وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الدكتور يحيى فارس – المدية–

كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية

قسم الإعلام و الاتصال

فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي الجزائري–الفيسبوك أنموذجا–

دراسة وصفية تحليلية على عينة طلبة جامعة المدية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

العيدي موسى

إعداد الطالبتين:

- فحيص شريفة
- زيوش إيمان

السنة الجامعية: 2020/ 2021


بسم الله الرحمن الرحيم

كلمة الشكر و التقدير

اشكر الله عز و جل الذي وفقني و أعانني على انجاز هذا البحث و يسر السبيل له، و أهدانني إلى طريق العلم.

أتقدم بالشكر إلى الأستاذ " العيدي موسى" الذي أشرف على هذه المذكرة و مد لنا يد العون و لم يبخل علينا، بنصائحه و توجيهاته، كما لا أنسى أن أتوجه بكلمة تشكر إلى كل الأساتذة الذين علمونا حرفاً و لقنونا درساً من ابتدائي إلى التخرج.

الإهداء:

إلى كل من كان سنداً لي في حياتي وعونا في دراستي أهدي ثمرة جهد :

إلى أبر مخلوق منح لي الحياة و أخرجني إلى النور أمي الحنون "**زهرة**" إلى أعز إنسان ربّاني و شجعني. إلى من رسم لي طريقي فخري و اعتزازي أبي الغالي "**رابح**".

أطال الله عمرهما.

إلى من تقاسمت معهم حب الأب و حنان الأم إخوتي "محمد صحراوي" و "عيسى"، إلى أخواتي الفضيلات "فاطمة" "يامنة" "ساليمة" "حورية" "كريمة" "سمية".

إلى زوجة أخي"صليحة"

إلى أولاد أخي و أخواتي كل فرد باسمه.

إلى صديقات دربي "حياة" "فوزية" "فاطمة".

إلى زميلتي إيمان التي تقاسمت معي إنجاز المذكرة.

فحيص شريفة.

الإهداء:

الحمد لله الذي أعلانا في درجات ووفقنا في خطوات و أعطانا العلم و الشهادة، فله الحمد في السموات و الأرض نتقدم بها العمل إذا ما اقرنا طاعتهما بطاعة الرحمن قال الله عز وجل" **{و اخفض لهما جناح الذل من رحمة و قل رب ارحمهما كما رباني صغيرا}** سورة الإسراء 24.

كانت أول شخص قبلني بدفء و صدق و حنان، كانت أول انسان زرع في قلبي الأمل و الإيمان، وعلمتني كيف أخطوا الخطوة الأولى، وكيف أحلم.

كانت الشخص الوحيد الذي أمنا بي منذ البداية... حتى رسختي فيا الثقة في النفس قبل الإرادة. إليك يا مصدر الحب و الحنان و الأمان و العطاء يا موقع الرحمان "أمي" رحمك الله و أنزل عليك ألف رحمة و اسكنكي الفردوس الأعلى.

إلى من أفنى عمره من أجل أن براني أعناق النجاح إلى من رباني على الأخلاق الفاضلة إلى رمز كفاحي الذي علمني أن الحياة صمود، إلى الذي هو زهرة حياتي و المصباح الذي ينير دربي "أبي الغالي" أطال الله في عمره.

إلى أصحاب الضمائر الحية الذين عاهدوا لأنفسهم على الإخلاص، فكانوا خير مثال للصدق و الوفاء إلى اخوتي حفظهم الله و رعاهم و جعلهم ذخائر و مشعلاً للأمة الإسلامية إن شاء الله "بلال" "محمد" "هناء".

إلى كل الأهل و الأصدقاء و الأحبة و أصدقاء الدراسة و طلبة الإعلام و الاتصال و إلى كل من يعرفني من قريب أو بعيد.

و يفوتني أن أشكر كل من دعمني و ساعدني في انجاز هذا البحث أخوى و أخوات و موظفي إدارة الإعلام و الاتصال و بخصوص المكتبة .

زيوش إيمان

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الورقة لدراسة الوعي السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك هو ظاهرة اجتماعية حديثة عرفتها المجتمعات العربية و الإسلامية بأكملها و أولها الجزائر، فهو يساعد عللا بناء مواقف الأفراد و اتجاهاتهم في جميع الميادين و المجالات و أهمها المجال السياسي لذلك أضحت الفضاء الأول لمناقشة و نشر الأفكار السياسية و تنمية الوعي السياسي و بث الروح الوطنية من خلال تنظيم و تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر لأجل تحقيق التغيير الاجتماعي و السياسي المرغوب فيه.

إذ بين الحراك الذي شهدته الجزائر منذ 22 فيفري 2019 أهمية موقع التواصل الاجتماعي بحيث أنها أصبحت وسيلة فعالة في تغطية الأحداث و تعزيز هامش الحرية و الديمقراطية و البحث عن آفاق للتغيير السياسي، كما أتاحت الفرصة لنقل الأخبار و المساهمة في كشف الحقيقة لخلق وعي سياسي و على هذا الأساس فالدراسة تسعى إلى تسليط الضوء على دوافع استخدام الطلبة لمنصة الفيسبوك من أجل تشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي، و مدى معرفته و متابعته للأحداث السياسية التي يقدمها موقع فيسبوك حول الحراك الشعبي في الجزائر و ذلك بإتباع المنهج الوصفي و بالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات و البيانات حيث تم توزيعها على عينة من الطلبة تمثلت في 70 طالب جامعي.

الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي، الرأي العام، الحراك الشعبي الجزائري، الفايسبوك.

Study summary:

This paper aims to study political awareness through social networking sites. Facebook is a modern social phenomenon known to all Arab and Islamic societies, the first of which is Algeria. Politics, developing political awareness and spreading the national spirit through organizing and activating the popular movement in Algeria in order to achieve the desired social and political change.

The movement that Algeria has witnessed since February 22, 2019 demonstrated the importance of the social networking site, as it has become an effective means in covering events, strengthening the margin of freedom and democracy, and searching for prospects for political change. This basis, the study seeks to shed light on the motives of students' use of the Facebook platform in order to form the public opinion of the popular movement, and the extent of its knowledge and follow-up on the political events presented by Facebook about the popular movement in Algeria, by following the descriptive approach and relying on the questionnaire as a tool for collecting information The data was distributed to a sample of students, which consisted of 70 university students.

key words:

Social networking sites, public opinion, the Algerian popular movement, Facebook.

المقدمة

مقدمة:

لقد شهد المجتمع الجزائري تغييرات وأحداث كبيرة متتالية إلى المستويين السياسي والاجتماعي، منها الحراك الشعبي الذي حدث في 22 فبراير 2019، أين خرج الشعب الجزائري معبرا عن رأيه ومطالبه اتجاه السلطة الحالية أنداك، فهذا الفعل الاجتماعي والحدث السياسي ظاهرة اجتماعية وجب الالتفات لها من كل الجوانب لفهم أسباب ودوافع التعيير الاجتماعي.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي إحدى وسائل التطور التكنولوجي والتي كان لها الدور الفعال في التأثير على أنواع الاتصال الإنساني، كما أنها أخذت حيزا كبيرا في حياة الأفراد نظرا لاستقطابها أعداد كبيرة من المشتركين من خلال ما تحدثه وما تقدمه من خدمات تمكنت بفضلها من السيطرة بطريقة مباشرة وغير مباشرة على سلوكيات وأفكار ومواقف الأفراد والجماعات ومن بين هذه المواقع الفيسبوك.

يعد الفيسبوك من أحدث منتجات تكنولوجيا اتصالات وأكثرها شهرة، رغم انه أنشئ في الأساس، اجتماعي واقتصادي من خلال تداول المعلومات عبر مختلف الوسائط، وقد أصبح الفيسبوك اليوم مناهم المواقع التي ساعدت على اكتساب عادات وسلوكيات جديدة وأداة في الوعي سياسي، اجتماعي، ثقافي.

حيث أكد استخدام الواسع للفيسبوك، وكذا الدور الكبير الذي لعبه من أجل تشكيل الرأي العام من خلال التفاعلات على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) من اجل تحريك الشباب في خروج في موجات الحراك الشعبي التي شهدتها الجزائر في يوم 22 فيفري 2019 وكان الفضل كل هذا للفيسبوك الذي لعب دور رئيسي للتخطيط وتنظيم هذه الحركات والخروج في مظاهرات والعصيان المدين، وهذا من أجل السعي وتقييم طبيعة النظام السياسي.

وبذلك باتت شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) ليست فقط وسائل بديلة للتعبير الرأي العام، أو وسيطا يتم عبره التواصل السياسي لإبلاغ الرسائل للفئات الاجتماعية المختلفة، بل هو عامل من عوامل تشكيل الرأي المؤثر على المواطن من خلال ما ينشر على صفحات ومواقع التواصل.

و لمعرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في تشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي الجزائري قمنا بمعالجة الموضوع على النحو التالي:

تضمن الفصل الأول إشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية أما بالنسبة للفصل الثاني أدرجنا فيه شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام. وتضمن ثلاثة أجزاء، الأول شبكات التواصل الاجتماعي تناولنا فيهه مفهوم الشبكات الاجتماعية، تاريخ ونشأة هذه الشبكات الاجتماعية (الفيسبوك).

أما الجزء الثاني الرأي العام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وتناولنا فيه: مفهوم الرأي العام. نشأة الرأي العام. عوامل وتشكيل الرأي العام.

في حين الجزء الثالث: الفيسبوك وتشكيل الرأي العام وتناولنا فيه نماذج فعلية توضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحويل الرأي العام الإلكتروني للرأي العام الواقعي بالحشد والتعبئة الافتراضية الفيسبوك أهم مؤثرات الحراك الشعبي الجزائري، الفيسبوك والتحولات السياسية في الجزائر.

