جامعة يحي فارس-المدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري

دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة يحي فارس بالمدية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبين:

-مهدي شيماء

-سلمي وليد

تحت إشراف الأستاذ:

د/ بسام أحمد الشريف

السنة الجامعية:2023/2022

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

﴿ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا ۖ إِنَّكَ أَنتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ ﴾

سورة البقرة... الآية 32.

شكر وتقدير



باقات من الورود مغلفة بأسمى آيات الشكر والتقدير أنشرها لكل من كان له فضل علينا بعد الله تعالى في مراحل سنواتنا الدراسية، ولكل من علمنا حرفا... أو أسدى إلينا نصيحة ومشورة... أو وقف بجانبنا في كل وقت وحين خلال إعدادنا لهذه الدراسة.

ونخص بالشكر والتقدير... **أستاذنا الفاضل بسام أحمد الشريف** الذي أشرف على دراستنا بكل حب، صدق، أمانة... وبتقديمه لنا النصائح القيمة، فله منا أسمى عبارات الامتنان والعرفان.

إلى الأساتذة الكرام والأفاضل **سحاري مصطفى وفندوشي ربيعة** على نصائحهم وملاحظاتهم.

كما لا يفوتنا أن نتوجه بشكرنا إلى أساتذتنا الكرام والدكاترة الأفاضل في قسم علوم الاعلام والاتصال في جامعة يحي فارس بالمدية كل باسمه ومقامه.

كما نقدم اعتزازنا بالفضل لكل أساتذة **أ/محمد بولصنام، أ/حمدان طهراوي، أ/العيدي موسى، أ/راشدي وردية**.

ونتقدم بجزيل الشكر لطلبة جامعة يحي فارس بالمدية على تعاونهم معنا وإسنادنا بالمعلومات القيمة التي أفادونا بها في دراستنا.

وأخيرا، نشكر كل من قدم لنا يد العون سواء من قريب أو من بعيد في إتمام هذه الدراسة.

شكرا لكم جميعا والحمد لله على التمام والكمال

الحمد لله على ما تبقى، وعلى ما هو آت، الحمد لله دائما وأبدا.

إهـــــــداء

إن الهدايا على مقدار مهديها...

فلو كانت تهدى إلى الإنسان قيمته...

لأهديتكم الدنيا وما فيها.

إلى من لا يضاهيهما أحد في الكون... إلى من أمرنا الله ببرهما... إلى من بذلا الكثير وقدما لا يمكن أن يرد... إليكما هذه الكلمات أمي وأبي الغاليان... أهدي لكما هذا البحث فقد كنتما خير داعم لي طوال مسيرتي الدراسية، حفظكما الله ورعاكما، وجعلكما من أهل الايمان والصلاح في الدنيا، وأهل الفلاح والجنان في الآخرة.

إلى إخوتي وأخواتي سمية، سالم، محمد، دعاء، سلسبيل، أدام الله عليكم السعادة والرضا وراحة البال.

إلى المؤنسات الغاليات بنات أختي وفاء، رحمة، مريم، حفظهم الله ورعاهم.

والى كل من ساهم في انجاز هذا البحث صديقاتي الغاليات عيشة وكريمة ويسرى ولو بكلمة تشجيع.

الى كل الأساتذة بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة يحي فارس بالمدية عامة، والأستاذ المشرف بسام احمد الشريف خاصة.

الى من جاهدنا وتعبنا في انجاز هذا البحث زميلي وليد سلمي.

الى الاخلاء "جازية، يسرى، رميساء، عبير، خولة، نسرين" الذين أرسل إليهم بكل ود وإخلاص تعبيري عن حبي لهم ووجودهم في حياتي.

إلى زملائي وزميلاتي بقسم الاتصال والعلاقات العامة دفعة 2023/2022 أوجه امتناني لكم.

شيمـــــــاء

إهـــــــداء

إذا كان أول الطريق ألم فإن آخره تحقيق حلم، وإذا كانت أول الانطلاقة دمعة فإن نهايتها بسمة، وكل بداية لابد لها من نهاية، ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمار تعبي وأرفع قبعتي بكل فخر، أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى:

إلى من جعلت الجنة تحت أقدامها، الانسانة العزيزة التي طالما تمنت أن تقر عيناها برؤيتي في يوم كهذا ...أمي العزيزة.

إلى من أحمل اسمه بكل فخر، سندي وقوتي عندما تسلل التعب في لحظات ضعف إلى قلبي، الداعم الأول لي...أبي الغالي.

إلى من شددت عضدي بهم فكانوا لي ينابيع وكنت من كل ينبوع استقي لأرتقي ...إخوتي الأعزاء.

إلى المؤنسات الغاليات اللواتي يضفين جوا من الرحمة والحنان على الأسرة...اخواتي الفاضلات.

إلى من هم بمثابة الأخت، أدام الله عليكم السعادة والرضا وراحة البال ...زوجات إخوتي

إلى بنات وأبناء أخواتي وإخوتي أدعوا الله أن يحفظكم ويرعاكم ويوفقكم، فأنتم أفضل هدايا الرحمان لعائلتنا

إلى من سهرنا وتعبنا معا في إنجاز هذا العمل زميلتي شيماء مهدي.

إلى من تعلمت على يدهم أبجديات المعرفة والعلم خلال مساري الدراسي من الابتدائي الى الجامعة من معلمين ومعلمات، أساتذة وأستاذات، دكاترة ودكتورات.

إلى الأستاذ المشرف بسام أحمد الشريف الذي ساندنا في مشوار هذا البحث.

إلى من جمعتني بهم أجمل الصدف في الحياة، فكانوا خير الرفقة ونعم الأصدقاء.

إلى زملائي وزميلاتي بقسم الاتصال والعلاقات العامة دفعة 2023/2022

إلى كل من أدركه القلب ولم يدركه القلم.

وأخيرا إلى كل من ساعدني وقدم لي يد العون، وكان له دور من قريب أو بعيد في إتمام هذا العمل

ولـــــــيد

الملخص:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي منها (الفيسبوك، الأنستغرام، التويتر، اليوتيوب...) أحد مظاهر التكنولوجيا حديثة الاتصال والتي يمارس من خلالها كل الأنشطة التفاعلية والتشاركية، إذ لم تعد تقتصر على كونها أداة اتصال وتبادل فقط بل تجاوزت ذلك وفتحت المجال للأفراد والجماعات إبداء آرائهم في الموضوعات والقضايا التي تهمهم، وبظهور إعلام منافس للإعلام التقليدي، الذي يعد مصدرا للحصول على المعلومات والأخبار، حيث مكن المستخدمين من التفاعل والحوار والنقاش حول ما يتم طرحه عبرها خاصة الطلبة منهم، وتأثير المعلومة على الرأي العام، فجاءت هذه الدراسة للتعرف على طبيعة استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي، وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام حول مختلف قضايا المجتمع المطروحة.

وتنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، وتم الاستعانة بالمنهج المسحي، حيث تمت الدراسة على عينة من الطلبة الجامعيين الجزائريين بجامعة يحي فارس بالمدية، وذلك بالاعتماد على أداة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات من المبحوثين، حيث شملت عينة الدراسة على 86 مفردة.

كما توصلت نتائج الدراسة إلى عدة نتائج منها: استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، وتصدر موقع الأنستغرام الترتيب من حيث الاستخدام مقارنة بالمواقع الأخرى، كما تعتبر القضايا الاجتماعية والاقتصادية أهم القضايا التي يهتم بها الطلبة الجامعيين، إذ تصدرت اهتمامات الطلبة كل من قضية الهجرة غير الشرعية وارتفاع الأسعار من القضايا المتداولة، كما عوضت مواقع التواصل الاجتماعي الاعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليها في زيادة المعرفة، وكشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تخصص مساحات كافية لمعالجة قضايا المجتمع الجزائري الراهنة.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الرأي العام، الطلبة الجامعيين، الرأي العام الالكتروني.

Abstract :

Sociaux, notamment (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube...) sont l'un des aspects des technologies modernes de communication à travers lesquels se pratiquent toutes les activités interactives et participatives, car ils ne se limitent plus à être un simple outil de communication et d'échange, mais sont allés au-delà et ont permis aux individus et aux groupes d'exprimer leurs opinions. Sur des sujets et des questions qui les concernent, et avec l'émergence d'un média qui concurrence les médias traditionnels, et une source d'information et de nouvelles, car il a permis aux utilisateurs d'avoir des dialogues interactifs et des discussions sur ce qui est présenté à travers elle, en particulier les étudiants parmi eux, et l'impact de l'information sur l'opinion publique, cette étude est venue identifier la nature de l'utilisation des étudiants universitaires algériens aux sites de réseaux sociaux, et l'impact des réseaux sociaux des sites de mise en réseau de l'opinion publique sur les différents enjeux de société soulevés.

Cette étude appartient aux études descriptives, et la méthode d'enquête a été utilisée, où un échantillon d'étudiants universitaires algériens à l'Université Yahya Fares à Médéa a été étudié, en s'appuyant sur l'outil de questionnaire pour collecter des informations et des données auprès des répondants, l'échantillon d'étude comprenait 86 personnes.

Les résultats de l'étude ont également atteint plusieurs résultats, notamment : l'utilisation des sites de réseaux sociaux par les étudiants universitaires en permanence, le site Instagram arrive en tête du classement en termes d'utilisation par rapport aux autres sites, les enjeux sociaux et économiques sont les enjeux les plus importants que les étudiants universitaires se soucient, et leurs préoccupations ont dépassé le problème de l"immigration illégale et les prix élevés sont parmi les problèmes actuels, et les sites de réseaux sociaux ont remplacé les médias traditionnels en termes de s"appuyer sur eux pour accroître les connaissances. L"étude a révélé que les sites de réseaux sociaux allouent suffisamment d"espace pour aborder les problèmes actuels de la société algérienne.

Mots-clés : sites de réseaux sociaux, opinion publique, étudiants universitaires, opinion publique électronique.

خطة الدراسة:

مقـــــــدمـــــــة:

الإطـــــار المنهجي للدراســـة:

1-إشكالية الدراســة.

2-تساؤلات الدراســة.

3-أسباب اختيــار الموضوع.

4-أهمية الدراســة.

5-أهداف الدراســة.

6-نوع الدراســة.

7-منهج الدراســة وأدواتها.

8-مفاهيم الدراســة.

9-مجتمع وعينة الدراســة.

10-حدود الدراســة.

11-الدراســات الســابقة.

12-أوجه الاستفادة من الدراســات الســابقة.

الإطـــــار النظري للدراســـة:

تمهيد

الفصل الأول: مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الخامس: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام والرأي العام الالكتروني

تمهيد

المبحث الأول: مفهوم الرأي العام

المبحث الثاني: نشأة الرأي العام ومقوماته

المبحث الثالث: خصائص الرأي العام وأنواعه

المبحث الرابع: الرأي العام الالكتروني

المبحث الخامس: نماذج عن الرأي العام الالكتروني

خلاصة الفصل

الإطار التطبيقي للدراسة:

تمهيد

المبحث الأول: تحليل المحور الأول الخاص بالبيانات الشخصية

المبحث الثاني: تحليل بيانات المحور الثاني الخاص بعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثالث: تحليل بيانات المحور الثالث الخاص بقضايا المجتمع الجزائري التي تهم الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الرابع: تحليل بيانات المحور الرابع الخاص بمساهمة النقاش حول قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الطلبة الجامعيين.

المبحث الخامس: تحليل بيانات المحور الخامس الخاص بدرجة اعتماد الطلبة الجامعيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر بديل للحصول على المعلومات.

خلاصة الفصل

نتائج الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

فهرس الجداول والأشكال

فهرس المحتويات


مقدمة

مقـــدمـــــة:

على مر التطورات التي عرفتها وسائل الاتصال عبر التاريخ والتي ما تزال تتسارع برسم تكنولوجيا المعلومات الجديدة من شأنها أن تعيد صياغة الوجود الإنساني، محدثة تأثيرات غير مسبوقة، في جميع فروع الحياة بكل مجالاتها وتشعباتها، وإن هذه التطورات أثر في قدرات الانسان الاتصالية وانتقلت من النمط التقليدي المباشر كالتلفزيون والإذاعة، إلى النمط الافتراضي أو الالكتروني الذي يتميز بالديناميكية، العالمية، السرعة والسهولة في الاستعمال.

حيث ما تواجهه المجتمعات الإنسانية اليوم، من التقدم العلمي التي مكنها من التعامل مع كم كبير من المعلومات بسهولة وسرعة وغزارة، وفي نفس الوقت أثرت كمية المعلومات وسرعة انتقالها على إحداث تنقلات هامة في التكنولوجيا[1]، هذا التغير الجذري الذي جعل أفراد المجتمع في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم وأخذ الكثير من أوقاتهم مما أدى إلى ظهور مجموعة من المواقع الحديثة التي تندرج تحت ما يسمى "بمواقع التواصل الاجتماعي".

وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ساحة مفتوحة بحيث شكلت عالما افتراضيا فتح المجال على مصرعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها لإبداء آرائهم ومواقفهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقة، واستطاعت أن تمد أفراد المجتمعات بقنوات ومواقع مختلفة، كما توقع دراكر "نرى أنفسنا ومجتمعاتنا أمام مجموعة هائلة من الخيارات السياسية والإعلامية والثقافية ولا تستطيع جهة واحدة سواءا كانت حكومة أو وسيلة إعلام أو منظمة لا تستطيع لوحدها أن تقود الجمهور المتنامي الذكاء والمعرفة، ببساطة لقد بدأ ذلك الجمهور يتعرف أكثر إلى خياراته المتوفرة فلا يجد نفسه مجبرا أن يستمع إلى أخبار وتقارير قناة معينة لأن الانتقال إلى أخرى بالنسبة إليه هو مجرد كبسة زر ولا يجد ذلك الجمهور والمواطن العادي نفسه ملزما[2].

وحولت مواقع التواصل الاجتماعي العالم من قرية صغيرة الى شارع صغير، من خلال تنوعها وتعددها للمواقع، منها موقع الفيسبوك، وموقع الأنستغرام، وموقع اليوتيوب، وموقع التويتر...، حيث أتاحت لمستخدميها خدمات الاتصال المباشر وتبادل الملفات ومجموعات النقاش...وغيرها، كما وفرت مواقع التواصل الاجتماعي للشباب العربي عامة والجزائري خاصة بمعرفة حيثيات القضايا المختلفة، بل ومنحتهم حرية نشر أفكارهم وصورهم والتعبير عن إعجابهم والتعليق على أي قضية أو فكرة يرغب في تكوين أو

[1]-محمد مكاوي عودة، **المكتبة المدرسية في مواجهة ثورة المعلومات "دراسة نظرية وتطبيقية"**، ط1، دار الكتاب المصري، مصر، 2000، ص:33.
[2]-بدران عباس، **أفكار وحقائق حول الاعلام الجديد**، مركز دراسات الحكومة الالكترونية، لبنان، 2012، ص:13.

صناعة أو تغيير رأي عام حولها، فأتاحت لهم ممارسة حقوقهم الكاملة في المشاركة في العديد من القضايا المطروحة.

ولقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي كل من لا يملك القدرة على الظهور في وسائل الاعلام المختلفة أو يعتلي أي منبر اعلامي، يستطيع بث ما يريد ليستقبله عدد كبير من متابعي مواقع التواصل الاجتماعي، كما أضحى المستخدم "مراسلا إعلاميا"، سواء في النقل المباشر للصورة من مكان الحدث نفسه والأخبار الفورية أو في التعبير عن مواقفه اتجاه الأحداث الجارية، ومن ثمة التأثير في الرأي العام أو على الأقل تثقيفه حيال قضايا وموضوعات معينة، ولذا فإن هناك مواقع شخصية متنوعة تجري متابعتها بأعداد هائلة، فضلا عن أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم ببث فوري وسريع ومتتال من الصعب أن تجاريها فيه وسائل الاعلام المرئية من جانب، كما أنها تعد وثيقة حية على الأحداث من جانب آخر، ويمكن أن يتابعها آلاف المشاهدين، بل الملايين وقت حدوث أي طارئ من جانب ثالث[3].

ويعتبر المجتمع الجزائري من المجتمعات التي تأثرت بالتكنولوجيا الحديثة، وأصبحت تشغل حيزا كبيرا في حياتهم وخاصة الطلبة منهم، نظرا لما توفره من خدمات واستخدامات سياسية واقتصادية وثقافية لعلها تسهل التواصل السريع بينهم في فضاء الكتروني افتراضي، مما أعطت للجميع فرصة لتبادل المعلومات والصور والبيانات والتعليق على القضايا والموضوعات، فالبيئة الافتراضية الجديدة وسعت دائرة النقاش والحوار.

وفي هذه الدراسة حاولنا قدر الإمكان إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري، وتم تقسيم دراستنا لإطار منهجي، إطار نظري، وإطار تطبيقي:

-حيث تناولنا في الإطار المنهجي الخطوات المنهجية للدراسة من خلال:

تحديد الإشكالية، تساؤلات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، نوع الدراسة، منهج الدراسة وأدواتها، مفاهيم الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، حدود الدراسة، الدراسات السابقة، أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة.

-أما الإطار النظري: فتم تقسيمه إلى فصلين:

[3]-جمال سند السويدي، **وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفيسبوك**، ط1، زاوية المعرفة، الإمارات، 2013، ص:23.

تضمن الفصل الأول: مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي من خلال خمسة مباحث: تم التطرق في المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، وفي المبحث الثاني نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، كما تم التطرق في المبحث الثالث الى خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، يليه المبحث الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وأخيرا المبحث الخامس: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

أما الفصل الثاني: فتضمن مدخل إلى الرأي العام والرأي العام الالكتروني حيث تم التطرق في المبحث الأول مفهوم الرأي العام، في المبحث الثاني نشأة الرأي العام ومقوماته، يليه المبحث الثالث خصائص الرأي العام وأنواعه، أما المبحث الرابع الرأي العام الالكتروني وأخيرا نماذج عن الرأي العام الالكتروني.

أما الفصل الثالث: الذي يتضمن الإطار التطبيقي حاولنا استعراض وتشخيص دور مواقع التواص الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري، عن طريق تحليل أهم محاور الاستمارة، للوقوف على معرفة رأي أفراد العينة حول هذا الدور لنصل في الأخير الى مجموعة من الاستنتاجات.


الإطار المنهجي للدراسة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1-إشكالية الدراسة:

عرفت الجزائر على غرار باقي دول العالم تغيرات في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، وتعددت أدواره وتنوعت وسائله مع التطور التكنولوجي، إذ أصبحت الأنترنت تلعب دورا أساسيا في المجتمعات مما أتاحت الكثير من الخدمات، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي إحدى مخرجات هذا التطور وباتت أحد مصادر المعلومات، ويعد المجتمع الجزائري من بين المجتمعات العربية استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، الأنستغرام، التويتر، اليوتيوب.... الخ)، وهذا ما جاء في الاحصائيات الأخيرة والتي بلغت 26,60 مليون مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر لسنة 2022م، كما تشير البيانات المنشورة في مصادر إعلانات بلغ عدد مستخدميFacebook إلى 22,45 مليون مستخدم في أوائل عام 2020م، أما مستخدمي Instagramبلغ حوالي 8,60 مليون مستخدم، كما أشارت مصادر إعلانات تويتر أنه بلغ 871,5 ألف مستخدم مطلع عام 2022م، أما موقع Snapchat بلغ 6,25 مليون مستخدم.[4]

وقد أدى تزايد عدد المستخدمين في هذه المواقع إلى تصاعد تأثيرها ودورها في المجتمع والتحولات الجارية وزيادة مستوى منافستها لوسائل الاعلام التقليدية في التأثير على الرأي العام حول العديد من القضايا الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية...وغيرها، إذ أتاحت فرص لتعزيز الديمقراطية وتوسيع مساحة حرية الرأي والتعبير ومشاركة الفرد في مختلف الأحداث والمتغيرات التي تطرأ على المجتمعات.

فقد استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي من ابراز الأحداث الجارية في الجزائر بصورة تنافس وسائل الاعلام التقليدية، وأصبحت تلعب دورا يعبر فيه الكثير عن آرائهم واتجاهاتهم والذي يتشكل من خلالها الرأي العام، هذا الأخير الذي يعبر عن واحد من المواقف المؤثرة والبارزة في حياة تلك المجتمعات، بحيث أثرت على شرائح واسعة باختلاف فئات المجتمع، هذا الأمر الذي ساعد مواقع التواصل الاجتماعي لتصبح قوة متصاعدة الاستخدام في مختلف المجالات لدى الشباب الجزائري عامة والطلبة الجامعيين خاصة، الذين أدركوا أن وسائل الاعلام التقليدية لم تعد كافية بمفردها في الوقت الحالي على اشباع حاجاتهم ودوافعهم المختلفة، مما فتح لنا المجال لدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام لدى

---

[4]-Digital-2022Algeria، **التقرير الرقمي لاستخدامات في الجزائر**،Simon.kenp ، تاريخ الاطلاع:2023/02/08، على الساعة 19:30، متاح على الرابط:
https://cutt.us/A1Xya

الطلبة الجامعيين وخاصة طلبة جامعة يحي فارس بالمدية حول قضايا المجتمع الجزائري، ومنه تسعى دراستنا للإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

-ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري؟

2-تساؤلات الدراسة:

للإحاطة بزوايا الإشكالية، تم تحديد التساؤلات الفرعية الآتية:

. ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

. ماهي قضايا المجتمع الجزائري التي تهم الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي؟

. كيف يساهم النقاش حول قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الطلبة الجامعيين؟

. ما درجة اعتماد الطلبة الجامعيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر بديل للحصول على المعلومات؟

3-أسباب اختيار الموضوع:

لكل بحث علمي أسباب أساسية للدراسة، ولكل موضوع مبررات لإجرائه، وهو ما دفعنا ودعانا إلى الولوج في موضوع مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري، ويمكن حصر أهم الأسباب التي دفعتنا للبحث في هذا الموضوع فيما يلي:

الأسباب الموضوعية: تتمثل فيما يلي:

-الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية وتزايد عدد مستخدميها في العقد الأخير.

-معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين حول مختلف القضايا التي يتم طرحها وتداولها للنقاش بين مختلف المستخدمين.

-محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لطلبة جامعة يحي فارس بالمدية حول قضايا المجتمع الجزائري وتأثيرها على رأيهم العام في هذه القضايا.

-قابلية الموضوع للبحث والدراسة العلمية.

-المساهمة في اثراء موضوع الدراسة والسعي نحو إبراز أهم جوانبه لإزاحة الغموض عنه.

الأسباب الذاتية: تتلخص أهم الأسباب الذاتية فيما يلي:

-الاهتمام والميل الذاتي للموضوع لارتباطه باستخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

-الرغبة في معرفة مدى تأثر طلبة جامعة يحي فارس بالمدية بمواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على آرائهم وأفكارهم العامة.

-الاقبال المتزايد للطلبة الجامعيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة في السنوات الأخيرة.

4-أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته وأهمية الأداة المنهجية المستخدمة في معالجة هذا الموضوع وفي هذا الصدد تبرز لنا أهمية هذا الموضوع فيما يلي:

-تكمن في ضرورة تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري.

-تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي اليوم أحد مصادر المعلومات المهمة والتي يبني عليها الفرد آرائه ومواقفه حيال القضايا الجارية في المجتمع الجزائري.

-كما تأتي أهمية الدراسة من خلال دور مواقع التواصل الاجتماعي وما تتيحه من إمكانيات للوصول إلى القضايا التي تهم المجتمع الجزائري.

-وتظهر أهمية هذه الدراسة من خلال أن مواقع التواصل الاجتماعي فضاء حر للنقاش يمكن للمستخدمين من نشر الآراء الخاصة بهم والتي تسعى دراستنا للكشف عن مدى تأثر الطلبة الجامعيين الجزائريين بمواقع التواصل الاجتماعي في تكوين آرائهم أو تغييرها حول القضايا التي تمس المجتمع.

5-أهداف الدراسة:

إن الخطوة الأولى والأساسية لأي بحث أو دراسة هي تحديد أغراضها أو الأهداف المتوخى الوصول إليها[5]، وعليه تتمثل أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

-معرفة طبيعة عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.

-الكشف عن قضايا المجتمع الجزائري التي تهم الطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-الكشف عن مدى مساهمة النقاش حول القضايا التي تهم المجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الطلبة الجامعيين الجزائريين.

-معرفة درجة اعتماد الطلبة الجامعيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر بديل للمعلومات.

6-نوع الدراسة:

يرتبط اختيار نوع الدراسة بناءا على الاشكالية التي تم تحديدها وبما أننا في دراستنا هذه نسعى إلى جمع البيانات حول مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري، فإن هذه الدراسة تنتمي إلى البحوث الوصفية التي تهتم باكتشاف الظاهرة محل الدراسة ومعرفة علاقات التأثير والتأثر بين المتغيرات والقيام بتحليلها وتفسيرها للوصول إلى وصف دقيق للظاهرة، وهذا قد يساعدنا في تحديد معالم الظاهرة أو المشكلة، كما يساعدنا في تحديد العلاقات الارتباطية بين مواقع التواصل الاجتماعي والتأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري.

إن الهدف العلمي للدراسات الوصفية هو تصوير الواقع الملموس المدروس ومعرفة العلاقات السائدة بين المتغيرات المبحوثة[6]، وبالتالي فإن الدراسة الوصفية تتناسب مع طبيعة البحث العلمي ومتطلباته، وأثبتت كفاءتها في دراسة آراء الناس بشأن مختلف القضايا التي يعايشونها في حياتهم اليومية.

وقد قمنا بدراسة وصفية في موضوعنا بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة، تساهم في إزالة الغموض والإبهام حول موضوع الدراسة والوصول إلى حقائق واقعية تخدم البحث ونجاحه.

7-منهج الدراسة وأدواته:

---

[5]-عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، **أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي: التخطيط للبحث وجمع وتحليل البيانات يدويا وباستخدام SPSS**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، 2007، ص:17.

[6]-أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، ط٥، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2010، ص:50-52.

يعتبر تحديد منهج الدراسة وأدواتها من القواعد الأساسية في البحوث الإعلامية، وسنوضح المنهج المتبع في هذه الدراسة وكذلك الأدوات المساعدة في جمع البيانات كما يلي:

أولا: منهج الدراسة:

لكل دراسة علمية منهج يؤطرها ويوجه الباحث إلى الحصول على البيانات والمعلومات الكفيلة للإجابة على الإشكالية والتساؤلات المطروحة، ويمكن تعريف المنهج على: "أنه مجموعة الإجراءات والطرق الدقيقة المتبناة للوصول إلى نتيجة"[7].

حيث أن اختيار المنهج لا يأتي من مجرد الصدفة أو العشوائية أو من رغبة الباحث، وكما ترسخ في أذهاننا منذ بداية دراستنا بأنه الطريق الذي يسلكه الباحث أثناء القيام ببحثه للوصول إلى أهدافه وهو خطوة أساسية في البحث، ولأن موضوع دراستنا هو معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري فقد فرض علينا استخدام المنهج المسحي كونه يخدم موضوعنا ويتناسب مع طبيعة الموضوع.

ويعتبر المنهج المسحي واحدا من المناهج الأساسية بل أكثرها شيوعا في البحوث الوصفية، والدراسات المسحية هي شاملة ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين، أي أن البحث المسحي ينص على الوقت الراهن أو الحاضر، كما أنه يهدف إلى الوصول إلى البيانات التي يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة منها مستقبلا[8].

ثانيا: أدوات جمع البيانات:

انطلاقا من طبيعة إشكالية دراستنا وما ترمي إليه من أهداف استلزم الجانب الميداني من هذه الدراسة الاعتماد على أدوات بحثية لإنجاح البحث وتمكننا من الوصول إلى نتائج علمية صحيحة بنسب كبيرة، وترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة، وتطلب بحثنا الاعتماد على أداة الاستمارة كأداة أساسية وهذا بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية حول موضوع الدراسة.

---

[7]-موريس أنجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية**، (ت ر) كمال بوشرف وسعيد سعيون، ط2، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006، ص:36.

[8]-فاطمة عوض صابر، ميرفت علي حفصة، **أسس ومبادئ البحث العلمي**، ط1، مكتبة ومطبعة الاشعاع، مصر، 2002، ص:89.

يعرف الاستبيان أو الاستبانة أو الاستقصاء بأنه مجموعة من التساؤلات الاستفهامية رتبت بطريقة معينة في وثيقة مكتوبة توجه إلى أشخاص معنيين يعدون مصدر لجمع المعلومات يتولون ملء المعلومات المطلوبة بأنفسهم ليعيدوها عقب ذلك إلى مصدر الاستفهام[9].

كما يعرف بأنه وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد ويسمى الشخص الذي يقوم بملء الاستمارة بالمستجيب[10].

وتعتبر إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم أو دوافعهم أو معتقداتهم[11]

وترجع أهمية الاستمارة من حيث الاستخدام بما يتوافق مع موضوع الدراسة إلى أنها توفر الوقت والجهد والتكلفة والسهولة من حيث معالجة بياناتها بالطرق الإحصائية مع مراعاة ضرورة التحقق من الصياغة الدقيقة التي تحقق أهداف الدراسة[12].

يعتبر تصميم الاستبيان من أهم الخطوات في نجاح البحث، ولذلك يحتاج الباحث إلى معرفة ودراية بأساليب الاتصال بالأفراد، وصياغة دقيقة للأسئلة المطروحة على المبحوثين[13].

بعد أن حددنا نوعية المعلومات المطلوبة من بيانات شخصية متعلقة بالمبحوثين، وكذا صياغة الأسئلة التي حاولنا من خلالها تغطية كافة أهداف البحث، قمنا بوضع استمارة أولية وتم عرضها على الأستاذ المشرف، وبعد الاطلاع على الملاحظات والتعديلات، قمنا بتسليم الاستمارة إلى مجموعة من المحكمين للتقييم*، كما قمنا بتوزيع عشر استمارات بصفة قصدية على بعض الطلبة الجامعيين بجامعة يحي فارس بالمدية، وبناءا على ملاحظات الأستاذ المشرف وكذا الأساتذة المحكمين واقتراحاتهم، وأيضا ما حملته ردود الطلبة حول الاستمارات الموزعة، قمنا بعملية تعديل وتدقيق الاستمارة لتصاغ في شكلها النهائي.

---

[9]-مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، **مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية**، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، 2007، ص:242.

[10]-ربحي مصطفى عليان، **البحث العلمي "أسسه، مناهجه، أساليبه، إجراءاته"**، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2001، ص:90.

[11]-جودت عزت عطوي، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، مصر، 2000، ص:158.

[12]-محمد عبد الجبار خندقجي، نواف عبد الجبار خندقجي، **مناهج البحث العلمي "منظور تربوي معاصر"**، ط1، عالم الكتب الحديث، لبنان، 2012، ص:124.

[13]-عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ط4(منقحة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص:70.

*أ.د/ سحاري مصطفى، أستاذ التعليم العالي، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة يحي فارس بالمدية.

*أ.د/ فندوشي ربيعة، أستاذة التعليم العالي، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة يحي فارس بالمدية.

*د/ العيدي موسى، أستاذ محاضر-أ-قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة يحي فارس بالمدية.

تضمنت الاستمارة (23 سؤالا) موزعين على أربع محاور، بالإضافة إلى المحور الخاص بالبيانات الشخصية، والتي تعد متغيرات اعتمدنا عليها لإجراء الدراسة وهي: الجنس، المستوى الجامعي.

سنوضح توزيع أسئلة الاستمارة على المحاور فيما يلي:

- **المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي.
- **المحور الثاني:** قضايا المجتمع الجزائري التي تهم الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي.
- **المحور الثالث:** مساهمة النقاش حول قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- **المحور الرابع:** درجة اعتماد الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر بديل للحصول على المعلومات.

بعد توزيع استمارة الاستبانة واسترجاعها، تم معالجتها وتحليلها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPPS)، حيث تحصلنا على التكرارات والنسب المئوية التي قمنا بقراءتها وتحليل نتائجها.

