.7%		54		لا
66.3%	38.7%	106	62	نعم
	15%		24	ظاهرة الاختطاف
	8.7%		14	الهجرة الغير شرعية
	3.7%		6	أخرى تذكر
100%		160		المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب نشرهم للمواضيع التي تخص الرأي العام.

*أنواع المواضيع التي نشرت:



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال الجدول رقم (05) يتبين لنا أن غالبية الطلبة سبق لهم وأن نشروا مواضيع تخص الرأي العام حيث كانت نسبتهم (66.3%) من مجموع أفراد العينة أما (33.7%) من المبحوثين لم يسبق لهم أن نشروا مواضيع تخص الرأي العام. كما نلاحظ أيضا أن نسبة المبحوثين الذين كان اهتمامهم تجاه القضية الفلسطينية كانت أكبر نسبة مثلت بـ (38.%)، في حين نسبة (15%) من المبحوثين كان اهتمامهم بموضوع ظاهرة الاختطاف،

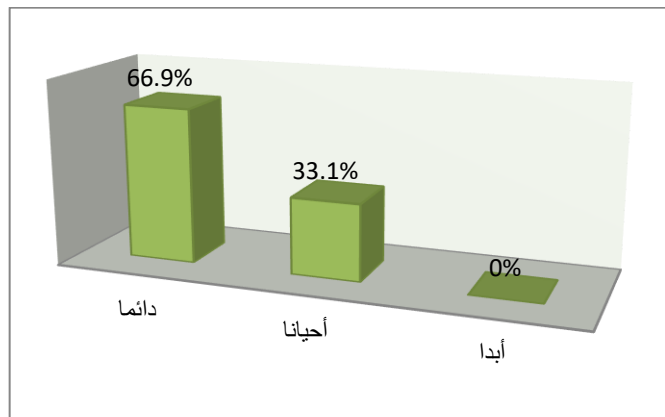
ليأتي موضوع الهجرة الغير شرعية بنسبة (8.7%) من أفراد العينة، في حين نسبة (3.7%) من المبحوثين كان اهتمامهم بمواضيع أخرى.

الجدول رقم (06) توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لما ينشر عن القضية الفلسطينية.

المتابعة	التكرار	النسبة%
دائما	107	66.9%
أحيانا	53	33.1%
أبدا	0	0%
المجموع	160	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لما ينشر عن القضية الفلسطينية



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال الجدول رقم(06) يتضح أن نسبة(66.9%)يقرون بأنهم مداومين على متابعة ما ينشر عن القضية الفلسطينية عبر صفحات الفيس بوك. أما(33.1%)من أفراد العينة يتابعون آخر أخبارها من حين إلى آخر.

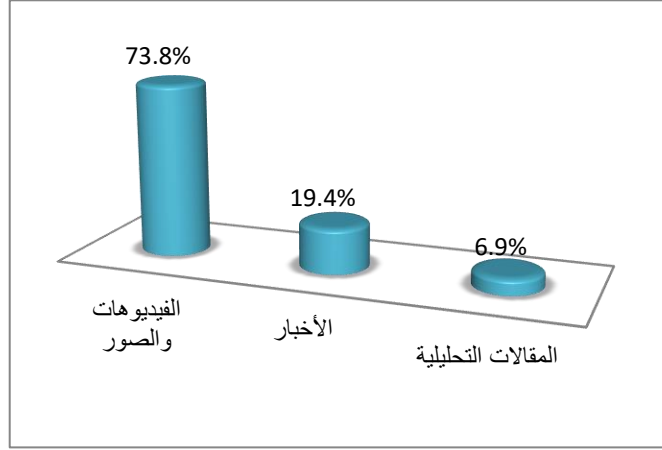
من خلال النتائج المتوصل إليها يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يتابعون ما ينشر عن القضية الفلسطينية عبر مختلف صفحات الفيس بوك ويمكن ملاحظة ذلك من خلال تزايد نسبة متابعتهم للصفحات التي تهتم بالقضايا ذات الشأن العام.

الجدول رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لأنواع المنشورات عبر صفحات الفيسبوك.

النسبة %	التكرار	أنواع المنشورات التي يتابعونها
3.8%	118	الفيديوهات والصور
19.4%	31	الأخبار
6.9%	11	المقالات التحليلية
/	/	أخرى تذكر
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم لأنواع المنشورات عبر صفحات الفيسبوك.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال الجدول رقم (07) نلاحظ أن المبحوثين يفضلون متابعة مجموعة من أنواع المنشورات عبر موقع الفيس بوك، إذ تمثل نسبة (73.8%) من عدد أفراد العينة يفضلون متابعة الفيديوهات والصور المتعلقة بالقضية الفلسطينية على موقع الفيس بوك، بينما (19.4%) يتابعون الأخبار، أما (6.9%) فكان اهتمامهم لما يكتب عبر المقالات التحليلية حول الموضوع.

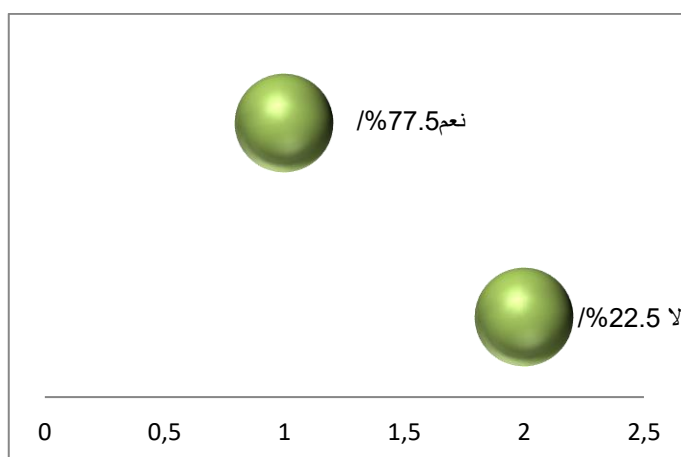
يفسر تفضيل مستخدمي الفيسبوك للصور والفيديوهات كونها تأخذ من قلب الحدث فتكون ذات موثوقية ومصداقية، مقابل ذلك نجد أن المقالات التحليلية تحوز أفضلية ضعيفة كون هذه الأخيرة تتطلب قراءة معمقة ومتأنية، لذلك نجد الكثير من متصفح الفيسبوك يتحاشون قراءتها كونها تستغرق الوقت.

الجدول رقم (08): تعبير الصور والفيديوهات عن وجهات النظر حول القضية الفلسطينية.

التعبير	التكرار	النسبة %
نعم	124	77.5%
لا	36	22.5%
المجموع	160	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (08): تعبير الصور والفيديوهات عن وجهات النظر حول القضية الفلسطينية.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين بنسبة (75.5%) يرون أن الصور والفيديوهات عبر منصة الفيسبوك تعبر عن وجهة نظر الطلاب حول ما يجري في غزة أما (22.5%) من مجموع أفراد العينة يعتبرون أن الصور والفيديوهات عبر الفيسبوك لا تعبر عن وجهة نظرهم.

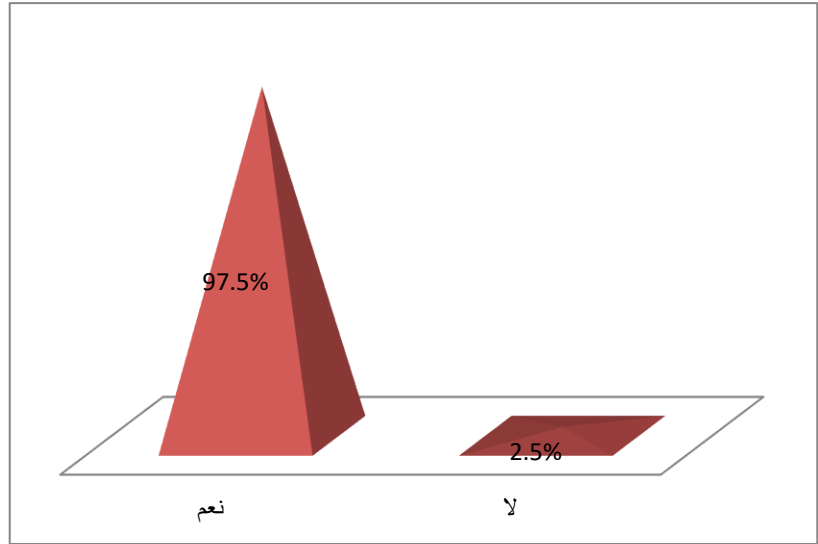
نفسر ذلك بالاهتمام المتزايد لدى الطلبة بالصور والفيديوهات ومتابعة مجريات الأحداث عبر ما يبث وينشر بواسطتها.

الجدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب اهتمامهم بالقضية الفلسطينية عند مشاهدة الصور والفيديوهات.

الاهتمام	التكرار	النسبة %
نعم	156	97.5%
لا	4	2.5%
المجموع	160	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (09): توزيع أفراد حسب اهتمامهم بالقضية الفلسطينية عند مشاهدة الصور والفيديوهات.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن نسبة (97.5%) من المبحوثين يزيد اهتمامهم بالقضية الفلسطينية بعد مشاهدتهم للصور والفيديوهات في حين (2.5%) من مجموع أفراد العينة لا تؤثر فيهم الصور والفيديوهات ولا يولون اهتمام بالقضية الفلسطينية.

يفسر ذلك الاهتمام كون أن الصور والفيديوهات تقرب الأحداث التي تجري في غزة

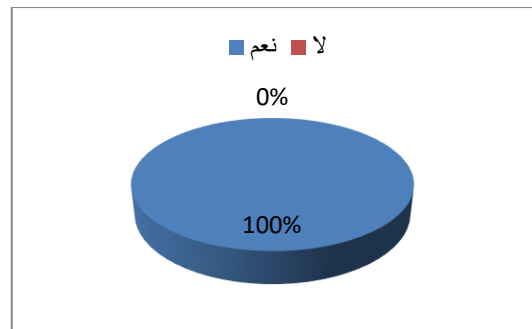
إلى ذهن المتلقي.

الجدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع ما ينشر في الفيسبوك حول القضية الفلسطينية.

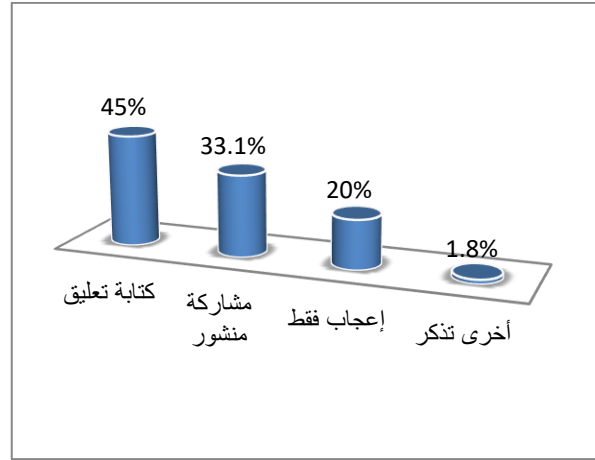
النسبة %		التكرار		التفاعل
%0		0		لا
%100	%45	160	72	كتابة تعليق
	%33.1		53	مشاركة منشور
	%20		32	إعجاب فقط
	%1.8		3	أخرى تذكر
%100		160		المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع ما ينشر في الفيسبوك حول القضية الفلسطينية.



طريقة التفاعل:



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال الجدول رقم (10) يتضح أن كل أفراد العينة بنسبة (100%) يتفاعلون مع ما ينشر مع القضية الفلسطينية، كما نلاحظ أيضا أن المبحوثين يعتمدون عدة أساليب للتفاعل مع المنشورات، حيث نجد أن (45%) من المبحوثين يفضلون التعليق على المنشورات، في حين (33.1%) من أفراد العينة يشاركون المنشورات الخاصة بالقضية الفلسطينية، أما (20%) من أفراد العينة يسجلون إعجابهم فقط على المنشورات و(1.8%) من المبحوثين لديهم طرق أخرى للتفاعل.

يمكن تفسير النتائج المتوصل إليها أن القضية الفلسطينية قضية رأي عام لا تتوقف عند فرد أو مجموعة من الأفراد فهي قضية راهنة شغلت جميع الصفحات على مختلف مواقع السوشل ميديا عامة والفيسبوك خاصة. وفيما يخص المبحوثين الذين يفضلون التعليق على المنشورات لأنها تمكنهم من إبداء الرأي و طرح التساؤلات، أما الذين يفضلون مشاركة

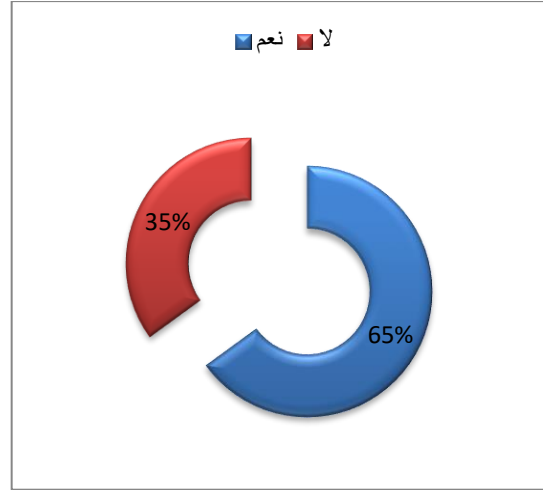
المنشورات قصد وصول القضية الفلسطينية إلى أكبر شرائح من الجمهور، في حين المبحوثين الذين يسجلون إعجابهم فقط كونها طريقة مختصرة للتعبير عن ردود الفعل تجاه المنشورات وكذلك متابعة المنشورات كي يصلهم كل جديد عن القضية.

الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب مشاركتهم في المسيرات الاحتجاجية الداعمة لغزة.

النسبة %	التكرار	المشاركة في المسيرات
65%	104	نعم
35%	56	لا
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب مشاركتهم في المسيرات الاحتجاجية الداعمة لغزة.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

اعتماداً على الجدول رقم (11) نلاحظ أن (65%) من المبحوثين شاركوا في المسيرات الاحتجاجية الداعمة لغزة مقابل (35%) من أفراد العينة لم يشاركوا في المسيرات الاحتجاجية. ويمكن تفسير ذلك بسبب غياب الطلبة في الأيام التي أجريت فيها المسيرات وكذلك حسب الظروف الشخصية لكل طالب.

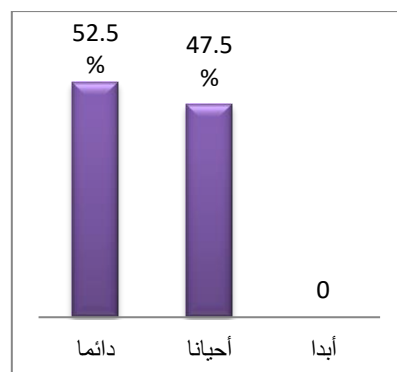
1-3- عرض وتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالمحور الثاني:

الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب تعليقهم على الصور والفيديوهات والأخبار المنشورة المتعلقة بغزة.

التعليق	التكرار	النسبة %
دائما	84	52.5%
أحيانا	76	47.5%
أبدا	0	0%
المجموع	160	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب تعليقهم على الصور والفيديوهات والأخبار المنشورة المتعلقة بغزة.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007

اعتمادا على معطيات الجدول أعلاه يتضح لنا أن (52.5%) من مجموع أفراد العينة يعلقون بصفة دائمة على المنشورات المتعلقة بغزة في حين أن (47.5%) يعلقون من حين إلى آخر.

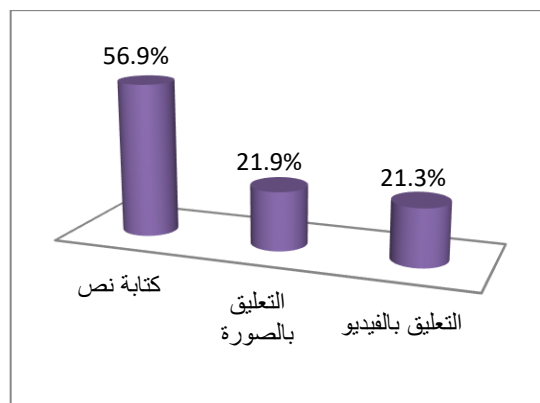
يفسر ذلك بتأثرهم وانفعالهم لما يحدث في غزة مما جعلهم يعبرون عن آرائهم ووجهات نظرهم ورفضهم للممارسات العدوانية الإسرائيلية.

الجدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب الطريقة التي يعتمدونها في التعليق.

النسبة %	التكرار	الطريقة المعتمدة في التعليق
56.9%	91	كتابة نص
21.9%	35	التعليق بالصورة
21.3%	34	التعليق بالفيديو
/	/	أخرى تذكر
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب الطريقة التي يعتمدونها في التعليق.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال نتائج الجدول رقم (13) نلاحظ أن (56%) من المبحوثين يعتمدون على التعليق بالنص، في حين التعليق بالصورة بلغت نسبتهم (21.9%) من أفراد العينة أما نسبة (21.3%) من المبحوثين اعتمدوا في تعليقهم على الفيديوهات.