أما بالنسبة للفصل الثالث الحراك الشعبي والتحولات السياسية أدرجنا فيه، جزئيين الأول الحراك الشعبي وتناولنا فيه، مفهوم الحراك الشعبي وملامحه، مطالب ومظاهر سلبية الحراك الشعبي بالجزائر، أليات المتفاعل في الحراك الشعبي في حين الجزء الثاني جاء تحت عنوان الحراك الشعبي ومواقع التواصل الاجتماعي وتناولنا فيه، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في صناعة الرأي العام وتشكيله، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الحراك الشعبي الجزائري،

وأخيرا اختتمنا دراستنا بعرض وتحليل وتفسير النتائج

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الإشكالية:

تعد الانترنت أحد أدوات النشأة الحديثة الذي يكتسب من خلالها الفرد مجموعة القيم اللازمة لبناء وتحديدا اتجاهاته بل أصبحت ساحة للتفاعلات والتجاذبات بين القيم الموجودة في مجتمع والقيم الجديدة التي ظهرت نتيجة لظهور أشكال حديدة للتواصل بين الأفراد لعل أبرز التأثيرات لهذه الشبكة تتمثل في ظهور أنماط جديدة من وسائل الإعلام أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" والذي لعب دور على نشر وتوطيد الأفكار السياسية على مختلف أنواعها يعتبر إضافة للوسائل الحديثة التي أتحت لكل أطياف المجتمع الفرصة للتعبير الحر عن رأيه بدون قيود المختلفة ودون تعرضه للمضايقات من أي جهة كانت وهذه الحرية ساعدت المواطن في خطو هذه الخطوة نحو التغير السياسي، خاصة في الجزائر حيث برز استخدامه بشكل واضح في الحياة السياسية، في حين أن الحراك الشعبي كان أحد أبرز تداعيات للانتخابات الرئيسية 2019 والسعي إلى تغيير طبيعة النظام السياسي و نتيجة لأهمية الحراك الشعبي ومطالبة بترسيخ العملية الديمقراطية، والدور الذي لعبة الفيسبوك في تشكيل أراء حوله.

جاءت دراستنا هذه من أجل محاولة معرفة الدور الذي لعبه الفيسبوك في تشكيل الرأي العام الجزائري نحو الحراك الشعبي كأحدث القضايا السياسية البارزة الراهنة في الجزائر.

وعليه تتلخص مشكلة موضوع دراستنا في التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو دور الذي لعبه الفيسبوك في تشكيل الرأي العام الجزائري نحو الحراك الشعبي؟

تساؤلات الدراسة يندرج تحت عنوان الرئيسي أسئلة فرعية تساعد في دراستنا وهي كالتالي:

- ما هي دوافع استخدام الطلبة الجامعين للفيسبوك؟
- ما علاقة الرأي العام والفيسبوك؟
- ما هي تأثيرات الفيسبوك على تشكيل الرأي العام الخاص بل الحراك الشعبي الجزائري؟

أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

1.جدية الموضوع

2. الاهتمام والميول الشخصي للموضوع التابع من الُر الكبير الذي تلعبه مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد والجماعات.

3. محاولات التعرف على مدى فاعلية وأهمية مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة " الفيسبوك".

4. الفضول العلمي في اختبار دراسة الموضوع.

أسباب موضوعية: تتمثل في

1-السعي لإبراز دور وقوة موقع الفيسبوك كقوة فاعلة في المجتمعات والقدرة على الحشد الجماهير وتوجيههم نحو القضايا المختلفة.

2-محاولة معرفة لماذا ازداد الاهتمام بهذه المواقع وجعلها بديلا أساسيا في تلقي المعلومة وهجر الوسائل التقليدية (وسائل الإعلام).

3- اثراء موضوع الدراسة ومحاولة الكشف وإزالة اللبس عن كيفية تأثير هذا الموقع على الرأي العام في الجزائر وخاصة فئة الطلبة حول الحراك الشعبي 2019.

أهداف الدراسة:

-تكمن أهداف الدراسة في الأتي:

1.معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في تشكيل الرأي.

2.معرفة مدى استفادة طلبة جامعة المدية من موقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك".

3.معرفة المضامين التي يتداولها الطلبة بجامعة المدية على مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك" خاصة أيم الحراك الشعبي.

4.توضيح إيجابيات وسلبيات موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وتأثيره في الرأي العام الخاص بالحراك الجزائري.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

1) دور التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك في تشكيل الرأي العام حول الحراك الشعبي 2019 بالجزائر.

2) مواقع التواصل الاجتماعي(فيسبوك) أصبحت الوسيلة الإعلامية البديلة والأكثر استخداما لدى جميع شرائح المجتمع الجزائري وما يوفره من معلومات حصرية.

3) تكمن أهمية الدراسة من خلال محاولاتها الوصول إلى تأثيرات موقع الفيسبوك في الرأي العام حول الحراك الشعبي الجزائري 2019، وعن مواطن القوة ولضعف التي تعكسها هذه الشبكة.

4) أهمية هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام وتكوينه. إذ تعد أحد مستجدات تكنولوجيا الرأي العام في الحصول على المعلومات الالكترونية المفيدة، التي تخدم القضايا السياسية والاجتماعية بما تحتويه من مواد سواء كانت نصية أو رسوم ثابتة ومتحركة وغير ذلك.

مصطلحات الدراسة:

مفهوم الشبكات الاجتماعية لغة:

-**تعريف الشبكة لغة:** هي من سبك الشيء سبكا. تداخل بعضه ببعض واشبك الخلط والتداخل ومنه تشبيك الأصابع والشبكة شبكة الصيانة التي يصيد بها في البر والبحر والجمع الشبك وشباك.[1]

أما الاجتماع لغة: فهو جمع الجيم والميم والعين أصل واحد يدل على تضام الشيء يقلل حجمها الشيء جمعا.[2] والاجتماعي هي اسم مفرد منسوب إلى اجتماع وهو التقاء أفراد في مكان وزمان معينين لتبادل وجهات النظر.[3]

---

[1] أبن منظور، **لسان العرب**، مجلد 14، دار صادر، ط1، بيروت 1990، ص447.

[2] الزيان إبراهيم مصطفي وآخرون **المعجم الوسيط**، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، دس، ص 471.

[3] أحمد مختار عبد الحميد وآخرون، **معجم اللغة العربية المعاصر**،ط1،عالم الكتب،مصر،2008،ص393

أما اصطلاحا فنعني بالاجتماع: أن ينطلق هذا الوصف ليعبر عن نسيج مكون من صلات اجتماعية تلك التي يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبين.[1]

تعريف الشبكات الجماعية الالكترونية اصطلاحا:

هي مجموعة من وسائل الاعلام الاجتماعي تسمح لمستخدميها بتكوين وتنظيم وتحرير وتكامل محتوى الويب.

-كما تعرف على أنها مجموعة من التطبيقات تساهم في زيادة التفاعلات الاجتماعية وتوفير مساحات مشتركة من التعاون وإتاحة الاتصالات الاجتماعية وتبادل المعلومات بشكل هائل في بيئة الانترنت.

إجرائيا: هي منظمات تواصل شبكي يقوم المشاركون فيها باستغلال بروفايل خاص يتكون من المضامين التي يوفرها المستخدم والأصدقاء والموقع والاستعراض العام لعلاقاتهم والتي بإمكان الاخرين الاطلاع عليها وكذا الوصول إلى عدد كبير من المضامين في أشكال متنوعة فيديوهات، نصوص، صور أو مزيج منها.

مفهوم الرأي العام: ينقسم إلى كلمتين رأي، عام. ويعرف الرأي لغة بأنه لفظ يدل على الاعتقاد بشأن موضوع ما. والعقل والتدبر والنظر والتأمل. أما كلمة عام فتقال للعام من كل أمر وهو عكس خاص أي عدد كبير من الناس.[2]

اصطلاحا: تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس بصدد ما يرونه في موضوع ما، يكون ذلك التعبير في صورة تأييد أو معارضة لوضع ما أو لشخص معين. بحيث تكون المجموعة كافية للتأثير بصورة مباشرة أو غير مباشرة تجاه الموضوع المقصود.[3]

مفهوم الحراك:

اصطلاحا: عرفه كوفمان بأنه ظاهرة تخص المجتمع الحضاري بوجه خاص. والحراك سمة أساسية للمجتمع الديمقراطي ولا يعتمد الحراك على الفرص المتاحة وحسب، وإنما يعتمد كذلك على الدوافع الشخصية حيث يسعى الفرد للوصول إلى مستويات أفضل.

---

[1] محمد المصري، **المجتمع الإسلامي**، دار الكتاب العربي، ص12.

[2] ابن منظور، مرجع سابق، ص 291.

[3] عاطف عدلي العبد، **الرأي العام وطرق قياسه الجوانب والأسس المنهجية النماذج التطبيقية والتدريبات العلمية**، دار الفكر العربي، مصر، 2006، ص 14.

إجرائيا: هو عملية إحداث تغييرات سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية وإيديولوجية داخل مجتمع ما ومحاولة الانتقال من حالة لحالة أخرى نتيجة لتردي الأوضاع السائدة.

مفهوم الحراك الشعبي الجزائري:

إجرائيا: هي احتياجات شعبية واسعة اندلعت في 22 فيفري2019 في عديد المدن الجزائرية للمطالبة بعدم ترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لفترة خامسة وذلك يعد ما يرشحه حزب جبهة التحرير الوطني للمشاركة في السياق الانتخابي، ليعلن بعدها استقلاله تحت الضغط الشعبي الكبير لتتواصل بعدها المسيرات والمظاهرات الشعبية للمطالبة برحيل جميع رموز نظام بوتفليقة وحاسبتها وتأجيل إجراء الانتخابات وتشكيل هيئة رئاسية وحكومة كفاءات وطنية ولجنة مستقلة لتنظيم ومراقبة الانتخابات نزيهة يكون رئيسها منتخب من طرف الشعب.

منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة للمنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى دراسة الواقع الأحداث والظواهر وتحاول تحليلها وتفسيرها من اجل التصحيح هذه الواقعة أو إجراء تعديلات فيها واستعماله وتطويره حيث يعرفه محمد زيان عمران أن البحوث الوصفية تقوم على تقرير وتحليل الحقائق تحليلا دقيقا وهي تتميز بكونها نصب على الوقت الحاضر أي أنها تتناول أشياء موجودة بالفعل على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة التي تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى تصل إلى نتائج معلومة.[1]

وبما أن موضوع دراستنا تهتم بالبحث في كيفية تأثير وتكوين المواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام الخاص بل الحراك الجزائري، فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لأنه يناسب منهج من المناهج العلمية الملائمة لموضوع بحثنا وتستهدف وصف المواقف والظواهر وجمع الحقائق الدقيقة عنها بهدف تحدي الظاهرة والمواقف تحديد دقيقا ورسم صور متكاملة له تتسع بالواقعية والدقة.[2]

ويعرف الدكتور عمار بوحوش الوصف على أنه طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفيها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة

[1] قاسم محمد، **مدخل إلى مناهج البحث العلمي**، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، القاهرة، ص 203.

[2] سمير محمد حسن، **بحوث الإعلام والأسس والمبادئ**، علم الكتب القاهرة، 1991، ص 97.

والعوامل التي تتحكم فيها استخلاص النتائج لتعميمها ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة من خلال جمع البيانات وتنظيميها وتحليلها.[1]

واختيارنا المنهج الوصفي التحليلي وتطبيقه ميدانيا اختيار في محله يتماشى مع طبيعة الموضوع لوصف سمات وخصائص المواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) وطرق وكيفية تكوين وتأثير على الرأي العام الخاص بل الحراك الشعبي الجزائري.

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع البحث: الذي يعرفه موريس أنجرس على انه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي ترتكز عليها الملاحظات وفي هذه الحالة أو تلك تستطيع تحدي مقياس يجمع بين الأفراد والأشياء ويميزهم عن غيرهم من الأفراد والأشياء.[2]

كما انه مجتمع أو الدراسة هو مجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة. الذي يرغب في تعميم النتائج عليه.[3]

وعليه فإن مجتمع البحث أو الدراسة الخاص بهذه الدراسة تتمثل في جميع طلبة علوم الاعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة المدية.

عينة الدراسة:

توجد عوامل تحدد حجم العينة منها طبيعة المجتمع المدروس أسلوب الدراسة موضوع دراسة ومدى الدقة المطلوبة في النتائج.[4]

وتعتبر هذه العينة مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام النتائج وتدعيمها على عامل المجتمع الأصلي.[5]

---

[1] عمار بوحوش ومحمد محمود الذهبيات، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث** ط2، ديوان المطبوعات الجامعة، الجزائر، 1995، ص 107

[2] موريس انجرس **منهجية العلوم الإنسانية**، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، ط2، دار القصبة، الجزائر، 2004، ص 298.

[3] M Aych.op.cit.p352

[4] مرجع سابق، ص298.

[5] M Aych.op.cit.p352

وتتمثل العينة نموذجا يشمل جانب أو جزءا من حوادث المجتمع الأصلي المعني بالبحث وهذا النموذج أو الجزء يعني البحث عن الدراسة وكل الوحدات ومفردات المجتمع الأصلي خاصة في حالة صعوبة واستحالة كل تلك الوحدات.[1]

فإن أنسب عينة لدراستنا في العينة غير الاحتمالية (قصدية عمدية) حيث يختار الباحث مفردات بها يخدم أهدافه البحث يتوافق مع متطلبات المنهجية.[2]

ففي هذه الدراسة تم اختيار فئة الطلبة الإعلام والاتصال لمعرفة رأيهم في دور المواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تكوين الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي الجزائري.

وعلى هذا السبب اختيارنا العمدي للعينة هو توفر العدد الإجمالي للطلبة الذين يشاركونا على المواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، وبذلك تم استخدام عينة من جمهور طلبة علوم الإعلام والاتصال قومها 70 مفردة، موزعة على 70 استمارة.

أدوات الدراسة:

يستخدم الباحث أكثر من طريقة او أداة لجمع المعلومات حول المشكلة الدراسة والإجابة عن التساؤلات.[3]

تتحدد أدوات البحث حسب نوع المنهج المتبع من خلال اعتماد دراستنا على منهج الوصفي فإن من أهم أدواته المناسبة لجمع البيانات نجد الاستبيان.

تعتبر الاستمارة (الاستبيان) من أنسب الأدوات البحثية التي تمكننا من الوصول على قدر هائل من المعلومات حول المجتمع البحث أو عينة الدراسة.

يعرف الدكتور محمد عبد الحميد الاستمارة بأنها أسلوب لجمع البيانات تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطاقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق او أراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في تقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.[1]

---

[1] محمد عبيدات وآخرون **منهجية البحث العلمي**، ط1، دار وائل للنشر، 1999، ص 91.

[2] محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط2، عالم الكتب، قاهرة، 2004، ص141.

[3] ربعي مصطفي عليان، محمد غنيم عثمانّ، **مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص81.

كما يعرف أنه أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريقة إعداد الاستمارات يتم تعبئتها من خلال عينة ممثلة من الأفراد، ويسمى الشخص الذي يقوم بملأ الاستمارة المبحوثين.[2]

هي أيضا أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبطة بأسلوب منطقي يجرى توزيعها على أشخاص معنيين.[3]

مجالات الدراسة:

أ. المجال المكاني: نظرا لمعرفتنا للمكان وإمكانية الوصول إليه مما يعني إلغاء عاملي المدة الزمنية وبعد المسافة للاتصال بالمبحوثين ولو نسبيا فقد أجابت هذه الدراسة على مستوى علوم الإعلام والاتصال بجامعة الدكتور يحي فارس ولاية المدية وقد تم اختيار كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية على اعتبارات تتم التركيز على الطلبة الإعلام والاتصال التابعة لهذه الكلية ذلك أن هؤلاء الطلبة أكثر احتكاك واستخدام للمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) من جهة ومتابعة الأخبار والاطلاع على مواقع في الفيسبوك من جهة الأخرى.

ب. المجال الزمني: لقد تم الشروع في انجاز هذه الدراسة منذ فيفري 2021 حيث كانت البداية بجمع المادة النظرية المتعلقة بالموضوع.

ج. أما الجانب الميداني للدراسة: لقد شرعنا في إنجازه في شهر مارس 2021، حيث تم انجاز استمارة الاستبيانية وعرضها على المبحوثين.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية " لكل من الباحثين عبد الكريم على الديسي وزهير ياسين الطاهات مذكرة لنيل شهادة الماجيستير سنة 2013.

تمثلت إشكالية الدراسة في أي شبكات التواصل الاجتماعي تشكل في العالم العربي رافدا أساسيا لتعزيز الديموقراطية أو في زعزعة الأمن والاستقرار نتيجة لقدرتها على التأثير وتشكيل الرأي العام. وقد عدت هذه الشبكات قوة متصاعدة بين فئات الشباب الأردني لاسيما طلبة الجامعات. هذا ما فتح المجال أمام الباحثين

---

[1] محمد عبد الحميد، **دراسات الجمهور في بحوث الاعلام**، ط1، عالم الكتب القاهرة، مصر، 1993، ص 183.

[2] يحي مصطفي عليان، مرجع سابق، ص 82.

[3] مرجع سابق، ص 82.

الدراسة ظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثرها في تشكيل الأراء في الجامعات الرسمية والخاصة في الأردن.

الدراسة الثانية: دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية نموذجا كل من الباحثين، مبارك زودة من جامعة الحاج لخضر باتنة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص الاعلام والاتصال الحديثة وقد قدمت المذكرة في السنة الجامعية 2011-2012.

تمثلت إشكالية الدراسة في أن الاعلام الاجتماعي أصبح قوة ضغط عالمية في القرن الحادي والعشرون وتحول إلى مصدر قلق الكثيرين من الحكومات كما هو الحال بالنسبة للويكيلكس الفيسبوك، تويتر، الذي تسبب في انتشار الحوف وسط دول كثيرة خاصة في ظل توسيع نطاق استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من الدردشة وتفريغ الشحن العاطفي لتبادل الشباب وجهات النظر على المستوى الثقافي والأدبي والسياسي والمطالبة بتحسين الحياة السياسية والاقتصادية لتشكيل حركات الرفض الشبابية التي عرفتها تونس، مصر، ليبيا...

ومن هنا جاءت الإشكالية على النحو الاتي: ما هو الدور الذي لعبة الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي؟

الدراسة الثالثة: تحت عنوان شبكات التواصل الاجتماعية ودورها في تشكيل الرأي العام الجزائري الفيس بوك وظاهرة اختطاف الأطفال نموذجا لكل من الباحثات شايبي نرجس، سفياني سهيلة ومواس موسى وقد قدمت المذكرة في السنة الجامعية 2015-2016.

-سعت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" في تشكيل الرأي العام الجزائري حول ظاهرة اختطاف الأطفال، وتسليط الضوء على ظاهرة اجتماعية حديثة العهد من حيث طبيعتها وأسبابها.

الدراسة الرابعة: دو الشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، جامعة أم القرى، قسم الاعلام، كلية العلوم الاجتماعية 2012-2013م. لطالب أسامة غازي المدني.

- تتلخص مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي الاتي.

- ما طبيعة الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية.

الدراسة الخامسة: الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايسبوك. أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال، تخصص علوم الاعلام والاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، 2017-2018 للطالبة بضياف سهيلة.

تلخصت إشكالية هذه الدراسة في التساؤل التالي:

-ماهي العلاقة بين شبكة الفايسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري؟

الدراسة السادسة: دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام في الجزائر، دراسة ميدانية من قراء المدونات، رسالة مقمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية علوم والاتصال والسمعي والبصري، جامعة قسنطينة3، 2016-2017 للطالبة نزعة حنان.

-تتلخص إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

-ما دور المدونات الالكترونية في تشكيل الرأي العام لدى القراء حول القضايا الداخلية في الجزائر؟

خطة البحث

خطة البحث:

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي

إشكالية

أسباب اختيار الموضوع

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

مصطلحات الدراسة

منهج الدراسة

مجتمع و عينة البحث

أدوات الدراسة

مجالات الدراسة

الدراسات السابقة

الفصل الثاني :شبكات التواصل الاجتماعي و تشكيل الرأي العام.