8-مفاهيم الدراسة:

من المهم توضيح المقصود بالمصطلحات المستعملة بالبحث حتى لا يساء فهمها أو تفهم بدلالة غير الدلالة الواردة في هذه الدراسة، وكثيرا ما تتعدد المعاني المستخدمة في هذه الدراسة، وقد يتم تحديد هذه المعاني بطريقة إجرائية أي بدلالة الإجراءات والبيانات والأدوات الخاصة بهذه الدراسة ويساعد تعريف المصطلحات في وضع إطار مرجعي ليستخدمه الباحث في التعامل مع المشكلة الخاصة بالبحث[14].

سنحاول التركيز على المصطلحات التي رأينا أنها تحتاج إلى تحديد في هذه الدراسة، والمتمثلة فيما يلي:

أولا: دور.

لغة: دارَ على يَدُور، دُرْ، دَوْرًا ودَوَرَانًا، فهو دائر، دار الكلام بينهم: تبادلوه.[15]

[14]-رحيم يونس كرو العزاوي، **مقدمة في منهج البحث العلمي**، ط1، دار دجلة، الأردن، 2007، ص:50.
[15]-أحمد مختار عمر، **معجم اللغة العربية المعاصرة**، ط1، عالم الكتاب، مصر، 2008، ص1884.

اصطلاحا: الدور هو نموذج يرتكز حول بعض الحقوق والواجبات، ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي معين، ويتحدد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات يعتنقها الآخرون كما يعتنقها الفرد نفسه[16].

اجرائيا: هو مجموعة من السلوكيات والتصرفات والأفعال التي يقوم بها الطلبة الجامعيين الجزائريين بجامعة يحي فارس بالمدية إزاء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حول مواضيع وقضايا المجتمع الجزائري.

ثانيا: مواقع التواصل الاجتماعي:

سنقسم هذا المفهوم إلى ثلاثة أقسام: مواقع، التواصل، الاجتماعي، ثم التعرف على المعنى الاصطلاحي والإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي لهذه الدراسة.

1-الموقع لغة: هو مكان الوقوع جمع مواقع ومواقع الماء: مساقطه.[17]

2-التواصل لغة: من الوصل، ويعني ربط شيء بشيء آخر ويعني أيضا أن الشخص قد ربط ما عنده بما عند الآخر[18]، ووصل الشيء بالشيء وصلا وصلة[19].

3-الاجتماعي لغة: من الجمع، تجمع يتجمع، تجمعا، فهو متجمع[20].

مواقع التواصل الاجتماعي اصطلاحا: هي كل الأجهزة والمواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالميا وتستخدم المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات، أما الأجهزة فهي التكنولوجيا التي تستخدم للدخول لتلك المواقع.[21]

---

[16]-بوابة علم الاجتماع، **مفهوم الدور**، فريق موقع بوابة علم الاجتماع، بتاريخ 2023/03/02، سا20:01، متاح على الرابط: https://cutt.us/YxkjJ

[17]-د. مؤلف، **قاموس عربي-عربي (قرص مدمجCD+كتاب)**، ط منقحة، دار البرهان، مصر، 2007، ص370.

[18]-محمود حسن إسماعيل، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص:27.

[19]-مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزي آبادي، **القاموس المحيط**، مراجعة: أنس محمد الشامي، زكريا جابر أحمد، د ط، دار الحديث، مصر، 2008، ص: 1758.

[20]-المعاني لكل رسم معنى، **المعاجم العربية**، تاريخ الاطلاع: 2023/06/05، على الساعة: 09:37، متاح على رابط: https://cutt.us/DhWN2

[21]-Hugh brooks,Ravi Gupto،(ترجمة عاصم سيد عبد الفتاح)، **وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع**، ط1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2017، ص:56.

مواقع التواصل الاجتماعي إجرائيا: هي مجموعة من المواقع الالكترونية والتي تشمل الفيس بوك والانستغرام والتويتر واليوتيوب... وغيرها، والتي تتيح للطلبة الجامعيين الجزائريين بجامعة يحي فارس بالمدية التواصل والتفاعل في أي وقت، كما تمنحهم الفرصة للتحاور وتبادل المعلومات ومناقشة الأحداث والقضايا وغيرها.

ثالثا: التأثير:

لغة: من أثر، ترك علامة في الشيء ومنه تأثير العلة في الفرع: تخلفها الحكم فيه.[22]

اصطلاحا: احداث تغيرات في السلوك والتفكير وتتمثل في التغيرات الحاصلة نتيجة للتعرض للوسائل المختلفة ولهذا يعمل عند إجراء البحوث على قياس ما يحدث من تأثيرات في السلوك والتفكير[23].

اجرائيا: هو تكوين الطلبة الجامعيين الجزائريين بجامعة يحي فارس بالمدية لمواقفهم وسلوكياتهم أو تعديلها أو تغييرها نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

رابعا: الرأي العام:

يتكون من كلمتين الرأي والعام ويعرفان كما يلي:

1-الرأي لغة: هو الاعتقاد، العقل، التدبير، جمع آراء، إن الرأي ليس بالتظني، يضرب الحدث عن النظر في عاقبة الأمور[24].

2-الرأي اصطلاحا: هو حكم أو وجهة نظر للإنسان، الفرد، الجماعة كمنتج عقلي مبني على التجربة والملاحظة أو الخبرة والموروث الثقافي للفرد أو الجماعة[25].

3-العام اصطلاحا: هي الجماعة أو فئة معينة من الناس[26].

---

[22]- محمد رواس قلعة جي، حامد صادق فنيي، **معجم لغة الفقهاء (عربي، انجليزي، فرنسي)**، دار النفائس للنشر والتوزيع، لبنان، 1985، ص:97.

[23]-بسام عبد الرحمان مشاقبة، **معجم مصطلحات العلاقات العامة**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص:105.

[24]-علي بن هاوية وآخرون، **القاموس الجديد للطلاب**، ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص:370.

[25]-سناء محمود الجبور، **الاعلام والرأي العربي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص:06.

[26]-بسام بركة، **معجم مصطلحات علم الاجتماع**، ترجمة وتقديم سنام محمد الأسعد، ط1، دار الهلال، لبنان، 2011، ص:130.

الرأي العام اصطلاحا: وهو تشابه الأحكام التي يصدرها عدد من الأفراد إزاء بعض الأشخاص[27].

الرأي العام إجرائيا: هو مجموعة من الآراء والأفكار المشتركة بين الطلبة الجامعيين الجزائريين بجامعة يحي فارس بالمدية حول موضوع ما أو قضية معينة ذات اهتمام مشترك بينهم نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

خامسا: قضايا:

لغة: الكلام أو القول المفيد الذي يحتمل الصدق والكذب، أو هي القالب اللفظي الذي يصاغ فيه الحكم.

اصطلاحا: هي عملية التحليل العقلي أو الفكري أو بتعبير أدق عملية البرهنة[28].

إجرائيا: هي مواقف ومسائل تواجه الطلبة الجامعيين الجزائريين بجامعة يحي فارس بالمدية، وقد تتحول هذه القضايا إلى حاجات لها أهميتها وضرورة إيجاد حلول مناسبة لها.

سادسا: المجتمع الجزائري:

اصطلاحا: هو نسق اجتماعي مكتفي بذاته ومستمر في البقاء بفعل قواه الخاصة وهو يضم أعضاء من كلا الجنسين ومن كافة الفئات العمرية[29].

اجرائيا: يقصد به مجموعة من الأفراد الجزائريين المتمثلين في طلبة جامعة يحي فارس بالمدية وتربطهم علاقات دائمة نسبيا، ولهم نشاط منظم.

9-مجتمع وعينة الدراسة:

ينبغي على الباحث تحديد المجتمع الذي تجري عليه الدراسة بدقة ووضوح، ومن ثم تحديد العينة التي تبنى عليها دراستنا ويتمثل مجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة وكذلك عينته فيما يلي:

---

[27]-أحمد زكي بدوي، **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية انجليزي-عربي-فرنسي**، د ط، مكتبة لبنان، لبنان، 2009، ص:374.

[28]-**المرجع نفسه**، ص:333.

[29]-صالح الصقور، **موسوعة الخدمة الاجتماعية المعاصرة**، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص:270.

أولا: مجتمع الدراسة:

مجتمع البحث أو مجتمع الدراسة هو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث[30].

أو هو مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات.[31]

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الطلبة الجامعيين بجامعة يحي فارس بالمدية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث بلغ عدد الطلبة بها (4221 طالب) إناث وذكور للسنة الجامعية (2023/2022).

وقد حددنا مجتمع الدراسة في طلبة جامعة المدية باعتبار أن الطلاب أهم شرائح المجتمع تفاعلا مع مواقع التواصل الاجتماعي وبحكم أنهم فئة عمرية مفعمة بالنشاط والحيوية وإمكانية اكتساب معارف ومعلومات جديدة.

ثانيا: عينة الدراسة:

ويعرفها محمد عبد الحميد بأنها: "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي يتعامل معها الباحث منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع"[32].

وهي أيضا انعكاس شامل لصفات وخصائص مجتمع البحث[33].

أو ذلك الجزء من المجتمع الذي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا[34].

---

[30]-نادية سعيد عيشور وآخرون، **منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية دليل الطالب في انجاز بحث سوسيولوجي**، مؤسسة حسين رأفت الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017، ص:226.
[31]-رحيم يونس كرو العزاوي، **مرجع سبق ذكره**، ص:161.
[32]-محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، عالم الكتب، مصر، 2000، ص:392.
[33]-صالح محمد العساف، **المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية**، ط4، مكتبة العيكان، السعودية، 2006، ص:94.
[34]-ماثيو جدير، **دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجيستر والدكتوراه**، (ت ر) ملكة أبيض، ص:28.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية وهي العينة التي يتعمد الباحث أن تكون من حالات معينة لأنها تمثل المجتمع الأصلي[35]، وفيها يتقصد الباحث اختبار عينته بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة ويعتقد الباحث عند اختياره هذه العينة أنها تمثل المجتمع أفضل تمثيل، أي يختار الوحدة أو الوحدات التي تكون مقاييسها مماثلة أو مشابهة لمقياس المجتمع الأصلي[36].

وقد اعتمدنا على العينة القصدية لكون مجتمع البحث لا يمكن تغطيته بالمسح الشامل خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة، وباعتبارها العينة التي تخدم بحثنا، وباعتبارنا طلبة في جامعة يحي فارس بالمدية يسهل علينا توزيع الاستمارة على العينة المختارة، وقمنا باختيار العينة من طلبة السنة الثالثة إعلام وماستر سنة أولى سمعي بصري وماستر سنة أولى اتصال علاقات عامة من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، واستثنينا في عملية الاختيار طلبة السنة أولى علوم إنسانية والسنة الثانية اعلام واتصال لكونهم طلبة جدد وأن طبيعة الموضوع هو النقاش حول قضايا المجتمع لم تكن تتبلور لديهم رؤيا حول القضايا والنقاشات بالإضافة أنهم ليس لهم تجربة بهذا النوع من الأدوات البحثية، أما بالنسبة للسنة الثانية ماستر فقد كانت عملية توزيع الاستمارة في السداسي الثاني من الموسم الجامعي ولم يكن الطلبة موجودين في الجامعة، وعدم الوصول اليهم واسترجاع استمارة الاستبيان في اقل وقت.

وتم توزيع 100 استمارة على عينة الدراسة واسترجعنا 86 مفردة وهو عدد لا بأس به.

وفيما يلي توزيع عدد الطلبة حسب الجنس (ذكور وإناث)، وحسب المستوى الجامعي

10-حدود الدراسة:

أولا: الحدود الجغرافية للدراسة:

وهو المكان الذي تجرى فيه الدراسة ويتمثل الحد الجغرافي في دراستنا في جامعة يحي فارس بالمدية.

[35]-مصطفى حسين باهي، منى أحمد الأزهري وآخرون، **المرجع في البحث العلمي(نظري-تطبيقي)**، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، ص:111.
[36]-رحيم يونس كرو العزاوي، **المرجع سبق ذكره**، ص:173.

ثانيا: الحدود البشرية للدراسة:

يمثل الحد البشري في دراستنا في طلبة جامعة يحي فارس بالمدية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية خلال الموسم الدراسي(2023/2022)، والبالغ عددهم (4221 طالب وطالبة)، وهم متباينون في الجنس، المستوى الجامعي، وهم من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثا: الحدود الزمنية:

أنجزت هذه الدراسة خلال السنة الجامعية (2023/2022)، حيث دامت فترة الجانب المنهجي بداية من شهر ديسمبر إلى غاية شهر فيفري، أما في الجانب التطبيقي فقد قمنا بتقسيم وجمع الاستمارات في 10 ماي، ثم قمنا بتحليل بيانات الاستبيان لنصل إلى النتائج النهائية.

11-الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة الأرضية التي يعتمد عليها الباحث للإحاطة بالمشكلة التي هو بصدد بحثها أو بدراستها، فهي تساعده من زاوية معينة أو من عدة زوايا، بحيث يمكن أن يأخذ بنتائجها كمنطلقات لبحث جديد مكمل.

يرى محمد عبد الحميد: "مراجعة الدراسات السابقة يجنب الباحث التكرار غير المقصود ويجنبه أيضا أخطاء الباحثين السابقين، كما تعد الدراسات السابقة ذات أهمية علمية في البحث العلمي لأنها تبصر الباحث بموضوعه وتكشف له الجوانب الغامضة وأوجه التشابه والاختلاف[37]، نظرا لوجود العديد من الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وعالجتها من زوايا مختلفة كالاستخدام والتأثير وغيرها سنحاول التركيز على الدراسات التي تناولت بعض جوانب الدراسة الحالية، والتي يمكن استعراضها ومناقشتها، وبيان علاقتها بدراستنا فيما يلي:

[37]-محمد عبد الحميد، **المرجع سبق ذكره**، ص:92-94.

- **الدراسة الأولى: من إعداد الباحثة بوذينة نعيمة (2018)[38]: والموسومة بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري."**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ظاهرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأثر استخدامها في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي الجزائري بجامعة الجلفة، وكان التساؤل الرئيسي هو: ما أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي الجزائري؟

وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية، ووظف أداتي الاستبيان والملاحظة البسيطة لجمع المعلومات والبيانات من المبحوثين، أما عينة الدراسة هي عينة حصصية والتي تندرج ضمن العينات غير الاحتمالية وتم التوزيع على عدد الطلبة حسب كل كلية وكذا توزيع عدد الذكور والإناث، أما نتائج الدراسة فتصدر الفيس بوك الترتيب من حيث الاستخدام مقارنة بالشبكات الأخرى، وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تشكل مصدرا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات والتي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام.

- **الدراسة الثانية:_من إعداد الباحث أحمد بودادة(2020)[39]: والموسومة بعنوان "دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام."**

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اسهامات الاعلام الرقمي في صناعة الرأي العام الأمريكي من خلال نشاط الرئيس الأمريكي دونالد ترمب عبر منصة تويتر، وكان التساؤل الرئيسي هو: كيف ساهم الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام الأمريكي من خلال نشاط الرئيس الأمريكي دونالد ترمب عبر منصة تويتر؟

وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التفسيري، ووظف أداتي تحليل المحتوى واستبيان الكتروني لجمع البيانات والمعلومات، أما عينة الدراسة فهي عينة كرة الثلج والتي تندرج من ضمن الأساليب غير احتمالية، وقد تمثلت نتائج الدراسة فيما يلي: سهولة تعامل ترمب مع المنصة وكذا تحكمه في الوسيط قدما مستوى جديدا من التأثير وأفرز واقعا رقميا جديدا، كما اتضح من خلال الدراسة أن الهندسة الرقمية للرأي العام الأمريكي عبر المنصة خاضعة لحكم ترمب في أولوية المواضيع التي يتصورها والتحكم في الخارطة المسطرة في عملية التأثير وصناعة الرؤى والتوجهات.

---

[38]-بوذينة نعيمة، **شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2018.

[39]-أحمد بودادة، **دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، اعلام واتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، الجزائر، 2020.

- **الدراسة الثالثة: من إعداد الباحثة بضياف سوهيلة(2018)[40]: والموسومة بعنوان "الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر."**

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري من خلال معرفة تماثلاته واستخداماته لشبكة الفايس بوك، وكان السؤال الرئيسي هو: ماهي العلاقة بين شبكة الفايس بوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري؟

وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب، ووظفت أدوات لجمع البيانات والمعلومات تمثلت في الشبكة الترابطية والمقابلة نصف موجهة ومجموعة النقاش، أما عينة الدراسة فتكونت من 50 مفردة من الشباب باستخدام العينة القصدية، وتمثلت نتائج الدراسة فيما يلي: يعتبر الفيس بوك مصدرا مكملا لوسائل الاعلام التقليدية في الحصول على الأخبار حول القضايا السياسية، كما تختلف نظرة الشباب للفايس بوك كفضاء عام للنقاش وتشكيل الرأي العام وفقا للمعطيات السوسيوديموغرافية وميول الشباب للسياسة.

- **الدراسة الرابعة: من إعداد الباحثة نزهة حنون(2017)[41]: والموسومة بعنوان" دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر."**

هدفت هذه الدراسة الى معرفة دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر، وكان السؤال الرئيسي: ما دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام لدى القراء حول القضايا الداخلية في الجزائر؟

وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي، ووظفت أداتي الملاحظة بالمشاركة واستمارة الاستبيان، أما عينة الدراسة فتمثلت في العينة الغير الاحتمالية وشملت 354 مفردة، وتمثلت نتائج الدراسة فيما يلي: تراوحت تمثلات المبحوثين للمدونات الإلكترونية بين اعتبار المدونات الإلكترونية وسيلة بديلة عن وسائل الاعلام التقليدية، نوعية القضايا التي يتابعها القراء في المدونات الإلكترونية تمثلت في: المواضيع والقضايا الاجتماعية والمواضيع والقضايا السياسية، المواضيع والقضايا الإعلامية، وكذا

---

[40]-بضياف سوهيلة، **الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم الاعلام والاتصال والعلاقات العامة، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة1، الجزائر، 2018.

[41]-نزهة حنون، **دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم في الاتصال والعلاقات العامة، قسم العلاقات العامة، كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي والبصري، جامعة قسنطينة3، الجزائر،2017.

المواضيع والقضايا الدينية، المواضيع والقضايا الثقافية، وأن أغلبية المبحوثين لا يعتمدون على المدونات الالكترونية في إكساب معلومات حول مختلف القضايا.

- **الدراسة الخامسة: من إعداد الباحث طاهر حسن أبو زيد(2012)[42]: والموسومة بعنوان "دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية."**

هدفت هذه الدراسة إلى إظهار مدى تأثير المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وانعكاسه على المشاركة السياسية، وكان التساؤل الرئيسي هو: إلى أي مدى ساهمت وأثرت المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الراي العام الفلسطيني للمشاركة السياسية من وجهة نظر المبحوثين؟

وقد استخدمت هذه الدراسة أسلوب التحليل والمنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي، واستعملت أداة الاستبيان والمقابلات لجمع المعلومات، أما العينة فهي عينة عشوائية طبقية وتم تحديد العدد والحجم وفق نسبة عدد كل طلاب الجامعة وكذلك وفق نسبة الذكور والاناث داخل كل جامعة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: أن التواصل الاجتماعي والسياسي في المواقع الاجتماعية التفاعلية انعكس بشكل إيجابي على مستوى المشاركة السياسية لطلبة الجامعات الفلسطينية وعزز دورهم، كما أن هناك فروق دالة احصائيا بين اتجاهات الطلبة نحو دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام وأثرها على المشاركة السياسية بناء على المتغيرات الديمغرافية لمجتمع الدراسة.

الدراسة السادسة: من إعداد الباحث معاذ الجيلي عمر(2019/2018)[43]: والموسومة بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل الرأي العام النوعي اتجاه القضايا، وكان التساؤل الرئيسي هو: إلى أي مدى يمكن توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي؟

وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي وأسلوبه التحليلي، وتمثل مجتمع البحث في مجموعة من المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بولاية الخرطوم، وتم اختيار العينة بطريقة عشوائية، أما نتائج

---

[42]- طاهر حسن أبو زيد، **دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية**، رسالة ماجيستر، علوم سياسية، عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2012.

[43]-معاذ الجيلي عمر، **مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي**، رسالة ماجيستر، قسم العلاقات العامة والاعلان، جامعة إفريقيا العالمية، السودان، 2019.

الدراسة فكانت أهمها ما يلي: أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فاعل في تشكيل اتجاهات وسلوك الجماهير اتجاه الرأي العام النوعي، كما اتضح أن هذه المواقع أصبحت بديلة للإعلام التقليدي وأثبتت الدراسة أنه توجد مساحة حرية أكبر عبر هذه المواقع.

12-أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

وتمثلت الاستفادة من اطلاعنا على الدراسات السابقة والتي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية، نجدها قد تناولت في أغلبها استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، كما ركزت بعض الدراسات على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام،

أغلب الدراسات السابقة توصلت أن موقع الفيس بوك هو أكثر المواقع استخداما بين الشباب وخاصة الطلبة الجامعيين.

إن معظم الدراسات السابقة ذات علاقة مباشرة بمشكلة بحثنا حيث اعتمدناها في تحديد الإشكالية بشكل دقيق وأفادتنا في وضع تساؤلات كما ساعدتنا في اختيار منهج البحث الملائم والتعرف على أدوات جمع البيانات، وكذلك في طريقة ترتيب بعض العناصر منهجيا، أما في الإطار النظري فإننا وظفنا بعض المباحث التي تشابهت كثيرا واستعنا بها كأداة ومصدر علمي مساعد لنا، وذلك نظرا للتشارك معها في المتغيرات الأساسية كالرأي العام ومواقع التواصل الاجتماعي.

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، في محاولتها لدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري في تعديل أو تغيير أو صناعة الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.

الفصل الأول

مدخل الى مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الأول: مدخل الى مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي كنتاج للتطور الهائل في الأنترنت، وعرفت شهرة واسعة وانتشارا ملحوظا في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي، وفتحت مجالا للحوار التفاعلي بشكل متطور وواسع وأعادت بناء العلاقات بين الأفراد سواء كانوا زملاء عمل أو جامعة أو لهم صلة ببعضهم البعض، وأصبحت أفضل وسيلة للتواصل مما أثارت العديد من المواضيع والقضايا، وأحدثت تفاعل وتواصل مستمر وسلطت الضوء على مختلف الآراء والتوجهات حول كل المجالات.

ومن خلال ذلك سنستعرض في الفصل الأول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي من منظور الباحثين والدارسين للاستفادة منهم في الدراسة، بالإضافة إلى معرفة التطور الذي طرأ على هذه المواقع، كما سنكشف عن الخصائص المهمة التي تتميز بها ومعرفة أنواعها، أما في نهاية الفصل سنتطرق إلى مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعددت تعاريف مواقع التواصل الاجتماعي بين العديد من الباحثين ومن أبرز هذه التعاريف نذكر:

"مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الأنترنت والتي تعتمد على الأسس الأيديولوجية والتكنولوجية للويب(0-2)والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشأه المستخدم"[44].

تعرفها هبة محمد خليفة بأنها: "شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض بعد طول سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم"[45].

تعتبر الباحثتان بويد" Boyd" واليسون"Elison": أن مواقع التواصل الاجتماعي هي نوع من المواقع تقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الويب تتيح بناء ملمح عام أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد، كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين (قائمة الأصدقاء)وتؤكد الباحثتان على خاصية هامة تتمثل في أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تتيح بناء علاقات جديدة مع الغرباء بقدر ما تتيح للناس أو تسمح لهم (أي مستخدمين) بإدارة علاقاتهم الاجتماعية السابقة وإبرازها[46].

وعرفت مواقع التواصل الاجتماعي كذلك بأنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني من أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"[47].

تعرف موسوعة (ويب أو بيديا) مواقع التواصل الاجتماعي: "عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية، يتيح لمستخدميه وضع صفحة شخصية عامة معروفة، وتتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول إلى تلك الصفحة الشخصية، ويمكن أن تستخدم

---

[44]-Maxim Wolf, julion sims, **social media, uk academy for information système,** conférence procceedings, 2018 spirng 03/20/2018,p07.via le lien suivant : https://core.ac.uk.date de connexion 23/12/2012 a l'heure 10 :46

[45]-عبيدة صبطي، **الاعلام الجديد والمجتمع**، المركز العربي للنشر والتوزيع، 2018، ص : 54،55.

[46]-رضوان العرقي، **المرأة العربية في النقاش الافتراضي**، (دراسة في تمثلات المرأة في صفحات الميديا التقليدية في الفاسبوك، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث، مصر،2015، ص : 41.

[47]-سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، **مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة**، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن،2020، ص : 84.

لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي كمجموعات النقاش، غرف الدردشة وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية".[48]

وتعرف كذلك بأنها: عبارة عن تطبيقات تكنولوجية الكترونية قائمة على نظم الجيل الثاني للويب لتحقيق التواصل والتفاعل بين مختلف الأفراد المنتشرين حول العالم بالمراسلات المكتوبة والمسموعة والمرئية مع تحقيق الاتصال الفوري الذي يحقق أكبر فائدة لتجميع الشعوب في مواقع للتواصل عن بعد.[49]

هي مجموعة من البرامج وأدوات الويب التي تساعد المستخدمين على التفاعل عبر الأنترنت ومشاركة المحتوى وتطوير شبكة مخصصة من الأصدقاء أو الزملاء أو المنظمات يستخدم كل فرد شبكة بشكل مختلف ولا توجد قواعد محددة حول ما هو مناسب لكل موقع.[50]

تعرف كذلك بأنها مواقع أتاحت للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، وأتاحت إنشاء المواقع الاجتماعية لتصفحها وإمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، مكنتهم من إنشاء المدونات الالكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل.[51]

هي مصطلح جماعي لمواقع الويب والتطبيقات التي تركز على التواصل وتفاعل المدخلات المجتمعية ومشاركة المحتوى والتعاون.[52]

تعرف كذلك على أنها مجموعة من المواقع عبر الأنترنت تكرس التفاعل الاجتماعي بين مختلف المستخدمين حول المحتوى الرقمي (الصور والنصوص ومقاطع الفيديو)، ووفقا لدرجات مختلفة من التقارب فهي في مركز الاهتمام، قاعدتها الجماهيرية نامية بصورة مستمرة، وهي تمثل نقطة تحول في نشر المعلومات والاستجابة للبيانات الجديدة آليات التسويق والاتصالات.[53]

---

[48]-عثمان محمد الدليمي، **مواقع التواصل الاجتماعي (نظرة عن قرب)** ، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص132.

[49]-محمد الأمين أحمد عبد مرزوك، **مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل)** ، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2020، ص : 57.

50-Ite publishing, **the institution of engineering and technology**, a brief introduction tu social media, via le lien suivant: https://www.theiet.orgdate de connexion 24/12/2022 a l'heure,22:05, p01

[51]-عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص18.

[52]-Ben lut kevich, **social media**, via le lien suivant: https://www.techtarget.com, date de connexion 25/12/2022 a l'heure 9:14.

[53]-A. Dupin, **communiquer sur les réseaux sociaux**, les méthodes et les outils indispensable pour vos stratégies de communication sur les medias sociaux, éditions FYP, 2010, P14

ويعرفها مهدي الحوساني في 2002: "هي مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب(0.2) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء المجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الأنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهمه وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه".[54]

المبحث الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

ظهر مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي في عام 1954م من قبل جون بارنز Bornes" "John الذي كان باحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن.[55]

وكانت تقوم الفكرة أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها الدرجات الست للانفصال أي الافتراض أن أي شخص في العالم لا تفصله عن الآخر أكثر من ست درجات ويمكن التوصل إلى أي شخص في الدنيا عن طريق هؤلاء الأشخاص الست.[56]

وقد مرت مواقع التواصل الاجتماعي في تطورها ونشأتها بمرحلتين أساسيتين هما:

يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية لواقع التواصل الاجتماعي وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب web_1، ومن أبرز المواقع التي برزت في هذه المرحلة موقع the glole.com في أمريكا ثم تلاه موقع oeacities وموقع zripadحيث كانت ترتكز على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية.[57]

ظهرت عدة مواقع في أواخر التسعينات نجد كلاس ميتس class mates.com عام 1995م (الربط بين زملاء الدراسة) وموقع دجريزس 1997six degrees.com (ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص)، وظهور في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة ارسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء.

---

[6]-جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن الدوسري، **الشبكات الاجتماعية والقيم (رؤية تحليلية)**، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص:21.

[55]-سعيود منال، لملوم مريم، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الاشاعات (الفاسبوك نموذجا)**، دراسة ميدانية على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تاموست، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، 2020/2019، ص:16.

[56]- ليلى أحمد جرار، **الفايسبوك والشباب العربي**، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012، ص:38.

[57]-عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، **مرجع سبق ذكره**، ص:18.

ارتبطت هذه المرحلة بتطور خدمات شبكة الأنترنت وتعد مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية واهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية تركز على التفاعل.[58]

2) أما المرحلة الثانية شهدت بداية عام 2020م الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي عندما ظهر موقعFriend stev.com في كاليفورنيا من قبل آبراهام جوناثان Jonathan Abroms، وبنى فكرة هذا الموقع على دائرة من الأصدقاء والتقنية المتعددة للأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المجتمعات الافتراضية ويسمى المستخدمون أصدقاء بسبب دوائر العرض من الصور وملفات الأصدقاء والأفراد، ويستخدم على نطاق واسع في آسيا ومتاح بعدة لغات، وفي النصف الثاني من عام 2002م ظهر في فرنسا موقع Skyrock.com كمنصة للتدوين فقط ثم تحول بشكل كامل إلى موقع تواصل اجتماعي عام 2007م.

وفي بداية عام 2003م ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير My Spqce.com، وهومن أوائل المواقع المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم فتح آفاقا واسعة لهذا النوع من المواقع وحقق نجاحا هائلا، وفي عام 2004م أنشأ موقع الفيس بوكFace book على يد مارك زوكربيرغ في جامعة هارفارد، وكانت الفكرة إنشاء موقع اجتماعي يستطيع الطلبة عن طريقه التواصل مع بعضهم البعض، وفي عام 2005م تأسس موقع اليوتيوب في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية وكان الإصدار التجريبي له عام 2005، ويتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو، ثم ظهر موقع تويتر عام 2006م وسمي موقع التدوين المصغر فهو يسمح للمستخدمين بكتابة رسالة (تغريده) لا تتجاوز 140 حرفا.[59]

وبهذا بدأ الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي مستفيدة من الاستراتيجية التجارية للأنترنت حيث كان موقع Yahoo أو المبادرين باستغلال مواقع التواصل الاجتماعي في استراتيجية التجارية بإطلاق موقع Yahoo.360 في مارس 2005م، كما تم شراء موقع My Spaceمن قبل مجموعة روبرت مردوخ Rupert Murdoch في جويلية 2005م تلاها موقع Friendsten الذي بيع شركة ITV البريطانية في ديسمبر من نفس العام، وبعدها عرف الويب (2.0) ظهور الكثير من المواقع الاجتماعية قدر بعضها عام 2000 ب 200 موقع.[60]

---

[58]-علي سيد إسماعيل، **مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة**، دار التعليم الجامعي، مصر، 2020، ص:38،37.

[59]-حسين محمود هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص:80،81.

[60]-عبد الكريم علي الدبسي، زهير ياسين الطاهات، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية**، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، عمان، العدد1، 2013، ص:70.