نفسر ذلك بأن التعليق بالنص من أسهل الطرق التي يعتمدها الطلبة في التعليق على المنشورات المتعلقة بغزة مقارنة بالتعليق بالصور والفيديوهات.

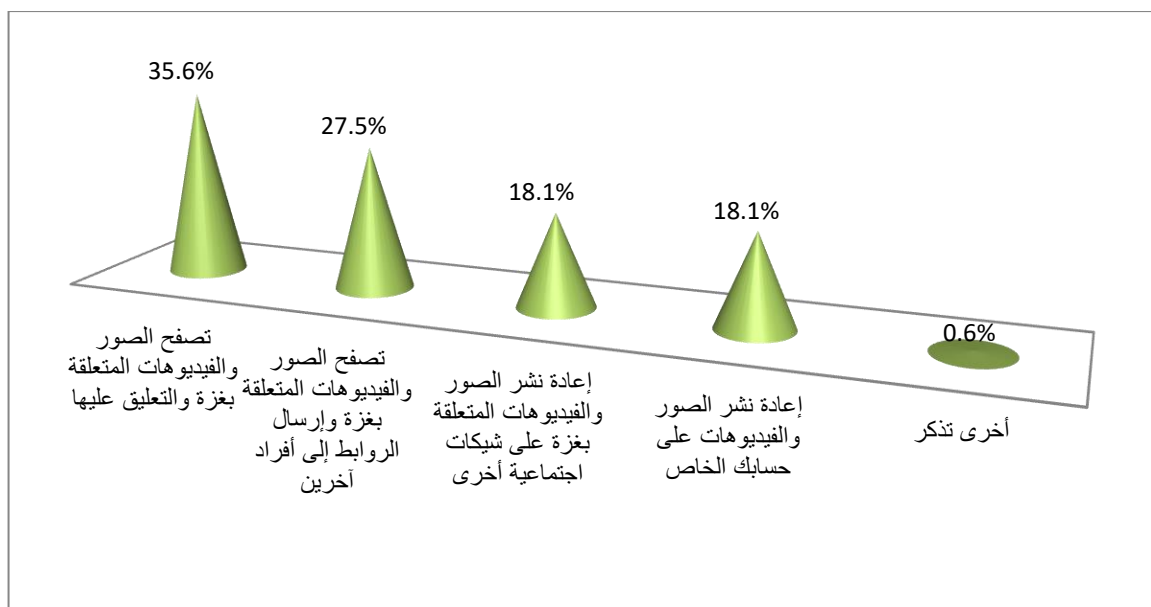
الجدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب ما يقومون به عند مشاهدة الصور والفيديوهات.

النسبة %	التكرار	الأشياء التي يقومون بها
35.6%	57	تصفح الصور والفيديوهات المتعلقة بغزة والتعليق عليها
27.5%	44	تصفح الصور والفيديوهات المتعلقة بغزة وإرسال الروابط إلى أفراد آخرين

18.1%	29	إعادة نشر الصور والفيديوهات المتعلقة بغزة على شبكات اجتماعية أخرى
18.1%	29	إعادة نشر الصور والفيديوهات على حسابك الخاص
0.6%	1	أخرى تذكر
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب ما يقومون به عند مشاهدة الصور والفيديوهات.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

يبين الجدول أعلاه أن المبحوثين يقومون بأشياء عديدة عند مشاهدة الصور والفيديوهات حيث كانت أكبر نسبة للمبحوثين الذين يتصفحون الصور والفيديوهات المتعلقة بغزة ويعلقون عليها بـ(35.6%)، تليها نسبة(25.5%) من أفراد العينة يتصفحون الصور

والفيديوهات ويرسلون الروابط إلى أفراد آخرين، في حين المبحوثين الذين يعيدون نشرهم على شبكات اجتماعية أخرى أو على حساباتهم الخاصة تساوت نسبتهم فكانت (18.1%).

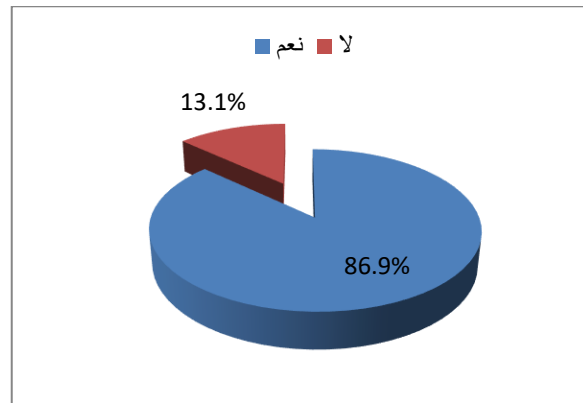
يفسر ذلك أن أغلبية الطلبة يعلقون على الصور والفيديوهات في الوقت ذاته عند المشاهدة أما المبحوثين الذين يشاركون روابط الصور والفيديوهات مع أفراد آخرين من أجل الوصول إلى أكبر عدد من جمهور الطلبة والتعريف بما يجري مع غزة.

الجدول رقم (15): تحفيز الصور والفيديوهات للمشاركة في المسيرات الاحتجاجية.

التحفيز	التكرار	النسبة %
نعم	139	86.9%
لا	21	13.1%
المجموع	160	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (15): تحفيز الصور والفيديوهات للمشاركة في المسيرات الاحتجاجية.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

اعتمادا على معطيات الجدول أعلاه يتضح لنا (86.9%) من أفراد العينة تحفزهم الصور والفيديوهات للمشاركة في المسيرات الاحتجاجية مقابل (13.1%) من المبحوثين لا تحفزهم الصور والفيديوهات للمشاركة في المسيرات الاحتجاجات.

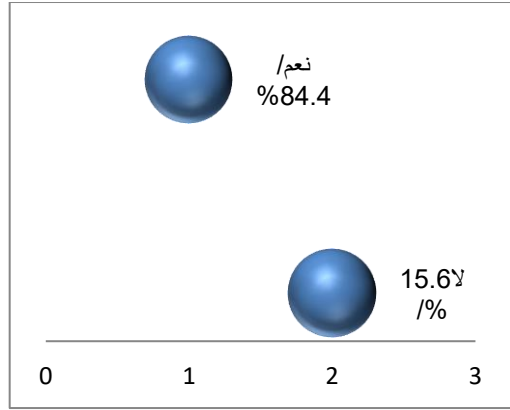
يفسر ذلك بأن الفيسبوك ساهم في حشد وتعبئة الطلبة من أجل القيام بالمسيرات الاحتجاجية لمساندة القضية الفلسطينية ورفضهم للممارسات العدوانية الاسرائيلية.

الجدول رقم (16): التعاليق وتعبيرها عن الاتجاهات ووجهات النظر.

النسبة%	التكرار	التعليق وتعبيرها عن الاتجاهات ووجهات النظر
84.4%	135	نعم
15.6%	25	لا
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (16): التعاليق وتعبيرها عن الاتجاهات ووجهات النظر.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

توضح نتائج الجدول (16) أن أغلبية المبحوثين بنسبة (71.9%) يرون أن كتابة تعليق كافي ليشكل آراء ووجهات نظر حول القضية الفلسطينية في حين (28.1%) من أفراد العينة يرون عكس ذلك.

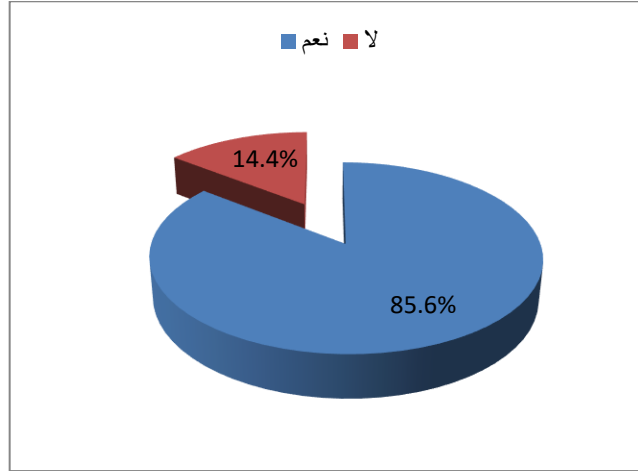
يمكن تفسير ذلك معظم الطلبة لديهم أسلوب النقاش وإبداء الرأي وهذا ما يمكنهم من إيصال الأفكار ووجهات النظر إلى الآخرين مقابل الذين يرون أن التعليقات لا تعبر عن وجهات النظر.