المبحث الأول :شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول :مفهوم الشبكات الاجتماعية.

المطلب الثاني :تاريخ و نشأة الشبكات الاجتماعية.

المطلب الثالث :نموذج من الشبكات الاجتماعية) فيسبوك.(

المبحث الثاني :الرأي العام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول :مفهوم الرأي العام.

المطلب الثاني :نشأة الرأي العام.

المطلب الثالث :عوامل تشكيل الرأي العام.

المبحث الثالث :الفيسبوك و تشكيل الرأي العام.

المطلب الأول :نماذج فعلية توضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحويل الرأي العام الالكتروني للرأي العام الواقعي بالحشد و التعبئة الافتراضية.

المطلب الثاني :الفيسبوك أهم مؤثرات الحراك الشعبي الجزائري.

الفصل الثالث:الحراك الشعبي و التحولات السياسية.

المبحث الأول :الحراك الشعبي.

المطلب الأول :مفهوم الحراك الشعبي و ملامحه.

المطلب الثاني :مطالب و مظاهر سلمية الحراك الشعبي بالجزائر.

المطلب الثالث :آليات التفاعل في الحراك الشعبي.

المبحث الثاني :الحراك الشعبي و مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول :وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في صناعة الرأي العام و تشكيله.

المطلب الثاني :دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الحراك الشعبي الجزائري.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية

الخاتمة

الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي و تشكيل الرأي العام

الفصل الأول: شبكات التواصل الاجتماعي و تشكيل الرأي العام

المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

مفهوم موقع التواصل الاجتماعي مثير للجدل، نظراً لتداخل الآراء و الاتجاهات في دراسته. بعد أن عكس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلقت هذه التسمية على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد و الجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة، وتشير أيضاً إلى: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء و التجمع على الانترنت و تبادل المنافع و المعلومات، و هي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.[1]

و يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي على أنها، منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات و هويات نفسها.

كما تعتبر هذه الشبكات من أكثر و أوسع المواقع على شبكة الانترنت انتشاراً و استمراراً لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد و جماعات المستخدمين لها، حيث تمكنهم من التواصل و تبادل الأفكار و الآراء و المعلومات و الملفات و الصور و أفلام الفيديو، و يعرفها محمد عواد على أنها: تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، و قد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً لطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.[2]

و تعرف أيضاً : على انها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون و في أي مكان من هذا العالم واكتسب اسمها الاجتماعي لتصبح وسيلة تعبيرية و احتجاجية، و أبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي(الفايسبوك، تويتر، اليوتيوب) و أهمها هي شبكة الفايسبوك التي لم يتجاوز عمرها الست سنوات. و بلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص من كافة أنحاء العالم.[3]

[1] -مي عبد الله، **الاتصال و الديمقراطية**، دط، بيروت، دار النهضة العربية، 2005، ص 21
[2] -نادية بن ورقلة، **دور الشبكات التواصل الاجتناعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي**، جامعة الجلفة، الجزائر ص3
[3] -مرجع سبق ذكره، ص3

و عرّف السون و بويد الشبكات الاجتماعية على أنها: " مواقع تتشكل من خلال الانترنت، تسمح لمستخدميها بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، و إتاحة الفرصة للاتصال مع بقية المستخدمين، و التعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال و تختلف طبيعة التواصل من موقع لأخر".

و نستنتج من التعريفات السابقة أن مضمونها يتبنى فكرة تدور حول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي بأنها:" عبارة عن تطبيقات تكنولوجية إلكترونية قائمة على نظم الجيل الثاني للويب لتحقيق التواصل و التفاعل بين مختلق الأفراد المنتشرين حول العالم بالمراسلات المكتوبة و المسموعة و المرئية مع تحقيق الاتصال الفوري الذي يحقق أكبر فائدة لتجميع الشعوب في مواقع للتواصل عن بعد".[1]

المطلب الثاني: تاريخ و نشأة الشبكات الاجتماعية:

تشير وسائل الإعلام الاجتماعي بشكل أساسي إلى الأدوات التي نستخدمها للتواصل و التفاعل مع الآخرين، و تجدر الإشارة إلى لفظ "ميديا" أو وسائل الإعلام، و قد تم استخدامه لفترة طويلة للإشارة إلى التقنيات التي يستخدمها الناس للتواصل.[2]

كان أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي بالولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الانترنت في شكل تجمعات هو موقع theglobe.com عام 1994، تلاه موقع Goéties في العام نفسه، و جاء بعدهما موقع tripod بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط علاقات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، و تشارك المعلومات و الأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات، و هو الأساس الذي قامت عليه المدونات، في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني و أهمها موقع classates.com عام 1995، و بعدها جاء موقع SixDegrees.com عام 1997، الذي يرتكز على الروابط الغير مباشرة، الملفات الشخصية للمستخدمين و الرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمة الأصدقاء.[3]

وخلال الفترة ما بين 2002 و 2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقع Friendster عام 2003، ثم تلاه موقع myspace و موقع Bebo عام 2005، حيث كان موقع Myspace الأكثر شعبية من بينها.

[1] -محمد الأمين أحمد مرزوك الجنابي، **موقع التواصل الاجتماعي و الحراك الشعبي، الاعتماد المتبادل**، ط1، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، 2020، ص57

[2] -مؤجع سبق ذكره، ص58

[3] -عبد الكريم علي، زهير ياسين، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة في الجامعات الأردنية**، مجلة الدراسات الانسانية و الاجتماعية المجلد 40 ع 1، الأردن، 2013، ص70

لما برز موقع Facebook الذي أنشأه مارك زوكربيرج Mark Zukerberg عام 2004 ليجمع زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكية، و أصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية لا سيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة.

و بهذا بدأ الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي مستفيدة من الإستراتيجية التجارية للانترنت حيث كان موقع Yahoo أول المبادرين باستغلال مواقع الشبكات الاجتماعية في إستراتيجية التجارية بإطلاق موقع Yahoo 360 في آذار 2005، كما تم شراء موقع myspace من قبل مجموعة روبرت مردوخ Rupert Murdoch في تموز 2005، تلاها موقع Friendster الذي بيع الى شركة ITV البريطانية في كانون الأول من نفس العام، وبعدها عرف الويب 2.0 ظهور الكثير من المواقع الاجتماعية قدر بعضها عام 2009 ب 200 موقع.[1]

المطلب الثالث: نموذج من الشبكات الاجتماعية (الفيسبوك)

الفيسبوك Facebook هو عبارة عن شبكة اجتماعية على الانترنت، بدأ الفيسبوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفرد "زوكربيرج" الذي أصبح فيما بعد أصغر ميلياردير في العالم، فكرة زوكربيرج كانت تقتضي بإنشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفرد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة و الإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج.[2]

و يتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء، وتصنف المجموعات على أساس الإقليم و مكان العمل و الجامعة و المدرسة. ة بإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح و اختيار مجموعة للاشتراك فيها. [3]

ويعتبر الفيسبوك اليوم أشهر شبكة اجتماعية في العالم إذ يحتل المرتبة الأولى عالمياً على عرش الشبكات الاجتماعية، و المرتبة الرابعة بين أكثر المواقع زيارة على الشبكة حسب ترتيب أليسكا متفوقاً بذلك على أقرب منافسيه ماي سبيس Myspace الذي يحتل المرتبة التاسعة بين أكثر المواقع زيارة على الويب.

يعتمد الفيسبوك على برمجيات مفتوحة المصدر حيث يمكن للمستخدمين و المطورين ابتكار و تطوير تطبيقاتهم الخاصة على الموقع، و إتاحتها للمستخدمين العاديين، و ذلك بدءاً بأبسط الاختبارات الترفيهية وصولاً

[1] -مرجع سبق ذكره، ص70

[2] -

[3] -أسامة غازي المدني، **دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة الجامعات السعودية، جامعة أم القرى نموذجاً،** مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، السعودية، 2014-2015، ص400

إلى أعقد التطبيقات التي تتيح الربط بين الموقع و بقية المواقع الخدماتية الأخرى كاليوتيوب، تويتر، ديليستوس، و غيرها من تطبيقات الإعلام الاجتماعي Social media و من مميزات الفيس بوك كذلك إمكانية إضافة الصور و الإشارة إلى أشخاص في هذه الصورة و إضافة ملفات الفيديو و الروابط الخارجية، و كتابة المدونات أو جلبها عبر تقنية RSS من مدونات خارجية، و من مميزات الفيس بوك كذلك الانضمام إلى مجموعات اجتماعية وسهولة إنشائها، و إنشاء صفحات الأعمال الرسمية و الني من خلالها يمكن التسويق للمنتجات و الخدمات، و المواقع الإلكترونية و الشخصيات الهامة و الأعمال التجارية.

وكذلك يتمتع الفيس بوك بإمكانية عمل التطبيقات الخاصة و برمجتها و التمتع بخصائصها الرائعة، و بالتالي الانضمام إلى مجموعة مطوري الفيس بوك و العديد من المميزات الأخرى.[1]

[1] - أحمد يونس محمد حمودة، **دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية**، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في قسم البحوث و الدراسات الاعلامية، القاهرة، 2013، ص 63-64-66.

المبحث الثاني: الرأي العام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم الرأي العام

شاع استخدام تعبير الرأي العام بمدلوله الحديث في خصم الثورة الفرنسية و لا عجب في ذلك فالثورة الفرنسية كسائر الثورات الكبرى ليست سوى لون من ألوان التعبير عن الرأي العام. على ان الرأي العام كان قديما بصورة أو بأخرى على مر العصور فالرأي العام مرتبط بالمجتمع الإنساني النامي أينما وجد ولا شك أن أحداثا ضخمة في تاريخ البشرية ما كان لها أن تحقق و تحدث لولا اجماع علمة الجمهور.