المبحث الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي موجودة في كل مكان ولم يعد التواصل عبر هذه المواقع مجرد تسلية وترفيه عن النفس، بل أصبحت أسلوب حياة وذلك لما تحمله من خصائص عديدة نذكرها فيما يلي:

سهولة الاستخدام: تطورت مواقع التواصل الاجتماعي بحيث أصبحت سهلة الاستخدام فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الأنترنت لذا نجد أن كل ما يتطلب لاستخدام مواقع التواصل هو التدريب البسيط على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وفي المقابل هناك بعض التطبيقات للأشخاص المتقدمين على التطبيقات، وهي بسيطة في التصميم والألوان.[61]

حيث لا يحتاج التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها، وإنما مجرد مقدمة ومبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط، حيث تقوم بعملية التسجيل وبمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحصل العضو على هوية رقمية تسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بحرية تامة.[62]

التفاعلية: دأبت وسائل الإعلام التقليدية على التعامل مع الجمهور كمستقبل فقط، وفي عصر ثورة الاتصالات والشبكات الاجتماعية أصبح المواطن هو الذي يقرر متى يريد المعلومة ويحدد زمن التفاعل والحوار والانتقال من دور المستقبل إلى دور المرسل أو الناشر، إذ يقوم كل شخص بإثراء حسابه في الشبكة بكل المعلومات المتعلقة بموطنه، وذلك لأن الغاية من التواصل هي التعرف على الاخر، لذلك لابد أن يكون متسما بالصراحة التامة والشفافية.[63]

ويتم من خلال التواصل بسهولة متجاوزا لذلك حدود الزمان والمكان، ويلتقي الفرد بمجموعة تشاركه الاهتمام بموضوعات معينة تساعده على حل المشكلات المطروحة، كما يسمح له بتبادل الخبرات.[64]

المشاركة: فهي تشجع على المساهمة وردود فعل التعليقات من أي مهتم وتلقي الحظ الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقي.

---

[61]-مشتاق طلب فاضل، **مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية**، ط1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص:66

[62]-مرزاقة بلبالة، **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين**، دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال، بسكرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة،2018-2019، ص40

[63]-عثمان محمد الدليمي، **مرجع سبق ذكره**، ص:138.

[64]-جلول خلاف، **وسائل الاتصال الحديثة وتأثيرها على العلاقات الأسرية**، دار المعرفة، الجزائر، 2001، ص:86.

الانفتاح: فمعظمها عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات ونادرا ما توجد حواجز للوصول إلى محتوى والاستفادة منه.[65]

التلقائية: يتسم التواصل فيها بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، بحيث يتم الاتصال دون قيود أو لوائح تنظيمية تحكم ذلك التواصل.

المرونة: وتتمثل في إمكانية فتح أحد المواقع من أي جهاز آخر كالهواتف الجوالة دون شرط وجود الحاسب المحمول، فالأجهزة المحمولة أصبحت تتضمن أنظمة تشغيل خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعي.[66]

الأصدقاء/العلاقات(Friends/commotions):

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المراجع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى" اتصال أو علاقة"(contact) على الشخص المضاف للقائمة.

إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.[67]

تعدد الاستعمالات: مواقع التواصل الاجتماعي سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطالب في التعليم والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وأفراد المجتمع وكل فرد يحتاجها في تخصصه.[68]

المبحث الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

تختلف أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وغاياتها حيث تحدد لكل مستخدم نوع العلاقة عند انشاء حساب لديه، ونجد الكثير من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أهمها:

---

[65]-فارس كاتب، دنيا عقون، **أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري**، دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة،2015-2018، ص:44.

[66]-عثمان محمد الدليمي، **مرجع سبق ذكره**، ص:140.

[67]-ليلى أحمد جرار، **مرجع سبق ذكره**، ص:41.

[68]-عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، **مرجع سبق ذكره**، ص:76.

الفيس بوك: أكبر منصة تجمع الانسان خلال تاريخ البشرية على الاطلاق، فقد عرفه الدكتور عباس مصطفى صادق بأنه:" الموقع الذي يسهل للمستخدمين تبادل الأخبار والمعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة للأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الخاصة وأصبح الموقع الأخير لا يؤثر فقط في نطاق المجتمع الافتراضي، بل أثر على واقع حياة المتعاملين الاجتماعية والسياسية والثقافية والدينية.[69]

حيث يعتبر موقع فيس بوك أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تحتل موقعا مهما بين وسائل الاتصال الأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم، وانطلق هذا الأخير كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماش (Face Match) التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع (Hotor Not) يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد ابتكر مارك زوكربيرج (Mark Zuckenberg) موقع فيس ماش في أكتوبر 2003م عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية.[70]

وفي فبراير 2004م تم انشاء موقع فيس بوك (Face book) من طرف مارك وصديقه "داستين موسكوفيتر" و"كريس هيوز"، الذين تخصصا في دراسة علوم الحاسوب وكانا رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة.[71]

وجاءت الفكرة لهذا الموقع من المدرسة الثانوية التي درس بها "مارك زوكربيرج" وتسمى "أكاديمية فيلبس اكستر"، حيث استوحى الطالب فكرة هذا الموقع من الكتاب السنوي الذي يسمى "Wxtev Face book".[72]

وسمي بالأصل (The Face book) ومعناه كتاب الوجوه، من الدلائل المطبوعة المعرفة يكتب الوجوه، والتي توزع على الطلاب لمساعدتهم على التعرف على أسماء زملائهم في الصف، فالفكرة خلف الموقع كانت اصدار الكتروني تفاعلي لكتاب الوجوه التقليدي، مما يسمح للطلبة انشاء نبذات بهم وإضفاء طابعهم الشخصي عليها وتحديثها.[73]

موقع يوتيوب You tube: هو موقع لنشر مقاطع الفيديو، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه، لعدد هائل من مقاطع الفيديو وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه ويزوره الملايين يوميا.

---

[69]-علي لفته العيساوي، **الفيسبوك الوطن البديل للشباب وأثره السلبي على الشباب العراقي**، دراسة وصفية تحليلية، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، 2021، ص:10.
[70]-محمد الأمين أحمد عبد مرزوك، **مرجع سبق ذكره**، ص:60.
[71]-علي لفته العيساوي، **مرجع سبق ذكره**، ص:10.
[72]-مشتاق طلب فاضل، **مرجع سبق ذكره**، ص:78.
[73]-عثمان محمد الدليمي، **مرجع سبق ذكره**، ص:147.

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال Pay Pal) عام 2005م في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب على عرض المقاطع المتحركة على تقنية" أدوب فلاش" ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وقامت مؤسسة غوغل عام 2006م بشراء الموقع مقابل 1،65 مليار دولار أمريكي، ويستخدم اليوتيوب 51 لغة من لغات العالم وأهمها هي: (الإنجليزية، العربية، الفرنسية، الروسية، الإيطالية، البولونية، البرتغالية، الاسبانية، الألمانية، الهولندية، الكورية، الصينية، اليابانية)، وهو مسموح في كافة بلدان العالم ماعدا بعض الدول.[74]

موقع التويتر: يعتبر واحدا من أهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها شيوعا حول العالم، كيف لا.... ومن رحم هذا الموقع نشأ مفهوم"الهاشتاغ أو الوسم" الذي استعارته لاحقا كثير من المواقع والتطبيقات لتعزيز التفاعل والوصول للمنشورات ذات المحتوى الواحد.[75]

تقوم فكرة موقع التويتر على السماح لمستخدميه بإرسال وقراءة رسائل قصيرة تسمى "تويت" وتعني تغريده وتتكون هذه الرسالة من 140 حرف كحد أقصى ويوفر التعامل بعدة لغات منها الإنجليزية واليابانية وذلك لزيادة عدد المستخدمين.[76]

تأسس الموقع في كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 2006م على يد أربعة شبان هم (جاك درزيJack Dorsey ، وبيزستون Bizstone، وإيفان وليامزEvan williams ، ونوح غلاس).[77]

وظهر الموقع كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة (Obvious) الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006م، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007م من حيث تقديم التدوينات المصغرة وفي منتصف عام 2007م قامت الشركة بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم(Twitter)[78]

وقد أخذ التويتر اسمه من Twitوالذي يعني التغريدة، واتخذ من العصفور رمزا له، وقد وجد الكثير من المستخدمين ضالتهم فيه خاصة بسبب معناه الحرفي (زقزقة العصافير) إذ أنه يعبر بعبقرية عما يريد

---

[74]-محمد مصطفى رفعت، **الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية**، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص:44-47.

[75]-حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، **وسائل التواصل الاجتماعي (رحلة في الأعماق)**، ط1، دار القلم، سوريا، 2020، ص:26.

[76]-مشتاق طلب فاضل، **مرجع سبق ذكره**، ص:91-92.

[77]-حسان شمسي باشا، ماجد حسام شمسي باشا، **مرجع سبق ذكره**، ص:26.

[78]-محمد الأمين أحمد عبد المرزوك، **مرجع سبق ذكره**، ص:68-69.

أن يقوله، فالعصفور إذا فرح يغرد وإذا حزن يغرد وإذا تعرض لخطر يغرد، أي أن العصفور يغرد بكل الحالات.[79]

وقد ساعدت مجانية الخدمة وسهولة الموقع وعدم وجود إعلانات مزعجة وزيادة مستخدميه ووجود جهات ومؤسسات وأفراد ومراسلين وصحفيين على إنعاش الموقع وامداده بمعلومات سريعة وحصرية قبل أن تنتشر بالصحف ووكالات الأنباء الرسمية.[80]

موقع انستغرام: تطبيق عبارة عن شبكة اجتماعية متخصصة بتبادل الصور والفيديوهات بين المستخدمين ووسيلة من وسائل التواصل.

تأسس في تشرين الأول 2010 في ولاية سن فرانسيسكو الأمريكية، يتيح للمستخدمين التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات مواقع التواصل الاجتماعي.

والأنستغرام هو تطبيق أو برنامج يعمل على الهواتف الذكية، يستخدم لمشاركة الصور عبر التطبيق نفسه، وما يميزه أنه يتيح خاصية الوسم(Hash-Tag)، وتخصص لكل مناسبة لنشر فيه الصور ليراها الأصدقاء أو المهتمين في نفس التخصص، بالإضافة إلى إمكانية التعديل على الصور واضافة تأثيرات عليها عن طريق أدوات مختلفة لمعالجة الصور، الفلاتر المخصصة للمبتدئين، والخبراء في عالم لمعالجة الصور واضافة بعض المؤثرات عليها.[81]

المبحث الخامس: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعي أنشأت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل مختلف المجالات، على غرار التعليم والسياسة والاقتصاد والثقافة، حتى أنها ساهمت في خلق تغيير اجتماعي[82]، وأصبح العالم الافتراضي الالكتروني يؤثر على ما هو واقعي[83]، وتغلغلت استعمالاتها في مجالات الحياة المختلفة، نذكر منها:

المطلب الأول: المجال السياسي

[79]-عثمان محمد الدليمي، **مرجع سبق ذكره**، ص:171.
[80]-سعد سلمان المشهداني، **مرجع سبق ذكره**، ص :99.
[81]-عثمان محمد الدليمي، **مرجع سبق ذكره**، ص:201-202.
[82]-نهى بلعيد، **تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة الإذاعة العربية، العدد1، تونس، 2016، ص:12.
[83]-حسين محمود الهتيمي، **مرجع سبق ذكره**، ص:95.

للمرة الأولى أصبح بإمكان السياسيين متابعة ردود الأفعال الفورية على قراراتهم ومشاهدة استطلاعات الرأي الآنية حول تصريحاتهم، وبات الاقتراع في الانتخابات متاح عبر الأنترنت دون مخاطرة بحدوث تلاعب أو أخطاء، حيث تظل معدلات الأمان الالكتروني أعلى بمراحل من احتمالات اختراق المواقع الالكترونية المخصصة لهذا الغرض من جانب القراصنة الالكترونيين الهاكرز"Hackers" ، كما تغيرت وفقا لذلك أنماط صناعة القرار السياسي تغيرا جوهريا، وأنتجت مواقع التواصل الاجتماعي معطيات جديدة على مستوى تكوين جماعات الضغط السياسي، وتشكيل الأحزاب وتحديد شعبيتها وتأثيرها، نظرا إلى سهولة التشارك في الأفكار والآراء غبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي[84].

ومع غياب الرقابة والسيطرة، وإتاحة حرية التعبير عن الرأي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مقصدا للعديد من الأفراد الذين وجدوا فيها متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية التي لا يستطيعون الجهر بها، ففي دراسة أجرتها مؤسسة "ديلويت" أن 88%من محادثات مواقع التواصل الاجتماعي باللغة العربية في الربع الأول من عام 2012، اشتملت على مصطلحات سياسية[85].

لذلك يرى "بيار ليف"Pierve Levy" أن التجديد الذي أدخلته الأنترنت في سياق عولمة السياسة يكمن أساسا في الامكانية التي يتيحها لحركات معارضة أو المنظمات المناضلة، للتنظيم والتنسيق بين مختلف مكوناتها بشكل آني وعلى صعيد كوني[86].

حيث تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للحكومات وضاع القرار العديد من المميزات منها:

توفر للحكومات فرصة لترويج إنجازاتها وسياساتها بين المواطنين بهدف كسب دعمهم.

اعتماد الحكومات على الإمكانات المتاحة من وسائل الاعلام الحديثة يؤدي إلى خفض تكاليف المشاريع الجديدة.

وسائل الاعلام الحديثة لها أداء جيد فيما يتعلق بما يصدره المسؤولون من تصريحات مثل الظهور الحي عبر الرسائل المسجلة أو الفيديو على اليوتيوب وارسال التغريدات عبر التويتر.... الخ[87].

المطلب الثاني: المجال الاجتماعي

---

[84]-جمال سند السويدي، **وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفيسبوك**، ط4، 2014، ص:55.

[85]-حسين محمود الهتيمي، **مرجع سبق ذكره**، ص:97.

[86]-Pierre Levy, cyber democratie, Odile Jacob, Paris, 2002, P152

[87]-حسين محمود الهتيمي، **مرجع سبق ذكره**، ص:100.

يعد الاتصال الشخصي هو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى للمواقع التواصل الاجتماعي كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، ويمكن من خلال هذه المواقع تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصداقة وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.[88]

حيث باتت مواقع التواصل الاجتماعي تضطلع بدور مهم في اعداد الأفراد وتنشئهم وإكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة، وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي لما تتيحه من تفاعل مع الآخرين عبر الأنشطة المختلفة للجماعات، التي يمكن تكوينها في فضاء مواقع التواصل الاجتماعي وتخطيها الحدود وتمكين الفرد من التأثير والتأثر واكتساب الخبرات وتنمية المسؤولية الذاتية عن طريق هذه الأنشطة والتفاعل مع الآخرين[89].

ولقد استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تنشأ "مجتمعا افتراضيا" حيا وتفاعليا، يتشابه في معظم الأحيان وفي كثير من سماته مع المجتمع الواقعي، حيث يمكن التواصل المستمر عن بعد دون عوائق ملموسة، وبالتالي تتحول حياة الفرد تدريجيا لتكون قائمة على التواصل الالكتروني، والعيش في العالم الافتراضي وتكوين الأسرة الافتراضية ضمن المجتمع الافتراضي، وهذه العلاقات الجديدة العابرة للحدود تؤدي إلى ظهور قيم ومبادئ جديدة، نتيجة للتداخل والتفاعل بين التقاليد والأعراف المحلية ونظيراتها الأجنبية، ويمكن أن يؤدي ذلك إلى نوع من عولمة القيم والمبادئ التي تتبعها غالبية البشر، ومع ظهور أقليات تقاوم مثل هذا التوجه وتتجه أحيانا إلى التطرف في المقاومة[90].

المطلب الثالث: المجال الاقتصادي

إن مواقع التواصل الاجتماعي القائمة على التفاعل بين المستخدمين تنتج للشركات المشاركة في إعلانات مفتوحة مع العديد من شرائح المجتمع، لخلق وتدعيم صورتها الذهنية عن طريق التفاعل بين اختصاصي العلاقات العامة القائمين على صفحات الشركة على مواقع التواصل الاجتماعي ومستخدمي مواقع التواصل والعمل على تسويق صورة حية للمؤسسة، وترويج منتجاتها ومعرفة الصور التي يحملها

[88]-عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، **مرجع سبق ذكره**، ص:68.
[89]-حسين محمود الهتيمي، **مرجع سبق ذكره**، ص:102.
[90]-جمال سند السويدي، **مرجع سبق ذكره**، ص:62.

المستخدم عن المؤسسة، والعمل على تدعيم الحسن منها وتوضيح الغموض وتصحيح التصور السيء لدى الجمهور[91].

وتستخدم الشركات في الوقت الراهن مواقع التواصل الاجتماعي للدعاية والتسويق للوصول إلى العملاء المحتملين، بصورة يمكن أن تخرج حتى الشركات صغيرة الحجم من نطاق المحلية إلى النطاق الإقليمي وحتى العالمي، ووفقا لتقرير معهد "ماكينزي" العالمي عن الاقتصاد الاجتماعي الصادر في يوليو 2012، فإن نحو 70% من الشركات تستخدم المواقع الاجتماعية، ونحو 90% منها أقرت أنها حققت بعض المكاسب في الأعمال من استخدام هذه المواقع[92].

وقال التقرير الذي أصدرته قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب في دبي الصادر في 2015 أن هناك استخداما وانتشارا متزايدا لمواقع التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية، وبشكل متفاوت بحسب الدولة وما تفضله من هذه المواقع، مؤكدا أن هذه المواقع يمكن أن تحدث تأثيرات قوية في نمو الأعمال وفي تسويق وتحسين صورة المؤسسات وفي انشاء الأعمال الجديدة وريادة الأعمال[93].

وهدف التقرير إلى قياس انطباعات المستخدمين حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في دول المنطقة العربية (18دولة عربية)"الجزائر، تونس، المغرب، السودان، ليبيا، مصر، لبنان، سوريا، العراق، فلسطين، الأردن، البحرين، عمان، الامارات، قطر، الكويت، اليمن والسعودية، حيث رصد التقرير طريقة وانطباعات المستخدمين حول مواقع: الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، انستغرام، جوجل بليس، الواتساب، ولينكدن.

---

[91]-حسين محمود الهتيمي، **مرجع سبق ذكره**، ص:106.

[92]-جمال سند السويدي، **مرجع سبق ذكره**، ص:77.

[93]-إبراهيم المبيضين، **دراسة شبكات السوشيال ميديا تتجاوز مفهوم التواصل الاجتماعي لتطور الاقتصاد والأعمال التجارية**، الغد، 31-05-2015، تاريخ الاطلاع:2023/01/10 على الساعة 11:36، متاح على الرابط: https://cutt.us/RV2mf

خلاصة:

ختاما لهذا الفصل يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في شتى الميادين نظرا لانتشارها الواسع والخدمات التي أتاحتها لمستخدميها وأصبحت ركنا مهما ورافدا أساسيا في بناء منظومة الانسان.

الفصل الثاني

مدخل الى الرأي العام والرأي العام الالكتروني

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام والرأي العام الالكتروني

تمهيد:

يعتبر الرأي العام قوة كبيرة في المجتمع لما له من أثر كبير في حياة الانسان وماله من علاقة تأثير وتأثر بوسائل الاعلام المختلفة في التأثير على الرأي العام نحو القضايا المختلفة التي تواجه المجتمع، كما أصبح للفضاء الالكتروني دور في التأثير على الرأي العام ليس فقط على المستوى المحلي بل على المستوى العالمي، والذي أتاح فرص للتعبير عن الرأي بكل حرية حول مختلف القضايا المطروحة.

وهذا ما سوف نتناوله في هذا الفصل الذي تطرقنا فيه إلى مفهوم الرأي العام في عدة تعاريف بالإضافة إلى نشأة الرأي العام ومقوماته، كما نكشف عن خصائص الرأي العام وأنواعه، وسنتناول كذلك الرأي العام الالكتروني من خلال التطرق إلى عدة تعريفات ومميزاته وأدواته، وفي نهاية الفصل نقدم نماذج عن الرأي العام الالكتروني.

المبحث الأول: مفهوم الرأي العام.

لم يتفق العلماء والباحثون بعد على تعريف موحد يمكن أن يكون أساس يأخذه في تحديد مفهوم لما يطلق عليه مصطلح الرأي العام، وسنتطرق إلى التعريفات التالية التي تناولت الرأي العام وهي:

يعرفه هاروك تشيلدز قائلا: "أن الرأي العام هو أية مجموعة من الآراء يعتنقها العديد من الأفراد بصرف النظر عن درجة الاتفاق أو التطابق المسبق، ذلك أن درجة التطابق المسبق إنما هي مسألة ينبغي التحقيق فيها، بيد أنها ليست أمرا يجب توافره بطريقة تعسفية كشوط لقيام الرأي العام"[94].

يعرفه فلويد ألبورت العالم الأجنبي بأنه:"تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم في موقف معين إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيرا مؤيدا أو معارضا لمسألة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية واسعة بحيث تكون نسبة المؤيدين أو المعارضين ودرجة اقتنائهم واستمرارهم كافية لاحتمال ممارسة التأثير على اتخاذ اجراء معين بطريقة مباشرة أو غير مباشرة اتجاه الموضوع الذي هم بصدده..."[95].

تعرف الموسوعة الفلسفية الرأي العام بأنه:"مجموع معين من الأفكار والمفاهيم التي تعبر عن مواقف مجموعة أو عدة مجموعات اجتماعية إزاء أحداث أو ظواهر من الحياة الاجتماعية إزاء نشاط الطبقات والأفراد"[96].

وقد اتفقا عالما الاجتماع السياسي الأمريكيان "جيمس برايس، ليورنارد دوب" على تعريف الرأي العام بأنه:" اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التي يدين بها الناس المنتمون إلى الجماعة الاجتماعية نفسها إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة"[97].

يعرفه مختار التهامي بأنه:"هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة نحو قضية معينة أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مسا مباشرا"[98].

---

[94]-هاني الرضا، رامز عمار، **الرأي العام والاعلام والدعاية**، ط2، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات للنشر والتوزيع، لبنان، 2013، ص:19.

[2]-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، **الرأي العام والفضائيات (دراسة في ترتيب الأولويات)**، ط1، دار الفكر للعربي للتوزيع، مصر، 2007، ص:11.

[3]-بطرس حلاق، جمعة حجازي وآخرون، **الرأي العام وطرق قياسه**، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص:18.

[97]-غالب كاظم جياد الدعمي، **الاعلام الجديد (اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة)**، ط1، أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص:110.

[98]-أحمد شاهين، **الاعلام والرأي العام**، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2010، ص:14.

تعرف الموسوعة البريطانية الرأي العام بأنه: "حصيلة الآراء والمواقف والمعتقدات التي تعكس اتجاه نسبة مؤثرة من أفراد المجتمع الواحد أو مجتمع ما إزاء موضوع بعينه."[99]

أما في الفقه العربي فقد عرفه الدكتور سويلم العمري بأنه:" مجموع آراء الناس ووجهة نظرهم في الحياة العامة وفي إصرار الدولة وسعيها لإسعاد الناس وفي وجوب أن تعمل الدولة أو الجماعات القومية أو الدولية في علاج شتى المسائل والمشكلات التي يقاسي منها الفرد والجماعة."[100]

وعرفه كرم شلبي بأنه:"حاصل تفاعل آراء ووجهات نظر ومواقف الأغلبية الواعية من أفراد المجتمع، التي تتبلور في مدة زمنية معينة وظرف مكاني معين بعد اتصالات ومناقشات لتكون في المحصلة رأي هذه الأغلبية إزاء الأحداث والمشكلات والموضوعات والقضايا الداخلية والخارجية التي تتصل باهتمام هذه الأغلبية وتمس مصالحها وقيمها، ويعبر عن هذا الرأي بطرق ووسائل عديدة تعتمد على المناخ العام في المجتمع ومدى توافر ضمانات حرية الرأي والتعبير."[101]

يعرفه دوب بأنه:"مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم."[102]

يعرفه مختار التهامي بأنه:"هو الاتجاه السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر، يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الغالبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشرا."[103]

يعرفه معجم المصطلحات الإعلامية بأنه:"وجهة نظر أغلبية الجماعة التي لا يفوقها رأي آخر، وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعني الجماعة، وتدور حولها المناقشة صراحة أو ضمنيا في إطار هذه الجماعة، وأن الرأي العام صورة من صور السلوك الجمعي تمخضت عن مناقشة وجدل بين أفراد متعددين تعنيهم المسألة التي يتعلق بها هذا السلوك، أوهذه المناقشة ويتجهون لتحقيق هدف أو غاية مشتركة ويتأثرون في ذلك باعتبارات وعوامل مختلفة."[104]

---

[99]-صالح خليل أبو أصبع، **الدعاية والرأي العام (مفاهيم وتطبيقات)**، ط1، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص:76.

[100]-برهان زريق، **الرأي العام وحضانته لذروة سنام المجد في غزة بلد العزة**، ط1، 2016، ص:20.

[101]-حسين علي الفلاحي، **الاعلام التقليدي والاعلام الجديد**، ط1، دار الابداع للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص:240.

[102]-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، **مرجع سبق ذكره**، ص:9.

[103]-مختار التهامي، **الرأي العام والحرب النفسية**، ط3، ج1، دار المعارف، مصر، 1984، ص:14.

[104]-كرم شلبي، **معجم المصطلحات الإعلامية**، دار الشروق، مصر، 1989، ص:48.

يعرفه أحد المتخصصين في الاتصال:" الرأي العام بأنه الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تشير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة."[105]

كما يعرف الرأي العام بأنه:"خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو اجماع الآراء، أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور اتجاه أمر ما أو ظاهرة أو موضوع أو قضية من القضايا قد تكون اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية، كما قد تكون ذات طابع محلي أو قومي أو دولي ويثور حولها الجدل وأن هذا الاجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به."[106]

يعرف الرأي العام من منظورين:[107]

1) منظور ضيق بأنه: "إجابات الناس عن أسئلة منظمي استطلاعات الرأي بشأن الأمور العامة."

2) منظور أوسع بأنه: "وفاق جماعي بشأن الأمور السياسية والمدنية توصلت إليه الجماعات المكونة للمجتمع الأكبر ويمكن أن تتنوع هذه الجماعات من كيانات صغيرة إلى جماعات ومجتمعات دولية ضخمة."

وكخلاصة للتعريف بالرأي العام: هو ما يتفق عليه مجموعة معينة من الأفراد حول موضوع معين أو قضية ما تكون محل اهتمام الجمهور وتحمل وجهات نظر متباينة أو مختلفة وهو أيضا تعبير جمعي لآراء من الأفراد تجمعهم أهداف واحدة.

المبحث الثاني: نشأة الرأي العام ومقوماته.

المطلب الأول: نشأة الرأي العام

- عرف الرأي العام منذ القدم فعند الاغريق سمي بالاتفاق العام والاتجاهات السائدة حيث قسم آرسطو المستمعين في عصره حسب السن إلى شباب ورجال وكبار السن أن هؤلاء في رأيه هم الذين كانوا يكونون الرأي العام في عصره ثم قسمهم حسب الحظ أي الأصل والثروة والقوة.

---

[105]-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، **مرجع سبق ذكره**، ص:15.

[106]-مصطفى يوسف كافي، **الرأي العام ونظريات الاتصال**، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص:21.

[107]-محمد صفوت حسن، **الأخبار والرأي العام تأثير الاعلام على الحياة المدنية**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2012، ص:7-8.

أما في الحضارة اليونانية فقد كان ينصب جهود الدعاة في الحضارات القديمة على إشاعة الطاعة بين الناس ومن هنا جاءت سياسة إضفاء العظمة على الحكم، كما نشاهد ذلك في آثارهم وفنونهم وآدابهم وعلى واجهة معابدهم كما هو في حضارة مصر القديمة من لوحات وتماثيل فنية ولوحظ أنه في جميع العصور كان الحاكم يحاول دعم المؤيدين له والذين يتفقون معه من الناس.

وظهرت في العصر المسيحي عبارة الاتفاق العام والاجماع العام والتي كان يستخدمها أنصار البابا وخصومهم أنصار الامبراطور للتعبير عن التقاليد السائدة والاتجاهات العامة للرأي.

وظهر الرأي العام واضحا وجليا في العصر الإسلامي خاصة في العصر المدني من حياة الرسول "صلى الله عليه وسلم" حيث نشأت الدولة الإسلامية في صورة متكاملة حيث رسخ الرسول "صلى الله عليه وسلم"، الحرية في هذا المجتمع مما جعل الرأي العام يؤدي وظائفه بفاعلية، وسمي الرأي العام بعد عصر الرسول "صلى الله عليه وسلم" بالإجماع، حيث عرف في كتب الفقه بأنه هو اتفاق أهل الحل والعقد على أمر من الأمور الشرعية أو العقلية أو العرفية والمراد بالاتفاق هو الاشتراك في القول أو الفعل أو الاعتقاد ويعني بأهل الحل والعقد العلماء والمجتهدون في العلم والعمل على اختلاف فروع العلم طالما كان هذا العلم نافعا للبشرية وقادة الرأي هم الخيرة المجتهدون فيها وقال تعالى في وصف المؤمنين: "والذِيْنَ اِسْتَجَابُوا لِرَبِهِمْ وَأَقَامُوُا اَلْصَلاة وَأَمْرُهُمْ شُوْرَى بَيْنَهَمْ".[108]

عرف الأمويين الرأي العام وأسموه السياسة، كما ورد في الكتب عن معاوية بن سفيان مقولته الشهيرة:" لو كان بيني وبين الناس شعرة لما انقطعت، فإذا أرخوها شددتها وإذا شدوها أرخيتها".

وفي العصر الحديث يعتبر ميكافيللي (Mika velly) أول من وجه الأنظار إلى ضرورة الاهتمام بصوت الشعب واتجاهاته وقد عبر شكسبير (Shakespeare) بلسان هنري الرابع (Henry) عن الرأي الذي ساعد في الوصول إلى الحكم، كذلك عملت النزاعات والحروب على ظهور عبارة الرأي السائد، ولم يستخدم تعبير الرأي العام إلا ابان الثورة الفرنسية، كثمرة كفاح طويل من أجل الحرية.[109]

المطلب الثاني: مقومات الرأي العام

-لكي ينمو الرأي العام لدى جماعة ما، فهو بحاجة إلى المقومات الآتية التي لا يقوم الرأي العام إلا بها وهي كالآتي:

---

[108]-قرآن كريم، **سورة الشورى**، الآية 38.

[109]-زهير عبد اللطيف عابد، **الرأي العام وطرق قياسه**، ط3، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص:19-21.

1-الجماعة: وهي من المقومات الرئيسية للرأي العام بخصائصها وصفاتها ونوعها وتاريخها وعاداتها وقيمها وتقاليدها وتراثها وأهدافها ومصالحها والجو النفسي السائد فيها ونوع القيادة والأوضاع العامة فيها وطبيعة أفرادها واتجاهاتهم وجنسهم ودينهم وميولهم واهتماماتهم.

2-المشكلة أو (نشأة القضية): لابد أن تكون هناك(مشكلة) ظاهرة حتى تكون محور الاهتمام للرأي العام الجماعي ولابد لهذه المشكلة أن تجذب اهتمام الجمهور(الجماعة) المشكلة هنا بالعبير العلمي هو (الموضوع العام) أو (المسألة العامة) التي تدركها الجماعة وتجذب الانتباه العام، وقد تكون المشكلة بسيطة محدودة تخص جماعة صغيرة، أو تكون معقدة تخص المجتمع المحلي أو المجتمع الدولي، وقد تتعلق بالدين أو الأخلاق أو بعض الأمور الاقتصادية أو السياسية.

3-المناقشة: يتطلب تكوين الرأي العام إثارة المناقشات الجادة والفاعلة للمشكلة موضوع البحث وهذه المناقشات تقوم على الفهم والدرس والموضوعية واتباع الأهواء وتحقيق ذلك بإطار التفاعل الاجتماعي الحر[110].

4-العادات والتقاليد والقيم المتوارثة: تتميز الشعوب وخاصة ذات التاريخ العريق التي تنتمي إلى موروث ثقافي اجتماعي خاص بها من العادات والتقاليد باحترامها لتلك العادات والتقاليد وتعلقها بها، وغالبا ما تكون هذه العادات والتقاليد عصية على التغيير أو على تقبل التغيير، ويعتبر التراث الحضاري والثقافي لكل أمة من أهم العوامل التي تؤثر في تكوين الرأي وتشكيله، إذ لا مفر للفرد من أن يتأثر بقوى العادات والتقاليد والتاريخ والقيم السائدة في مجتمع معين.