الجدول رقم (17): اعتبار التعليقات مساحة لحرية الرأي والتعبير والتغيير السياسي.

النسبة %	التكرار	اعتبار التعليقات مساحة لحرية الرأي والتعبير والتغيير السياسي
85.6%	137	نعم
14.4%	23	لا
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (17): اعتبار التعليقات مساحة لحرية الرأي والتعبير والتغيير السياسي.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال الجدول رقم (17) أن أغلبية المبحوثين يعتبرون التعليقات مساحة لحرية الرأي والتعبير والتغيير السياسي بنسبة (85.6%)، في حين نسبة (14.4%) يرون بأن التعليقات ليست مساحة لحرية الرأي والتعبير والتغيير السياسي.

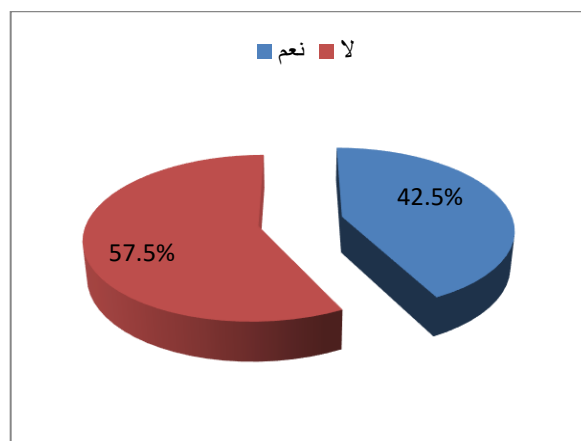
نفسر هذه النتائج أن الفضاءات الافتراضية وخاصة الفيسبوك منحت الطلبة فرصة لإبداء الرأي والتعبير والنقاش لمختلف القضايا التي تنتشر في هذه الفضاءات الرقمية دون قيود أو رقابة بالإضافة نجاحه كمصدر في تبادل المعلومات.

الجدول رقم (18): النقاش مع الآخرين على ما يحدث في غزة.

النقاش	التكرار	النسبة %
نعم	68	42.5%
لا	92	57.5%
المجموع	160	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (18): النقاش مع الآخرين على ما يحدث في غزة.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

يوضح لنا الجدول أعلاه أن نسبة (42.5%) من المبحوثين الذين أجابوا بنعم يدخلون

في نقاشات في حالة لم يعجبهم تعليق شخص على ما يحدث في غزة في حين نسبة

(57.5%) من أفراد العينة الذين أجابوا بلا لم يدخلوا في نقاشات حين لا يعجبهم تعليقهم.

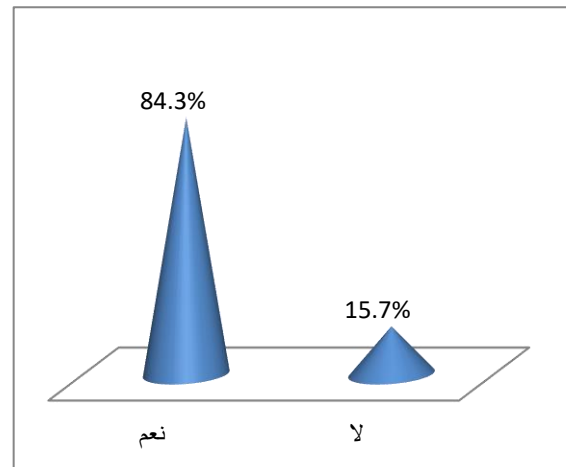
نفسر ذلك بأن الطلبة يحترمون حرية الآخرين في التعبير عن القضايا التي تطرح في موقع الفيسبوك ولكل فرد له الحق في التعبير عن وجهة نظره وهذا ما يميز الفضاءات الرقمية التي تفعل ديمقراطية الرأي.

الجدول رقم (19): توزيع أفراد العينة حسب تأثير آرائهم واتجاهاتهم بما ينشر ويناقش حول القضية الفلسطينية.

التأثير	التكرار	النسبة %
نعم	135	84.3%
لا	25	15.7%
المجموع	160	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (19): توزيع أفراد العينة حسب تأثير آرائهم واتجاهاتهم بما ينشر ويناقش حول القضية الفلسطينية.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007

من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ أن المستجوبون "بنعم" يتأثرون بآراء واتجاهات بما ينشر ويناقش حول ما يحدث في غزة فكانت نسبتهم (84.3%) ، في حين نسبة (15.7%) من أفراد العينة لا يتأثرون بما ينشر ويناقش حول القضية.

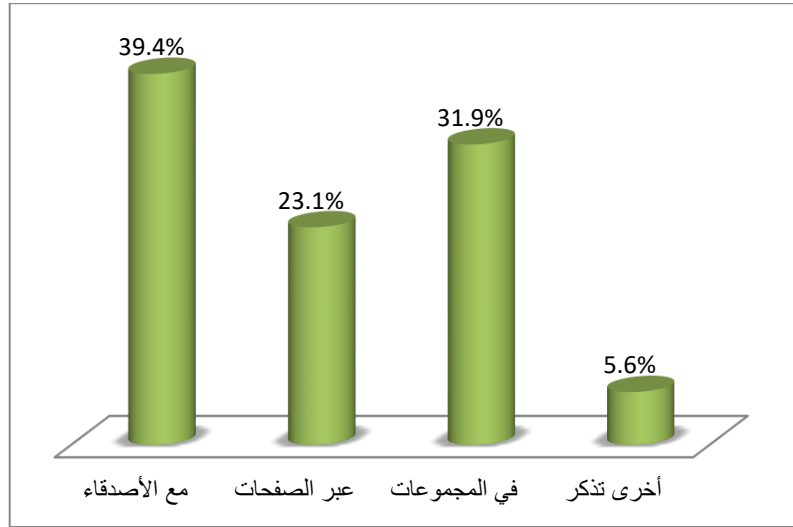
ويمكن تفسير ذلك أن الفيسبوك استطاع أن يحتوي الأفراد وخاصة الطلبة ومتابعتهم لكل ما ينشر ويناقش عبر هذا الفضاء حول القضية الفلسطينية.

الجدول رقم (20): مع من يناقش الآراء والمواقف على ما يجري في غزة.

النسبة %	التكرار	المناقشة
39.4%	63	مع الأصدقاء
23.1%	37	عبر الصفحات
31.9%	51	في المجموعات
5.6%	9	أخرى تذكر
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (20): مع من يناقش الآراء والمواقف على ما يجري في غزة.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

يكشف لنا الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يناقشون الآراء مع الأصدقاء فكانت نسبتهم (39.4%) من أفراد العينة في حين نسبة (23.1%) من المبحوثين يتناقشون عبر الصفحات في حين نسبة (31.9%) يناقشون أفكارهم في المجموعات أما نسبة (5.6%) من أفراد العينة كان نقاشهم مع أفراد آخرين (العائلة).

يفسر ذلك أن المبحوثين الذين يفضلون النقاش مع الأصدقاء لسهولة التواصل بينهم وسهولة الحوار وكذلك تبادل الآراء ووجهات النظر على عكس النقاش عبر الصفحات وفي المجموعات.

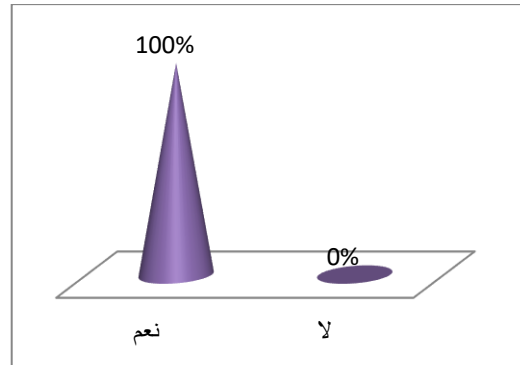
1-3- عرض وتحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالمحور الثالث:

الجدول رقم (21): توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لخاصية المشاركة (البارطاج).

النسبة %	التكرار	خاصية المشاركة	مستخدمي المشاركة
100%	160	نعم	
0%	0	لا	
100%	160	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (21): توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لخاصية المشاركة (البارطاج).



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

توضح نتائج الجدول أعلاه أن كل أفراد العينة بنسبة (100%) يستخدمون خاصية

المشاركة.