تعريف الرأي العام:

بالنسبة للوصول إلى تعريف محدد للرأي العام فلا زال هناك الكثير من التضارب في تعريف مصطلح الرأي العام و مازال الغموض يكتنف مفردات المفهوم... فهناك من يرى أنه التصميم على إبداء رأي معبر عن اتجاه ما يشعر به أفراد المجموعة المنتهية لجماعة محددة.

–و هناك من يراه وجهة نظر عقلية حيال قضية ما وفق معلومات معينة متاحة في وقت معين.

–الرأي العام هو مجموعة الآراء التي يعبر عنها أفراد الجماعة إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم، مؤيداً أو معارض لحالة محددة أو شخص معين أو اقتراح خاص بما يترتب عليه احتمال القيام بسلوك مباشر أو غير مباشر، وكذلك هو محصلة آراء أفراد الجماعة وبين الجماعات الأخرى، و الرأي العام كنتاج جماعي يمثل الجماعة كلها معبرة السلوك و العمل فيهما يتصل بموضوع الرأي العام.[1]

يعرّف أحمد أبوزيد الرأي العام على أنه وجهة نظر أغلب الجماعات التي لا يفوقه أو يحجبه رأي آخر و ذلك في وقت معين و إزاء مسألة تعني الجماعة تدور حولها مناقشة صراحة أو ضمانا في إطار هذه الجماعة.[2]

لقد عرّف جون ستوارت أميل الرأي العام على أنه ما يريده المجتمع أو الجزء السائد. وعرفه كلوريد كنج بأنه حكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية و أضاف و لما النتائج ضرورة أن تكون المسألة ذات اهمية للجماعة كما أضاف للتاكيد على ضرورة وسائل الإعلام حيث عرّف الرأي العام

[1] - محمد بهجت **كشك العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية**، دط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998، ص21.
[2] -محمد منير حجاب، **أساسيات الرأي العام**، ط2، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2008، ص12.

على انه تعبير أعضاء الجماعة نتيجة تفاعلهم معاً و مناقشتهم بشأن مسائل أو مشكلات موضوع اهتمامهم و عادة ما تلعب وسائل الإعلام دوراً في التفاعل.[1]

– و يعرف أيضا بأنه فكرة سائدة بين الجمهور الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة، التي تشير إلى اهتمام أو تتعلق بمصالحهم مشتركة.[2]

نشأة الرأي العام:

في ظل التجمعات البدائية الاولى كانت نظرة الإنسان البدائي إلى السلطة أو الحكام على أنهم آلهة أو انصاف آلهة، ولم يكن هناك نفوذ للرأي العام لعدم وجود وعي سياسي لدى الجماهير و مع تطور الفكر السياسي ظهرت النظريات السياسية التي اهتمت بوضع هياكل عامة للبرامج الواجب اتباعها لإيجاد حلول للقضايا و المشكلات السياسية مما ساهم بخلق مجموعات من قادة الرأي الذين جاهدوا لنشر أفكارهم و مذاهبهم السياسية بين الجماهير لاعتناقها و تطبيقها و منا بدأ الوعي السياسي ينمو لدى الجماهير.[3]

و في المجتمعات القديمة مثل مصر اعتنى الملوك و الكهنة بعمليات التأثير في أفكار الناس و معتقداتهم عناية خاصة، حيث كشفت الآثار المصرية القديمة على إدراك واعي و عميق لأهمية الرأي العام، كما كشفت عن التجار المصريين القدماء إلى أساليب متطورة من شأنها التأثير في الرأي العام و توجيه الوجهة المنشودة مثل تأليه الحاكم و تقديس الكهنة... بغرض التأثير في الجماهير و الأجيال المقبلة و كسب النفوذ عن طريق السيطرة على العقول.[4] – وعلى الرغم من ذلك فإن المفكرين السياسيين أمثال أفلاطون و أرسطو لم يستخدما مصطلح الرأي العام بنفس المعاني التي تستخدم بها الآن إلا انهم كثيرا ما كانوا يتحدثون عن الرأي الجماهيري و أهميته، حيث شكك أفلاطون بقدرة الجماهير و كفاءة، و لقد أدى اتساع الإمبراطورية الرومانية إلى ظهور ناقلي الأخبار المحترفين و إلى ظهور المنشورات.[5]

[1] -أحمد بدر، **الرأي العام طبيعة و تكوينه و قياسه و دوره في السياسة العامة**، دط، دار قباع للطباعة و النشر و توزيع، القاهرة، مصر، 1998، ص36

[2] -إبراهيم إمام **أصول الفكر الإسلامي و تطبيقاته**، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، ص263

[3] -سراج معيد، **الراي العام مقوماته و الإتصالات في النظم السياسية المعاصرة**، دط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1986، ص16-17

[4] -حجاب محمد، مرجع سابق، ص26

[5] -بدر أحمد، مرجع سابق

كما في العصر المسيحي ظهرت عبارة الاتفاق العام، و الإجماع العام و هي مبنية على فكرة الشعور الجماعي التي كان يستخدمها أنصار البابا و خصوصهم و أنصار الإمبراطورية للتعبير عن التقاليد السائدة و الاتجاهات العامة للرأي العام في المناطق المختلفة المتنازع عليها.[1]

و في العصر الإسلامي و قد كان الرأي العام واضحاً جلياً حيث أرسل الرسول صلى الله عليه و سلم دعائم الحرية في هذا المجتمع مما جعل الرأي العام يؤدي وظائفه بفعالية.[2]

و مه نهاية القرن 15 و طهور عصر النهضة في أوروبا، اخترع غوتنبارغ آلة الطباعة و انتشرت العلوم و الفلسفة و بدأ الاهتمام في دراسة العلوم الإنسانية و السلوكية التي ساهمت في ظهور الدولة القومية و في خلق حركة فكرية قوية شملت أوروبا في كافة المجالات.[3]

و في فرنسا كان جوك نيكيراول من تطرق إلى إمكانية الرأي العام في إدارة الدولة و سياستها كما شجعت الثورة الفرنسية المناقشات المتعلقة بالرأي العام.[4]

و مع بداية القرن 19 أصبح الرأي العام هو السيد ذا السلطة و السلطان يفعل الثورة الصناعية و الاكتشافات و الاختراعات العلمية ووسائل الاتصال الجديدة[5]. وقد زاد الاهتمام بالرأي العام و دراسته على المستوى النظري و التطبيقي في 40 من القرن 20 و ترى على جميع المجالات في الرأي العام في النصف الأخير من 40.

العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام:

–العادات و التقاليد و القيم وسائل الموروثات الثقافية:

تتقبل الشعوب عادة معتقداتها المتوارثة بخيرها و شرها على أساس أنها حقائق و بديهيات، وقيم لا تقبل الجدل أو إبداء الروئ، و هذه المعتقدات قد تشمل نواحي أخلاقية أو اجتماعية كانتشار جدل في أزمة سابقة، ثم انتهت إلى الصورة التي تقبلها الجميع، فدخلت طور المعتقدات و الأخلاقيات و السلوك و التقاليد المتوازنة، و رسخت عبر العصور في أذهان الجماهير و لم تعد نقاش عام، لكن في العصر الحديث، اتسعت دائرة الرأي العام

[1] -إمام إبراهيم، **العلاقات العامة و المجتمع**، دط، مكتبة تأنجلو المصرية ، القاهرة، 1976، ص 202
[2] -حجاب محمد، مرجع سابق، ص29
[3] -بدر أحمد، مرجع سابق، ص29
[4] -حاتم محمد، **الرأي العام و تأثيره بالإعلام و الدعاية**، دط، مكتبة لبنان، بيروت، 1989، ص66-67
[5] -بدر أحمد، مرجع سابق، ص36-37

و ضاق ميدان المعتقدات، فشمل كثيراً من الأمور التي كانت محرمة على النقاش، نتيجة التطور الحضاري و العلمي، التي مكنت الناس من الإطلاع على معتقدات الشعوب المختلفة.[1]

-الأسرة:

تعتبر الأسرة احدى المؤسسات الاجتماعية الهامة التي تساهم في تكوين الرأي العام، فهي البنية الرئيسية و الاولى للتنشئة الاجتماعية للفرد.

و تأثير الأسرة يتضمن غرس القيم الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و الدينية، حيث تكون للتأثيرات المكتسبة في المراحل الأولى من العمر التأثير القوي و الدائم، و من التأثيرات الهامة التي تقوم بها الأسرة عملية تشكيل الاتجاهات تجاه السلطة، و بذلك تصبح الأسرة البؤرة أو المركز المنطقي للتأثير و الذي يفوق كل الوسائل الأخرى.[2]

-وسائل الإعلام:

في العصر الحديث تلعب وسائل الإعلام و الاتصال الشخصي و الجماهيري و الدعاية و الإعلان دوراً هاماً في تكوين الرأي العام و التأثير فيه و تغيير اتجاهاته لدى الجماهير مهما كانت متباعدة جغرافياً أو غير متجانسة ديمغرافيا، و خاصة من ناحيتين، الناحية الأولى: التوسع الذي نشاهده الآن من وسائل الإعلام و خاصة الفضائيات و التي تزود الناس بالمعلومات و الأخبار السريعة. و الناحية الثانية:إمكانيات وسائل الإعلام و مميزاتها.[3]

-القيادة:

تلعب القيادة دوراً هاماً في التأثير على الرأي العام، وذلك في بروز القائد أو الزعيم الذي يستطيع التأثير على الجماهير و كسب و دعم من خلال ابراز الأفعال التي تؤيد قيادته، و في الوقت الذي يؤثر فيه القائد على اتجاهات الرأي العام عندما يكون في مرحلة من الثقة و التقدير العالي من الجماهير.

*و من مواصفات القائد الذي يؤثر على رأي الجماهير:

-أن يكون موضوع ثقة عند الكثير من الناس.