5-الدين: يعد الدين عنصرا أساسيا من عناصر تكوين الرأي العام ويقول الدكتور محمد عبد القادر حاتم في كتابه القيم: الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية أن الدين يفرض نفوذا أوسع حتى على غير المتمسكين به، ويشكل مصدرا من مصادر الرأي العام فالاستشهاد بأية قرآنية أو بأحاديث شريفة تخلق الاقتناع ويثير الحوافز والدوافع ويحرك المشاعر والعواطف.

6-النظام السياسي السائد داخل الدولة: فالأوضاع السائدة داخل الدولة تؤثر في تكوين الرأي العام بها، فإذا كان نظام الدولة قائما على الدكتاتورية والاستبداد بالرأي والرأي العام والاستعلاء على الجماهير واحتقارها وإشاعة التعسف والإرهاب فإن هذا يؤدي حتما إلى سلبية الرأي العام في الدولة إذ يحل محله" الخوف العام" أو" السخط العام"[111].

[110]-مصطفى يوسف كافي، **مرجع سبق ذكره**، ص:53.
[111]-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، **مرجع سبق ذكره**، ص:21-31.

المبحث الثالث: خصائص الرأي العام وأنواعه.

المطلب الأول: خصائص الرأي العام

يتميز الرأي العام بعدة خصائص منها:

-أنه يعبر عن حالة فكرية أو وجهة نظر جماعية، ظاهرة أو كامنة تمحورت حول حدث معين وتكونت بفعل مؤثرات إعلامية متعددة، وهذا ما يميزه عن التقاليد التي تكون غالبا سلوكا مفروضا بالضغط الاجتماعي.

-أنه استجابة لمنبهات معينة أو استجابة لوقائع معينة تكون في الغالب أحداثا وليست مجرد أقوال.[112]

الرأي العام اصطلاح شامل يتضمن العديد من الآراء فتقسيمه لفئتين معارضة ومؤيدة تخفي في ثناياه الكثير من الآراء داخل كل فئة.

-الرأي العام يختلف في درجة العمق والقوة فهناك بعض المسائل الخاصة بالسياسة والاقتصاد يكون رأي متعمق مبني على الدراسة والفهم، بينما الغالبية لا يعبرون نفس المسائل ذات الاهتمام، فالرأي العام يختلف في درجة ثباته واستمراريته.

-الرأي العام ظاهرة متغيرة فهي تنتقل من حالة إلى حالة خصوصا إذا كانت الأحداث هامة فالآراء تكون متذبذبة اتجاه الأحداث[113].

-الرأي العام أنه واع ويدعي العقلانية ويحمل بذاته رغبة بالصوابية وهو نقيض الكلية ويفترض التعددية ويأخذ بعض صفات القانون الأخلاقي في مجتمع ما ويتجاوز التأكيد النظري ويعني الغالبية في مجتمع ما، على أنه سريع التبدل[114].

المطلب الثاني: أنواع الرأي العام

تختلف ثقافات الناس واهتماماتهم ومصالحهم ومستوياتهم هذا ما جعل هناك أنواع متعددة للرأي العام، ويتم تحديد هذه الأنواع طبقا للمعايير التي تستخدم في تقسيم هذه الظاهرة أو القضية، وسوف نعرض فيما يلي أهم هذه الأنواع:

---

[112]-هاني الرضا، رامز عمار، **مرجع سبق ذكره**، ص:26.
[113]-مصطفى يوسف كافي، **مرجع سبق ذكره**، ص:27-28.
[114]-رفيق سكري، **دراسة في الرأي العام والاعلام والدعاية**، ط1، مكتبة مؤمن قريش، لبنان، 1991، ص28.

الفرع الأول: حسب النطاق الجغرافي

الرأي العام الدولي(العالمي): إن المقصود بالرأي العام العالمي أو الدولي هو رأي الشعوب وليس رأي الحكومات وينشأ هذا الرأي نتيجة ظهور قضايا تهم كافة شعوب العالم كالحروب ومآسيها وما تسببه من كوارث، قضايا حقوق الانسان والانتهاكات التي تتعرض لها قضايا البيئة والمخاطر التي تهدد البشرية جمعاء بسبب التلوث الناتج عن الحضارة الصناعية.[115]

ويعكس اهتمامات يشترك فيها أكثر من مجتمع يتشكل تدريجيا حول مشكلات وطنية من عدد كبير من البلدان وقضايا ذات مطاق دولي مثل: الأزمات العالمية.[116]

الرأي العام الإقليمي: هو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافيا في فترة معينة نحو قضية أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش، وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية مسا مباشرا، ومن الأمثلة لهذا النوع: الرأي العام العربي، الرأي العام الخليجي، الرأي العام الافريقي.

الرأي العام الوطني: هو الرأي العام الذي يرتبط بالوطن أو الدولة الكائن بها وتستند إليه السلطة القائمة.[117]

وهو كذلك الرأي العام الذي يسود غالبية أفراد الشعب الواحد حول قضية عامة تكون محل جدال ونقاش وتتعلق بالمصلحة العامة، وينقسم بدوره إلى عدة أنواع وهي: الرأي العام الحزبي، الرأي العام النقابي، الرأي العام النسائي، الرأي العام الزراعي، الرأي العام الصناعي.[118]

الرأي العام المحلي: هو الرأي السائد في زقاق أو سكة أو شارع أو قرية أو مدينة أو منطقة أو ولاية أو مجموعة من المناطق أو مجموعة معينة من المحافظات أو مجموعة من الولايات.[119]

حيث يختلف عن الرأي العام القومي ويرى الباحثين أن للمجتمع المحلي خصائص تميزه عن خصائص الرأي العام أو الوطني أهمها: الانتماء، الصغر، المصلحة المشتركة، الارتباط التاريخي، تقارب

---

[115]-بوذينة نعيمة، **مرجع سبق ذكره**، ص:337.
[116]-أحمد شاهين، **مرجع سبق ذكره**، ص:32.
[117]-عاطف عدلي العبد، **الرأي العام وطرق قياسه (الأسس النظرية، الجوانب المنهجية، النماذج التطبيقية، التدريبات العلمية)**، دار الايمان للطباعة، مصر، 2006، ص:26.
[118]-صبحي عسيلة، **الرأي العام**، ط1، نهضة مصر للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص:30-31،
[119]-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، **مرجع سبق ذكره**، ص: 16.

التقاليد والعادات والمعتقدات، ويساعد توافر هذه العوامل بصورة كبيرة على توحيد وجهة نظر الشعوب المتجاورة جغرافيا.[120]

الفرع الثاني: حسب الاستمرارية

رأي عام يومي: وهو الفكرة اليومية التي يعتنقها معظم الناس نتيجة لحادث مفاجئ أو كارثة حلت بالجماعة وهو رأي متقلب سريع التغيير.[121]حيث أنه يتأثر بمجريات الأمور والحوادث اليومية وتحركه وسائل الاعلام والشائعات والمصالح المباشرة للناس، وقد فطن خبراء الدعاية والاعلام والعلاقات العامة، من خلال تجارب الحربين العالميتين أن تأثير الاتصال في الرأي العام يزداد قوة باستخدام الأخبار بدلا من المقالات الجدلية والكتابات الانشائية.[122]

وفي رأي "دوفيقات" أن الصحافة الإخبارية المثيرة (Sensotional journalisme) تعيش على الرأي العام اليومي، فهي تتلقف الأحداث اليومية الهامة وتجعل منها العناوين الضخمة بعرض الصحيفة(مانشيت) لجذب القراء وإثارة انتباههم.[123]

رأي عام مؤقت: وهو الرأي الذي يبقى في الجماعة لمدة محدودة أو مؤقتة مثل: رأي المواطن في الوجود الأمريكي في العراق أو منظمة الخليج العربي أو أفغانستان، وهو يرتبط بحادث عرضي أو مصلحة مؤقتة.[124] وهذا النوع من الرأي العام لا يصلح أن تقام عليه دراسات على عكس الرأي العام الدائم.[125]

الرأي العام الدائم: وهو الرأي العام الثابت الذي يدور لفترة طويلة، ويتصف بالاستقرار ويتأثر أساسا بالعوامل الحضارية، ويتميز بأنه أكثر رسوخا، حيث يرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية، ويمتاز بأنه أكثر تأثيرا في الناس واستقرار وثبات على مر العصور، ويساعد على إرساء القواعد الأساسية للرأي العام[126]، وهو طويل الأجل قد يستغرق تكوينه سنين ومن الصعب تغيير اتجاهاته، وتكوينه يأتي من التربية الأولى في البيت ثم في المدرسة والمجتمع، فالإنسان جملة من العلاقات والتفاعلات.[127]

---

[120]-مصطفى يوسف كافي، **مرجع سبق ذكره**، ص:25.
[121]-أحمد شاهين، **مرجع سبق ذكره**، ص:29.
[122]-عبد الحليم حمود، **فن غسل الأدمغة بحث في الدعاية والرأي العام**، ط1، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2008، ص:15-16.
[123]-حسين عبد القادر، **الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة**، وكالة الصحافة العربية(ناشرون)، مصر، 2020، ص:40.
[124]-سعيد سراج، **الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1978، ص:56.
[125]-صبحي عسيلة، **مرجع سبق ذكره**، ص :32.
[126]-عبد الكريم علي الدبسي، **مرجع سبق ذكره**، ص :67.
[127]-عاطف عدلي العبد، **مرجع سبق ذكره**، ص:23.

الفرع الثالث: حسب درجة الظهور

الرأي العام الظاهر: هو الرأي العام المعبر عنه، ويتكون هذا الرأي في البلاد التي يتمتع مواطنوها بحرية التعبير عن آرائهم[128]، ويقصد به كذلك بأنه الرأي الذي يبرز في البلدان التي تسودها حرية الرأي وينعدم فيها الخوف.[129]

وهذا الذي يتم التعبير عنه صراحة بأنه أسلوب ممكن حيث يتم التعبير عنه خلال المؤتمرات، الندوات، المحاضرات ووسائل الاعلام المختلفة[130]، عادة ما يوجد هذا النوع في الدول الديمقراطية أو تلك التي تتمتع بهامش معقول من الديمقراطية.[131]

الرأي العام الكامن: وهو الرأي العام غير الظاهر وغير المعبر عنه ويحدث مجتمعات الحكم الديكتاتوري[132]، وهو الرأي الذي لا يفصح عنه ولا يعبر عنه نتيجة الجماعة من عواقب التعبير عنه لتعارضه مع الأوضاع الدستورية أو القانونية أو مع المعايير الاجتماعية المتعارف عليها[133]، يتصف بالسلبية ويظل مخفي وكامن حتى تتاح له فرصة الظهور والتعبير عن نفسه[134]، ويتحول إلى رأي عام ظاهر في الحلات الآتية: ازدياد وشدة اتجاه الناس نحو مشكلة معينة لدرجة لا يستطيعون كتمانها، وكذلك رفع الموانع الاجتماعية أو القانونية التي كانت تحول دون التعبير عن الرأي كموافقة الدولة أو تشجيعها.[135]

المبحث الرابع: الرأي العام الالكتروني.

أصبح للفضاء الالكتروني دور في التأثير على الرأي العام ليس فقط المستوى المحلي بل على المستوى العالمي، والذي أتاح فرص للتعبير عن الرأي بكل حرية حول القضايا التي تؤثر فيهم ويؤثرون فيها.

المطلب الأول: تعريف الرأي العام الالكتروني

128-**المرجع نفسه**، ص:25.
129-برهان زريق، **مرجع سبق ذكره**، ص:93.
130-مصطفى يوسف كافي، **مرجع سبق ذكره**، ص :27.
131-صبحي عسيلة، **مرجع سبق ذكره**، ص:33.
132-عاطف عدلي العبد، **مرجع سبق ذكره**، ص :25.
133-أحمد شاهين، **مرجع سبق ذكره**، ص :30.
134-مصطفى يوسف كافي، **مرجع سبق ذكره**، ص:27.
135-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، **مرجع سبق ذكره**، ص:16.

وهو الفكرة السائدة أو المحورية بين مستخدمي الشبكات أو المواقع 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 اهتماماتهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة.[136]

وهو كذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الأنترنت.[137]

الرأي العام الالكتروني في هذا العالم المتخيل هو كل (فكرة-اقتراح-رأي-مشاركة) أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين أو تدافع عن إيديولوجية بعينها أو تنبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة(الأنترنت)، لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قبل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والاطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما نعرفه "بالرأي الالكتروني" وفي هذه الحالة فالرأي الالكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش.[138]

المطلب الثاني: مميزات الرأي العام الالكتروني

ويتميز الرأي العام الالكتروني بالخصائص التالية:

- **الانتشار والوصول:** يتميز الرأي العام الالكتروني، بأنه يصل إلى أكبر فئة ممكنة من الناس، فيتفاعلوا معه أما بالتأييد أو بالمعارضة.

- **سهولة قياس اتجاهاته:** من خلال اعتماد على برامج تقنية، تقوم بتوفير احصائيات دقيقة للرأي العام، ويمكن الاعتماد عليها من قبل القيادات للمساعدة في صنع القرار.

- **يتفاعل مع غالبية المواضيع التي تهم الناس:** يتميز الرأي العام الالكتروني بتواجده في كل المواضيع التي تهم الناس، سواء كانت سياسية، ثقافية، اجتماعية، دينية.

136-محمد مصطفى رفعت، **مرجع سبق ذكره**، ص:66.

137-عادل عبد الصادق، **الفضاء الالكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير" سلسلة قضايا استراتيجية"**، العدد01، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، 2011، ص:19.

138-عادل عبد الصادق، **الفضاء الالكتروني والديمقراطية بين التحولات والتحديات**، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مصر، 2012، ص:76.

- **تجدد الرأي العام الالكتروني:** ومن أهم مميزات الرأي العام الالكتروني، أنه يتغير باستمرار فهو لا يتسم بالثبات، وذلك لنقل صوت وآراء الناس بسرعة فائقة.

- **انخفاض التكلفة:** ففي الآونة الأخيرة أصبحت الانترنت والتقنيات الالكترونية، رخيصة التكلفة، كما أنه أيضا أصبح بالإمكان استخدام الأنترنت، مجانا في بعض المدن الذكية.[139]

المطلب الثالث: أدوات الرأي العام الالكتروني

هناك العديد من الأدوات التي تمكننا من معرفة الرأي العام الالكتروني، والتي عن طريقها يتم التعبير عن الرأي العام الالكتروني، ومن أهم الأدوات التقنية نذكر ما يلي:

البريد الالكتروني:

يعرف البريد الالكتروني على أنه وسيلة اتصال، تعتمد على التقنية في نقل الرسائل والوثائق من جهاز إلى آخر، عبر شبكة الأنترنت سواء كانت الوثائق نصوص مكتوبة أو ملفات صوتية أو ملفات فيديو أو غير ذلك، فالبريد الالكتروني يمنح فرصة لتبادل الآراء مع الآخرين بسرعة كبيرة وبالإمكان إرسال الرسالة الواحدة لأكثر من شخص في نفس الوقت.

تقوم مراكز استطلاع الرأي بشراء قوائم البريد الالكتروني للمبحوثين، والتي تحتوي على عناوين البريد الالكتروني، مقسمة هذه القوائم حسب الدول والجنس والمهنة، ويمكن الاستفادة من تلك العناوين حسب نوعية المبحوثين في استطلاعات الرأي وبناء على طبيعة الاستطلاع وهدفه، ليقوم مركز الاستطلاع بإرسال رسالة الكترونية عبر البريد الالكتروني للقائمة المحددة لديه ويتم الرد أيضا برسالة عبر البريد الالكتروني وذلك لكي يقوم القائم بالاتصال بتشكيل الرأي العام.

المدونات:

المدونة موقع الكتروني يجمع عدد من التدوينات وهي بمثابة مفكرة أو مساحة طرح آراء شخصية وهو تطبيق من تطبيقات شبكة الأنترنت، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب على شبكة الأنترنت تظهر عليها تدوينات مؤرخة، ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات

[139]-مصطفى محمود، **الرأي العام الالكتروني**، تاريخ الاطلاع: 2023/02/23، على الساعة: 00:07، متاح على: https://cutt.us/vlwug

القديمة، ويكون لكل مداخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، يمكن للقارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق، ويمكن للقارئ قدرة على كتابة تعليقاتهم بشكل تفاعلي.

استطلاعات الرأي الالكترونية:

حيث أصبحت مادة دسمة في الكثير من المواقع على شبكة الأنترنت، والتي تهدف إما إلى استطلاع رأي زوار الموقع اتجاه موقف معين، أو محاولة بناء رأي اتجاه قضية ما، وأصبح هناك استمارات رأي الكترونية إلى جانب استطلاعات رأي سريعة، حول الأحداث الجارية، وتتميز تلك الاستطلاعات بسهولة تسجيل المستطلع رأيه وإلى درجة الأمان التقنية في الاستطلاع وتفادي عملية الأخطاء في عملية الإحصاء حيث يتم الإحصاء الكترونيا.

آلية التصويت والانتخابات:

حيث تستخدم الأنترنت في عملية التصويت في الانتخابات، بالإضافة إلى الأدوات كالهاتف المحمول والهاتف الثابت، والبرامج الالكترونية التي تساعد على إعداد الجداول الانتخابية وقواعد بيانات الناخبين، وتنقيتها وفرز الأصوات وإعلان النتائج، وتتميز برامج التصويت الالكترونية بالشفافية والحيادية.

المنتديات:

هي عبارة عن برمجيات يتم تركيبها على مواقع الأنترنت لتسمح بتلقي مساهمات وأفكار وآراء من قبل أي شخص يسجل في المنتدى وعرضها على المشاركين الآخرين في اللحظة نفسها، ثم إتاحة الفرصة لكل المشتركين الآخرين لقراءة المساهمة فورا والرد عليها في اللحظة ذاتها، سواء لاتفاق أو الاختلاف أو بالدفاع أو الهجوم، ومن هنا ينشأ الحوار الديمقراطي بشفافية وبلا قيود.[140]

رسائل SMSوالموبايل: حيث يتم استخدام رسائل الموبايل في حشد التعبئة السياسية والاطلاع على أخبار الانتخابات، وخاصة مع اندماج خدمات الانترنت والتحويلات المالية والخدمات التلفزيونية والاذاعية من خلال الهاتف المحمول، وكذلك إمكانية التصويت في الانتخابات من خلاله.

مواقع الشبكات الاجتماعية: هي تلك المواقع التي تتيح فرصة التعارف والاتصال بين عدد كبير من الأفراد على مستوى العالم، كما يتم إنشاء مجموعات يمكن أن تجتذب إليها المزيد من الأفراد، وتميز

[140]-معاذ الجيلي عمر، **مرجع سبق ذكره**، ص:90-93.

تلك المواقع بسرعة تناقل المعلومات والصور، خاصة مقاطع الفيديو وذلك مثل: موقع الفيس بوك وموقع تويتر.

الاستفتاء عبر الإيميل:

ويتضمن إرسال استمارة الاستفتاء عبر الإيميل ويقوم المبحوث بإعادة إرسالها عقب الإجابة عليها، وهذا النوع يحتوي على أسئلة بسيطة وقليلة مع إضافة بعض الأسئلة المفتوحة، وتصلح هذه الطريقة بالنسبة للاستفتاء الصغير على عينة كبيرة وتكون الاستجابة عالية في حالة استخدام عدد محدود من الأسئلة.

الاستفتاء عبر مواقع الأنترنت:

هذا النوع من أبحاث السوق يتطلب إنشاء مواقع خاصة، فالأبحاث التسويقية تعتبر وسيلة سهلة الوصول إليها وتتسم بالتفاعلية والانتشار.

استطلاعات الرأي الالكتروني:

وهي عبارة عن استمارة قد تكون صغيرة أو بسيطة تهدف إلى استطلاع رأي زائري الموقع حول القضايا الهامة، حيث يتم إظهار النتائج وعدد المصوتين ونسب المشاركة.

التعليقات الالكترونية:

وهي عبارة عن قيام المستخدم بكتابة تعليق على خبر أو حدث معين، للتعبير عن رأيه أو موقفه من قضية ما، وهناك عدد من المواقع تتيح تلك الخدمة، وتوفر تلك الأدوات الأخيرة الوقت وتعتبر أكثر فاعلية، فيمكن إرسال الاستبيان لكثير من أفراد العينة في وقت قياسي، والميزة الرئيسة هو أنه يمكن للباحث من خلالها عمل ورقة عمل تفاعلية، فهذه العملية تضيف إلى الاستبيان العديد من الوظائف التي تتأكد من خلالها من مدى صحة الاستبيان، فهي يمكنها شرح المصطلحات والتحقق من الإجابات.[141]

المبحث الخامس: نماذج الرأي العام.

تعددت قضايا المجتمع وانتشرت مع وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي ونجد أن هناك قضايا دولية وقضايا محلية تهم المجتمعات وسنتطرق إليها فيما يلي:

[141]-بوذينة نعيمة، **مرجع سبق ذكره**، ص:387-388.

المطلب الأول: نماذج دولية

الفرع الأول: قضية خاشقجي

في 02 أكتوبر 2018 زار الصحفي والكاتب جمال خاشقجي قنصلية في بلاده في إسطنبول وذلك للحصول على وثيقة شخصية ترتبط بزواجه المقبل وقالت خطيبته خديجة جنكيز التي كانت في انتظاره بالخارج أنه لم يخرج قط وذكرت مصادر تركية أنها تعتقد أن خاشقجي قد قتل داخل القنصلية.

وتعود القصة والخطة التي سبقتها خطوات لسنة كاملة سبقت الحادث وبدأت تحديدا في واشنطن، حيث كان جمال خاشقجي يتعامل مع صحف أمريكية وقنوات يحلل فيها وضع بلاده ويتحدث عن شؤون المنطقة لفترة طويلة ظل نجل الملك سلمان وشقيق ولي العهد السفير السعودي لدى واشنطن الأمير خالد بن سلمان يقود اتصالات لاستمالة خاشقجي واقناعه بالعودة طوعا إلى السعودية.

وبعد محاولة السلطات السعودية لاستعادة خاشقجي إلى بلاده باءت بالفشل وتأكدت أن خطة استعادته بشكل ودي وإرجاعه لم تنجح لهذا خطط مستشارو ولي العهد السعودي للمرحلة الثانية من الخطة وهي إعادته قسرا مهما كان الثمن.

سريعا، الفريق المقرب من ولي العهد السعودي محمد بن سلمان استعراض تفاصيل الخطة الثانية واستدراجه هذه المرة للقنصلية السعودية في إسطنبول ومن هناك يمضي رجالات ولي العهد في خطواتهم وهي تخديره ثم ترحيله قسرا.

اتصل السفير السعودي الأمير خالد بن سلمان بالخاشقجي وأخبره أنه يمكنه الحصول على وثيقة الطلاق لاستكمال إجراءات زواجه من مواطنة تركية من إسطنبول وطمأنه أن الأوراق ستكون جاهزة.

زار خاشقجي القنصلية في أحد شوارع إسطنبول وتم الاعتذار له أن الوثيقة ليست جاهزة بعد وطلب منه العودة بعد أيام، الوقت كان كافيا للفريق السعودي ليغادر الرياض نحو تركيا ويمضي في تنفيذ ما طلب منه، ووصل الفريق السعودي على متن عدد من الرحلات الجوية مدججين بعدتهم نحو مقر العملية القنصلية السعودية في إسطنبول، لكن هذه الخطة لم تنفذ وحصلت لحظة ارتباك بعد حدوث الأمر وتم الشروع في تصفية خاشقجي وتحليل جسده وطمس الأدلة حتى لا يصل أي مكان لأي أثر.

والنقطة الفعلية التي لم تكن في الحسبان أن جمال خاشقجي سيكون برفقة خطيبته ويوجه لها تعليمات بضرورة الاتصال بمستشار الرئيس التركي وبعض المعارف في حال حدث له مكروه، هذا التفصيل جعل

قضية خاشقجي تخرج للعلن وتفتح أنظار العالم وعدسات كاميرات وسائل الاعلام الدولية نحو مبنى القنصلية ويفضح السر وتتكشف العملية.[142]

أظهرت هذه القضية حرب إعلامية بين وسائل الاعلام السعودية ومعها الامارات ومصر ونظيرتها في قطر من جانب آخر، كما تم تغطيتها في القنوات الإخبارية مثل العربية وسكاي نيوز العربية وأيضا في برامج التوك شو على المحطات الخاصة المصرية، أما على الجانب الآخر كشفت الصحافة الغربية الحديث عن مصير خاشقجي منذ اليوم الأول لاختفائه وخاصة صحيفة واشنطن بوست الأمريكية، وقنوات أجنبية مثل "سي آن آن"، وتحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى ساحة معركة افتراضية بين السعودية وقطر، كما ظهر سيل من ردود الفعل المتباينة حول القضية وخلقت تفاعل واسع على المستوى العربي والعالمي كما كان لهذه المواقع دور كبير في جعل العديد من الدول تعبر عن موقفها اتجاه القضية.

الفرع الثاني: قضية جورج فلويد

في 25 مايو 2020 توفي جورج فلويد وهو أمريكي أسود في الأربعين من العمر، اختناقا في مينابوليس بعدما بقي لدقائق طويلة تحت ركبة شرطي أبيض.

ويرجع أصل هذه الحادثة إلى أن جورج فلويد اشترى علبة سجائر من متجر صغير واعتقد أحد العاملين في المتجر أنه استخدم ورقة نقدية مزيفة واتصل بالشرطة بعد أن رفض فلويد إعادة السجائر، عندما وصل الضباط أمروا فلويد بالخروج من سيارته المتوقفة وقيدوا يديه تلا ذلك صراع عندما حاول الضباط وضع فلويد الذي كان يصرخ في سيارته الفرقة الخاصة بهم، ثم تكابلوا عليه وطرحوه أرضا على وجهه.

ثم جثا الضابط شوفين بركبته على عنق فلويد لأكثر من تسع دقائق وقال فلويد أثناء ذلك أكثر من 20 مرة أنه لا يستطيع التنفس وكان ينادي والدته وتوسل لضابط الشرطة قائلا "من فضلك، من فضلك، من فضلك"، وعندما وصلت سيارة الإسعاف كان فلويد بلا حراك وتم الإعلان عن وفاته بعد حوالي ساعة.[143]

بدأت الاضطرابات باحتجاجات محلية في منطقة مينابوليس وذلك قبل أن تنتشر بسرعة على الصعيد الوطني وفي أكثر من 60 دولة على الصعيد الدولي من أجل دعم حركة حياة السود مهمة، وقد شهدت

---

[142]-القدس العربي، **القصة الكاملة لاغتيال خاشقجي: كيف تصفي السعودية معارضيها؟**، تاريخ الاطلاع: 2023/03/27، على الساعة: 23:17، متاح على الرابط: https://cutt.us/FToZZ

[143]-مقال منشور بتاريخ 25 يونيو 2021، **مقتل جورج فلويد: السجن 22 سنة ونصف لضابط الشرطة السابق المدان بالقتل**، تاريخ الاطلاع: 2023/03/23، على الساعة: 11:55، متاح على الرابط:https://cutt.us/LBjwt

أكثر من 2000 مدينة وبلدة في الولايات المتحدة الأمريكية وحول العالم احتجاجات ومظاهرات وامتدت هذه الاحتجاجات إلى عدة أسابيع وكانت أغلبها سلمية إلا أن تحولت مظاهرات في بعض المدن إلى أعمال شغب ونهب تخللتها مناوشات في الشوارع ووحشية كبيرة من جانب الشرطة.

وتداولت مقاطع فيديو على منصات مواقع التواصل الاجتماعي وصور وغيرها تبين فيها وفاة فلويد وكيف تم خنقه وقتله، بالإضافة إلى إظهار مقاطع فيديو عن المتظاهرين بعد وفاة فلويد، واعتبر فضاء مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر حراكا للعالم العربي والمتنفس المتاح للكثيرين للتعبير عن آرائهم، وكان هناك الكثير من التعليقات التي تندد بالعنصرية وتعبر عن التضامن مع القضية والبعض الآخر استغل هذه القضية لارتباطها بمواقف سياسية يهتمون بها.

الفرع الثالث: قضية غلاء الأسعار

تعاني مختلف دول العالم من ارتفاع تكاليف مستوى المعيشة يوما بعد يوم وكل شيء يرتفع من أسعار السكر والأرز والزيت والفواكه والخضروات وغيرها، حتى الدول الكبرى والغنية كالولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا ودول الاتحاد الأوربي إلى الدول الفقيرة في آسيا وإفريقيا خاصة مع جائحة كورونا.

في الدول المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية جعلت كلمة التضخم الطنانة في الوقت الحالي لما شهدته من الارتفاع المهول، أما في الدول النامية فالأمر زاد سوءا وأصبح يعانون من الفقر المدقع أكثر من 100مليون شخص وذلك لنقص امدادات القمح والغذاء بسبب الحرب الروسية الأوكرانية، فارتفاع هذه الأسعار لم يرافقه ارتفاع مماثل في الرواتب والأجور بل بقيت على حالها تعاني كما يعاني أصحابها.

ويعود هذا الارتفاع الجنوني في الأسعار وتكاليف الحياة اليومية إلى عدة أسباب منها:

- ارتفاع أسعار الطاقة وأسعار الغاز وأسعار النفط.
- النقص الحاد في البضائع والسلع.
- تكاليف الشحن.
- ارتفاع الأجور.
- التغير المناخي.

●انتهاء الدعم المادي بعد الجائحة (تراجع الحكومات عن الدعم التي تقدمه للشركات والأفراد للتخفيف من تأثير فيروس كورونا)[144].

أدى ارتفاع الأسعار إلى موجة من الغضب والاستياء عبر مواقع التواصل الاجتماعي ففي الدول العربية نجد في مصر لجأ مصريون إلى مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن احتجاجاتهم وسط مطالبات بتدخل حكومي، كما شهدت العراق هي الأخرى احتجاجات واسعة على ارتفاع الأسعار وصعوبة الأوضاع المعيشية في مدينة الناصرية.

وتصدر هاشتاغ " لا لغلاء الأسعار بالمغرب" قائمة التدوينات والتغريدات تداولا على

منصات التواصل الاجتماعي معبرين فيهم عن غضبهم ومطالبين بالعاهل المغربي الملك بالتدخل، أما في السعودية كذلك أثار هذا الارتفاع غضب فريق من السعوديين ومطالبة بتدخل حكومي عاجل.

وانتشرت فيديوهات وصور على مواقع التواصل الاجتماعي لجزائريين يقفون في طوابير طويلة في عدة مدن جزائرية لأجل الحصول على المواد الغذائية الأساسية وهذا ما خلق تذمر كبير لدى المواطنين متسائلين عن ندرة المواد الغذائية وعن سبب ارتفاعها بهذا الشكل المبالغ فيه.

أما في الدول الغربية نجد الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وغيرها موجة سخط بين الموظفين والعمال واضرابات في قطاعي النظافة والنقل بسبب ارتفاع تكاليف المعيشة.

المطلب الثاني: نماذج محلية

الفرع الأول: قضية كمال شيخي(البوشي)

بتاريخ 26 ماي 2018 أحبط الجيش الوطني الشعبي الجزائري ويتعلق الأمر بالمجموعة الإقليمية لحرس السواحل بوهران والدرك والجمارك عملية تهريب ضخمة من مادة الكوكايين تقدر ب701 كيلوغرام(7قناطير) مخبأة في حاوية على متن باخرة "مار كوري" وهي باخرة ليبيرية لنقل البضائع (نقل اللحوم المجمدة) قادمة من البرازيل.