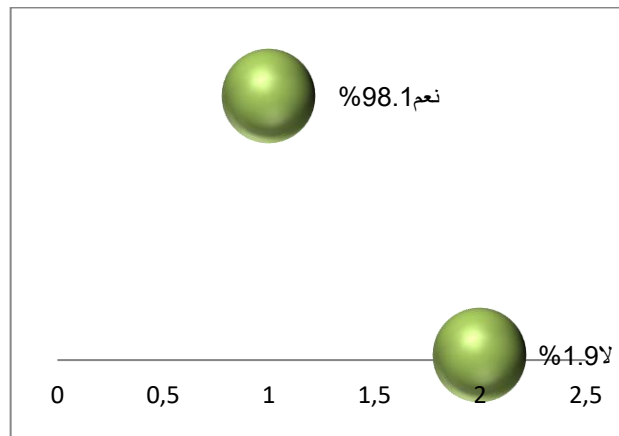
يفسر ذلك أن الفيسبوك سمح للطلبة بمشاركة كل ما ينشر حول القضية الفلسطينية ليعبروا عن آرائهم.

الجدول رقم (22): يبين اعتبار مشاركة صورة-فيديو-منشور وسيلة للكشف عن جرائم الصهيون في غزة.

النسبة	التكرار	اعتبار المشاركة وسيلة لكشف جرائم الصهيون في غزة
%98.1	157	نعم
%1.9	3	لا
%100	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (22): يبين اعتبار مشاركة صورة-فيديو-منشور وسيلة للكشف عن جرائم الصهيون في غزة.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

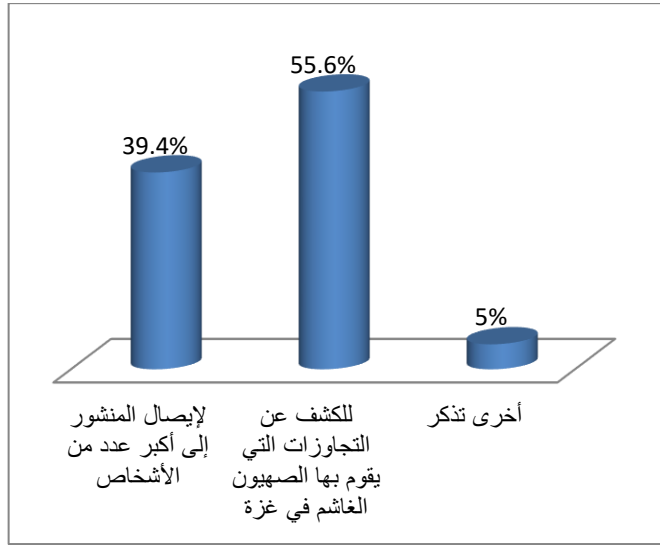
يوضح الجدول رقم (22) أن نسبة (98.1%) من أفراد العينة أقرروا بأن المشاركة تعتبر وسيلة للكشف عن جرائم الصهيون في غزة أما (1.9%) من أفراد العينة أقرروا عكس ذلك.

نفسر هذه النتائج أن استخدام الفضاءات الرقمية سمحت للطلبة بمشاركة كل المناشير المتعلقة بالقضية الفلسطينية قصد الوصول إلى أكبر عدد ممكن من فئات الجمهور. **الجدول رقم (23):** توزيع أفراد العينة حسب غايتهم من استخدام خاصية المشاركة.

النسبة %	التكرار	الغاية من استخدام خاصية المشاركة
39.4%	63	لإيصال المنشور إلى أكبر عدد من الأشخاص
55.6%	89	للكشف عن التجاوزات التي يقوم بها الصهيون الغاشم في غزة
5%	8	أخرى تذكر
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (23): توزيع أفراد العينة حسب غايتهم من استخدام خاصية المشاركة.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة المبحوثين الذين كانت غايتهم إبصال المنشور لأكثر عدد من الأشخاص قدرت نسبتهم بـ(39.4%)، أما المبحوثين الذين كانت غايتهم الكشف عن جرائم الصهيون الغاشم في غزة كانت نسبتهم (55.6%) ، في حين (5%) من أفراد العينة كانت غايتهم الاثنان معا.

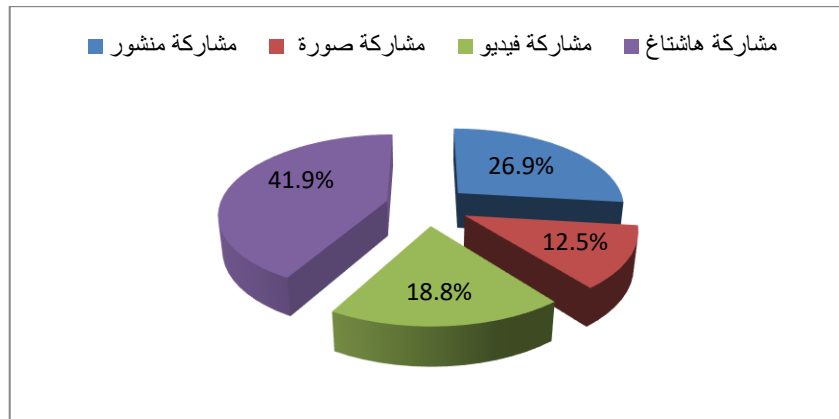
يمكن تفسير ذلك أن الفيسبوك يزيد التفاعل بين الطلبة ويسمح للمحتوى بأن يكون قابل للتداول لأي شخص والوصول إلى الآلاف من المستخدمين للتعريف بها يحدث في فلسطين.

الجدول رقم (24): توزيع أفراد العينة حسب نوع المشاركة التي يقومون بها.

نوع المشاركة	التكرار	النسبة %
مشاركة منشور	43	26.9%
مشاركة صورة	20	12.5%
مشاركة فيديو	30	18.8%
مشاركة هاشتاغ	67	41.9%
المجموع	160	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (24): توزيع أفراد العينة حسب نوع المشاركة التي يقومون بها.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

اعتمادا على نتائج الجدول يتضح لنا أن مشاركة هاشتاغ حاز على أفضلية أكبر

بنسبة (41.9%) من أفراد العينة أما نسبة (26.9%) من المبحوثين يشاركون المنشور

في حين الأفراد الذين يفضلون مشاركة الفيديوهات كانت نسبتهم (18.8%) ، وأخيرا نسبة (12.5%) يفضلون مشاركة الصور .

يفسر ذلك أن الطلبة يستخدمون مشاركة الهاشتاغ من أجل الوصول إلى أكبر عدد من الأفراد وإيصال صوتهم إلى العالم.

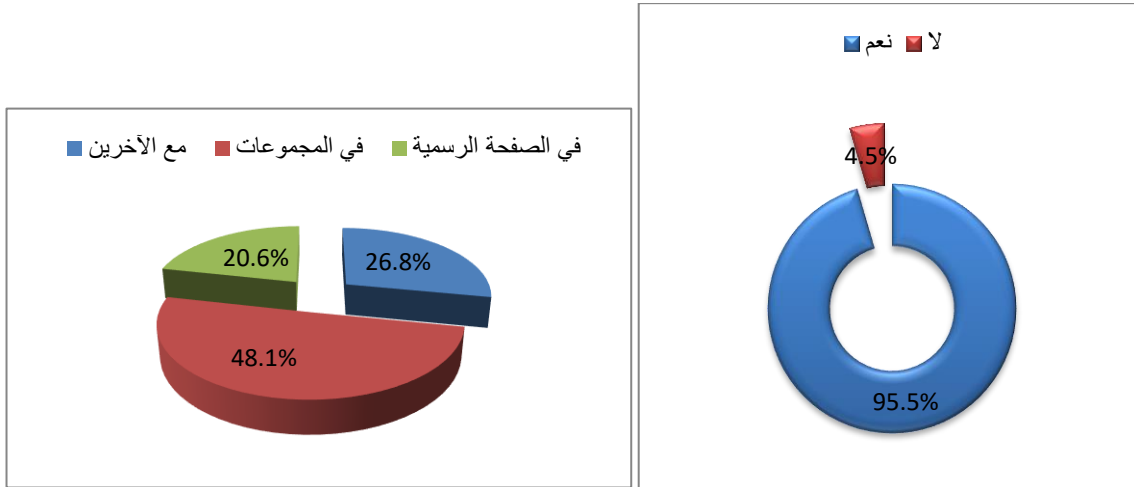
الجدول رقم (25): الهاشتاغ وسيلة فعالة لمساندة القضية الفلسطينية ومع من يتم مشاركته.