[1] -مختار التوهامي، عاطف عدلي العبد، دط، **الرأي العام**، 2005، ص48
[2] -جمال مجاهد، **الرأي العام و طرق قياسه**، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 59-60
[3] -سمير حسين، **الرأي العام الأسس النظرية و الجوانب المنهجية**، دط، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص135

-أن يكون قدوة حسنة لغيره.

-القدرة على المحاورة و النقاش.

-أن يثير اهتمام الناس باستمرار.[1]

-الدين:

يلعب الدين دوراً كبيراً جداً في توجيه الرأي العام في معظم بلاد العالم في كافة ميادين الحياة الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية بل و العلمية أيضا، و يكفي أن نذكر الإضطهاد الذي لقيه العالم ك: جاليلير في عصر النهضة، حين قال بأن الأرض كروية و الدعوة التي تتستر وراء الدين و التي تقف ضد تعليم المرأة و احتلالها و مكانتها اللائقة في المجتمع.

و الأمر الذي لا شك فيه أن الدين لا ينبغي أن يصبح، بسبب التفسيرات الخاطئة أو المنحرفة، عاملاً ضد التقدم و التطور العلمي أو تيرير للعدوان و الإستعمار في العالم، لأن ذلك مخالف لجوهر الدين نفسه باعتباره منارة للتحرر و سيادة العقل و نصرة الحق و العدالة و في مقدمتها حقوق الإنسان.[2]

-النظام السياسي:

النظام السياسي مهما اختلف خطة الفكري، يلعب دوراً هاماً في تكوين الرأي العام، فالمواطن في العصر الحديث يقع تحت الهيمنة الكاملة للإيديولوجية السائدة في النظام السياسي، فإذا كان النظام قائماً على الديكتاتورية وحكم الفرد، ترتب على ذلك حرمان طبقات كاملة من التعبير السياسي، مما يؤدي إلى سلبية الرأي العام، أما في الأنظمة القائمة على الديمقراطية و الشورى فإن الرأي العام يكون أكثر فعالية و إيجابية، و تلجأ الحكومات الديمقراطية لعدة وسائل للتأثير في الرأي العام، طمعاً في الحصول على تأييد الغالبية الشعبية، و من تلك الوسائل نشر الثقافة السياسية و زيادة الوعي السياسي لدى الجماهير.[3]

[1] -هاني الرضا، رامز عمار، **الرأي العام و الإعلام و الدعاية**، دط، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، بيروت، 1998، ص133-134

[2] -جمال مجاهد و آخرون، **مدخل إلى الاتصال الجماهيري**، دط، دار المعرفة الجامعية، 2010، ص 258-259

[3] -غؤيب عبد السميع غريب، **الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر**، دط، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص112.

-المناقشات الجماعية:

تؤثر المناقشات الجماعية التي تتيح حرية التعبير عن الرأي و التي تدور حول قضايا العامة و التي تصل في النهاية إلى قرار جماعي، تؤثر حتى تعديل الاتجاهات و تغييرها و تكوكن الرأي العام، حيث يستشعر أفراد الجماعة أن الرأي العام تبلور من خلالهم و أنهم غير خاضعين للتأثير الخارجي.

-الشائعات:

و الشائعات عندما تركز على بعض الأخبار او المعلومات و ترويجها و تدرس دراسة واقعية و توجه توجيهاً مخططاً تؤثر تأثيراً خطيراً في الرأي العام، كونها من أخطر أسلحة الحرب النفسية.

المبحث الثالث: الفيسبوك و تشكيل الرأي لعام

المطلب الأول: نماذج فعلية توضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحويل الرأي العام الإلكتروني للرأي العام الواقعي بالحشد و التعبئة الافتراضية:

1-**نموذج ثورة صربيا:** بدأت ثورة صربيا على الرئيس سلوبودان ميلوسيفيتش في بدايات 1998 بشكل افتراضي عبر المدونات لشبكات اجتماعية جديدة، كانت تعبر آنذاك ظاهرة حديثة في الإعلام الإلكتروني عبر الويب، حيث ظهرت حركة احتجاجية على ممارسات ميلوسيفيتش باسم "اوتبور" و تعني بالعربية المقاومة وهي حركة شبابية تعتمد على طريقة الكفاح عير العنيف كإستراتيجية لها، و كانت هذه الحركة نشطة افتراضياً. وعرفها المستخدمون إلكترونياُ عبر المقالات التي عمل شبابها على نشرها بالمدونات السياسية، كما اتخذوا قبضة اليد شعاراً لهم عبر هذه المدونات، و سرعان ما نجحت كتابات هذه الحركة في حضد و تعبئة الصرب لإسقاط النظام بثورة فعلية أسهمت في نهاية حكم ميلوسيفيتش في أكتوبر عام .2000[1]

نموذج ثورات الربيع العربي: بدأت ثورة مصر و تونس بداية افتراضية بحتة عبر شبكات التواصل الاجتماعي للرأي العام الإلكتروني الغاضب نحو تردي الأوضاع الاقتصادية و الأمنية، وظهر ذلك جلياً من خلال انتشار تدوينات وصفحات عن خالد سعيد في مصر و محمد بوعزيزي في تونس، ثم تحولت الثورتين إلى الواقع أطاح بنظام مبارك و نظام زين العابدين بن علي، و تختلف ثورة مصر و تونس عن ثورة ليبيا لأن الثورة الليبية لم تبدأ بحراك افتراضي بل بدأت ثورة سلمية واقعية تحولت إلى ثورة مسلحة ضد نظام القذافي، و لم يتمكن االمجتمع الليبي من استخدام الشبكات الاجتماعية آنذاك، نظراً لان النظام السابق قد حجب موقع الفيس بوكوتويتر و يوتيوب و أيضاً موقع قناة الجزيرة.

الحرب على غزة عام 2008-2012-2014: عمدت الصفحات المقاومة الفلسكينية عبر الشبكات الاجتماعية في تعبئة وحشد الرأي العام الإلكتروني ضد الحروب التي شنتها إسرائيل على غزة، من خلال نشر فيديوهات لمجازر و انتهاكات إنسانية و لتفجيرات في غزة و للمصابين و هكذا، وعلى جانب الآخر عمدت إسرائيل على توظيف الشبكات الاجتماعية و الفيسبوك تحديداً كي تبرر الحرب على غزة تحت عدة مسميات مثل الحرب على إرهاب حمس، أو الحق في الدفاع عن النفس، و قد كانت صفحة أفيخاي أدرعي الناطق باسم الجيش الإسرائيلي على الفيسبوك و صفحة إسرائيل تتكلم بالعربيم، ومن أهم الصفحات التي ناقشت هذه الحروب باللغة

[1] -بن أمهيان مراد، **دور الفايسبوك في تشكيل الرأي العام حول الحراك الشعبي بالجزائر 2019**، دراسة ميزانية على عينة من طلبة الماستر لقسم العلوم الإعلام و التصال بالمسيلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، المسيلة، الجزائر، 2018-2019، ص58.

العربية، بهدف كسب الرأي العام العربي في صف إسرائيل و تبرير المواقف الإسرائيلية و تشويه صورة المقاومة الفلسطينية. وفي نظرة تتابعية لسلسلة الحروب الأخيرة نجد انتشار الوسوم على موقع تويتر لأسماء الحروب من الطرفين، ففي 2008 انتشر وسم الرصاص المصبوب مقابل وسم الحرب الفرقان، و في عام 2012 انتشر وسم عامود الغيمة، مقابل وسم الحجارة السجيل، وفي عام 2014 انتشر وسم الجرف الصامد مقابل وسم العصف المأكول.[1]

المطلب الثاني: الفيسبوك أهم المؤثرات في الحراك الشعبي الجزائري:

باتت خدمات الهواتف المتحركة و خدمات الانترنت جزءاً لا يتجزء من حياة الجزائريين في السنوات الأخيرة، فحسب الإحصائيات فإن العدد الإجمالي لمستخدمي الانترنت في الجزائر تجاوز 24 مليون مستخدم في 2019 من إجمالي عدد السكان قدر بأزيد من 42 مليون نسمة . وقد بلغت نسبة الاشتراك في خدمة الهاتف المحمول في الجزائر 17% نظراً لامتلاك الأفراد أكثر من شريحة هاتفية، بينما تنامت نسبة الزيادة السنوية لمستخدمي الانترنت بنسبة 17% في الفترة ما بين 2018و 2019، وتظهر لنا الإحصائيات نفسها أن عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الجزائر بلغت 23 مليون جزائري، 21 مليون منهم يدخلون على تلك الشبكات باستخدام وسائط محمولة، وتعد شبكة فيسبوك أكثر الشبكات استخداماً في الجزائر، إذ بلغ عدد مستخدميها 22 مليون شخص في يناير 2019، بينما لم يتجاوز عدد المستخدمين مليونين و ثمانمئة ألف سنة 2012، أي ان العدد تضاعف بمقدار ثماني 08 مرات تقريباً في ظرف سبع 7 سنوات. فيعد الفيسبوك أهم و أكثر المنصات استخداماً من طرف الشعب خلال مشاركتهم في الحراك الشعبي للمطالبة برحيل حكم بوتفليقة وإدخال إصلاحات سياسية جوهرية في الجزائر.[2]

[1] -مرجع سبق ذكره، ص59-60

[2] -كمال حميدو، **التواصل الاجتماعي و النشاط السياسي للمواطن في الحراك الجزائري من دوامة الصمت إلى دوامة التعبير**، دراسات اعلامية، 10 أكتوبر/ تشرين الاول 2019، ص08

الفصل الثالث: الحراك الشعبي و التحولات السياسية

الفصل الثاني: الحراك الشعبي و لتحولات السياسية

المبحث الأول: الحراك الشعبي

تمهيد:

من أهم صفات التي تميز الكائن البشري وجود علاقات بينه و بين الآخرين و من الافضل تسميتها بالعلاقة البشرية بغض النظر عن كونها علاقات إيجابية أو سلبية و عي بالتالي تختلف عن مفهوم العلاقات الإنسانية، و يتخذ التفاعل صور و أساليب متعددة فقد يحدث هذا التفاعل بطريق مباشر أو غير مباشر بين عدد محدود من الأفراد أو عدد كبير و يكون عن طريق استخدام الإشارة و اللغة و الإيماءات بين الأشخاص، و يأخذ التفاعل أنماطاً مختلفة من المنافسة و الصراع تماما مثل ما حدث في الجزائر من مشاهد سياسية يوم 22 فيفري 2019 أو ما يسمى بـ الحراك الشعبي.