[144]- محمد سناجلة، **لماذا تصبح الحياة أغلى وأصعب في كل يوم؟ تعرف على الأسباب السبعة وراء جنون الأسعار**، تاريخ الاطلاع: 2023/03/26، على الساعة: 12:17، متاح على الرابط: https://cutt.us/detdG

"دنيا ميت" هي شركة مكتوبة على علب اللحم المجمدة القادمة من البرازيل، وهذه الشركة موجودة في القبة في الجزائر وصاحبها كمال شيخي وصاحبه نجيب مسعود، ويعتبر كمال شيخي المتورط الأول والأساسي في قضية تهريب 701 كيلوغرام من الكوكايين ومتهمين آخرين.

كان كمال شيخي يعمل كجزار بسيط في نواحي التسعينات ولكن سرعان ما تحول إلى امبراطور، في أواخر 2010 انتقل كمال شيخي من البيع مع والده إلى استيراد حاويات اللحم المجمد من أمريكا اللاتينية بعد تأسيسه لشركة صغيرة وسرعان ما توسعت تجارته وأصبح يملك غرف تبريد في كل أنحاء العاصمة وصولا إلى بومرداس، وفي بضع سنوات صنع كمال لنفسه امبراطورية حقيقية تربع على سوق اللحم في الجزائر فأصبح يتحكم فيها، بعد أن أصبح الممول الرئيسي لعدة شركات ومؤسسات خاصة وعمومية.

وبعد التحقيق في القضية أصدر قاضي التحقيق بمحكمة سيدي محمد أوامر إيداع في حق صاحب شركة اللحوم المجمدة، إضافة إلى شقيقين له ومتهم رابع عن تهم تتعلق بجناية جنايات استيراد وتصدير وتخزيم المخدرات في إطار جماعة إجرامية منظمة وتبييض الأموال.[145]

وخلقت عملية حجز 7قناطير من مادة الكوكايين تفاعلا واسعا وسط مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وتوالت ردود فعل المواطنين الجزائريين فهناك من يرى بأن هذه القضية ماهي إلا سيناريو جديد ابتكره النظام الجزائري لتسويق فكرة العهدة الخامسة للرئيس بوتفليقة وإظهاره على أنه الرجل الوحيد القادر على حماية الوطن والشعب الجزائري.

الفرع الثاني: قضية عياش محجوبي

في حادثة وقعت في ولاية المسيلة في قرية أم الشمل يوم17 ديسمبر 2018 أين وقع شاب يدعى "عياش محجوبي" البالغ من العمر 31 سنة في بئر ارتوازي لا يتجاوز قطره 35 سنتيمتر، وقد كانت هذه الحادثة في بادئ الأمر عادية ثم تحولت إلى قضية إعلامية تتداولها جل القنوات والفضائيات العربية والأجنبية، وكذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد انطلقت عملية استخراجه من ذلك البئر غير أن الحماية المدنية الجزائرية رغم تسخيرها لجل عناصرها كانت غير قادرة على تحديد مكان تواجد الضحية "عياش" ولا تنفيذ استراتيجية واضحة لاستخراجه وذلك لغياب خبراء جيولوجيين.

[145]-الجزيرة أنترنت، **قضية "الكوكايين" ومستقبل الرئاسيات الجزائرية**، تاريخ الاطلاع: 2023/04/03، على الساعة: 14:50، متاح على الرابط: https://cutt.us/6ui6n

بقي الضحية "عياش" لمدة 24 ساعة قبل أن يسمع جيرانه صراخه، وبدأت محاولات إنقاذه من قبل السكان المحليين باستعمال وسائل بدائية، وتدخلت بعدها قوات الدفاع المدني واستمرت جهود الإنقاذ لنحو تسعة أيام متواصلة لفظ العياشي أنفاسه داخل البئر في 21 ديسمبر2018، واستخرجت جثة عياش في اليوم التاسع من رحلته المميتة بالبئر وكان حضور محافظ ولاية المسيلة متأخرا لموقع الحادث وسط اتهامات شعبية له بالتقاعس.[146]

وطغت قضية الشاب عياش محجوبي الذي توفى بعدما سقط داخل البئر على أهم الأحداث التي تداولتها مواقع التواصل الاجتماعي جراء الوقت الكبير الذي استغرقته عملية الإنقاذ في ظل نقص الخبرة وقلة الوسائل، حيث خيمت أجواء من الحزن عبر المواقع وتوشحت صفحات الفايسبوك بالأسود بعد إعلان وفاة العياشي، وأعلنت مئات الصفحات الفايسبوكية تضامنها وآلاف مرتادي الفضاء الأزرق تضامنهم التام والمطلق لابن ولاية المسيلة وعائلته.

واستطاعت قضية عياش أن تشغل الرأي العام بأكمله وتسيطر على الأحداث بعدما تحولت عملية إنقاذه الأكثر متابعة واهتماما ودفعت بالعديد من المواطنين من ولايات مختلفة لزيارة موقع الحادث وتقديم الدعم والمساندة لذويه ولرجال الحماية المدنية الذين لم يدخروا أي جهد، واهتمت بالحادثة قنوات ومواقع دولية على غرار قناة "بي بي سي" التي خصصت تقريرا حول حادثة وقوع ابن المسيلة.

[146]-العربي، قصة سقوط عياش .... كيف حبست 9 أيام أنفاس الجزائريين، تاريخ الاطلاع: 2023/03/31، على الساعة: 23:45، متاح على الرابط: https://cutt.us/C6wdL

خلاصة:

إن الرأي العام يتكون من تفاعل أفراد حول قضية معينة أو موقف معين، لهذا أصبح الرأي العام يلعب دورا مهما في جميع نواحي الحياة التي تهم المجتمع وركن أساسي له، ويرتبط الرأي العام بالوعي السياسي لدى الشعوب فينشأ الرأي العام نتيجة الوعي لدى الجماهير الذي يساعدها في إبداء وجهات النظر تجاه ما يثار من جدل ونقاش حول القضايا العامة التي تمس المصالح الجوهرية للشعب، واعتبرت مواقع التواصل الاجتماعي محرك للرأي العام بوصفها سهلت للآخرين التعبير بكل حرية دون قيد حول القضايا التي تهم المجتمع.


الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

يعد الجانب التطبيقي من الجوانب المكملة للإطار المنهجي والنظري، والتي تهدف الى الإجابة عن التساؤلات المطروحة، وسنحاول في هذا الفصل إجراء الخطوات العلمية المستخدمة في جمع وتحليل بيانات الدراسة، حيث بدأنا بصياغة استمارة استبيان موزعة على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال مكونة من 86 مفردة، وصولا الى تفريغ البيانات وتفسيرها وتحليلها بناءا على معطيات الجداول، وأخيرا عرض النتائج المتوصل اليها.

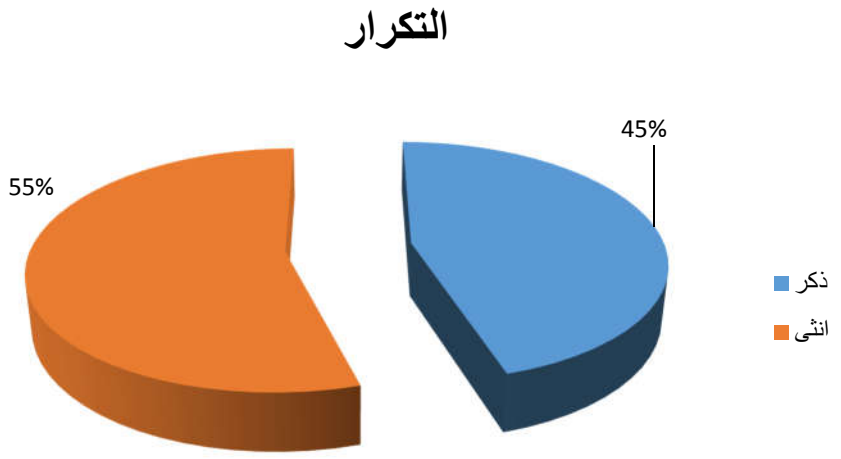
1-تحليل البيانات وتفسيرها:

المحور الأول: البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة:

الجدول رقم 1. توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة%
ذكر	39	%45.3
انثى	47	%54.7
المجموع	86	%100

-يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة أفراد عينة الدراسة إناث تقدر بـ: 54.07%، في حين أن نسبة الذكور تقدر بـ: 45.03%، ويعود ارتفاع نسبة الاناث الى كون المجتمع الجزائري مجتمع تفوق فيه نسبة الاناث على الذكور.

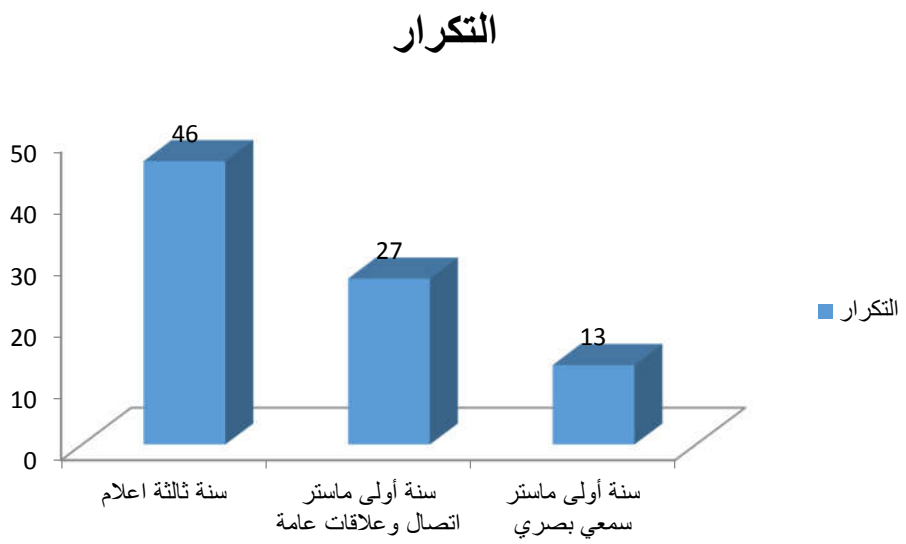


الشكل رقم 1: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجدول رقم 2: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي.

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة%
سنة ثالثة اعلام	46	%53.5
سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة	27	%31.4
سنة أولى ماستر سمعي بصري	13	%15.1
المجموع	86	%100

-نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة من مستوى سنة ثالثة إعلام بنسبة: 53.5%، وتليها مستوى سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة بنسبة: 31.4%، ثم تليها مستوى سنة أولى ماستر سمعي بصري بنسبة: 15.1%.



الشكل رقم 2: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي:

المحور الثاني: تحليل بيانات المحور الثاني الخاص بعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم 3: استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي.

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة 3 اعلام		ماستر 1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
دائما	35	%89.74	39	%82.97	39	%84.78	25	%92.59	10	%76.92
أحيانا	4	%10.25	06	%12.76	5	%10.86	2	%7.40	03	%23.07
نادرا	0	%00	02	%4.25	2	%4.25	0	%00	0	%00
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-من خلال الجدول نلاحظ أن غالبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائما، نجد نسبة: 89.74% من الذكور، أما الاناث فكانت النسبة: 82.97%، ثم تليها نسبة: 12.76% من الاناث ممن يستخدمونها أحيانا، أما الذكور فقدرت نسبة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أحيانا بـ:10.25%، وما يتضح من خلال ذلك أن النسبة الكبيرة يستخدمونها نادرا من الاناث بنسبة: 4.25%، كما كانت النسبة الغالبة في المستوى الجامعي ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائما ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة قدرت بـ:92.59%، أما مستوى السنة الثالثة اعلام بنسبة: 84.78%، كما كانت النسبة متقاربة في ماستر 01 سمعي بصري بنسبة قدرت بـ: 76.92%، غير أن نسبة ممن يستخدمونها أحيانا عند ماستر 01 سمعي بصري بنسبة 23.07%، تليها نسبة: 10.86% للسنة ثالثة اعلام، وكانت النسبة ضعيفة عند ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة وقدرت بـ:7.40%، كما كانت نسبة: 4.25% ممن يستخدمون المواقع نادرا للسنة ثالثة اعلام وكانت النسب متساوية بين ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة وماستر 01 سمعي بصري بدون تمثيل نسبي.

من خلال النتائج السابقة الذكر المتعلقة باستخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، نستنتج انه هناك تماثل في إجابات المبحوثين، فحسب متغير الجنس نجد أن غالبية الذكور والاناث يستخدمون

مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، وحسب ما أشارت اليه وكالة الاستشارات الدولية "داتا ريبورتال" في تقريرها السنوي حول الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بأن نسبة: 58.1% ممن يستخدمونها من الذكور ونسبة: 41.9% من الاناث[147]، في حين سجلنا تماثلا في متغير المستوى الجامعي وهذا راجع لما تتميز به مواقع التواصل الاجتماعي بتفاعلية بين مستخدميها، والمشاركة، الانتشار، الحركة، المرونة وزيادة الانتباه والتركيز نتيجة التفاعل، إضافة إلى الكونية، تخطي حدود الزمان والمكان، سهولة التخزين والحفظ[148]، حيث أن أفراد العينة يندرجون ضمن تخصص الاعلام والاتصال فلا بد لهم من مواكبة التكنولوجيا الحديثة، ففي عصرنا هذا لم يعد الأمي من لا يتقن القراءة والكتابة، وإنما الأمي من لا يستخدم التكنولوجيا.

وقد توافقت نتائج الدراسة مع ما توصلت اليه الباحثة "سهام بوقلوف" والموسومة بـ: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية"، حيث بلغت نسبة ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائما بـ: 60.15%[149].

وبالتالي نستنتج أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي لم يؤثرا كثيرا على إجابات المبحوثين.

الجدول رقم *4*: أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		ثالثة إعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
أنستغرام	12	%30.76	15	%31.91	17	%36.95	06	%22.22	04	%30.76
تويتر	01	%2.56	02	%4.25	01	%2.17	02	%7.40	00	%00
يوتيوب	06	%15.38	09	%19.14	09	%19.56	04	%14.81	02	%15.38

[147]-عبد الرزاق.ب، **عدد مستخدمي الأنترنت ومواقع التواصل بالجزائر عام 2023**، تاريخ الاطلاع:2023/05/30، على الساعة: 11:54، متاح على الرابط: https://cutt.us/Z3oBk

[148]- ماهر عودة الشمايل، محمود عزت اللحام وآخرون، **مرجع سبق ذكره**، ص:21،22.

[149]- سهام بوقلوف، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص دراسات الجمهور، قسم علوم الاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2018، ص:257.

فايسبوك	10	%25.64	14	%29.78	11	%23.91	07	%25.92	06	%46.15
أخرى	10	%25.64	07	%14.89	08	%17.39	08	%29.62	01	%7.69
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-أوضحت نتائج الجدول أن المواقع الأكثر استخداما لدى الاناث كان موقع الانستغرام بنسبة: 31.91% أما الذكور فكانت النسب متقاربة وقدرت بنسبة: 30.76%، في حين أن موقع الفيسبوك فكانت نسبته عند الإناث بـ: 29.78%، وعند الذكور بنسبة: 25.64%، بينما جاءت مواقع أخرى بنسبة: 25.64% للذكور، أما الاناث بنسبة قدرت بـ: 14.89%، تلتها نسبة: 19.14% لموقع اليوتيوب للإناث، ونسبة: 15.38%للذكور، وكانت النسبة متقاربة لموقع التويتر للإناث قدرت بـ: 4.25% والذكور2.56%، كما كانت النسبة الغالبة في المستوى الجامعي عند السنة ثالثة اعلام لموقع الانستغرام بنسبة: 36.95% ونسبة: 30.76% عند ماستر 01 سمعي بصري ثم نسبة: 22.22% عند ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، بينما احتل موقع الفيسبوك المرتبة الثانية بنسبة: 46.15% عند ماستر 01 سمعي بصري، ونسبة: 25.92% عند ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، بينما سنة ثالثة اعلام قدرت نسبة استخدامه بـ: 23.91%، بالمقابل كانت مواقع أخرى قدرت نسبتها عند ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة بـ: 29.62% ثم نسبة: 17.39% عند سنة ثالثة اعلام تلتها نسبة: 7.69%، كما كان موقع يوتيوب بنسبة مرتفعة عند سنة ثالثة اعلام قدرت بـ: 19.56% ونسبة: 15.38% عند ماستر 01 سمعي بصري، بعدها نسبة: 14.81% عند ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، ثم جاء موقع التويتر في المرحلة الأخيرة بنسبة: 7.40% عند ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة تلتها بنسبة: 2.17% للسنة ثالثة اعلام، وجاءت بدون تمثيل نسبي للسنة 01 ماستر سمعي بصري.

وعلى ضوء نتائج الجدول أعلاه التي تتعلق بأهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة نستنتج أنه غالبيتهم يستخدمون موقع الأنستغرام المختص في نشر الصور والفيديوهات، حيث أوضحت الدراسات أن موقع الأنستغرام العالمي بلغ عدد مستخدميه في العام الحالي حوالي 02 مليار مستخدم عالميا[150]، وبـ 08 مليون مستخدم في الجزائر حسب ما نشرته وكالة الاستشارات الدولية (داتا ريبورتال) في تقريرها السنوي حول الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لعام 2023[151]، ثم يليه موقع

[150]-هاني محمود، **عدد مستخدمي أنستغرام 2022**، تاريخ الاطلاع:2023/05/19، على الساعة: 17:36، متاح على الرابط: https://cutt.us/W0hxl

[151]-عبد الرزاق، ب، **مستخدمي الأنترنت وشبكات التواصل بالجزائر**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/20، على الساعة: 9:31، متاح على الرابط: https://cutt.us/Z3oBk

الفيسبوك، ثم موقع اليوتيوب الذي يشمل على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى[152].

أما موقع التويتر الذي يعتمد على لغة رسمية ويرتبط بالتغريدات القصيرة علما بأنه يستخدم رسائل تحتوي على 140 حرف طول الرسالة[153]، غير أن البيان الأخير لشركة تويتر أعلن عن زيادة عدد الحروف بالتغريدة من 280حرف الى 4000 حرف للمستخدمين المشتركين في "تويتر بلو" في الولايات المتحدة الأمريكية[154]، وفي الأخير نستنتج أنها لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص متغير الجنس عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة، بينما وجدنا فرق واحد فيما يخص استخدام أفراد العينة لموقع الفيسبوك لمستوى ماستر 01 سمعي بصري وهذا راجع لطبيعة تخصصهم الذي يفرض عليهم متابعة الصفحات الخاصة بالإعلاميين والصحفيين والصفحات الإذاعية والتلفزيونية لمعرفة كل ما يتم نشره وتداوله حول قضايا المجتمع الجزائري.

الجدول رقم 5: مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		03 إعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
أقل من سنة	00	%00	03	%6.38	02	%4.34	01	%3.70	00	%00
منذ سنة إلى 5 سنوات	06	%15.38	15	%31.91	17	%36.96	03	%11.11	01	%7.69
أكثر من 5 سنوات	33	%84.61	29	%61.70	27	%58.69	23	%85.18	12	%92.30
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مدة أكثر من خمس سنوات للذكور بنسبة: 84.61%، ونسبة: 61.70% للإناث، ثم جاءت نسبة: 31.91% في

[152]-عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص:65.

[153]-ديراج ميرثي، ترجمة: محمد عبد الحميد، **تويتر التواصل الاجتماعي في عصر التويتر**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2014، ص:14.

[154]-**تويتر يعلن زيادة عدد حروف التغريدة لـ 4000.. من هم المستفيدون؟**، تاريخ الاطلاع: 2023/06/04، على الساعة: 11:49، متاح على الرابط: https://cutt.us/dlqNc

مدة منذ سنة الى خمس سنوات للإناث أما الذكور فكانت النسبة: 15.38%، وكانت مدة اقل من سنة للإناث بنسبة: 6.38% والذكور دون تمثيل نسبي.

وأوضحت نتائج جدول المستوى الجامعي أن النسبة الأكبر لمدة اكثر من خمس سنوات تقدر بـ: 92.30% لسنة ماستر 01سمعي بصري، تليها الماستر 01 اتصال وعلاقات عامة بنسبة: 85.18%، ثم جاءت السنة ثالثة اعلام بنسبة: 58.69%، اما فيما يخص مدة منذ سنة الى خمس سنوات عند السنة ثالثة اعلام قدرت بـ:36.96%، تليها نسبة: 11.11% لماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، ثم نسبة: 7.69% لماستر 01 سمعي بصري، اما فيما يخص مدة اقل من سنة فكانت النسبة متقاربة بين السنة ثالثة اعلام وماستر 01 اتصال وعلاقات عامة فكانت نسبة: 4.34% للسنة ثالثة اعلام ونسبة: 3.70% لماستر01 اتصال وعلاقات عامة، في حين كانت ماستر 01 سمعي بصري بدون تمثيل نسبي.

وعلى ضوء هذه النسب يتضح لنا أن مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت متماثلة في إجابات المبحوثين، في حين نجد أن غالبية الذكور والاناث يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من خمس سنوات وهذا راجع لأن مواقع التواصل الاجتماعي ذات انتشار واسع وهذا ما جاء في الإحصائيات حيث وصلت نسبة 52.9 من إجمالي سكان الجزائر، أي 23.95 مليون مستخدم خلال سنة 2023[155]، أما بالنسبة لمتغير المستوى الجامعي فإنه لم يؤثر على إجابات المبحوثين وهذا راجع لأن أفراد العينة هم بحاجة لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك للاستعانة بها لأغراض البحث العلمي، كما يرجع ولوج أفراد العينة مبكرا لهذه المواقع لأنه أصبح من لا وجود له على الأنترنت لا وجود له في الواقع، وبالتالي نستنتج أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي لم يؤثرا كثيرا على إجابات المبحوثين، فقد سجلنا تماثلا في إجابات المبحوثين من كلا المتغيرات.

[155]-وكالة الأنباء الجزائرية، **تطور نسبة انتشار الأنترنت في الجزائر**، تاريخ الاطلاع:2023/05/31، على الساعة: 22:35، متاح على الرابط: https://cutt.us/dhBk2

الجدول رقم 6: عدد الحسابات التي يملكها أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي.

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة إعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
حساب واحد	24	%61.53	34	%72.34	31	%67.39	18	%66.66	09	%69.23
حسابين	09	%23.07	08	%17.02	11	%23.91	06	%22.22	00	%00
03 حسابات فأكثر	06	%15.38	05	%10.63	04	%8.69	03	%11.11	04	%30.76
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-يوضح الجدول أعلاه وحسب متغير الجنس ان افراد العينة بالنسبة للإناث يملكون حساب واحد وقدرت نسبة ذلك: 72.34% اما الذكور فقدرت نسبتهم بـ: 61.53%، بينما من يملكون حسابين فكانت النسبة الأكثر للذكور وقدرت بـ: 23.07% اما الاناث بنسبة: 17.02%، في حين من يملكون 3 حسابات فأكثر فكانت النسبة الغالبة للذكور وقدرت بـ: 15.38%، بينما الاناث قدرت نسبتهم بـ: 10.63%.

وحسب متغير المستوى الجامعي فكانت النسب متقاربة ممن يملكون حساب واحد من كل مستوى فنجد من مستوى ماستر 01 سمعي بصري ما نسبته: 69.23% بينما في مستوى السنة ثالثة اعلام فنسبته: 67.39% اما مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة فقدرت بـ:66.66%، في حين نرى ان من يملكون حسابين فكانت نسبهم متقاربة بين مستوى السنة ثالثة اعلام وماستر 01 اتصال وعلاقات عامة وقدرت كل منهما بـ:23.61% و22.22% على الترتيب، ام مستوى ماستر 01 سمعي بصري فجاءت بدون تمثيل نسبي، إضافة الى ذلك نجد اختلاف في النسب ممن يملكون 3 حسابات فاكثر، فنجد عند ماستر 01 سمعي بصري قدرت بـ:30.76%، بينما ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة قدرت بـ:11.11%، بالمقابل مستوى سنة ثالثة اعلام بنسبة: 8.69%.

على ضوء ما جاء في نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي لم يؤثرا في إجابات المبحوثين لامتلاكهم حساب واحد على مواقع التواصل الاجتماعي، بدليل انه سجلنا تماثلا في

إجابات الذكور والاناث بنسب متقاربة، وبنسب متماثلة لمستوى سنة ثالثة اعلام وماستر 01 سمعي بصري وماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، في حين وجدنا في مستوى ماستر 01 سمعي بصري دون تمثيل نسبي وهذا لامتلاك أفراد العينة لحسابين على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع لشخصيتهم ورغبتهم في امتلاك حساب شخصي فقط، بالإضافة الى امتلاكهم لمسؤوليات عديدة وانشغالهم بالدراسة وكذلك ضيق الوقت، أما من يملكون ثلاث حسابات وهذا بدليل أن الذكور لهم أعمال عبر مواقع التواصل الاجتماعي فهناك من يملك حساب للعمل وحساب بهويتهم الشخصية، أما في مستوى ماستر 01 سمعي بصري فيحتاجونه في عملهم وتصفحهم للمواقع بحسابات مختلفة خاصة أنهم يملكون العديد من المسؤوليات اتجاه تخصصهم.

وقد توافقت نتائج الدراسة مع ما توصلت اليه دراسة الباحث "مبارك زودة" والموسومة بـ: "دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام"، حيث بلغت نسبة من يملكون حساب واحد لدى افراد العينة بـ: 68.75%، وممن يملكون حسابين بنسبة: 23.75% واقل من عشر لأفراد العينة ممن يملكون أكثر من حسابين[156].

الجدول رقم 7: الوسيلة التي يتصفح عبرها أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة إعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
اللوحة الذكية	01	%2.56	01	%2.12	01	%2.17	00	%00	01	%7.69
الهاتف الذكي	32	%82.05	41	%87.23	38	%82.60	25	%92.59	10	%76.92
الحاسوب	06	%15.38	05	%10.63	07	%15.21	02	%7.40	02	%15.38

156- مبارك زودة، **دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام "الثورة التونسية أنموذجا"**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر-باتنة، 2012، الجزائر، ص:230،229.

المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-على ضوء هذه النسب الموضحة في الجدول أعلاه نجد أن متغير الجنس من أكثر الوسائل استخداما لأفراد العينة هي الهاتف الذكي وكانت النسبة عالية عند الاناث قدرت بـ: 87.23% بينما الذكور بنسبة: 82.05%، في حين جاء الحاسوب في المرتبة الثانية قدرت نسبته عند الذكور بـ: 15.38% وعند الاناث بـ: 10.63%، تليها وسيلة اللوحة الذكية وكانت النسب متقاربة بين الذكور والاناث فعند الذكور بنسبة: 2.56% وعند الاناث بنسبة: 2.12%.

أما حسب متغير المستوى الجامعي فكانت النسبة الغالبة لوسيلة الهاتف الذكي عند مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة بنسبة: 92.59% تليها نسبة: 82.60% عند سنة ثالثة اعلام ثم بنسبة: 76.92% لماستر 01 سمعي بصري، اما الوسيلة الثانية الحاسوب وكانت بنسبة: 15.38% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري، تليها نسبة: 15.21% لمستوى سنة ثالثة اعلام وبعدها بنسبة: 7.40% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، في حين وسيلة اللوحة الذكية كانت بنسبة: 7.69% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري، تليها 2.17% لمستوى السنة ثالثة اعلام، اما مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة لم تمثل بتمثيل نسبي.

وعلى ضوء النتائج السابقة الذكر نستنتج أن غالبية أفراد العينة من كلا متغيري الجنس والمستوى الجامعي، يفضلون الهاتف الذكي لتصفحهم مواقع التواصل الاجتماعي، ويعود ذلك إلى ما توفره هذه الأجهزة من خدمات وخصائص كحجمه الذي يساعد على حمله دائما وسهولة استعماله، كما يساعد أفراد العينة في الولوج الى الانترنت ومتابعة الصفحات واستخدام التطبيقات المتنوعة، كما يمكنهم من تصفح تطبيقات إخبارية مثلBBC وFOX NEWS ، وكذلك الانغماس في الألعاب الالكترونية والترفيه، كما نجد أن معظم أجهزة الهواتف الذكية تتميز بخاصية تحديد الزمان والمكان[157]، وحسب ما نشرته وكالة الاستشارات الدولية (داتا ريبورتال) في تقريرها السنوي حول استعمال الأنترنت عبر الهاتف المحمول في الجزائر بمقدار 1.8 مليون بين عامي 2022 و2023[158].

كما أن استخدام الحاسوب سجل ثاني نسبة في تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي عبرها سواءا ذكورا ام اناثا أو من كل المستويات الجامعية وذلك لأنهم يحتاجونه في دراستهم وبحوثهم وأعمالهم

[157]-Ravi Gopta،Hugh brooks، **المرجع سبق ذكره**، ص:70.
[158]-عبد الرزاق، ب، **مستخدمي الأنترنت وشبكات التواصل بالجزائر**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/20، على الساعة: 10:13، متاح على الرابط: https://cutt.us/Z3oBk

في التركيب والإخراج لتميزها بكبر شاشتها مما يساعدهم أكثر من الهاتف الذكي، وقد اتفقت نتائج دراستنا مع ما جاء في تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي الذي أجرته قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب على 7000 مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي موزعة على جميع الدول العربية وتوصل التقرير الى أن الهاتف الذكي يتفوق بنسبة كبيرة بالمقارنة مع استخدام أجهزة الكمبيوتر المحمول، ويعتبر الوسيلة الأساسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي[159].

وجاءت نتائج دراستنا مشابهة لنتائج الدراسة التي أعدتها الباحثة "بوذينة نعيمة "والموسومة بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري" حيث بلغت نسبة من يستخدمون الهاتف الذكي في تصفحهم لشبكات التواصل الاجتماعي بـ: 67.7% يليه الحاسوب بنسبة: 27.8%[160].

الجدول رقم 8: الهدف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة إعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الحصول على المعلومات	11	%28.20	13	%27.65	13	%28.26	09	%33.33	02	%15.38
الفضول والتسلية	13	%33.33	11	%23.40	11	%23.91	08	%29.62	05	%38.46
مواكبة قضايا وأحداث المجتمع	07	%17.94	14	%29.78	13	%28.26	04	%14.81	04	%30.76
تكوين علاقات	01	%2.56	04	%8.51	05	%10.86	00	%00	00	%00
كسب مهارة جديدة	06	%15.38	04	%8.51	04	%8.69	04	%14.81	02	%15.38
أخرى	01	%2.56	01	%2.12	00	%00	02	%7.40	00	%00

[159]-قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، **تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، الامارات، 2015، متاح على الرابط: https://cutt.us/7OcXp

[160]- بوذينة نعيمة، **مرجع سبق ذكره**، ص:205.

المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الأكبر من افراد العينة يرون ان الهدف من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تكمن في الحصول على المعلومات وهو ما عبر عنه:28.20% عند الاناث و27.65% عند الذكور، كما نجد 33.33% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة و28.26% من مستوى سنة ثالثة اعلام تليها 15.38% من مستوى ماستر01 سمعي بصري، كما يرى افراد العينة ان الهدف الثاني هو الفضول والتسلية وهو ما عبر عنه:33.33% عند الذكور و23.40% عند الاناث، في حين نجد 38.46% من مستوى ماستر 01 سمعي بصري تليها 29.62% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة ثم 23.91% من مستوى سنة ثالثة اعلام، وفي المقابل ان الهدف الثالث من استخدام افراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي هو مواكبة قضايا واحداث المجتمع وهو ما عبر عنه: 29.78% من الاناث و17.94% من الذكور، في حين 30.76% من مستوى ماستر 01 سمعي بصري و28.26% كانت لمستوى سنة ثالثة اعلام و14.81% كانت لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، وحصل هدف كسب مهارة جديدة لدى افراد العينة على الترتيب الرابع وشملت نسبة الذكور على : 15.38% والاناث على نسبة 8.51%، في حين أن 15.38% كانت من مستوى ماستر 01 سمعي بصري و14.81% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة تليها 8.69% من مستوى سنة ثالثة اعلام وجاء في الهدف الخامس تكوين علاقات، وهذا ما شمل 8.51% من الاناث و2.56% من الذكور، وفي مستوى السنة ثالثة اعلام قدرت النسبة بـ: 10.86% في حين لم يكن لها تمثيل نسبي في مستويات ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة وماستر 01 سمعي بصري، كما جاءت اهداف أخرى لأفراد العينة وعبرت عنها نسبة 2.56% للذكور ونسبة: 2.12% للإناث، اما فيما يخص مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة قدرت نسبته بـ:7.40% والمستويات الأخرى لم يكن لها تمثيل نسبي.