النسبة %		التكرار		الهاشتاغ وسيلة فعالة
%4.5		7		لا
%95.5	%26.8	153	43	مع الآخرين
	%48.1		77	في المجموعات
	%20.6		33	في الصفحة الرسمية
%100		160		المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

+

الشكل رقم (25): الهاشتاغ وسيلة فعالة لمساندة القضية الفلسطينية ومع من يتم مشاركته.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

يوضح الجدول رقم (25) أن (4.5%) من أفراد العينة لا يعتبرون الهاشتاغ وسيلة فعالة لمساندة القضية الفلسطينية في حين (95.5%) من أفراد العينة يقرون أن الهاشتاغ وسيلة فعالة لمساندة القضية الفلسطينية إذ (26.8%) من المبحوثين يشاركون الهاشتاغ مع الآخرين. أما (48.1%) من المبحوثين يفضلون مشاركة الهاشتاغ في المجموعات في حين (20.6%) من أفراد العينة كانت مشاركتهم للهاشتاغ في صفحاتهم الرسمية.

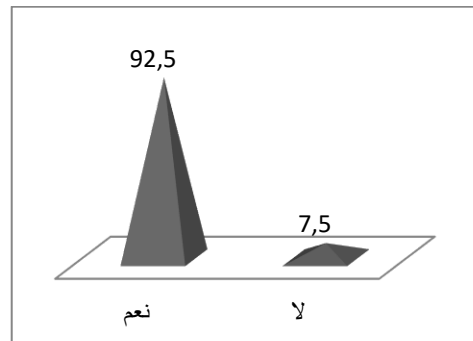
نفس النتائج المتوصل إليها أن تفعيل خاصية الهاشتاغ ساعدت الطلبة بمشاركة القضية الفلسطينية عبر موقع الفيس بوك إذ كانت أغلب مشاركتهم في المجموعات وهذا ما يسمح بتداول نقاش واسع النطاق ونشر الوعي مما يزيد من اهتمامهم بالقضية والذي قد يسمح بحدوث التغيير.

الجدول رقم (26): اعتبار الهاشتاغ من أهم الطرق المؤثرة في تشكيل الرأي العام.

النسبة %	التكرار	اعتبار الهاشتاغ من أهم الطرق المؤثرة في تشكيل الرأي العام
92.5%	148	نعم
7.5%	12	لا
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (26): اعتبار الهاشتاغ من أهم الطرق المؤثرة في تشكيل الرأي العام.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

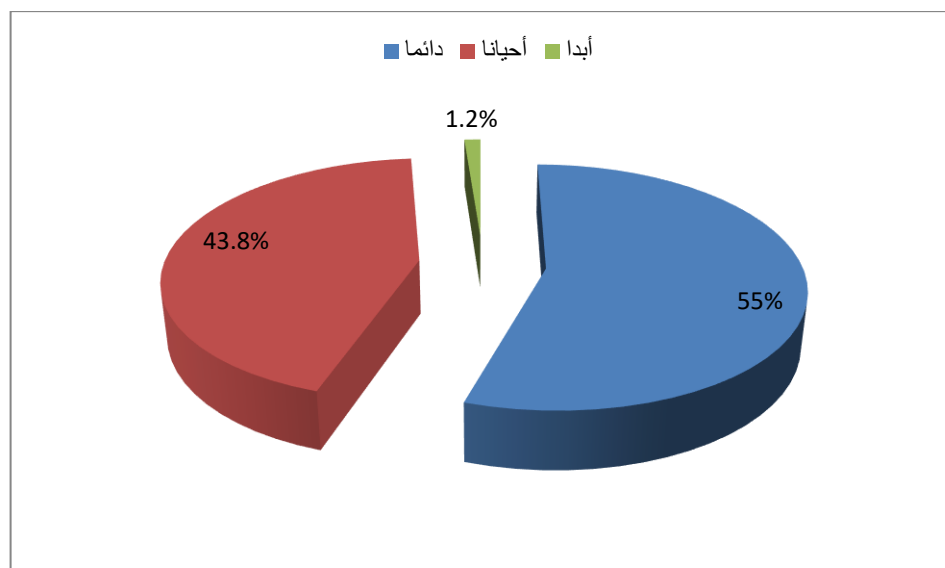
من نتائج الجدول أعلاه يتبين لنا أن (92.5%) من المبحوثين يعتبرون أن الهاشتاغ من أهم الطرق المؤثرة في تشكيل الرأي العام أما (7.5%) من المبحوثين يرون عكس ذلك نفس ذلك أن الهاشتاغ وسيلة تواصل بين الأفراد.

الجدول رقم (27): اعتبار الهاشتاغ وسيلة تؤدي إلى التغيير.

النسبة %	التكرار	اعتبار الهاشتاغ وسيلة تؤدي إلى التغيير
55%	88	دائما
43.8%	70	أحيانا
1.2%	2	أبدا
100%	160	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج الاستمارات الإلكترونية.

الشكل رقم (27): اعتبار الهاشتاغ وسيلة تؤدي إلى التغيير.



المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج Excel2007.

من خلال الجدول رقم (27) نلاحظ (55%) من أفراد العينة يقرون أن الهاشتاغ وسيلة تعبير دائمة وتؤدي إلى التعبير أما (43.8%) من أفراد العينة يرون من حين إلى آخر أن الهاشتاغ وسيلة تعبير تؤدي إلى التغيير في حين (1.2%) من أفراد العينة يقرون بأن الهاشتاغ لا يعتبر وسيلة تعبير ولا تؤدي إلى التغيير.

نفسر ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها الفيسبوك لديها قوة التأثير على الحكومات وإحداث التغيير وهذا بزيادة المشاركة وسرعة الانتشار بين الأفراد.

2- النتائج العامة للدراسة:

توصلت دارسنا إلى النتائج التالية:

- أغلب مستخدمي الأنترنت من جنسي الإناث والذكور حيث أتت بنسبة متساوية (80%).
- أغلب المبحوثين المستجوبين هم فئة الماستر بنسبة (59.4%).
- أغلب الطلبة من متتبعي الصفحات الإخبارية على الفيسبوك حيث أتت النسبة بـ ((97.5%).
- غالبية الطلبة قاموا بنشر مواضيع تخص الرأي العام بنسبة (66.3%). وكان الموضوع الذي أثار الجدل عليه والنقاش القضية الفلسطينية بنسبة (38.7%).

- الطلبة المبحوثين يتابعون ما ينشر عن القضية الفلسطينية عبر هذه الصفحات بنسبة (66.9%) .
- أغلب المبحوثين يفضلون متابعة الصور الفيديوهات بنسبة (73.8%) .
- أشارت النسبة (77.5%) من المبحوثين يرون بأن الصور والفيديوهات كافية للتعبير عن وجهات النظر.
- أشارت النسبة (97.5%) من الطلبة المبحوثين أن مشاهدة الصور والفيديوهات تزيد من اهتمامهم بالقضية.
- أغلب المبحوثين يتفاعلون مع ما ينشر عبر الفيسبوك حول ما يجري في غزة بنسبة (100%) .
- أغلب الطلبة شاركوا في المسيرات الطلابية داعمين لغزة بنسبة (65%) .
- أتت النسبة (52.5%) تعليق الطلبة على الصور والفيديوهات.
- (56.9%) يعتمدون على أسلوب التعليق على المناشير عن طريق كتابة نص.
- أغلب الطلبة يقومون بتصفح الصور والفيديوهات المتعلقة بغزة بنسبة (35.6%).
- أغلب المبحوثين تحفزهم الصور والفيديوهات للمشاركة في المسيرات الاحتجاجية بنسبة (86.9%) .

- أشارت النسبة (84.4%) أن الطلبة يعتمدون على التعليقات لإبداء الرأي.
- أشارت النسبة (85.6%) أن التعليقات مساحة لحرية الرأي والتعبير والتغيير السياسي.
- (57.5%) من المبحوثين لا يدخلون في نقاشات مع أشخاص لم يعجبهم تعليقاتهم.
- (47.5%) من المبحوثين يتأثرون بآراء واتجاهات بما ينشر ويناقش حول القضية الفلسطينية.
- غالبية المبحوثين صرحوا بأنهم يناقشون الآراء والمواقف حول ما يجري في غزة مع الأصدقاء بنسبة (39.5%).
- نسبة (100%) من الطلبة يستخدمون خاصية المشاركة.
- أغلب المبحوثين يشاركون الصور والفيديوهات للكشف عن جرائم الصهيون بنسبة (98%).
- (55.6%) من الطلبة المبحوثين يرون أن الغاية من استخدام خاصية المشاركة هي الكشف عن تجاوزات التي يقوم بها الصهيون.
- أغلب المبحوثين بنسبة (41.9%) يشاركون خاصية الهاشتاغ.
- نسبة (95.6%) يرون بأن الهاشتاغ وسيلة فعالة لمسلندة القضية الفلسطينية.
- (50.5%) من الطلبة يشاركون الهاشتاغ في المجموعات.