المطلب الأول: مفهوم الحراك الشعبي و ملامحه

مفهوم الحراك الشعبي:

الحراك الشعبي يأتي بمعنى الحركة، وهو المحرك من مكان إلى آخر، أو تحريك الشيء من موضع الى موضوع. و المصطلح يدل على نشاط و خروج على الرتابة في أي ميدان داخل المجتمع، وهو واحد من أنواع التصرف comportement الذي يتحرك بناءا على خلفيات سياسية، وذلك من خلال تحريك موارد المجتمع سواء أكانت بشرية أو مادية، وله نهايات مؤداها التأثير للوصول إلى تغير سلمي، و للحراك عدة أنواع:

1-الحراك المجتمعي: هو سلسلة من التفاعلات بين الحكام و أشخاص و يمثلون قاعدة شعبية تفتقد إلى تمثيل رسمي، وذلك في مجرى إذاعة هؤلاء الأشخاص المطالب بإجراء تغيير في توزيع أو ممارسة سلطة أو غيرها.

2-الحراك الثوري: يقصد به كل تحرك في المجتمع يقضي إلى قيام تغيير مفاجئ في سلطة القوة، وقد يستعمل قدر معين من العنف، أو يلجأ فيه إلى استعمال السلاح.

3-الحراك السياسي: هو كل نشاط أو تفاعل (فردي أو جماعي) داخل الدولة أو خارجها، يهدف به فاعلوه إلى جني ثمار سياسة معينة أو بلوغ أهداف محددة، و الحراك السياسي مصطلح يشير إلى الانتفاضة أو الثورة في وجه الأنظمة الحاكمة بغرض إسقاطها أو تغييرها أو دفعها للإصلاح. [1]

[1] -حاج بشير جيدور، **أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية**، دراسة مقارنة، أطروحة لنيل شهادة دوكتوراه في العلوم السياسية تخصص تنظيمات سياسية و إدارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017

-مفهوم الحراك الشعبي بالجزائر :

الحراك الشعبي populoire monment : وهو رفض الجماهير ي الذي خرج رفضا لترشح الرئيس بوتفليقة لعهدة خامسة وهو غضب شعبي شمل كل ولايات الوطن بطريقة عفوية وسلمية وليس له قيادة سياسية أو حزبية كان يرفع في البداية رفض العهدة الخامسة ثم تحول إلى حركة سياسية واجتماعية تطالب بإصلاحات جذرية على مستوى النظام السياسي الجزائري وهو حراك يعتمد على التحرك في الواقع وعن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك [1]

وفي دراستنا نقصد به جميع الفعاليات والمظاهرات السلمية التي نظمها الجزائريون منذ 22 فيفري 2019 لتشمل على مسيرات واحتجاجات والمطالبة بإصلاحات السياسية وتغير نظام الحكم والاقتصادية والاجتماعية .

-ملامح الحراك الشعبي الجزائري :

ان حالة الوعي البارزة اليوم والتي وصف بها حراك 22 فيفري من طرف الجميع ليست مفصولة عن تلك النضالات السياسية والاعلامية التي قامت بها النخب لم تستسلم للوضع العام الذي أرهق الكثير وأحالت البعض على التقاعد السياسي أو تعيير الحرفة السياسية فتراكم النظال وإيقاد الشعوب ورفع راية التغيير والاصلاح في العقد الماضي وتراكم كل ذلك نتج عنه حراك مميز حيث تعلم الناس النظال السلمو والاساليب التغيير والحرص على عدم إختطافه من المغامرين وإحاطته بسلمية ، كل ذلك ليس مطر سقط من السماء في دقيقة وإنما هو ثمرة نضال وعمل وتدافع نخب متنوعة لم تدع الراية تسقط منذ عقود حراك الشعب الجزائري سبقه نضالات تحسب لاصحابها من الذين واصلوا الليل بالنهار و دخلو في معارك سياسية كبيرة لتحذير مما قد تؤول إليه الاوضاع ، فبمجرد اقتراب الرئاسيات 2019 بدأت الحياة السياسية في الجزائر تتحرك حيث بدأت طبول العهدة الخامسة تدق من خلال أحزاب الموالاة التي وصلت إلى أكثر من 30 حزب سياسي و50 منظمة وطنية وراحت تلك الاحزاب تستفز الشعب الجزائري بأفعال غارقة في النرجسية والاستخفاف عقول الجزائريين سواء تعلق الامر بتصريحات أو تعليق بالتكريمات التي أصبحت موضة في كل الاحتفالات الرسمية وغير الرسمية .

القطرة التي أفاضت الكأس هي الترشيح الرسمي لرئيس بوتفليقة من خلال رسالة نشرتها وكالة الانباء الجزائرية يوم 14 فيفري 2019 وبلوغ السيل الزبى عندما أعلن عن جمع الرئيس لما يقارب 06 ملايين توقيع بعرض ترشيحه ووضعها لدى المجلس الدستوري . انفجرت الجماهير الجائرة في بعض المحافظات ومنها مدينة

[1] مجلة الرسالة لدراسات 81 علاميية المجلد 4 العدد 02 صادرة بتاريخ جوان 2020 **دور للمواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي** ص13

خنشلة حيث تم خلع صورة الرئيس وتمزيقها ومدينة خراطة وبرج بوعريريج وجيجل لتلتحم حالة الرفض في مسيرة مليونية يوم الجمعة 22 فيفري 2019 مطالبة بإسقاط العهدة الخامسة لتواصل تلك المسيرات [1]

وقد إنبثقت من هذه المسيرات رسائل الجمع الحضارية وسلمية المستمرة والتي شارك في كتابتها جل الشعب الجزائري هي بمثابة وصفة مختصرة ومكثفة امثل جوهر ولب كل رؤية مستقبلية تتطلع إلى التغيير والاصلاح السلمي والهادئ والهادف .

-مطالب ومضاهر سلمية الحراك الشعبي بالجزائر:

1- مطالب الحراك الشعبي:بعد استرجاع الشعور بالقدرة والقوة ولو مؤقتا، إنتفل المواطن من حالة العجز إلى حالة المطالب والمغالبة ، فبعد أن كان يتمنى فقط أن يستبدل النظام الحاكم واسقاط العهدة الخامسة . ارتفع سقف المطالب فجأة وقد انقسمت هذه المطالب إلى قسمين : **مطلب سياسي:**

- رفض العهد الخامسة .
- رحيل النظام السابق كليا وتغييره.
-إلغاء رؤوس الفساد
- تغيير النظام والإصرار عليه

2- مطالب اجتماعية واقتصادية :

من الملاحظ أن الشعب الجزائري قد ترتفع عن المطالب الفئوية والمادية ولم يطالبو بسكن أو عمل ، وكانت معظم مطالبهم مطالبة سياسية محضة رغم كل هذا تخللتها بعض المطالب الاجتماعية والاقتصادية [2]:

- تحسين المستوى المعيشي والسكن .
- توفير الرعاية الطبية .
- تحسين مستوى التعليم.

-مظاهر سلمية للحراك الشعبي :

[1] فاروق طيفور ، **الحراك الشعبي الجزائري في موجبه الثالثة** دار سائحي سنة 2019
[2] نور الدين بكيس ، **الحراك الشعبي الجزائري** ، NPU النشر الجديد الجامعي ، الطبعة 2020 ، ص 7- 102

– علاقة المتظاهرين بالمؤسسة العسكرية:

تواطؤ الجيوش في الدول العالم الثالث مع الأنظمة ضد شعوبها حاض بالقوة وبشكل كبير والمفارقة العجيبة أنه لم يحصل ان وقفت جيوش دول العالم الثالث مع شعبها ، وهذا يعكس تماما مع حدث في الجزائر من خلال مساندة المؤسسة العسكرية للحراك الشعبي ومرافقة في تحقيق مطالبه والتحكم في الأوضاع الأمنية في ظل الشرعية الدستورية ، وهذا ما تلخصه خطابات قائد الأركان السيد الفريق نائب وزير الدفاع الوطني ، رئيس أركان الجيش الوطني الشعبي التي كانت نابعة من المبدأ الوطنية ، وسادها الثبات على المواقف فكانت نتيجتها إلتفاف الشعب حول جيشه .

وقد أكدت المؤسسة العسكرية ممثلة في قائد الأركان أن الشعب الجزائري أثبت حسا وطنيا بل وحضاريا ينس الوعي شعبي عميق في أذهان الجميع في كافة أصناف العالم ولا طالما ركز في خطاباته العلاقة التي تجمع الشعب الجزائري بجيشه الذي هو جزأ يتجزأ منه .

ولقد استحسن الشعب الجزائري بالمساعي المبذولة من قبل الجيش الوطني منذ بداية الحراك الشعبي وانحيازه الكلي إلى مطالبة الشعبية تؤكدان طموحه الوحيدة هو السهر على حماية البلاد وضمان استقرارها وحماية الشعب من العصبة ومحاسبتها.[1]

علاقة المتظاهرين مع رجال الأمن :

كشف المديرية العامة للأمن الوطني أنه منذ بداية الحراك الشعبي الذي شاركت فيه مختلف فئات المجتمع و قد عمل الأمن الوطني باعتباره مؤسسة جمهورية ومواطنة على الاطلاع بكل صرامة بمهامه السيادية دون أن تميز متحملة عبئ مهمتها التي ليست بالسهلة والمتمثلة في الحفاظ على السلامة البدنية والمعنوية للمتظاهرين في ظل مخاطر انزلاق التي تضع حياتهم وحياة عائلاتهم رهن الخطر كما سهرت قوات الشرطة من أجل تأمين إدارة هذه الحشود تضمن سلامة الأشخاص والممتلكات [2].