ومن خلال نتائج الجدول يتضح لنا انه هناك تماثلا في الإجابات عند الجنسين بالنسبة لهدف الحصول على المعلومات، الا انه سجلنا اختلافا بالنسبة لهدف الحصول على المعلومات ومقترحات أخرى، ويرجع هذا الى الفروق بين الافراد أي أن لكل فرد يمثل حالته التي تحدد أهداف استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي، وبما أن استخدامات أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي تمثل اختيارا فرديا حرا فبالضرورة هناك تباين من جنس لآخر ومن مستوى لآخر، بالإضافة الى أنها تساعدهم في الدراسات

الخاصة بهم وتطوير مدركاتهم في مجال البحث العلمي، اذ لا تعتبر مجرد وسيلة إعلامية بل أصبحت وسيطا ومصدرا هاما للمعلومات التي يتم توافرها بشكل مستمر حول شتى القضايا والموضوعات[161].

في حين أنها تتيح لهم الترويح عن النفس والتخلص من الملل والضغوطات وزيادة المتعة، وقد أشارت بعض التقارير العالمية إلى أن 62% من مستخدمي المواقع يزورونها من أجل البحث عن هوايات ووسائل متنوعة للتسلية والترفيه[162]، كما أشارت بعض الدراسات إلى أن 60% من مستخدمي المواقع في الوطن العربي يستخدمونها للتسلية وملء أوقات الفراغ[163].

الجدول رقم *9*: حاجات أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة إعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
تطوير الذات	21	%53.84	19	%40.42	21	%45.65	13	%48.14	06	%46.15
التعبير بكل حرية	08	%20.51	16	%34.04	12	%26.08	08	%29.62	04	%30.76
الهروب من الواقع	10	%25.64	12	%25.53	13	%28.26	06	%22.22	03	%23.07
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

[161]-عادل عبد الصادق، **مرجع سبق ذكره**، ص:40.

[162]- اسلام النجار، **مواقع التواصل الاجتماعي بين الربح والترفيه**، تاريخ الاطلاع:2023/05/24، على الساعة: 11:18، متاح على الرابط:https://cutt.us/CnrPs

[163]- مواقع التواصل الاجتماعي، **التسلية تتغلب على التعلم والثقافة (جريدة العرب الاقتصادية الدولية)**، تاريخ الاطلاع:2023/05/24، على الساعة: 11:09، متاح على الرابط: https://cutt.us/7HWvb

-يرى أفراد العينة من خلال الجدول أعلاه ان من حاجات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في تطوير الذات وقد عبر عنه: 53.84% من الذكور و40.42% من الاناث. في حين 48.14% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، تلتها 46.15% من مستوى ماستر 01 سمعي بصري، ثم 45.65% من مستوى سنة ثالثة اعلام.

ومن جهة أخرى وجدنا نسبة 34.04% من حاجات التعبير بكل حرية لأفراد العينة من الاناث و20.51% من الذكور، كما ان 30.76% من مستوى ماستر 01 سمعي بصري و29.62% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، وكانت نسبة 26.08% لمستوى سنة ثالثة اعلام، وقد عبر عن حاجة الهروب من الواقع بتقارب النسبة بين الذكور والاناث بـ: 25.64%و25.53% على الترتيب، وحصل مستوى سنة ثالثة اعلام على نسبة: 28.26% تلاها مستوى ماستر 01 سمعي بصري بنسبة 23.07% وفي الأخير بنسبة: 22.22% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة.

ومن خلال النتائج السابقة الذكر يتبين لنا أنه لم تكن هناك فروقات كبيرة بين إجابات المبحوثين، فحاجات أفراد العينة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت لتطوير الذات وذلك من خلال الخدمات المتنوعة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي والتي تمكن المستخدم من التعرف على كل ما هو جديد والأفكار المتعلقة بمختلف المواضيع والقضايا، فتطوير الذات هو طريق للنجاح والتميز فكلما اهتم افراد العينة بتنمية مهاراتهم وقدراتهم كلما زاد شأنهم في المجتمع[164]، في حين سجلنا بعض الفروقات بين الذكور والاناث فيما تعلق بالتعبير بكل حرية وهذا راجع الى وجود فروقات فردية من جنس لآخر تمثلت في إيديولجيتهم وأفكارهم، بالإضافة الى التعبير عن معتقداتهم وأفكارهم ومشاعرهم حول قضايا مختلفة دون خوف من الرقابة[165].

غير أن إجابات المبحوثين متماثلة بالنسبة لحاجة أفراد العينة الهروب من الواقع وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي ساحة واسعة توفر التسلية والترفيه والخدمات المتنوعة، وأظهرت دراسات أن معظم الأشخاص الذين يستخدمون الهروب من الواقع كوسيلة للتكيف هم على الأرجح في حالة اكتئاب، حيث ثبت أن عدم التعامل مع المشكلات واستخدام الهروب من الواقع يزيد من أعراض الاكتئاب لدى الفرد[166].

---

[164]-ياسمين ياسين، **تطوير الذات**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/25، على الساعة: 13:35، متاح على الرابط: https://cutt.us/tOJmO

[165]-يانينا ويلب، **حرية التعبير تواجه اختبارا عسيرا على مستوى العالم**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/25، على الساعة: 13:05، متاح على الرابط: https://cutt.us/SeGWh

[166]-شيماء الهادي، **الهروب من الواقع في علم النفس "موضوع صحة نفسية"**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/25، على الساعة: 13:11، متاح على الرابط: https://cutt.us/XIwDV

المحور الثالث: قضايا المجتمع الجزائري التي تهم الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم *10*: اهتمام أفراد العينة بقضايا المجتمع حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي.

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
سياسية	05	%12.82	01	%2.12	03	%6.52	03	%11.11	00	%00
ثقافية	05	%12.82	02	%4.25	03	%6.52	01	%3.70	03	%23.07
اقتصادية	11	%28.20	12	%25.53	12	%26.08	06	%22.22	05	%38.46
اجتماعية	14	%35.89	30	%63.82	26	%56.52	13	%48.14	05	%38.46
أخرى	04	%10.25	02	%4.25	02	%4.34	04	%14.81	00	%00
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-يوضح الجدول أعلاه اختلافات افراد العينة ذكور واناث وحسب مستويات مستوى السنة ثالثة اعلام ومستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة ومستوى ماستر01 سمعي بصري حول قضايا المجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث سجلنا عند الاناث اعلى نسبة حول القضايا الاجتماعية وقدرت بـ:63.82% وعند الذكور بنسبة: 35.89%، وتلتها 56.52% عند مستوى سنة ثالثة اعلام ثم بنسبة: 48.14% لمستوى سنة 01 ماستر اتصال وعلاقات عامة، في حين سجلنا في المرتبة الثانية اناث حول القضايا الاقتصادية قدرت بـ:25.53% وذكور قدرت بـ:28.20%، ثم تلتها مستوى ماستر 01 سمعي بصري بنسبة: 38.46% وبعدها 26.08% لمستوى سنة ثالثة اعلام، تلتها نسبة: 22.20% لمستوى سنة ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، في حين نجد في المرتبة الثالثة اناث حول القضايا الثقافية وقضايا أخرى كانت النسب متساوية أي 4.25% واختلفت عند الذكور في القضايا الثقافية بنسبة: 12.82% وقضايا أخرى بنسبة: 10.25%، كما جاءت نسبة: 23.07% في القضايا الثقافية من مستوى ماستر 01 سمعي بصري وقضايا أخرى جاءت من دون تمثيل نسبي، كما نجد في مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة قضايا أخرى قدرت بـ:14.81% وقضايا ثقافية بنسبة: 3.70%، في حين جاء مستوى سنة ثالثة

اعلام بنسبة: 6.52% في القضايا الثقافية وتلتها بنسبة: 4.34% في القضايا الأخرى، اما في القضايا السياسية قدرت بـ:12.82% عند الذكور و2.12% عند الاناث، تلتها 11.11% عند مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة وجاءت بعدها 6.52% عند مستوى سنة ثالثة اعلام، اما في مستوى ماستر 01 سمعي بصري لم تمثل بتمثيل نسبي.

ومن خلال النتائج السابقة الذكر نستنتج أنه هناك فروقات في عدد من القضايا التي يهتم بها أفراد العينة، حيث وصلنا الى ان الإناث يهتممن أكثر بالقضايا الاجتماعية، وهذا لكون المرأة نصف المجتمع وتلد النصف الثاني فهي المجتمع ككل، تتأثر به وتؤثر فيه، في حين سجلنا عند مستوى سنة ثالثة اعلام وهذا راجع لأن الانسان اجتماعي بطبعه، فطر على أن يعيش وسط الناس لا بعيدا عنهم ويقيم بينه وبينهم علاقات، وحوارات تدفعه لمعرفة كل القضايا التي تهم مجتمعه[167].

ومن القضايا التي سجلنا تماثلا بين الجنسين القضايا الاقتصادية وهذا راجع ما تمر به الجزائر في الآونة الأخيرة من غلاء أسعار المواد الغذائية وهي قضايا يهتم بها كلا الجنسين وتمس قطاع كبيرا منهم، وفي تقرير نشرته مجلة "forbes" الأمريكية ترى الكاتبة أديسولا أديساكين أ الكثير من الناس يتعاملون مع السياسات والأخبار والقضايا الاقتصادية كما لو كانت غير مهمة خاصة عندما يتعلق الأمر بكيفية تأثيرها على مواردهم المالية[168].

في حين سجلنا تماثلا في إجابات المبحوثين من كلا المتغيرين فيما تعلق بالقضايا السياسية والثقافية وهذا راجع إلى ان القضايا السياسية تحتاج الى نقاش واسع ويمكن التفاعل معه، أما القضايا الثقافية من أجل تنمية ثقافتهم.

كما جاءت بقية المقترحات وتنوعت بين متابعة القضايا الرياضية والدينية خاصة فيما يتعلق بالمنتخبات الوطنية والمشاركات الدولية لمختلف الرياضات، وعليه يمكن التأكيد أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي أثرا في إجابات المبحوثين.

---

[167]- عاصم بن سالم الشيدي، **الانسان اجتماعي بطبعه لكن ليس وسط الأوبئة**، تاريخ الاطلاع:2023/05/25، على الساعة: 17:16، متاح على الرابط: https://cutt.us/0ZyYo

[168]-**عندما يتعلق الأمر بأموالك... لماذا يجب عليك متابعة نشرات الأخبار الاقتصادية**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/25، على الساعة: 16:35، متاح على الرابط: https://cutt.us/91N5n

الجدول رقم *11*: نوع القضية التي تهم أفراد العينة حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي.

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
قضايا الطلاق	01	%2.56	10	%21.27	07	%15.21	02	%7.40	02	%15.38
العزوف عن الانتخابات	05	%12.82	01	%2.12	03	%6.52	03	%11.11	00	%00
قضية الهجرة الغير الشرعية	12	%30.76	14	%29.78	14	%30.43	08	%29.62	04	%30.76
ارتفاع الأسعار	11	%28.20	10	%21.27	10	%21.73	06	%22.22	05	%38.46
أخرى	10	%25.64	12	%25.53	12	%26.08	08	%9.62	02	%15.38
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-يتبين من خلال الجدول أعلاه انه من بين القضايا التي تهم افراد العينة والتي سجلت اعلى نسبة حول قضية الهجرة الغير شرعية بنسبة: 30.2% في المرتبة الأولى وقد عبر عنه:30.76% عند الذكور و29.78% من للإناث، وبنسبة متقاربة تكاد ان تكون متطابقة بين مستوى ماستر 01 سمعي بصري وسنة ثالثة اعلام قدرت بـ:30.76% و30.43% على التوالي، وتلتها مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة بنسبة: 29.62%، اما في المرتبة الثانية قضايا أخرى جاءت بنسبة: 25.06% وعبر عنه:25.64% و25.53% عند الذكور والاناث على التوالي، كما قدرت بـ:26.08% لمستوى سنة ثالثة اعلام و15.08% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري و9.62% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، كما جاءت في المرتبة الثالثة قضية ارتفاع الأسعار بنسبة: 24.4% وقدرت عند الذكور 28.20% وعند الاناث 21.27%، اما في مستوى ماستر 01 سمعي بصري قدرت بـ:38.46% وكانت

النسبة متقاربة بين مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة وسنة ثالثة اعلام بنسبة: 22.22% و21.73% على الترتيب، تلتها قضية الطلاق في المرتبة الرابعة بنسبة: 12.08% اما عند الاناث قدرت بـ:21.71% والذكور 2.56% في حين ان المستويات سنة ثالثة اعلام وماستر 01 سمعي بصري قدرت بـ: 15.38% و15.21% على الترتيب، اما ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة قدرت بـ:7.40% وفي المرتبة الأخيرة قضية العزوف عن الانتخابات بنسبة: 7% وعبر عنه:12.82% عند الذكور و2.12% عند الاناث، كما جاءت 11.11% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة و6.52% من مستوى سنة ثالثة اعلام، اما في مستوى ماستر 01 سمعي بصري لم تمثل بتمثيل نسبي.

وعلى ضوء ما جاء في النتائج السابقة الذكر نستنتج أن هناك تماثل بين المتغيرات من كلا الجنسين والمستويات الجامعية فيما يتعلق بقضية الهجرة الغير الشرعية وهذا راجع لأنها قضية تؤرق المجتمعات ومشكلة حساسة لكونها تمس جميع شرائح المجتمع واهتمام أفراد العينة بهذه القضية إلى الانفتاح السياسي الذي عرفته الجزائر والذي تولد عنه كثرة الأحزاب والجمعيات السياسية التي لم تلبي حاجيات وطموحات المواطنين، ومن القضايا التي سجلنا فيها فروقات بين الجنسين قضايا الطلاق والعزوف عن الانتخابات وارتفاع الأسعار، وهذا لرغبتهم في الحصول على وظائف جيدة في الاقتصاد العالمي فإنهم يحتاجون الى اكتساب المهارات والمعرفة والرغبة في الابتكار[169]، في حين تهتم الاناث بقضايا الطلاق عكس الذكور وهذا لأن المرأة هي المتضرر الأول من الطلاق فقد كشفت احصائيات رسمية عن ارتفاع معدل الطلاق في الجزائر في السنوات الخمس الأخيرة حيث قدرت في سنة 2022 بـ: 44 ألف حالة طلاق وخلع في النصف الأول من العام، أي بواقع 240 حالة يوميا و10 حالات في الساعة الواحدة[170]، كما سجلنا فروقات في المستوى الجامعي والتي تتعلق بقضية العزوف عن الانتخابات باعتبارها قضية تمس أمن البلاد واستقرارها، أما فيما يتعلق بقضية ارتفاع الأسعار فيرجع ذلك لمتابعتهم جل ما يتم تداوله باعتبارها قضية الساعة، ونستنتج أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي أثرا في إجابات المبحوثين لاختيار نوع القضية التي تهمهم.

169- يونسكو، **تقرير اليونسكو للعلوم نحو عام 2030**، اكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا، 2018، ص:04.
170- نهال دويب، **ازدياد حالات الطلاق في الجزائر" تدابير جديدة للنفقة واقتراح بتقاسم الثروة**، تاريخ الاطلاع:2023/05/25، على الساعة: 17:19، متاح على الرابط: https://cutt.us/mbdtU

الجدول رقم12: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة اهتمام أفراد العينة بقضايا المجتمع الجزائري:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم	14	35.89 %	21	44.68	19	41.30 %	13	48.14 %	03	23.07 %
لا	06	15.38 %	06	12.76 %	08	17.39 %	02	%7.40	02	15.38 %
نوعا ما	19	48.71 %	20	42.55 %	19	41.30 %	12	44.44 %	08	61.53 %
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-يرى افراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم نوعا ما في زيادة اهتمامهم بقضايا المجتمع اذ عبر عنه:48.71% عند الذكور و42.55% عند الاناث، في حين 61.53% من مستوى ماستر 01 س معي بصري و44.44% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة و41.30% من مستوى سنة ثالثة اعلام، تلتها مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة اهتمامهم بقضايا المجتمع وعبر عنه: 44.68%عند الاناث و35.89% عند الذكور، كما جاءت 48.14% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة بعدها 41.30% مستوى سنة ثالثة اعلام تلتها 23.07% من مستوى ماستر 01 سمعي بصري، في حين يرى افراد العينة ان مواقع التواصل الاجتماعي لم تساهم في زيادة اهتمامهم بقضايا المجتمع وعبر عنه: 15.38% عند الذكور و12.76% عند الاناث تلتها نسبة 17.39% من مستوى سنة ثالثة اعلام ثم 15.38% من مستوى ماستر 01 سمعي بصري بعدها 7.40% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة.

وعلى ضوء النتائج السابقة الذكر حول مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة اهتمام أفراد العينة بقضايا المجتمع الجزائري، نستنتج أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي لم يؤثرا كثيرا على

إجابات كلا المتغيرين، فنجد أن أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم نوعا ما في زيادة اهتمامهم بقضايا المجتمع الجزائري مع فارق في النسب وهذا يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي بقدر الدور الكبير الذي لعبته في إثراء أفراد العينة من معلومات وأفكار حول القضايا إلا أنها أخذت أنواع وأشكال أخرى من المعلومات.

في حين سجلنا تماثلا في إجابات المبحوثين حول أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة اهتمامهم بقضايا المجتمع ويدل ذلك على أن المواقع من الوسائل السريعة للحصول على كافة الأخبار والقضايا المختلفة التي تخص المجتمع.

الجدول رقم 13: مساهمة الموقع الذي تستخدمه أفراد العينة في معالجة القضايا التي تهتم بها حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
كبير	07	%17.94	09	%19.14	08	%17.39	05	%18.51	03	%23.07
متوسط	30	%76.92	29	%61.70	30	%65.21	21	%77.77	08	%61.53
لا يساهم	02	%5.12	09	%19.14	08	%17.39	01	%3.70	02	%15.38
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-يرى أفراد العينة أن الموقع الذي يستخدمونه يساهم بشكل متوسط في معالجته للقضايا التي يهتمون بها وهذا ما عبر عنه متغير الجنس فكانت النسبة: 76.92% عند الذكور و61.70% عند الاناث، اما في المستوى الجامعي فكان مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة له النسبة الغالبة قدرت بـ:77.77% تلاها مستوى سنة ثالثة اعلام بنسبة: 65.21% وبعدها مستوى ماستر 01 سمعي بصري بنسبة: 61.53%، في حين ساهم الموقع بشكل كبير عند الاناث بـ:19.14% اما الذكور بـ: 17.94%، كما جاءت نسبة: 23.07% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري وبنسب متقاربة بين مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة ومستوى سنة ثالثة اعلام قدرت بـ:18.51% و17.39% على الترتيب، كما جاءت عبارة

لم يساهم الموقع في معالجة القضايا بنسبة: 19.14% للإناث و 5.12% للذكور، وعبر عنه 15.38% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري، ثم نسبة: 3.70% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة.

من خلال نتائج الجدول السابق نستنتج أنه توجد فروقات في مساهمة الموقع الذي تستخدمه أفراد العينة بشكل متوسط في معالجة القضايا، وهذا مرده ان لكل موقع خصائصه وخوارزمياته، فنجد أن موقع الفيسبوك يتفاعل معه بالنص والصورة، أما موقع الأنستغرام يركز على الصور والفيديوهات القصيرة، أما موقع التويتر فيهتم بالتغريدات، وموقع اليوتيوب فيتميز بالفيديوهات المختلفة، حيث أن الموضوع الذي تتابعه بصفة مستمرة يصبح يتصدر القائمة الرئيسية، وبالتالي نستنتج ان متغير الجنس أثر على إجابات المبحوثين، أما متغير المستوى الجامعي فلم يؤثر في إجابات المبحوثين.

الجدول رقم 14: مساهمة الموقع الذي تستخدمه أفراد العينة في تكوين اتجاهاتهم حول القضايا المتداولة حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
غالبا	08	%20.51	14	%29.78	14	%30.43	05	%18.51	03	%23.07
أحيانا	25	%64.10	26	%55.31	27	%58.69	17	%62.96	07	%53.84
نادرا	06	%15.38	07	%14.89	05	%10.86	05	%18.51	03	%23.07
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-من خلال النسب الاجمالية في الجدول يرى أفراد العينة ان الموقع الذي يستخدمونه أحيانا يساهم في تكوين اتجاهات حول القضايا المتداولة وقد عبر عنه: 64.10% من الذكور و55.31% من الاناث، كما جاءت نسبة: 62.96% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة تلتها بنسب متقاربة بين مستوى سنة ثالثة اعلام وماستر 01 سمعي بصري بـ: 58.69% و53.84% على التوالي.

في حين ممن يرون ان الموقع المستخدم من افراد العينة انه غالبا ما يساهم في تكوين اتجاهاتهم وجاءت نسبة: 29.78% من الذكور و20.51% من الاناث، تلتها نسبة: 30.43% من مستوى سنة ثالثة اعلام وبعدها نسبة: 23.07% من مستوى ماستر 01 سمعي بصري ونسبة: 18.51% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، اما ممن اجابوا بعبارة نادرا ما يساهم الموقع الذي يستخدمونه افراد العينة في تكوين اتجاهاتهم حول القضايا المتداولة بنسب متقاربة بـ:15.38% و 14.89% عند الذكور والاناث على الترتيب، في حين نسبة: 23.07% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري ونسبة: 18.51% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، كما تلتها نسبة: 10.86% لمستوى سنة ثالثة اعلام.

وعلى ضوء النتائج السابقة المتعلقة بمساهمة الموقع الذي تستخدمه أفراد العينة في تكوين اتجاهاتهم حول القضايا المتداولة، نجد أن هناك تماثلا في إجابات المبحوثين عند كل من الجنس والمستوى الجامعي، ويعود ذلك الى صعوبة ثقتهم لما يتم تداوله عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الرابع: مساهمة النقاش حول قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الطلبة الجامعيين:

الجدول رقم 16: شكل النقاشات التي تدخل فيها أفراد العينة:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نقاشات ثنائية	23	%58.97	20	%42.55	29	%63.04	09	%33.33	05	%38.46
نقاشات جماعية	16	%41.02	27	%57.44	17	%36.95	18	%66.66	08	%61.53
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-يظهر من خلال الجدول أعلاه ان النسب توزعت في النقاشات الثنائية لمتغير الجنس بنسبة: 58.97% للذكور و42.55% للإناث، كما جاءت النسبة: 63.04% لمستوى سنة ثالثة اعلام، تلتها نسبة: 38.46% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري، تلاها 33.33% لمستوى ماستر 01 اتصال

وعلاقات عامة، في حين نجد النقاشات الجماعية قدرت بنسبة: 57.44% للإناث و41.02% للذكور، يليها 66.66% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة ونسبة: 61.53% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري تلاها نسبة: 36.95% لمستوى سنة ثالثة اعلام.

من خلال ما ورد في تفسير نتائج الجدول أعلاه نرى ان افراد العينة يهتمون بالنقاشات الثنائية كونها نقاشات يقوم أحدهما بدور السائل والآخر بدور المجيب او قد يتبادلان الموضوع والتساؤلات المتعلقة بهم، كما تعتبر هذه النقاشات ذات خصوصية خاصة أن هناك قضايا لا تحتاج مناقشة جماعية.

غير أنها تتيح تفاعلية مباشرة وكذا تبادل أكثر مرونة للأفكار ووجهات النظر ومن جهة أخرى تخضع في ديناميكيتها لإيقاع المتفاعلين واسلوبهم واحتياجاتهم، في حين ان مواضيع النقاشات الثنائية تتميز بطابعها الشخصي والخصوصي، كما يقال: الفكرة هي الحصول الى جوهرها يحاول الأفراد حقا قوله، فالهدف من مناقشة الأمور في الواقع هو الحصول على وجهات نظر وقضايا مختلفة[171].

من خلال النتائج السابقة الذكر نستنتج بأنه لا توجد فروقات كبيرة في إجابات افراد العينة من كلا الجنسين والمستوى الجامعي فيما يتعلق بشكل النقاشات التي تدخل فيها افراد العينة، وبالتالي فمتغيري الجنس والمستوى الجامعي لم يؤثرا كثيرا على إجابات المبحوثين.

الجدول رقم 17: الأشخاص الذين تناقش معهم أفراد العينة قضاياهم حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
أصدقاء المواقع	16	%41.02	23	%48.93	14	%30.43	19	%70.73	06	%46.15
الزملاء	18	%46.15	16	%34.04	22	%47.82	06	%22.22	06	%46.15

171-الإداري المتميز، **نصائح لتسهيل المناقشة**، تاريخ الاطلاع:2023/05/29، على الساعة: 13:33، متاح على الرابط: https://cutt.us/3dvhv

أفراد العائلة	04	%10.25	08	%17.02	10	%21.73	01	%3.70	01	%7.69
أخرى	01	%2.56	00	%00	00	%00	01	%3.70	00	%00
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-من خلال ملاحظتنا للنسب في الجدول نجد أن الأشخاص التي تناقش معهم افراد العينة قضاياهم هم أصدقاء المواقع وتوزعت بنسبة: 48.93% للإناث و41.02% للذكور، في حين نجد 70.73% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، وبنسبة: 46.15% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري تلتها 30.43% لمستوى سنة ثالثة اعلام، بالمقابل نجد في المرتبة الثانية الزملاء التي تناقش معهم افراد العينة وتراوحت بنسبة: 46.15% للذكور و34.04% للإناث، اما في مستوى سنة ثالثة اعلام قدرت بنسبة: 47.82% و46.15% من مستوى ماستر 01 سمعي بصري ثم نسبة: 22.22% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، ونجد كذلك ان افراد العائلة من الأشخاص التي تناقش معهم افراد العينة توزعت بنسبة: 17.02% للإناث و10.25% للذكور، اما في مستوى سنة ثالثة اعلام قدرت بـ:21.73% تلتها نسبة: 7.69% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري وبنسبة منخفضة قدرت بـ:3.70% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، ونفس الشيء نلاحظ ان هناك اشخاص آخرين تناقش معهم افراد العينة قضاياهم حيث كانت نسبة: 2.56% للذكور وبنسبة: 3.70% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، اما الاناث والمستويات الأخرى لم تمثل بتمثيل نسبي.

وعلى ضوء النتائج السابقة الذكر نستنتج أنه هناك فروقات بين الذكور والاناث، حيث نجد أن الأشخاص الذي تناقش معهم أفراد العينة قضاياهم مع أصدقاء المواقع عند الاناث مقارنة بالذكور ويرجع ذلك لان مواقع التواصل الاجتماعي سهلت الكثير خاصة طريقة التعارف، فسهولة التواصل في العالم الافتراضي وقدرتك على انتقاء ما تريد وترك ما لا يعجبك أصبحت تؤثر على علاقاتنا[172]، كما أن أصدقاء المواقع هم الأقرب للقضية التي تناقش الموضوع بكل حرية وتخوض معهم النقاش دون احراج أو لبس، فنقاش القضايا دون محاولة تغيير رأي الآخرين كما يؤكد إيبلي قائلا: "غالبا ما نتصور أن الأصدقاء

[172]-إيناس مسلط قنيص، **أصدقاء من العالم الافتراضي**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/29، على الساعة: 17:56، متاح على الرابط: https://cutt.us/i1iqr

المقربين والشركاء يشبهوننا، لذلك نفترض أنهم يعرفون ما نعرفه، أما فيما يتعلق بالغرباء فقد تكون أكثر حذرا بشأن وضع هذه الافتراضات[173].

وتوصلنا الى هناك تماثل حول مناقشة أفراد العينة مع الزملاء لقضايا المجتمع وهذا راجع لأن غالبية أفراد العينة يقضون وقتهم في الجامعة وغالبا ما يكون أكثر مما يقضونه مع أفراد عائلاتهم وأصدقائهم، ضف إلى ذلك أن هناك حرية وأخذ ورد أحسن من شخص لا تعرفه، غير أن درجة الثقة تكون أكبر ويسهل من عملية التواصل من خلال خلق أسلوب الحوار.

غير أننا وجدنا فروقات من كلا الجنسين حول مناقشة أفراد العينة لقضاياهم مع أفراد العائلة، بدليل أن النقاش يكون مباشر بينهم ويعد من أفضل الوسائل لتحسين التواصل بينهم، ويتم من خلاله توضيح العقبات والمشاكل، اما فيما يخص المستوى الجامعي فهناك احترام لتبادل أطراف الحديث، والتعلم من هذه النقاشات مما يعزز كيفية إدارة المواقف والقضايا بطريقة مناسبة[174].

وعليه نستنتج أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي أثرا في إجابات المبحوثين من كلا الجنسين والمستوى الجامعي بدليل أنه سجلنا فروقات ف إجابات الذكور والاناث والمستوى الجامعي.

الجدول رقم 18: أشكال مشاركة أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول مختلف القضايا المطروحة حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى التعليمي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة إعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الاكتفاء بالقراءة	13	%33.33	18	%38.29	18	%39.13	08	%29.62	05	%38.46
تسجيل إعجاب	08	%20.51	08	%17.03	11	%23.91	03	%11.11	2	%15.38

[173]-مهارات التواصل، **خمس نصائح تساعد في بناء علاقات أفضل مع الآخرين "استطلع آفاق عالمك"**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/29، على الساعة: 18:28، متاح على الرابط: https://cutt.us/glyPm

[174]-نهى سعد، **اثنتي عشر نصيحة لحوار فعال وايجابي داخل الاسرة**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/27، على الساعة: 14:31، متاح على الرابط: https://cutt.us/Cmc1w

تعلق عليها	14	%35.89	16	%34.04	11	%23.91	14	%51.85	5	%38.46
تقوم بحفظها	04	%10.25	05	%10.63	06	%13.04	02	%7.40	01	%7.09
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-يتبين من نتائج الجدول ان نسبة افراد العينة الذين يتفاعلون مع القضايا المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الاكتفاء بالقراءة سجلت أعلى نسبة عند الاناث بنسبة: 38.29% والذكور بنسبة: 33.33%، كما كانت النسبة عالية عند مستوى سنة ثالثة اعلام بنسبة: 39.13% تلتها نسبة: 38.46% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري وبعدها نسبة: 29.62% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، في حين بلغت ممن يعلقون عليها وعبر عنها بـ:35.89% و34.9% للذكور والاناث على التوالي، اما مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة قدرت بـ:51.85% تليها نسبة: 38.46% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري، و23.91% لمستوى سنة ثالثة اعلام، كما جاءت ممن يسجلون اعجاب في المرتبة الثالثة وتوزعت للذكور بنسبة: 20.51% وللإناث بنسبة: 17.03%، اما في مستوى سنة ثالثة اعلام بنسبة: 23.91% وبنسب متقاربة لمستوى ماستر 01 سمعي بصري واتصال علاقات عامة بنسب: 15.38% و11.11% على الترتيب، في حين من يقومون بحفظها سجلت بنسب متقاربة تكاد ان تكون متساوية للإناث والذكور10.63% و10.25% على التوالي، اما مستوى سنة ثالثة اعلام بنسبة: 13.04% ونسب متقاربة جدا لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة وماستر 01 سمعي بصري بنسب: 7.40% و7.09% على التوالي.

ومن خلال النتائج السابقة الذكر يتبين لنا أنه لم تكن هناك فروقات كبيرة بين متغيري الجنس والمستوى الجامعي، فأشكال مشاركة افراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول مختلف القضايا المطروحة حيث توزعت بين الاكتفاء بالقراءة وتسجيل الاعجاب والقيام بحفظها، في حين سجلنا بعض الفروقات في متغير المستوى الجامعي فيما تعلق بالتعليق عليها، وهذا راجع الى ان أفراد العينة من الفئة المثقفة والتي ترغب دوما في ابداء آرائها من خلال الحوار والنقاش خاصة مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 19: المواضيع التي يفضل أفراد العينة مشاركة النقاش حولها حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي.