- (92.5%) يعتبر الطلبة الهاشtag من أهم الطرق المؤثرة في تشكيل الرأي العام.
- أغلب الطلبة يرون دائماً بأن الهاشtag وسيلة تعبير تؤدي إلى التغيير بنسبة (55%).

الخاتمة

في ختام دراستنا توصلنا أن الفضاء العمومي الافتراضي الذي أقرته التكنولوجيا الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسه الفيسبوك الذي أصبح حقلا لتبادل المعلومات والمناقشة والتعبير عن الآراء والمعارضة والصراع السياسي.

فالفضاء العمومي الافتراضي لعب دورا هاما في تشكيل الرأي العام وحرية التعبير خاصة لدى الطلبة الجامعيين مما سمح لهم التعبير عن آرائهم ومناقشة القضايا التي تهمهم وتشكيل رأي عام حوله.

وقد كانت الصدارة لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة لموقع الفيسبوك الذي يعتبر فضاء للنقاشات ونقل الأخبار وتشكيل مواقف عبره حيث أقر أشكالاً جديدة كالتفاعل الجماعي وبالتالي كان له دور مهم في توجيه اهتمام الأفراد نحو الموضوعات التي تهمهم وطرحها عبر هذا الفضاء، وقد تبنى الفيسبوك القضية الفلسطينية والتي اعتبرت قضية رأي عام.

ولقد تبين من الدراسة أن الفيسبوك استطاع أن يكتسح المجال الافتراضي ومدى تأثيره على الوعي السياسي للأفراد إعطائهم الفرصة للتفاعل والمشاركة والتعليق والنقاش على الأحداث خاصة ما تعلق بالقضية الفلسطينية التي تعتبر أكثر القضايا العالمية التي تهم الأفراد وخاصة الطلبة.

قائمة المصادر والمراجع:

المعاجم والقواميس:

1/ ابن المنظور، لسان العرب ، الطبعة الأولى، دار صادر، المجلد الرابع عشر، بيروت، 1990.

2/ محمد إبن منظور، لسان العرب، دار المعارف، المجلد 3، القاهرة، دون سنة.

الموسوعات:

3/ مارشال جوردن، موسوعة علم الاجتماع، ترجمة أحمد عبد الله وآخرون، الطبعة الأولى، المجلد الثاني، المجلس الأعلى الثقافي، القاهرة، 2000.

4/ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد 2003، 07.

الكتب بالعربية:

5/ أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، دون طبعة، المكتبة الأكاديمية، دون سنة.

6/ احمد، بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، دون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، 1983.

7/ اسماعيل علي سعد، الاتصال والرأي العام، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1981.

8/ أنعام حسن أيوب وآخرون، العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية الطبعة، الأولى، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

- 9/ جمعة مصطفى عطية، شعرية الفضاء الإلكتروني: قراءة في منظور ما بعد الحداثة، الطبعة الأولى، دون دار النشر، القاهرة، 2016.
- 10 حاتم محمد عبد القادر، الإعلام في القرن الكريم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2002.
- 11/حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، الطبعة الأولى، دار النخبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017.
- 12/حسن محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دون طبعة، دار أسامة للنشر، عمان، 2015.
- 13/حسين عبد القادر، الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة، دون طبعة، وكالة الصحافة العربية، الجيزة، 2020.
- 14/حلاق بطرس: الرأي العام وطرق قياسه، الجامعة الافتراضية السورية، 2020.
- 15/ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 16/ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار الفضاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

17/ رشا محمد، الرأي العام بين الدعاية والإعلام، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

18/ سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

19/ صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، الطبعة الأولى، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.

20/ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الرأي العام والفضائيات دراسة في ترتيب الأولويات، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.

21/ عامر قندلجي، إعلام المعلومات والأنترنت، الطبعة الأولى، دار اليازوري للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.

22/ عامر حسن فياض، مقدمة منهجية في الرأي العام وحقوق الإنسان، ط2، صباح صادق جعفر الأنباري، بغداد، 2011.

23/ عامر فتحي، الرأي العام الإلكتروني، دون طبعة، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2012.

24/ عبد الحميد صلاح، عاطف يمى، الإعلام والفضاء الإلكتروني، الطبعة الأولى، الأطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، 2015.

- 25/ عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل في وسائل الإعلام والاتصال، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2011.
- 26/ عثمان محمد الشمrani، شبكات التواصل الاجتماعي، دون طبعة، جدة، 2014.
- 27/ علي شيبه شدوان، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دون طبعة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2016.
- 28/ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 29/ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 30/ غالب كاظم جواد الدعيمي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، طبعة الأولى، أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 31/ قواسم بن عيسى، رهانات الفضاء العمومي الافتراضي شبكات التواصل الاجتماعي، المجلد الثالث، العدد التاسع، 2020.
- 32/ محمد إبراهيم رمضان احمد، البحث العلمي (أسس وتحليل تطبيقات)، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2007.

- 33/ محمد جمال أبو شنب، البحث العلمي، المناهج-الطرق والأدوات، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، الجزء الأول، 2007.
- 34/ محمد عاكف غيث، علم الاجتماع، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1999.
- 35/ محمد العوض العابدي، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية، مع دراسة عن مناهج البحث، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، 2005.
- 36/ محمد منير مرسي، التعليم المعاصر قضايا واتجاهات، طبعة الثانية، دار النهضة العربية، دون سنة، دون بلد.
- 37/ محمد نور الدين أفاية ، الحداثة والتواصل في الفلسفة النقدية المعاصرة لنموذج هابرماس، الطبعة الثانية، د دار النشر، القاهرة، 2010.
- 38/ محي الدين عبد الحليم، الرأي العام: مفهومه وأنواعه-عوامل تشكله و وظائفه وقوانينه-طرق قياسه وأساليب تغييره، الطبعة الأولى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2009.
- 39/ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، دون طبعة، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017.
- 40/ مختار توهامي، الرأي العام والحرب النفسية، دار الفكر، القاهرة، 1974.

41/ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

42/ موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، تدريبات عملية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دون طبعة، دار القصبه، الجزائر، 2004.

43/ هاني رضا، رامز عمار، الراي العام والإعلام والدعاية، الطبعة الثانية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2013.

44/ يوسف عبد الأمير طبجة ، منهجية البحث: تقنيات ومناهج، الطبعة الثانية، دار المحجة لبنان، الأردن، 2011.

المجلات:

45/ حمزة هوارى، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد عشرون، 2015.

46/ خالد منصر، دور الصحافة الإلكترونية في تكوين الرأي العام: مقارنة نظرية، مجلة تاريخ العلوم، جامعة خنشلة، 2018.

47/ خيرة العبدى، رهانات حضور المثقف في بيئة الإعلام الجديد: مقارنة عن دور المثقف في صناعة الرأي العام عبر الفضاء العام الافتراضي، مجلة دراسات وأبحاث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2020.

- 48/ سجية جمعي، تأثير وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الرأي العام، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2023.
- 49/ الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي: الإحياء والانبعاث.
- 50/ عبد الكريم علي الدبيسي ، زهير ياسين الطاهات ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد أربعون، العدد الأول، 2013.
- 51/ فريدة بن عمروش، مبروك لمشونشي، الإعلام الجديد والفضاء العام الافتراضي: دراسة في المفهوم والأطر النظرية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد الرابع، العدد الثاني، 2019.
- 52/ فريدة صغير عباس، تجليات الفضاء العمومي الافتراضي من خلال التفاعل الافتراضي، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، العدد الرابع، 2018.
- 53/ محمد يحيوي، صونيا براهيمية، الفضاء الافتراضي والفضاء السوسيوثقافي في المجتمع الجزائري، مجلة المعيار، المجلد الثامن والعشرون، العدد الأول، 2024.
- 54/ مروى ماي، المجتمعات الافتراضية: ملاذ واقعي للمطالبين بالحرية، مجلة الدراسات في علم الاجتماع المنظمات، المجلد الرابع، العدد الأول، 2016.
- 55/ نبيلة جعفري، دور الفضاء العمومي الافتراضي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الطلابي في الجزائر، استفتاء تعديل الدستور 2020، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، مجلد الثامن، العدد الثالث، 2021.

المطبوعات البيداغوجية:

56/سوهيلة بضياف مطبوعة في مقياس: قياس الجمهور والرأي العام، جامعة 20 اوت

1955،2019

57/ عبد المالك صاولي، مطبوعة تقييم الرأي العام، جامعة مسيلة، 2023.