المتغير	الجنس				المستوى التعليمي					
	ذكر		انثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
مواضيع ذات طبيعة اجتماعية	14	%35.89	30	%63.82	26	%56.52	13	%48.14	05	%38.46
مواضيع ذات طبيعة سياسية	05	%12.82	01	%2.12	03	%6.52	03	%11.11	00	%00
مواضيع ذات طبيعة اقتصادية	11	%28.20	12	%25.53	12	%26.08	06	%22.22	05	%38.46
مواضيع ذات طبيعة ثقافية	05	%12.82	2	%4.25	03	%6.52	01	%03.70	03	%23.07
أخرى	04	%10.25	2	%4.25	02	%4.34	04	%14.81	00	%00
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-يتبين من الجدول أعلاه انه من بين المواضيع التي يفضل افراد العينة مشاركة النقاش حولها هي المواضيع ذات طبيعة اجتماعية وقد عبر عنه: من الاناث بـ:63.82% ومن الذكور بـ:35.89%، كما نجد مستوى سنة ثالثة اعلام بنسبة قدرت بـ:56.52% يليها مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة بنسبة: 48.14% وبعدها مستوى ماستر 01 سمعي بصري بنسبة: 38.46%، ثم في المرتبة الثانية المواضيع ذات طبيعة اقتصادية وعكست ذلك عند الذكور بنسبة: 28.20% وعند الاناث بنسبة:

25.53%، ثم مستوى ماستر 01 سمعي بصري بنسبة 38.46%، وبنسب متقاربة بين مستوى سنة ثالثة اعلام وماستر 01 اتصال وعلاقات عامة قدرت بـ:26.08% و22.22%، اما في المرتبة الثالثة مواضيع ذات طبيعة ثقافية وعبر عنها عند الذكور بـ:12.82% وعند الاناث بـ:4.25%، اما مستوى ماستر 01 سمعي بصري بنسبة: 23.07% يليها مستوى سنة ثالثة اعلام بنسبة: 6.52% ثم بنسبة: 3.70% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، في حين حصلت في المرتبة الرابعة مواضيع ذات طبيعة سياسية ومواضيع أخرى وعبر عن المواضيع السياسية عند الذكور بـ:12.82% وعند الاناث بـ:2.12%، اما مواضيع أخرى عند الذكور بـ:10.25% وعند الاناث بـ:4.25%، كما اختلفت في المستويات فنرى في مستوى سنة ثالثة اعلام وماستر 01 اتصال وعلاقات عامة قدرت بـ:6.52% و11.11% على الترتيب في المواضيع السياسية، اما في المواضيع الأخرى فكانت النسب في المستوى سنة ثالثة اعلام وماستر 01 اتصال وعلاقات عامة قدرت بـ:4.34% و14.81% على التوالي، اما في المستوى ماستر 01 سمعي بصري قلم تمثل بتمثيل نسبي سواء في المواضيع ذات طبيعة سياسية او المواضيع الأخرى.

ومن خلال النتائج السابقة الذكر نستنتج أن هناك فروقات في المواضيع التي يفضل افراد العينة مشاركة النقاش حولها، حيث سجلنا فروقات في متغير الجنس فيما يخص المواضيع ذات الطبيعة الاجتماعية، والمواضيع ذات الطبيعة السياسية والطبيعة الاقتصادية والطبيعة الثقافية ويعود هذا الى وجود فروق فردية من جنس لآخر بالإضافة الى اهتمامات المتحاورون وأجندتهم، في حين سجلنا في متغير المستوى الجامعي فروقات وهذا راجع للقضايا الراهنة ومدى إيجابية نقاشها، إذ توفر مواقع التواصل الاجتماعي مرونة وحرية كبيرة للمتحاورون في اختيار مواضيع النقاشات وتحديد اتجاهها، فالمجتمع الافتراضي يعتبر تمثيل شبه واقعي للأشياء والأجسام والأشخاص وبيئات تواجدها مضافا اليها فكرة التفاعلية الدائمة بين المستخدم وما تحتويه المضامين التي يتم معها[175]، غير أن الطلبة من المستوى الجامعي يبحثون عن معلومات عامة لحاجاتهم الى الحصول على المعلومات المتنوعة حول قضايا التي تهم المجتمع، في حين توزعت بقية المقترحات حول المواضيع الدينية والرياضية والتكنولوجية.

[175]-يمين بودهان، **تحولات الاعلام المعاصر**، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص:12.

واتفقت نتائج دراستنا مع ما وصل اليه الباحث "أحمد حمودة" والموسومة بـ: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"، ان المبحوثين يتابعون بكثافة المواد حسب ترتيبها ومن الأكثر تفضيلا هي المواد الاجتماعية[176].

ونستنتج أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي أثرا في إجابات المبحوثين بدليل أنه سجلنا فروقات في إجابات المبحوثين.

المحور الخامس: درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر بديل للحصول على المعلومات

الجدول رقم 20: درجة اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول قضايا المجتمع الجزائري حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى التعليمي					
	ذكر		أنثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
لا اعتمد عليها	04	%10.25	02	%4.25	02	%4.34	03	%11.11	01	%7.69
الى حد ما	25	%64.10	23	%48.93	24	%52.17	14	%51.85	10	%76.92
اعتمد عليها كثيرا	10	%25.64	22	%46.80	22	%43.46	10	%37.03	02	%15.38
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

176-أحمد يونس محمد حمودة، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية**، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجيستر، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، 2013، مصر، ص: 174.

-يوضح الجدول أعلاه درجة اعتماد افراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول قضايا المجتمع ويرى افراد العينة النسبة الغالبة كانت لعبارة الى حد ما و أجاب بنسبة: 64.10% عند الذكور و48.93% عند الاناث، وأجاب بنسبة: 76.92% من مستوى ماستر 01 سمعي بصري، تليها مستوى سنة ثالثة اعلام وماستر 01 اتصال وعلاقات عامة بنسب متقاربة قدرت بـ:52.17% و51.85% على الترتيب، في حين تليها درجة اعتمد عليها كثيرا وعبر عنه:46.80% عند الاناث و25.64% عند الذكور، أما مستوى سنة ثالثة اعلام وماستر 01 اتصال وعلاقات عامة وماستر 01 سمعي بصري جاءت على التوالي بنسب: 43.46% و37.03% و15.38%، تليها درجة لا اعتمد عليها عند الذكور قدرت بـ:10.25% والاناث بنسبة: 4.25%، اما مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة فقدرت النسبة بـ:11.11%، يليها مستوى ماستر 01 سمعي بصري وسنة ثالثة اعلام بنسب: 7.69% و4.34% على الترتيب.

وبعد استعراض النتائج المتعلقة بمدى اعتماد افراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كبديل للحصول على المعلومات حول قضايا المجتمع الجزائري، نستنتج أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي أثرا في إجابات المبحوثين، فقد سجلنا فروقات في إجابات المبحوثين من كلا الجنسين والمستوى الجامعي، وفي نفس السياق نشرت مؤسسة "رويترز" لدراسة الصحافة نتائج بحث ميداني مفادها أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت المصدر الأول للأخبار بالنسبة للشباب، وفي أكثر من بلد بات الاستنتاج بأن 50% من مستخدمي الأنترنت يحصلون على الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي قبل كل شيء، في وقت يتجه عدد متزايد من المستخدمين الى اعتبارها مصدرهم الرئيسي للأخبار، والمثير أيضا في هذه الدراسة هو أن كبريات المؤسسات الإعلامية ربطت نفسها بمنصة الفيسبوك وغوغل لتوزيع أخبارها رغبة منها في سعة الانتشار، وهو ما جعل من مواقع التواصل الاجتماعي وجهة بديلة عن المواقع الإخبارية للمؤسسات الإعلامية التقليدية الضخمة[177]، حيث نجد ان الذكور يعتمدون الى حد ما على مواقع التواصل الاجتماعي ويعود ذلك الى أن الذكور أكثر حذرا وحرصا في التأكد من دقة المعلومات والتحقق قبل الاقتناع كما له القدرة على التفاعل وسهولة الاستعمال، غير ان الاناث عكس الذكور الذين يتسمن بالعاطفة والقبول.

[177]-جمال زرن، **الاعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الاعلام الاجتماعي وشبكاته**، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 2017، ص:08.

الجدول رقم 21: مدى تعويض مواقع التواصل الاجتماعي الاعلام التقليدي لدى أفراد العينة من حيث الاعتماد عليها في زيادة المعرفة حول قضايا المجتمع الجزائري حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		انثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم	31	%79.48	38	%80.85	38	%82.60	20	%74.07	11	%84.61
لا	08	%20.51	09	%19.14	08	%17.39	07	%25.92	02	%15.38
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يبين ان افراد العينة تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة حول قضايا المجتمع الجزائري وتوزعت عند الإناث بنسبة: 80.85% اما عند الذكور بنسبة: 79.48%، ونرى كذلك ان النسب متقاربة بين ماستر 01 سمعي بصري وسنة ثالثة اعلام قدرت بـ:84.61% و82.60% على التوالي، في حين نرى من افراد العينة ان مواقع التواصل الاجتماعي لم تعوض الاعلام التقليدي في زيادة المعرفة حول قضايا المجتمع وقد عبر عنه:20.51% عند الذكور و19.14% عند الإناث، كما أوضح الجدول ان نسبة العالية في مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة بـ: 25.92% وكانت النسب متقاربة بين مستوى سنة ثالثة اعلام وماستر 01 سمعي بصري قدرت بـ:17.39% و15.38% على الترتيب.

من خلال نتائج الجدول أعلاه نستنتج أنه لا توجد فروقات بين أفراد العينة، فيما تعلق بمدى تعويض مواقع التواصل الاجتماعي الاعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليها في زيادة المعرفة حول قضايا المجتمع الجزائري، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي اعلام حر يسمح بتعدد الآراء وحرية التعبير دون الاضطرار للتعامل مع حارس البوابة كما في الاعلام التقليدي، كما لخصه تقرير البحث البريطاني الى أن مواقع التواصل الاجتماعي تتفوق على التلفزيون كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار مقارنة بنسبة 24% منهم يعتمدون على التلفزيون، كما أضاف التقرير الذي أعده معهد روتيرز لدراسة الصحافة ان 51% من المستخدمين ممن لديهم إمكانية الدخول على الانترنت يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي

كمصدر للأخبار[178]، وأكد يوسف الشريف مذيع أخبار في سكاي نيوز العربية أن مواقع التواصل الاجتماعي ستفوز في نهاية السباق، والدليل ان 36 مليون من مشاهدي قناة العربية تركوا شاشتها واختاروا مشاهدة القناة عبر قنواتها على المواقع وبالتالي هناك هجرة حاصلة من شاشات التلفزيون الى مواقع التواصل الاجتماعي الامر الذي يزيد من خطورة هذا السباق[179].

كما يؤكد المثال لوزيرة العدل الفرنسية "كريستين توبيرا" التي أعلنت استقالتها سنة 2016 من حكومة فرانسوا "هولندا" على حسابها بتويتر وكثيرة هي الأخبار التي بات يلقي بها قادة الشأن العام على مواقع التواصل الاجتماعي قبل ارسالها للصحفيين، تشير مثل هذه المتغيرات الى ان الصحفي لم يعد هو المتحكم ولا المتطلع الأول على المعلومة والخبر حتى ينشرها في وسائل الاعلام التقليدية[180].

وعليه فإن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعوض الاعلام التقليدي بأنها تفتقد الى حد بعيد للمصداقية والثقة التي يتمتع بها الاعلام التقليدي، فلا يمكن الغاء وسائل الاعلام التقليدية المكتوبة منها السمعية والبصرية، فبالرغم من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبقى وسائل الاعلام التقليدية مصدرا للخبر والمعلومة.

---

[178]-جين ويكفيلد، **تقرير وسائل التواصل الاجتماعي مصدر رئيسي للأخبار بين الشباب**، تاريخ الاطلاع:2023/05/20، على الساعة: 23:45، متاح على الرابط: https://cutt.us/kjkbB

[179]-غدير المزيني، **الاعلام الجليدي ينافس الاعلام التقليدي ام يكمله**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/27، على الساعة: 20:13، متاح على الرابط: https://cutt.us/R9TaU

[180]-جلال الدين الشيخ زيادة، **العلاقة بين الاعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي**، الخصوصية والمهنية (دراسة مقارنة)، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والاشكالية المنهجية، الرياض، 2015، ص:16.

الجدول رقم 22: تغيير أفراد العينة لموقفهم إزاء قضية ما بسبب معلومات وردت في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى التعليمي					
	ذكر		انثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم	25	%64.10	30	%63.82	26	%56.52	20	%74.07	09	%69.23
لا	14	%35.89	17	%36.17	20	%43.47	07	%25.92	04	%30.76
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه ان غالبية افراد العينة يغيرون موقفهم إزاء قضية ما بسبب معلومات وردت على مواقع التواصل الاجتماعي وجاءت النسب متقاربة كانت ان تكون متساوية بين الذكور والاناث وقدرت بـ:64.10% و63.82% على التوالي، كما وجدنا أن النسب متقاربة بين مستوى سنة ثالثة اعلام وماستر 01 اتصال وعلاقات عامة وماستر 01 سمعي بصري وقدرت بـ:56.52% و74.07% و69.23% على الترتيب، في حين نجد من افراد العينة لا يغيرون من موقفهم بسبب معلومات وردت على مواقع التواصل الاجتماعي وجاءت النسبة: 36.17% عند الاناث و35.89% عند الذكور، اما مستوى سنة ثالثة اعلام قدرت نسبته بـ:43.47% ومستوى ماستر 01 سمعي بصري بـ:30.76% ومستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة بـ:25.92%.

ومن خلال نتائج الجدول أعلاه نستنتج أنه هناك تماثل في إجابات المبحوثين من كلا الجنسين والمستويات فيما تعلق حول تغيير أفراد العينة لموقفهم إزاء قضية ما بسبب معلومات وردت في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث سجلنا أن غالبية أفراد العينة غيروا مواقفهم إزاء قضية ما بسبب معلومات وردت في مواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع لأن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر تأثير كبير سواء كان إيجابي أو سلبي على أفراد العينة، خاصة بعد ظهور ما يطلق عليه بالمواطن الصحفي حيث أصبح

يقوم بدور وسائل الاعلام على أرض الواقع ويشار الى انهم اشخاص من قلب الحدث ينتشرون في الطرق وموجودين في كل مكان ولديهم الوسيلة القادرة على التقاط المعلومة والصورة[181].

وبالتالي نستنتج أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي لم يؤثرا في إجابات المبحوثين بدليل أنه سجلنا تماثلا في إجاباتهم.

الجدول رقم 23: رأي أفراد العينة حول تضليل مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا المجتمع الجزائري حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		انثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم	34	%87.17	40	%85.10	39	%84.78	26	%96.29	09	%69.23
لا	05	%12.82	07	%14.89	07	%15.21	01	%3.70	04	%30.76
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-يبين الجدول أعلاه ان رأي افراد العينة حول تضليل مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا المجتمع الجزائري قدرت النسبة للذكور بـ: 87.1% وعند الاناث بنسبة: 85.10%، اما في المستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة كانت النسبة عالية تليها نسبة: 84.78% لمستوى سنة ثالثة اعلام ثم تلاها ماستر 01 سمعي بصري، في حين كان رأي أفراد العينة حول تضليل مواقع التواصل الاجتماعي والذين اجابوا بـ:"لا" بنسبة 14% حيث قدرت 14.89% عند الاناث و12.82% عند الذكور، اما في مستوى ماستر 01 سمعي بصري بنسبة: 30.76% ومستوى سنة ثالثة اعلام بنسبة: 15.21% تليها نسبة: 3.70% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة.

ومن خلال النتائج السابقة الذكر حول رأي أفراد العينة حول تضليل مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا المجتمع الجزائري، نستنتج أنه هناك تماثل في إجابات المبحوثين حسب متغير الجنس، وفي نفس

[181]-محمد جابر، **مواقع التواصل الاجتماعي سرعة في نقل الخبر والصورة**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/21، على الساعة: 7:59، متاح على الرابط: https://cutt.us/1tSPQ

السياق أكد عالم النفس "كيث آبلو" أن نشر وتصديق الأخبار المفبركة ظاهرة لها جذورها الثقافية القديمة، ولكن مواقع التواصل الاجتماعي جعلتنا هدفا سهلا، وسلبتنا الوقت الكافي للتحقق من الأخبار بسبب كثافة وسرعة المواقع الاجتماعية[182]، وبالتالي فمتغير الجنس لم يؤثر في إجابات المبحوثين من كلا الجنسين بدليل أنه سجلنا تماثلا في إجابات الذكور والاناث معا.

في حين وجدنا فروقات في متغير المستوى الجامعي، وهذا راجع للكم الهائل من المعلومات والأخبار التي تنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفي بعض الأحيان تكون غير صادقة وغير صحيحة، فهذه المواقع لا تتمتع بالمصداقية الثابتة وتدلي أحيانا بمعلومات وأخبار مزيفة ومفبركة الهدف منها التفاعل لا غير، وبالتالي فمتغير المستوى الجامعي أثرا في إجابات المبحوثين من كلا المستويات بدليل أنه سجلنا فروقات في إجاباتهم.

الجدول رقم24: رأي افراد العينة في تخصيص مواقع التواصل الاجتماعي لمساحات كافية لمعالجة قضايا المجتمع الجزائري الراهنة حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		انثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
أوافق	23	%58.97	30	%63.82	31	%67.39	16	%59.25	06	%46.15
لا اوافق	16	%41.02	17	%36.17	15	%32.60	11	%40.74	07	%53.84
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أكثرية أفراد العينة أجابوا بـ: أوافق لتخصيص مواقع التواصل الاجتماعي لمساحات كافية لمعالجة قضايا المجتمع الراهنة وذلك بنسبة: 63.8% عند الاناث نسبة: وعند الذكور بنسبة: 58.97% كما جاءت في مستوى سنة ثالثة اعلام بنسبة: 67.39% وعند ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة بنسبة: 59.25%، كما تلتها نسبة: 46.15% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري،

[182]-عبد الرزاق الدليمي، **إشكالية الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام (دراسات إعلامية)**، مركز الجزيرة للدراسات، 2018، ص:03.

في حين كانت من اجابوا بلا أوافق من افراد العينة في تخصيص مواقع التواصل الاجتماعي لمساحات كافية لمعالجة قضايا المجتمع الجزائري بنسبة: 41.02% عند الذكور و36.17% عند الاناث، كما قدرت نسبة: 53.84% من مستوى ماستر 01 سمعي بصري، وبنسبة: 40.74% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، تلاها نسبة: 32.60% من مستوى سنة ثالثة اعلام.

وبعد استعراض النتائج المتعلقة برأي أفراد العينة في تخصيص مواقع التواصل الاجتماعي لمساحات كافية لمعالجة قضايا المجتمع الجزائري، نستنتج أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي لم يؤثرا كثيرا على إجابات المبحوثين، فقد سجلنا تماثلا في إجابات المبحوثين من كلا الجنسين والمستويات، وهذا بدليل انها تكشف عن كل القضايا المطروحة، كما تزود أفراد العينة بكل المعلومات والحقائق بصفة حصرية وآنية، وقد وجدت مواقع التواصل الاجتماعي إقبالا كبيرا، حيث أنها تسمح بخدمات تبادل الآراء والأفكار مع الآخرين، وأيضا لمناقشة القضايا وتسمح للأفراد بالتعامل مع الآخرين[183]، وهذا ما عبر عنه السينمائي الإيطالي ماسيموليوني: كلما تمر لحظة دون أن نلقي نظرة على حساباتنا في مواقع التواصل الاجتماعي، سواء عبر حواسيبنا أو أجهزتنا الذكية، حيث أن هذه النظرة لا تمر دون أن تقع أبصارنا على صور ثابتة أو فيديو متحرك أو نص مكتوب[184].

الجدول رقم25: تقييم افراد العينة لمساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:

المتغير	الجنس				المستوى الجامعي					
	ذكر		انثى		سنة ثالثة اعلام		ماستر1 إ.ع.ع		ماستر1 س.ب	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
ايجابي جدا	05	%12.82	02	%4.25	04	%8.69	03	%11.11	00	%00
إيجابي	10	%25.64	13	%27.65	12	%26.08	09	%33.33	02	%15.38

183-المعكز أبكر أحمد عبد الله، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي**، (مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، المجلد 03، العدد12، 2022)، ص: 555.

184-محسن المحمدي، **الاهتمام بالصورة**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/31، على الساعة: 10:58، متاح على الرابط: https://cutt.us/WtpyP

متوسط	19	%48.71	25	%53.19	25	%54.34	11	%40.74	08	%61.53
سلبي	03	%7.69	05	%10.63	04	%08.69	03	%11.11	01	%7.69
سلبي جدا	02	%5.12	02	%4.25	01	%2.17	01	%3.70	02	%15.38
المجموع	39	%100	47	%100	46	%100	27	%100	13	%100

-يبين الجدول أعلاه ان غالبية افراد العينة اجابوا بكلمة "متوسط" لتقييم مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري، وقد عبر عنه:53.19% عند الاناث و48.71% عند الذكور، اما مستوى ماستر 01 سمعي بصري فقدر بـ:61.53% يليه مستوى سنة ثالثة اعلام 54.34% ثم نسبة: 40.74%، ثم جاءت في المرتبة الثانية ممن اجابوا بكلمة "إيجابي" بنسبة: 27.65% عند الاناث و 25.64% عند الذكور، بالمقابل نسبة: 33.33% من مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة تلاها نسبة: 26.08% لمستوى سنة ثالثة اعلام ونسبة: 15.38% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري، اما في المرتبة الثالثة من اجابوا بكلمة "سلبي" وعبر عنه:10.63% عند الاناث و7.69% عند الذكور، تلاها مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة بنسبة: 11.11%، ثم مستوى سنة ثالثة اعلام بنسبة: 8.69% تلتها نسبة: 7.69% لمستوى ماستر 01 سمعي بصري، بعد ذلك جاءت في المرتبة الرابعة من اجابوا "إيجابي جدا" عند الذكور بنسبة: 12.82% وعند الاناث 4.25%، اما في مستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة وسنة ثالثة اعلام قدرت بـ:11.11%و 8.69% على الترتيب، اما ماستر 01 سمعي بصري فلم تمثل بتمثيل نسبي، في حين جاء في المرتبة الأخيرة ممن اجابوا بكلمة "سلبي جدا" وقد عبر عنه: 5.12% عند الذكور و4.25% عند الاناث، اما في مستوى ماستر 01 سمعي بصري بنسبة: 15.38% تليها نسبة: 3.70% لمستوى ماستر 01 اتصال وعلاقات عامة، اما النسبة الأخيرة قدرت بـ:2.17% لمستوى سنة ثالثة اعلام.

ومن خلال النتائج السابقة الذكر نستنتج بأن هناك فروقات في تقييم أفراد العينة لمساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري، حيث وجدنا في متغير الجنس ان غالبية الذكور أجابوا بإيجابي جدا وسلبي جدا مقارنة بالإناث ويعود هذا الى معرفة بأن مواقع التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين على حساب استخدامها تؤثر سلبا وإيجابا حسب المحتوى الذي يتابعونه، كما أفادتهم كثيرا بالمعلومات والقضايا الآنية التي تخص المجتمع، في حين أن غالبية الإناث أجابوا بإيجابي ومتوسط وسلبي وهذا راجع لما تقدمه من محتويات هادفة تهم تخصصاتهم العلمية أو أمورهم في الحياة كالطبخ والملابس وغيرها، كما وجدنا في متغير المستوى الجامعي كانت هناك فروقات

في إجابات المبحوثين وهذا بدليل أنه توجد فروق فردية بين أفراد العينة وفي مجالهم العلمي، فنظرتهم اختلفت بحسب تأثير المواقع عليهم، ومدى استفادتهم منها وتوعيتهم فيما يخص قضايا المجتمع، كما أكدته المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام أن الفضاء الالكتروني يتيح النقاش مع الآخر ومن التقاء أشخاص بنفس طريقة تفكيرنا، لكن أفراد العينة آخرين يملكون وجهات نظر تختلف عنا[185].

وعليه نستنتج أن متغيري الجنس والمستوى الجامعي أثرا في إجابات المبحوثين بدليل أنه سجلنا فروقات في إجابات كلا المتغيرين الجنس والمستوى الجامعي.

[185]-كريم بلقاسمي، **رؤية معاصرة للفضاء العمومي وموقعه في الميديا الجديدة**، (الجزائر، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، العدد 1، 2020)، ص: 221.

خلاصة:

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل اسقاط المعلومات التي تم جمعها وتفريغ البيانات في جداول، بعدها قمنا بتحليل وتفسير البيانات من أجل بناء هذا العمل والتي كانت في نفس الوقت بمثابة الجسر الذي مكننا من المرور الى المراحل الأخيرة المتمثلة في النتائج العامة للدراسة، بالإضافة الى الإجابة عن التساؤلات الموضوعة للدراسة.

2-نتائج الدراسة:

توصلنا في دراستنا إلى مجموعة من النتائج المتعلقة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام، بالإضافة إلى أهداف استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والحاجات التي تلبيها تلك المواقع للطلبة الجامعيين، ومن أهم هذه النتائج نذكر ما يلي:

لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في التأثير على الرأي العام، باعتبارها أداة العصر ومن الوسائل المستعملة من طرف الطلبة الجامعيين الجزائريين وذلك لأهميتها في حياتهم وانخراطهم في أوسع قضايا المجتمع الجزائري، غير أنها تنوعت مواقع التواصل الاجتماعي من موقع الأنستغرام وموقع الفيسبوك وموقع اليوتيوب والتويتر لكونها وسيلة تواصل بين الناس.

كما أن تغيرات في قضايا المجتمع الجزائري بين الحين والآخر وتعددت من قضايا سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية أثرت على الطلبة الجامعيين وهذا راجع الى الدور الذي قدمته مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين اتجاهاتهم حول القضايا المتداولة، ضف إلى ذلك تغيير آرائهم ومشاركتها عبر تلك المواقع.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مهمة ساهمت بشكل كبير في تحقيق نقاش الطلبة الجامعيين حول قضايا المجتمع الجزائري، فالسمات التي تميزت بها مواقع التواصل الاجتماعي فتحت آفاق للطلبة في النقاش عن كل المواضيع والقضايا التي تهمهم، ضف الى ذلك تنوع أشكال النقاشات من نقاشات ثنائية وأخرى جماعية، في حين تعددت الأشخاص التي تناقش معهم القضايا كأصدقاء المواقع، الزملاء وأفراد العائلة.

وتوصلت الدراسة أيضا الى أن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد ما في الحصول على المعلومات وذلك لغياب الرقابة كما عوضت هذه المواقع وسائل الاعلام التقليدية من حيث الزيادة في المعرفة حول قضايا المجتمع كما لخصه تقرير البحث البريطاني في أن مواقع التواصل الاجتماعي تفوقت على التلفزيون والإذاعة كمصدر للحصول على الأخبار.

أما بالنسبة لنتائج الدراسة التطبيقية فنذكرها كالآتي:

1.عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي

-أغلبية الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم.

-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كلا متغيري الجنس والمستوى الجامعي فيما يخص أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة، وكان موقع الأنستغرام من أكثر المواقع استخداما من طرف أفراد العينة.

-لم يؤثرا متغيري الجنس والمستوى الجامعي كثيرا في إجابات المبحوثين فيما يخص مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.

-يمتلك غالبية أفراد العينة حساب واحد على مواقع التواصل الاجتماعي.

-يتصدر هدف الحصول على المعلومات من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، ثم الفضول والتسلية، يليها مواكبة قضايا وأحداث المجتمع، وأخيرا كسب مهارة جديدة وتكوين علاقات، إذ تماثل في إجابات المبحوثين عند متغيري الجنس والمستوى الجامعي لهدف الحصول على المعلومات.

-تصدر كل من تطوير الذات والهروب من الواقع، التعبير بكل حرية، أهم حاجات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

2.قضايا المجتمع الجزائري التي تهم الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي

-هناك فروقات في إجابات المبحوثين فيما يخص القضايا التي يهتم بها أفراد العينة.

-تصدر كل من قضية الهجرة الغير الشرعية وارتفاع الأسعار من القضايا الحالية التي تهم أفراد العينة.

-توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مساهمة الموقع الذي تستخدمه أفراد العينة في معالجة قضايا المجتمع.

-تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة اهتمام غالبية أفراد العينة بقضايا المجتمع.

-كشفت الدراسة أن هناك اختلافات في استخدامات الموقع التي تهتم به أفراد العينة في معالجة القضايا.

3.مساهمة النقاش حول قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الطلبة الجامعيين

-كان لمتغيري الجنس والمستوى الجامعي أثر في إجابات المبحوثين حول مشاركة أفراد العينة في النقاشات داخل مواقع التواصل الاجتماعي.

-بينت الدراسة أنه لا توجد فروقات كبيرة في إجابات المبحوثين من كلا الجنسين والمستوى الجامعي فيما يتعلق بشكل النقاشات التي تدخل فيها أفراد العينة، وبالتالي فمتغيري الجنس والمستوى الجامعي لم يؤثرا كثيرا على إجابات أفراد العينة.

-متغيري الجنس والمستوى الجامعي أثرا في إجابات المبحوثين فيما يخص الأشخاص الذين تناقش معهم أفراد العينة قضاياهم حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي.

-يتفاعل أفراد العينة مع القضايا المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالاكتفاء بالقراءة، تلاها التعليق عليها، ثم تسجيل إعجاب والقيام بحفظها.

-وجود فروقات في متغيري الجنس والمستوى الجامعي فيما يتعلق في المواضيع التي يفضل أفراد العينة مشاركة النقاش حولها.

4.درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل كمصدر بديل للحصول على المعلومات

-يعتمدون أفراد العينة إلى حد ما على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول قضايا المجتمع الجزائري.

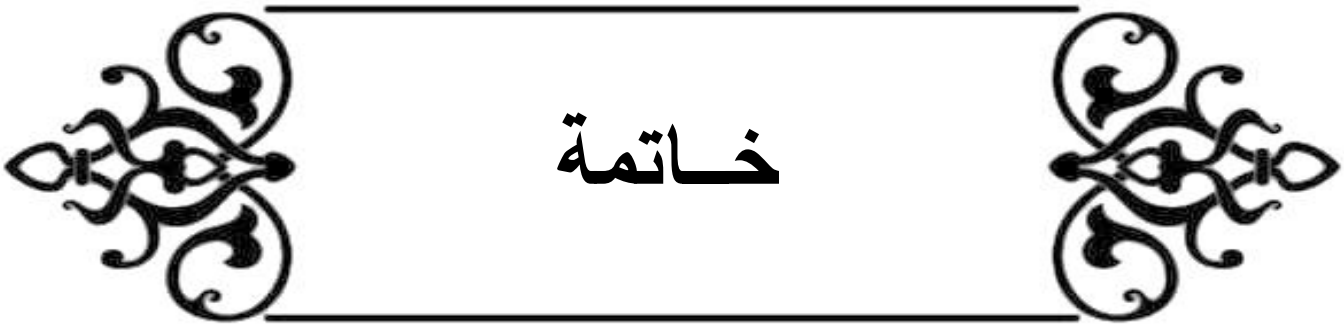
-لا توجد فروقات بين أفراد العينة فيما يتعلق بمدى تعويض مواقع التواصل الاجتماعي الاعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليها في زيادة المعرفة حول قضايا المجتمع الجزائري.

-بينت الدراسة أن غالبية أفراد العينة يغيرون موقفهم إزاء قضية ما بسبب معلومات وردت في مواقع التواصل الاجتماعي.

-وجود فروقات في متغير المستوى الجامعي، أما متغير الجنس لم يؤثر في إجابات المبحوثين من كلا الجنسين فيما يتعلق برأي أفراد العينة حول تضليل مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا المجتمع الجزائري.