58/ لامية صابر، مطبوعة بيداغوجية لمقياس الفضاء العمومي والوسائط

الجديدة،سطيف،2019.

رسائل جامعية:

59/أحمد منغور، موقف الرأي العام الفرنسي من الثورة الجزائرية1954-1962، رسالة

مقدمة لنيل شهادة الماجستير في تاريخ الحركة الوطنية، جامعة منتوري قسنطينة،2006.

60/أشرف عصام فريد صالح، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا

السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة

الشرق الاوسط،2016.

61/ إلهام بوثلجي، الصحافة الإلكترونية وترتيب أولويات الرأي العام: دراسة تحليلية

ميدانية لعينة من الصحف الإلكترونية الجزائرية "الشروق أون لاين" "المساء"

"Liberté"،أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة

الجزائر 2021،3.

- 62/ رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية، 2013.
- 63/ رباب بن عياش، رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر: دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من المدونات وصفحات موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" خلال الإنتخابات الرئاسية أفريل 2014 (من 1 جانفي-30 ماي 2014)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص سيميولوجيا الاتصال، جامعة الجزائر 2015، 3.
- 64/ سمير سلامنة، دحمان سالم، صناعة الرأي العام وأثره على سياسة الدولة: دراسة حالة الحراك في الوطن العربي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية تخصص: دراسات أمنية واستراتيجية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، 2020.
- 65/ سوهيلة بضياف، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر - دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفاييس بوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة باتنة 2018، 1.
- 66/ فتيحة برك، تمظهر الثقافة الأمازيغية في الفضاء العمومي الافتراضي، دراسة اثنوجرافية على عينة من الصفحات الثقافية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور

الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، جامعة الجزائر 2023، 3.

67/ قدار تسعديت، الإعلام الجديد والفضاء العمومي الافتراضي: دراسة تحليلية لاستخدامات الشباب لليوتيوب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2018.

68/ مبارك زودة، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام: الثورة التونسية أنموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012.

69/ نعيمة بوزينة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري: دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي-جامعة الجلفة نمودجا-2016/2017، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2018، 3.

الملتقيات:

70 / عبد القادر باعثمان، البيئة الرقمية سوسيومفاهيمية، مقدمة ضمن الملتقى الوطني، جامعة إسطنبولي معسكر، 2022.

المواقع الإلكترونية:

71/ <https://socio.yoo7.com>

72/ www.arabmediastudies.org

73/ <http://www.tech.wd.com>

74/ <http://portal.arid.my> .

قائمة الملاحق:

1- نموذج استمارة الاستبيان:

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955-سكيكدة-

كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال



استمارة بعنوان:

دور الفضاء العمومي الافتراضي في تشكيل الرأي العام لدى الطالب الجامعي
دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة 20 أوت 1955-سكيكدة-
الفيسبوك - القضية الفلسطينية - أنموذجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات
عامة.

إشراف الأستاذة:

*بالطة مريم.

إعداد الطالبتين:

*مرياي فاطمة الزهراء.

*لشلق هادية.

*هذه المعلومات سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ضع العلامة (+) أمام الجواب المناسب.

البيانات السوسيوديمغرافية.

1/الجنس:

ذكر أنثى

2/العمر: أقل من 20 سنة من 20 إلى 25 سنة أكبر من 25 سنة

3/المستوى التعليمي: ليسانس ماستر

المحور الأول: الدور الذي تلعبه المنشورات الفيسبوكية في التعبير عن وجهة نظر الطلاب حول القضية الفلسطينية.

4/هل أنت من متبعي الصفحات الإخبارية على الفيسبوك؟

نعم لا

5/هل سبق لك وأن نشرت موضوع يخص الرأي العام؟

نعم لا

6/إذا كانت الإجابة بنعم، فما نوع هذا الموضوع؟

-القضية الفلسطينية

-ظاهرة الاختطاف

-الهجرة الغير شرعية

أخرى تذكر:

7/هل تتابع ما ينشر عن القضية الفلسطينية عبر الصفحات الفيسبوكية؟

دائما أحيانا أبدا

8/ما هي أنواع المنشورات المتعلقة بالقضية الفلسطينية التي تفضل متابعتها عبر هذه الصفحات؟

-الفيديوهات والصور

-المقالات التحليلية

-الأخبار

أخرى تذكر.....

9/إذا كانت إجابتك بالفيديوهات والصور هل ترى بأنها كافية للتعبير عن وجهات نظر حول القضية الفلسطينية؟

نعم لا

10/هل مشاهدتك للصور والفيديوهات تزيد من اهتمامك بالقضية الفلسطينية؟

نعم لا

11/هل تتفاعل مع ما ينشر في الفيسبوك حول مايجري في غزة؟

نعم لا

12/إذا كانت الإجابة بنعم،ماهي طريقة تفاعلك؟

-اعجاب فقط

-كتابة تعليق

-مشاركة منشور

أخرى تذكر.....

13/هل سبق لك وأن شاركت في مسيرة طلابية مساندا لغزة دعيت إليها عن طريق منشور؟

نعم لا

المحور الثاني: الدور الذي تلعبه التعليقات الفيسبوكية في تشكيل المواقف المختلفة عن القضية الفلسطينية.

14/ هل تقوم بالتعليق على الصور والفيديوهات والأخبار المنشورة المتعلقة بغزة؟

دائماً أحياناً أبداً

15/ ما هي الطريقة التي تعتمد عليها في التعليق؟

-التعليق بالصور

-التعليق بالفيديو

-كتابة نص

أخرى تذكر.....

16/ عند مشاهدتك للفيديوهات والصور المتعلقة بالقضية الفلسطينية ما هي الأشياء التي تقوم بها؟

-أتصفح الصور الفيديوهات المتعلقة بغزة وأعلق عليها.

-أتصفح الصور والفيديوهات المتعلقة بغزة وأرسل الروابط إلى أفراد آخرين.

-أعيد نشر الفيديوهات والصور المتعلقة بغزة على شبكات اجتماعية أخرى.

-أقوم بنشر الصور والفيديوهات على حسابي الخاص.

أخرى تذكر.....

17/ هل الصور والفيديوهات المتعلقة بالقضية الفلسطينية تحفزك من أجل المشاركة في المسيرات والاحتجاجات؟

نعم لا

18/ هل ترى بأن كتابة تعليق كافياً ليشكل آراء ووجهات نظر للأحداث الجارية في فلسطين؟

نعم لا

19/ هل يمكن اعتبار التعليقات من بين المساحات لحرية الرأي والتعبير والتغيير السياسي؟

لا

نعم

20/ هل سبق وأن دخلت في حاشية مع شخص لم يعجبك شيء على ما يحدث في غزة؟

لا

نعم

21/ هل تتأثر آرائك واتجاهاتك بما ينشر ويناقش حول القضية الفلسطينية؟

لا

نعم

22/ مع من تناقش آرائك ومواقفك حول ما يجري في قطاع غزة؟

-مع الأصدقاء -عبر الصفحات -في المجموعات

-أخرى تذكر.....

المحور الثالث: دور خاصية الهاشتاغ (البارطاج) في التعبير عن الرؤى الطلابية للأحداث في غزة.

23/ هل أنت من مستخدمي خاصة المشاركة (البارطاج)؟

نعم

24/ هل ترى بأن مشاركة صورة -فيديو- منشور- وسيلة فعالة للكشف عن جرائم الصهيون في غزة؟

لا نعم

25/ ما الغاية من استخدامك لخاصية المشاركة (البارطاج)؟

-لإيصال المنشور لأكثر عدد من الأشخاص. -للكشف عن التجاوزات التي يقوم بها الصهيون الغاشم ضد غزة.

-أخرى تذكر.....

26/ ما أنواع المشاركة (البارطاج) التي تقوم بها مع الآخرين؟

-مشاركة منشور -مشاركة صورة

-مشاركة فيديو

-مشاركة هاشتاغ

27/إذا كانت إجابتك بالهاشتاغ، هل ترى بأن مشاركة الهاشتاغ وسيلة فعالة لمساندة القضية الفلسطينية؟

نعم لا

28/إذا كانت الإجابة بنعم،تقوم بمشاركتها :

- مع الآخرين

- في المجموعات

- في الصفحة الرسمية

29/هل ترى أن الهاشتاغ من أهم الطرق المؤثرة في تشكيل الرأي العام؟

نعم لا

30/هل يمكن اعتبار الهاشتاغ وسيلة تعبير تؤدي إلى التغيير؟

دائما أحيانا أبدا

2- صور للمسيرات الاحتجاجية الطلابية في جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.