-كشفت الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة موافقين بشأن تخصيص مواقع التواصل الاجتماعي لمساحات كافية لمعالجة قضايا المجتمع الجزائري الراهنة.

-كان لمتغيري الجنس والمستوى الجامعي أثر في إجابات أفراد العينة حول تقييم مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري.



خـاتمة

خاتمة

لقد أدت مواقع التواصل الاجتماعي إلى إحداث ثورة في حرية التعبير، وأسهمت إسهاما كبيرا في التأثير على الرأي العام الجزائري، ومنافسة كل وسائل الاعلام التقليدية التي كانت قائمة على مساهمة جمهور الأنترنت في رجع الصدى للمحتوى، والتي أحدثت تغييرا كبيرا على مستوى المجتمعات وأصبحت أكثر انفتاحا واستقطبت فئات وشرائح المجتمعات على اختلافها وتنوعها، بحيث تجاوزت دورها وظهرت كفاعل في التعبير عن الاتجاهات والأفكار داخل المجتمع الجزائري في ظل الحوار والنقاش، وأصبح للفرد دور في إنتاج المعلومات وصياغة الرسالة الإعلامية، خاصة بعدما اتسعت حجم القضايا والموضوعات واهتمامات أفراد المجتمع الجزائري، فتحولت مواقع التواصل الاجتماعي من مجرد وسيلة لنقل الخبر والتعليق عليه، إلى وسيلة لها دور في معالجة وإثارة ردود الأفعال حوله وانتشاره.

ومن خلال هذه الدراسة توضح لنا أن الطلبة الجامعيين يهتمون بمواقع التواصل الاجتماعي لمختلف الأجناس والمستويات، بوصفها إعلام بديل والمصدر الأول للأخبار والمعلومات، وأن هذه المواقع لها القدرة على التأثير في الرأي العام من خلال توجيه الأفراد نحو الموضوعات والقضايا التي تمثل أولوياتهم.

وأخيرا، يمكن القول أم مواقع التواصل الاجتماعي تعد أهم الظواهر التي تحظى باهتمام جماهير واسعة خاصة الطلبة الجامعيين الجزائريين، ومن هنا وجب إلقاء الضوء على هذه الظاهرة من أجل الوصول إلى نتائج ومعرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي، وضرورة الاهتمام بالقضايا التي يدور حولها النقاش وما يتم طرحه من آراء حولها.


قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

1-قرآن كريم، **سورة الشورى**، الآية 38.

المراجع العربية:

1-أبو أصبع صالح خليل، **الدعاية والرأي العام (مفاهيم وتطبيقات)**، ط1، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، 2012

2-بن مرسلي أحمد، **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال**، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2010

3-الجبور سناء محمود، **الاعلام والرأي العربي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010

4-حلاق بطرس، جمعة حجازي وآخرون، **الرأي العام وطرق قياسه**، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020

5-خلاف جلول، **وسائل الاتصال الحديثة وتأثيرها على العلاقات الأسرية**، دار المعرفة، الجزائر، 2001

6-زريق برهان، **الرأي العام وحضانته لذروة سنام المجد في غزة بلد العزة**، ط1، 2016

7-سراج سعيد، **الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1978

8-السويدي جمال سند، **وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفيسبوك**، ط1، زاوية المعرفة، الإمارات، 2013

9-السويدي جمال سند، **وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفيسبوك**، ط4، 2014

10-شاهين أحمد، **الاعلام والرأي العام**، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2010

11-شمسي باشا حسان، شمسي باشا ماجد حسان، **وسائل التواصل الاجتماعي (رحلة في الأعماق)**، ط1، دار القلم، سوريا، 2020

12-الصقور صالح، **موسوعة الخدمة الاجتماعية المعاصرة**، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2009

13-عابد زهير عبد اللطيف، **الرأي العام وطرق قياسه**، ط3، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2014

14-عاطف عدلي العبد، **الرأي العام وطرق قياسه (الأسس النظرية، الجوانب المنهجية، النماذج التطبيقية، التدريبات العلمية)**، دار الايمان للطباعة، مصر، 2006

15-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، **الرأي العام والفضائيات (دراسة في ترتيب الأولويات)**، ط1، دار الفكر للعربي للتوزيع، مصر، 2007

16-عباس بدران، **أفكار وحقائق حول الاعلام الجديد**، مركز دراسات الحكومة الالكترونية، لبنان، 2012

17-عبد الحليم حمود، **فن غسل الأدمغة بحث في الدعاية والرأي العام**، ط1، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2008

18-عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، **أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي: التخطيط للبحث وجمع وتحليل البيانات يدويا وباستخدام SPSS**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، 2007

19-عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015

20-عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني**، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015

21-عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015

22-عبد الرزاق الدليمي، **إشكالية الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام (دراسات إعلامية)**، مركز الجزيرة للدراسات، 2018

23-عبد الصادق عادل، **الفضاء الالكتروني والديمقراطية بين التحولات والتحديات**، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مصر، 2012

24-عبد الصادق عادل، **الفضاء الالكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير" سلسلة قضايا استراتيجية"**، العدد01، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، 2011

25-عبد القادر حسين، **الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة**، وكالة الصحافة العربية(ناشرون)، مصر، 2020

26-عبيدة صبطي، **الاعلام الجديد والمجتمع**، المركز العربي للنشر والتوزيع، 2018

27-عثمان محمد الدليمي، **مواقع التواصل الاجتماعي (نظرة عن قرب)**، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020

28-العريشي جبريل بن حسن، سلمى بنت عبد الرحمن الدوسري، **الشبكات الاجتماعية والقيم (رؤية تحليلية)**، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015

29-العساف صالح محمد، **المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية**، ط4، مكتبة العيكان، السعودية، 2006

30-عسيلة صبحي، **الرأي العام**، ط1، نهضة مصر للنشر والتوزيع، مصر، 2007

31-عطوي جودت عزت، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، مصر، 2000

32-علي الفلاحي حسين، **الاعلام التقليدي والاعلام الجديد**، ط1، دار الابداع للنشر والتوزيع، عمان، 2014

33-علي سيد إسماعيل، **مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة**، دار التعليم الجامعي، مصر، 2020

34-علي لفته العيساوي، **الفيسبوك الوطن البديل للشباب وأثره السلبي على الشباب العراقي**، دراسة وصفية تحليلية، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية، 2021

35-عليان ربحي مصطفى، **البحث العلمي "أسسه، مناهجه، أساليبه، إجراءاته"**، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2001

36-عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، ط4(منقحة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007

37-عودة محمد مكاوي، **المكتبة المدرسية في مواجهة ثورة المعلومات "دراسة نظرية وتطبيقية"**، ط1، دار الكتاب المصري، مصر، 2000

38-غالب كاظم جياد الدعمي، **الاعلام الجديد (اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة)**، ط1، أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017

39-فاطمة عوض صابر، ميرفت علي حفصة، **أسس ومبادئ البحث العلمي**، ط1، مكتبة ومطبعة الاشعاع، مصر، 2002

40-كرو العزاوي رحيم يونس، **مقدمة في منهج البحث العلمي**، ط1، دار دجلة، الأردن، 2007

41-ليلى أحمد جرار، **الفايسبوك والشباب العربي**، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012

42-ماثيو جدير، **دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجيستر والدكتوراه**، (ت ر) ملكة أبيض

43-محمد الأمين أحمد عبد مرزوك، **مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل)** ، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2020

44-محمد صفوت حسن، **الأخبار والرأي العام تأثير الاعلام على الحياة المدنية**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر

45-محمد عبد الجبار خندقجي، نواف عبد الجبار خندقجي، **مناهج البحث العلمي "منظور تربوي معاصر"**، ط1، عالم الكتب الحديث، لبنان، 2012

46-محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، عالم الكتب، مصر، 2000

47-محمد مصطفى رفعت، **الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية**، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2018

48-محمود حسن إسماعيل، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003

49-مختار التهامي، **الرأي العام والحرب النفسية**، ط3، ج1، دار المعارف، مصر، 1984

50-مشتاق طلب فاضل، **مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية**، ط1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2019

51-المشهداني سعد سلمان، فراس حمود العبيدي، **مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة**، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن،2020

52-مصطفى حسين باهي، منى أحمد الأزهري وآخرون، **المرجع في البحث العلمي(نظري-تطبيقي)**، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر

53-مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، **مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية**، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، 2007

54-مصطفى يوسف كافي، **الرأي العام ونظريات الاتصال**، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015

55-موريس أنجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية**، (ت ر) كمال بوشرف وسعيد سعيون، ط2، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006

56-ميرثي ديراج، ترجمة: محمد عبد الحميد، **تويتر التواصل الاجتماعي في عصر التويتر**، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2014

57-نادية سعيد عيشور وآخرون، **منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية دليل الطالب في انجاز بحث سوسيولوجي**، مؤسسة حسين رأفت الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017

58-هاني الرضا، رامز عمار، **الرأي العام والاعلام والدعاية**، ط2، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات للنشر والتوزيع، لبنان، 2013

59-هتيمي حسين محمود، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015

60-هيو بروكس ورافي جوبتا (Hugh brooks,Ravi Gupto)، (ترجمة عاصم سيد عبد الفتاح)، **وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع**، ط1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2017

61-يمين بودهان، **تحولات الاعلام المعاصر**، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2012

المراجع الأجنبية:

A. Dupin, **communiquer sur les réseaux sociaux**, les méthodes et les outils indispensable pour vos stratégies de communication sur les medias sociaux, éditions FYP, 2010

Ben lut kevich, **social media**, via le lien suivant : https://www.techtarget.com, date de connexion 25/12/2022 à l'heure 9:14

Ite publishing, **the institution of engineering and technology**, a brief introduction tu social media, via le lien suivant: https://www.theiet.orgdate de connexion 24/12/2022 a l'heure, 22:05

Maxim Wolf, julion sims, **social media, uk academy for information système,** conférence procceedings, 2018 spirng 03/20/2018,p07.via le lien suivant : https://core.ac.uk.date de connexion 23/12/2012 a l'heure 10 :46

Pierre Levy, cyber democratie, Odile Jacob, Paris, 2002

المجلات:

1-زرن جمال، **الاعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الاعلام الاجتماعي وشبكاته**، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 2017

2-زيادة جلال الدين الشيخ، **العلاقة بين الاعلام التقليدي وشبكات التواصل الاجتماعي، الخصوصية والمهنية (دراسة مقارنة)**، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والاشكالية المنهجية، الرياض، 2015

3-عبد الكريم علي الدبسي، زهير ياسين الطاهات، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية**، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، عمان، العدد1، 2013

4-العرقي رضوان، **المرأة العربية في النقاش الافتراضي**، (دراسة في تمثلات المرأة في صفحات الميديا التقليدية في الفاسبوك، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث، مصر،2015

5-كريم بلقاسمي، **رؤية معاصرة للفضاء العمومي وموقعه في الميديا الجديدة**، (الجزائر، المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، العدد 1، 2020)

6-المعكز أبكر أحمد عبد الله، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طلاب جامعة شندي**، (مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، المجلد 03، العدد12، 2022)

7-نهى بلعيد، **تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، مجلة الإذاعة العربية، العدد1، تونس، 2016

8-يونسكو، **تقرير اليونسكو للعلوم نحو عام 2030**، اكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا، 2018

الرسائل الجامعية:

1-أبو زيد طاهر حسن، **دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية**، رسالة ماجيستر، علوم سياسية، عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2012.

2-بودادة أحمد، **دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، اعلام واتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر-بسكرة، الجزائر، 2020.

3-بوذينة نعيمة، **شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2018

4-بوقلوف سهام، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص دراسات الجمهور، قسم علوم الاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2018

5-حمودة أحمد يونس محمد، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية**، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجيستر، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، 2013، مصر

6-سعيود منال، لملوم مريم، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الاشاعات (الفاسبوك نموذجا)**، دراسة ميدانية على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تاموست، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، 2020/2019

7-سوهيلة بضياف، **الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم الاعلام والاتصال والعلاقات العامة، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة1، الجزائر، 2018

8-فارس كاتب، دنيا عقون، **أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري**، دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة،2015-2018

9-مبارك زودة، **دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام "الثورة التونسية أنموذجا"**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر-باتنة، 2012، الجزائر

10-مرزاقة بلبالة، **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين**، دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال، بسكرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة،2018-2019

11-معاذ الجيلي عمر، **مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي**، رسالة ماجيستر، قسم العلاقات العامة والاعلان، جامعة إفريقيا العالمية، السودان، 2019

12-نزهة حنون، **دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر**، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم في الاتصال والعلاقات العامة، قسم العلاقات العامة، كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي والبصري، جامعة قسنطينة3، الجزائر،2017

القواميس والمعاجم:

1-د. مؤلف، **قاموس عربي-عربي (قرص مدمجCD+كتاب)**، ط منقحة، دار البرهان، مصر، 2007

2-بركة بسام، **معجم مصطلحات علم الاجتماع**، ترجمة وتقديم سنام محمد الأسعد، ط1، دار الهلال، لبنان، 2011

3-بدوي أحمد زكي، **معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية انجليزي-عربي-فرنسي**، د ط، مكتبة لبنان، لبنان، 2009

4-علي بن هاوية وآخرون، **القاموس الجديد للطلاب**، ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991

5-عمر أحمد مختار، **معجم اللغة العربية المعاصرة**، ط1، عالم الكتاب، مصر، 2008

6-كرم شلبي، **معجم المصطلحات الإعلامية**، دار الشروق، مصر، 1989

7-مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزي آبادي، **القاموس المحيط**، مراجعة: أنس محمد الشامي، زكريا جابر أحمد، د ط، دار الحديث، مصر، 2008

8-محمد رواس قلعة جي، حامد صادق فنيبي، **معجم لغة الفقهاء (عربي، انجليزي، فرنسي)**، دار النفائس للنشر والتوزيع، لبنان، 1985

9-مشاقبة بسام عبد الرحمان، **معجم مصطلحات العلاقات العامة**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014

المواقع الالكترونية:

1-Digital-2022Algeria، التقرير الرقمي لاستخدامات في الجزائر،Simon.kenp ، تاريخ الاطلاع: 2023/02/08، على الساعة 19:30، متاح على الرابط: https://cutt.us/A1Xya

2-بوابة علم الاجتماع، **مفهوم الدور**، فريق موقع بوابة علم الاجتماع، بتاريخ 2023/03/02، سا20:01، متاح على الرابط: https://cutt.us/YxkjJ

3-**تويتر يعلن زيادة عدد حروف التغريدة لـ 4000.. من هم المستفيدون؟**، تاريخ الاطلاع: 2023/06/04، على الساعة: 11:49، متاح على الرابط: https://cutt.us/dlqNc

4-الجزيرة أنترنت، **قضية "الكوكايين" ومستقبل الرئاسيات الجزائرية**، تاريخ الاطلاع: 2023/04/03، على الساعة: 14:50، متاح على الرابط: https://cutt.us/6ui6n

5-عاصم بن سالم الشيدي، **الانسان اجتماعي بطبعه لكن ليس وسط الأوبئة**، تاريخ الاطلاع:2023/05/25، على الساعة: 17:16، متاح على الرابط: https://cutt.us/0ZyYo

6-عبد الرزاق.ب، **عدد مستخدمي الأنترنت ومواقع التواصل بالجزائر عام 2023**، تاريخ الاطلاع:2023/05/30، على الساعة: 11:54، متاح على الرابط: https://cutt.us/Z3oBk

7-العربي، قصة سقوط عياش .... كيف حبست 9 أيام أنفاس الجزائريين، تاريخ الاطلاع: 2023/03/31، على الساعة: 23:45، متاح على الرابط: https://cutt.us/C6wdL

8-**عندما يتعلق الأمر بأموالك... لماذا يجب عليك متابعة نشرات الأخبار الاقتصادية**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/25، على الساعة: 16:35، متاح على الرابط: https://cutt.us/91N5n

9-غدير المزيني، **الاعلام الجليدي ينافس الاعلام التقليدي ام يكمله**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/27، على الساعة: 20:13، متاح على الرابط: https://cutt.us/R9TaU

10-قدامة خالد، **كيف تزيد مواقع التواصل الاجتماعي من سوء الفهم بيننا**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/26، على الساعة: 09:13، متاح على الرابط: https://cutt.us/d96NU

11-القدس العربي، **القصة الكاملة لاغتيال خاشقجي: كيف تصفي السعودية معارضيها؟**، تاريخ الاطلاع: 2023/03/27، على الساعة: 23:17، متاح على الرابط: https://cutt.us/FToZZ

12-قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب، **تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي**، الامارات، 2015، متاح على الرابط: https://cutt.us/7OcXp

13-المبيضين إبراهيم، **دراسة شبكات السوشيال ميديا تتجاوز مفهوم التواصل الاجتماعي لتطور الاقتصاد والأعمال التجارية**، الغد، 31-05-2015، تاريخ الاطلاع:2023/01/10 على الساعة 11:36، متاح على الرابط: https://cutt.us/RV2mf

14-محمد جابر، **مواقع التواصل الاجتماعي سرعة في نقل الخبر والصورة**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/21، على الساعة: 7:59، متاح على الرابط: https://cutt.us/1tSPQ

15-مهارات التواصل، **خمس نصائح تساعد في بناء علاقات أفضل مع الآخرين "استطلع آفاق عالمك"**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/29، على الساعة: 18:28، متاح على الرابط: https://cutt.us/glyPm

16-مواقع التواصل الاجتماعي، **التسلية تتغلب على التعلم والثقافة (جريدة العرب الاقتصادية الدولية)**، تاريخ الاطلاع:2023/05/24، على الساعة: 11:09، متاح على الرابط: https://cutt.us/7HWvb

17-النجار اسلام، **مواقع التواصل الاجتماعي بين الربح والترفيه**، تاريخ الاطلاع:2023/05/24، على الساعة: 11:18، متاح على الرابط:https://cutt.us/CnrPs

18-نهال دويب، **ازدياد حالات الطلاق في الجزائر" تدابير جديدة للنفقة واقتراح بتقاسم الثروة**، تاريخ الاطلاع:2023/05/25، على الساعة: 17:19، متاح على الرابط: https://cutt.us/mbdtU

19-نهى سعد، **اثنتي عشر نصيحة لحوار فعال وايجابي داخل الاسرة**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/27، على الساعة: 14:31، متاح على الرابط: https://cutt.us/Cmc1w

20-الهادي شيماء، **الهروب من الواقع في علم النفس "موضوع صحة نفسية"**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/25، على الساعة: 13:11، متاح على الرابط: https://cutt.us/XIwDV

21-وكالة الأنباء الجزائرية، **تطور نسبة انتشار الأنترنت في الجزائر**، تاريخ الاطلاع:2023/05/31، على الساعة: 22:35، متاح على الرابط: https://cutt.us/dhBk2

22-ويكفيلد جين، **تقرير وسائل التواصل الاجتماعي مصدر رئيسي للأخبار بين الشباب**، تاريخ الاطلاع:2023/05/20، على الساعة: 23:45، متاح على الرابط: https://cutt.us/kjkbB

23-يانينا ويلب، **حرية التعبير تواجه اختبارا عسيرا على مستوى العالم**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/25، على الساعة: 13:05، متاح على الرابط: https://cutt.us/SeGWh

24-محمد سناجلة، **لماذا تصبح الحياة أغلى وأصعب في كل يوم؟ تعرف على الأسباب السبعة وراء جنون الأسعار**، تاريخ الاطلاع: 2023/03/26، على الساعة: 12:17، متاح على الرابط: https://cutt.us/detdG

25-مقال منشور بتاريخ 25 يونيو 2021، **مقتل جورج فلويد: السجن 22 سنة ونصف لضابط الشرطة السابق المدان بالقتل**، تاريخ الاطلاع: 2023/03/23، على الساعة: 11:55، متاح على الرابط: https://cutt.us/LBjwt

26-مصطفى محمود، **الرأي العام الالكتروني**، تاريخ الاطلاع: 2023/02/23، على الساعة: 00:07، متاح على: https://cutt.us/vIwug

27-هاني محمود، **عدد مستخدمي أنستغرام 2022**، تاريخ الاطلاع:2023/05/19، على الساعة: 17:36، متاح على الرابط: https://cutt.us/W0hxl

28-ياسمين ياسين، **تطوير الذات**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/25، على الساعة: 13:35، متاح على الرابط: https://cutt.us/tOJmO

29-الإداري المتميز، **نصائح لتسهيل المناقشة**، تاريخ الاطلاع:2023/05/29، على الساعة: 13:33، متاح على الرابط: https://cutt.us/3dvhv

30-قنيص إيناس مسلط، **أصدقاء من العالم الافتراضي**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/29، على الساعة: 17:56، متاح على الرابط: https://cutt.us/i1iqr

31-محسن المحمدي، **الاهتمام بالصورة**، تاريخ الاطلاع: 2023/05/31، على الساعة: 10:58، متاح على الرابط: https://cutt.us/WtpyP

32-المعاني لكل رسم معنى، **المعاجم العربية**، تاريخ الاطلاع: 2023/06/05، على الساعة: 09:37، متاح على رابط: https://cutt.us/DhWN2

ملاحق

المـــــلاحـــــق

الملحق: 01:

جامعة يحي فارس المدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة بحث

بعد التحية والتقدير

في إطار اعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال والموسومة ب **"دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري"، دراسة وصفية لعينة من الطلبة الجامعيين (جامعة يحي فارس بالمدية) 2023/2022**، لذا نرجو من سيادتكم المحترمة التفضل بالإجابة بعناية على هذه الاستمارة، ووضع علامة**(X)** أمام الخانة المناسبة، ونحيطكم علما بأن المعلومات التي تدلون بها تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، مع خالص التقدير والشكر لتعاونكم ومساهمتكم في إنجاز هذه الدراسة.

إعداد الطالبين: **إشراف:**

مهدي شيماء. أ. بسام أحمد الشريف.

سلمي وليد.

السنة الجامعية: 2022-2023.

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجنس:

ذكر: ☐ أنثى: ☐

المستوى الجامعي:

☐ سنة ثالثة إعلام

☐ ماستر1 اتصال وعلاقات عامة

☐ ماستر1 سمعي بصري

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي

1/ هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

2/ ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

☐ الفايسبوك ☐ يوتيوب ☐ تويتر ☐ أنستغرام

أخرى،

أذكرها...../...../...../.....

3/ منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ أقل من سنة ☐ منذ سنة إلى 5 سنوات ☐ أكثر من 5سنوات

4/ كم حساب تملك؟

☐ حساب واحد ☐ حسابين ☐ 03 حسابات فأكثر

5/ عبر أي وسيلة تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ الحاسوب ☐ الهاتف الذكي ☐ اللوحة الذكية

6/ ما الهدف من استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ الحصول على المعلومات ☐ تكوين علاقات

☐ الفضول والتسلية ☐ كسب مهارة جديدة

☐ مواكبة قضايا وأحداث المجتمع

أخرى،

أذكرها...../...../...../...../.....

7/ ماهي الحاجات التي تلبيها مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ الهروب من الواقع ☐ التعبير بكل حرية ☐ تطوير الذات

أخرى،

أذكرها.....

المحور الثاني: قضايا المجتمع الجزائري التي تهم الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي.

8/ أي القضايا في المجتمع تهمك؟

☐ سياسية ☐ اقتصادية

☐ ثقافية ☐ اجتماعية

أخرى،

أذكرها.....

9/ من بين القضايا التالية، ما هي القضية التي تهمك أكثر؟

☐ قضايا الطلاق ☐ قضية الهجرة غير الشرعية

☐ العزوف عن الانتخابات ☐ ارتفاع الأسعار

أخرى،

أذكرها...../...../...../...../.....

10/ هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة اهتمامك بقضايا المجتمع الجزائري؟

☐ نعم ☐ لا ☐ نوعا ما

11/ برأيك هل يساهم الموقع الذي تستخدمه في معالجة القضايا التي تهتم بها بشكل:

☐ كبير ☐ متوسط ☐ لا يساهم

12/ هل ساهم الموقع الذي تستخدمه في تكوين اتجاهاتك حول القضايا المتداولة:

☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا

المحور الثالث: مساهمة النقاش حول قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الطلبة الجامعيين.

13/ هل تشارك في النقاشات داخل مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ غالبا ☐ نادرا ☐ أحيانا ☐ مطلقا

14/ ما هو شكل النقاشات التي تدخل فيها؟

☐ نقاشات ثنائية.

☐ نقاشات جماعية.

15/ من هم الأشخاص الذي تناقش معهم القضايا؟

☐ أصدقاء المواقع ☐ الزملاء ☐ أفراد العائلة

أخرى،

أذكرها.....

16/ ما هي أشكال مشاركتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول مختلف القضايا المطروحة؟

☐ الاكتفاء بالقراءة ☐ تسجيل إعجاب

☐ تعلق عليها ☐ تقوم بحفظها

17/ من بين المواضيع التي تشارك في مناقشتها عبر المواقع، ماهي المواضيع التي تفضل مشاركة النقاش حولها؟

☐ مواضيع ذات طبيعة اجتماعية

☐ مواضيع ذات طبيعة سياسية

☐ مواضيع ذات طبيعة اقتصادية

☐ مواضيع ذات طبيعة ثقافية

أخرى،

أذكرها...../...../...../.....

المحور الرابع: درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر بديل للحصول على المعلومات.

18/ ما درجة اعتمادك على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول معلومات حول قضايا المجتمع الجزائري؟

☐ اعتمد عليها كثيرا ☐ إلى حد ما ☐ لا أعتمد عليها

19/ برأيك هل عوضت مواقع التواصل الاجتماعي الاعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليها في زيادة المعرفة حول قضايا المجتمع؟

☐ نعم ☐ لا

علل إجابتك

.....

20/ هل حدث وأن غيرت موقفك إزاء قضية ما بسبب معلومات وردت في مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ نعم ☐ لا

علل إجابتك.....

21/ حسب رأيك هل تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بالتضليل نحو قضايا المجتمع الجزائري؟

☐ نعم ☐ لا

علل إجابتك.....

22/ هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي تخصص مساحات كافية لمعالجة قضايا المجتمع الجزائري الراهنة؟

☐ أوافق ☐ لا أوافق

23/ كيف تقيم مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع؟

☐ إيجابي جدا ☐ إيجابي ☐ متوسط ☐ سلبي ☐ سلبي جدا


قائمة الفهارس

قائمة الفهارس

فهرس الأشكال

الشكل رقم 1: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس 61
الشكل رقم 2: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي: 62

فهرس الجداول

الجدول رقم 1: توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس: 61

الجدول رقم 2: توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي: 62

الجدول رقم 3: استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي.....63

الجدول رقم 4: أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:.....64

الجدول رقم 5: مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي: 66

الجدول رقم 6: عدد الحسابات التي يملكها أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي....68

الجدول رقم 7: الوسيلة التي يتصفح عبرها أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب الجنس والمستوى الجامعي:.....69

الجدول رقم 8: الهدف من استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي:.....71

الجدول رقم 9: حاجات أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:.....73

الجدول رقم 10: اهتمام أفراد العينة بقضايا المجتمع حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي. 75

الجدول رقم 11: نوع القضية التي تهم أفراد العينة حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي. 77

الجدول رقم12: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة اهتمام أفراد العينة بقضايا المجتمع الجزائري: 79

الجدول رقم 13: مساهمة الموقع الذي تستخدمه أفراد العينة في معالجة القضايا التي تهتم بها حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي: 80

الجدول رقم 14: مساهمة الموقع الذي تستخدمه أفراد العينة في تكوين اتجاهاتهم حول القضايا المتداولة حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي: 81

الجدول رقم 16: شكل النقاشات التي تدخل فيها أفراد العينة: 82

الجدول رقم 17: الأشخاص الذين تناقش معهم أفراد العينة قضاياهم حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:.....83

الجدول رقم 18: أشكال مشاركة أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول مختلف القضايا المطروحة حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي: 85

الجدول رقم 19: المواضيع التي يفضل أفراد العينة مشاركة النقاش حولها حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي. 87

الجدول رقم 20: درجة اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول قضايا المجتمع الجزائري حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي: 89

الجدول رقم 21: مدى تعويض مواقع التواصل الاجتماعي الاعلام التقليدي لدى أفراد العينة من حيث الاعتماد عليها في زيادة المعرفة حول قضايا المجتمع الجزائري حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي:.....91

الجدول رقم 22: تغيير أفراد العينة لموقفهم إزاء قضية ما بسبب معلومات وردت في مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي: 93

الجدول رقم 23: رأي أفراد العينة حول تضليل مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا المجتمع الجزائري حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي: 94

الجدول رقم24: رأي افراد العينة في تخصيص مواقع التواصل الاجتماعي لمساحات كافية لمعالجة قضايا المجتمع الجزائري الراهنة حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي: 95

الجدول رقم25: تقييم افراد العينة لمساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام حول قضايا المجتمع الجزائري حسب متغيري الجنس والمستوى الجامعي: 96

فهرس المحتويات

مقـــدمـــــة: _____ *أ*

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة _____ ***5***

1-إشكالية الدراسة: _____ *5*

2-تساؤلات الدراسة: _____ *6*

3-أسباب اختيار الموضوع: _____ *6*

4-أهمية الدراسة: _____ *7*

5-أهداف الدراسة: _____ *7*

6-نوع الدراسة: _____ *8*

7-منهج الدراسة وأدواته: _____ *8*

9-مجتمع وعينة الدراسة: _____ *14*

10-حدود الدراسة: _____ *16*

11-الدراسات السابقة: _____ *17*

12-أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة: _____ *21*

الفصل الأول: مدخل الى مواقع التواصل الاجتماعي _____ ***23***

تمهيد: _____ *23*

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي _____ *24*

المبحث الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي. _____ *26*

المبحث الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي 28
المبحث الرابع: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي 29
المبحث الخامس: مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي 32
المطلب الأول: المجال السياسي 32
المطلب الثاني: المجال الاجتماعي 33
المطلب الثالث: المجال الاقتصادي 34

الفصل الثاني: مدخل الى الرأي العام والرأي العام الالكتروني **38**

تمهيد: 38
المبحث الأول: مفهوم الرأي العام. 39
المبحث الثاني: نشأة الرأي العام ومقوماته. 41
المطلب الأول: نشأة الرأي العام 41
المطلب الثاني: مقومات الرأي العام 42
المبحث الثالث: خصائص الرأي العام وأنواعه. 44
المطلب الأول: خصائص الرأي العام 44
المطلب الثاني: أنواع الرأي العام 44
الفرع الأول: حسب النطاق الجغرافي 45
الفرع الثاني: حسب الاستمرارية 46
الفرع الثالث: حسب درجة الظهور 47
المبحث الرابع: الرأي العام الالكتروني. 47
المطلب الأول: تعريف الرأي العام الالكتروني 47
المطلب الثاني: مميزات الرأي العام الالكتروني 48
المطلب الثالث: أدوات الرأي العام الالكتروني 49
الفرع الأول: قضية خاشقجي 52
الفرع الثاني: قضية جورج فلويد 53
الفرع الثالث: قضية غلاء الأسعار 54
المطلب الثاني: نماذج محلية 55
الفرع الأول: قضية كمال شيخي(البوشي) 55
الفرع الثاني: قضية عياش محجوبي 56
خلاصة: 58

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة **60**

تمهيد: 60
1-تحليل البيانات وتفسيرها: 61
المحور الأول: البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة: 61
المحور الثاني: تحليل بيانات المحور الثاني الخاص بعادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: 63
المحور الثالث: قضايا المجتمع الجزائري التي تهم الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي: 75
المحور الرابع: مساهمة النقاش حول قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الطلبة الجامعيين: 82
المحور الخامس: درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر بديل للحصول على المعلومات 89

خلاصة: _____ 99

2-نتائج الدراسة: _____ 100

خاتمة _____ 104

قائمة المصادر والمراجع _____ 106

المـــــلاحـــــق _____ 116

قائمة الفهارس _____ 123