[1] مديرية الاتصال والاعلام . **الاعلام الوطني للمنشورات العسكرية خلاصة خطب ورسائل السيد الفريق أحمد قايد الصالح نائب وزير الدفاع الوطني رئيس أركان الجيش الوطني الشعبي ،** الطبعة الشعبية للجيش(EPA) الطبعة الاولى 2019 ص07-19 .

[2] مجلة الشرطة الجزائرية . العدد 144 سبتمبر 2019 ، ص 38 .

– وهذه الإدارة للحشود حرص الجميع على تحية حرفيتها ومهارتها منذ بداية الأحداث سواء داخل الوطن أو خارج الوطن ، وأكدت المديرية العامة للأمن الوطني أن ما حدث في الجزائر من احتجاجات سلمية لم يسبق لها مثيل في تاريخ الجزائر من خلال ما ميز الحراك من سلمية وتحضر راقي .

مطلب الثالث: آليات التفاعل في الحراك الشرعي:

تعددت وتنوعت آليات التفاعل في الحراك الشعبي الجزائري ويتضح لنا العناصر الفعالة في هذه المواقع هو موقع الفيسبوك الذي لعب دورا فعالا في تحريك المتظاهرين .

– وتنقسم هذه الآليات على قسمين :

عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك:

ب – مجموعات الفيسبوك :

لعبت المجموعات وصفحات على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك دورا أساسيا في تعبئة الجماهير للمشاركة في الحراك الشعبي شكلها نشطاء سياسيون ومجموعة من النخب الشبابية التي نجحت في تعبئة الحشود من السياقات الافتراضية إلى الواقع.

ومن الملاحظ أن هناك العديد من الصفحات على موقع الفيسبوك ظهرت وبشكل تسارع وكثيف لحمل مختلف التسميات (الحراك الشعبي ، جمعة الحراك الشعبي من أجل جزائر الغد).(dz.akfiblagi 48 Algerien 1 .2.3VIVA ALGERIS)والتي تحمل أيضا في جعبتها آلاف المنخرطين وانبثقت منها عدة آليات فرعية نذكر منها :

البث المباشر: سعت هذه الصفات إلى تقنية البث المباشر من قلب أماكن الحدث في العاصمة الجزائرية من اجل نفل الحقائق والأحداث وأجواء الحراك الشعبي واستغلال عامل الآنية في نقل وتبادل الأخبار,

المشاركة: وأيضا عملت هذه الصفحات على حث الأعضاء على المشاركة على أوسع نطاق لتعميم الأفكار و الاتفاق عليها,

المنشورات: تقوم هذه الصفحات بنشر المعلومات والأفكار وصور وتبادل الآراء والانطباعات خاصة في التعليقات[1]

ب- الهواتف النقال: ساهمت الهواتف الذكية في زيادة حجم التفاعل في الحراك الشعبي وذلك من خلال التقاط صور السالفي والصور المعبرة ونشر الفيديوهات صوتا وصورتا مما زاد في تعبئة الرأي العام المحلي والعالمي حول أهداف الحراك

خ- الصور الرقمية :رعب آلات التصوير الرقمي دورا مهما في التقاط وحفظ الصور بصيغة رقمية باستخدام مختلف الكاميرات ونشرها في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي [2]

2- آليات التفاعل في الحراك الشعبي في الميدان :

أ- اللافتات والشعارات الساخرة:

ب- إن الشيء الملاحظ في الحراك الشعبي هو طريقة تعبير المتظاهرين التي غلب عليها الطابع المضحك والسخرية ذات إيحاءات لتصوير المطالب والرسائل .

ت- الأغاني الهتافات:

ث- ارتبطت الأغاني والهتافات السياسية في الجزائر بظاهرة الحراك الشعبي حيث قام المتظاهرين بترديدها وفقا لمطلبهم السياسية والاجتماعية

ج- تيفو الجدران والساحات العامة:

ح- تيفو هي كلمة ايطالية وتعني " التأييد والحماس والتعصب" للفرق الرياضي وتظهر في شكل رسوم وأشكال مختلفة ، وقد لعبت دورا أساسيا لنقل مضامين الحراك و المطالبة وكانت تعلق بالعمارات الساحات العمومية[3]

خ- المطلب الأول: وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في صناعة الرأي العام و تشكيله:

د- يؤكد اهتمام الجمهور بمواقع التواصل الاجتماعي هو ظهور هذه المواقع، بحيث فتحت هذه الأخيرة آفاقاً جديدة من الشرائح الاجتماعية و المجموعات المصالح و النشطاء المجتمعين في جميع

[1] العبيد عبد القادر أحمد **فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجه الرأي العام**، دار البداية لنشر والتوزيع . الطبعة 2017 ص . ص 228-226

[2] بوعديلة نبيلة . **تفاعل الطلبة الجزائريين مع الصور الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي** ، قالمة 2015 ؟2016

[3] خليل بن الدين . القبلة لنشر والتوزيع . الطبعة سبتمبر 2019ص81

أنحاء العالم، و لعل ما حدث في العالم العربي في السنوات القليلة من ثورات و احتجاجات. قد كانت هذه الثورات وقودها النشطاء الاجتماعيون و أدواتها مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، مما يؤكد على أهمية النشاط الاجتماعي في الفضاء الافتراضي و قدرته على اختراق العديد من الجدران و ايصال صوت المقهورين و المقموعين إلى آفاق لم تكن متاحة من قبل. و أعطت هذه المواقع لمشتركيها فرصا كبيرة للتأثير و الانتقال عبر الحدود و بلا قيود و رقابة بلا شكل نسبي محدود، و سمحت هذه المواقع بإمكانية التغيير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، و منع احتكار صناعة الرسالة الإعلامية، و ذلك من خلال نقلها إلى مدى أوسع و أكثر شمولية، و أصبحت هذه المواقع ذات قدرة تأثيرية و تفاعلية لم يتصورها خبراء الإعلام الاتصالي في الوطن العربي.

ذ- ساهمت التحولات السياسية التي عصفت بالمنطقة إلى تمكين الشباب من المشاركة في القوى السياسية المطالبة بالتغيير، و لعبت هذه التحولات دوراً في تلك التغييرات السريعة التي اجتاحت المنطقة.

ر- وواصل استخدام المواقع بالإزدياد، فبعد ان كانت مجرد أداة للتواصل، نجحت هذه المواقع في اختراق الحياة اليومية للملايين، و أثرت على طريقة تفاعلهم، و تطور استخدامها ليشمل المشاركة السياسية، كما يمكن أن تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كقوى اقناع الرأي العام و صياغته، فمن جهة أن هذه المواقع تؤثر تدرجياً و تعمل على تعديل الاتجاهات، و من جهة أخرى تعمل على تغييرها إذ تطلب الأمر ذلك من خلال كسب هذه المواقع لثقة الجماهير.[1]

المبحث الثاني:الحراك الشعبي و مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: وسائل التواصل الاجتماعي و دوره في صناعة الرأي العام و تشكيله

يؤكد اهتمام الجمهور بمواقع التواصل الاجتماعي هو ظهور هذه المواقع، حيث فتحت هذه الأخيرة آفاقا جديدة من الشرائح الاجتماعية و مجموعات المصالح و النشطاء الاجتماعيين في جميع أنحاء العالم، و لعل ما حدث في العالم العربي في السنوات الأخيرة من ثورات و احتجاجات، فقد كانت هذه الثورات وقودها النشطاء الاجتماعيون و أدواتها مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، مما يؤكد على أهمية النشاط الاجتماعي في الفضاء الافتراضي و قدرته على اختراق العديد من الجدران و إيصال صوت المقهورين إلى آفاق لم تكن متاحة من قبل، و أعطت هذه المواقع لمشتركيها فرصاً كبيرة للتأثير و الانتقال عبر الحدود و بلا قيود و رقابة إلا

[1] -فاضل مشتاق طلب، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، 2017**، مجلة تكرين للعلوم السياسية، ع12، ص217-218

بشكل نسبي محدود، و سمحت هذه المواقع بإمكانية التغيير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ومنع احتكار صناعة الرسالة الإعلامية، و أصبحت هذه المواقع ذات قدرة تأثيرية و تفاعلية لم يتصورها خبراء الاعلام الاتصاليين في العالم العربي.

ساهمت التحولات السياسية التي عصفت بالمنطقة إلى تمكين الشباب من المشاركة في القوى السياسية المطالبة بالتغيير، و لعبت هذه التحولات دورا في تلك التغيرات السريعة التي اجتاحت المنطقة، وواصل استخدام المواقع بالإزدياد، فبعد أن كانت مجرد أداة للتواصل، ننجحت هذه المواقع في اختراق الحياة اليومية للملايين و أثرت على طريقة تفاعلهم وتطور استخدامها ليشمل المشاركة السياسية، كما يمكن أن تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كقوى إقناع الرأي العام وصياغته، فمن جهة أن هذه المواقع تؤثر تدريجيا و تعمل على تعديل الاتجاهات ومن جهة أخرى تعمل على تغييرها إذ تطلب الأمر ذلك من خلال كسب هذه المواقع لثقة الجماهير.[1]

المطلب الثاني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الحراك الشعبي:

يصعب الفصل بين الواقعي و الافتراضي في الحراك الجزائري، فخروج ملايين الجزائريين إلى الشارع من 22 فيفري الماضي، هو وليد تراكمات من النضال و الاحباط و الغضب التي تجسدت في سلسلة من الاضرابات و الاحتجاجات ذات الطابع الثقافي، مثل أحداث الربيع الأمازيغي التي كانت تطالب بالاعتراف باللغة الأمازيغية كلغة رسمية و وطنية، و ذات طابع اجتماعي، مسيرات متقاعدي الجيش الوطني الشعبي، و حركة البطالين في الجنوب الجزائري، و مسيرة المعلمين المستخلفين، و غيرها من الحركات الرافضة لارتفاع أسعار المواد الأساسية و المطالبة بالحق في السكن و إصلاح الطرقات، و رغم حرص هذه الحركات على طباعها غير السياسي إلا أنها جوبهت بالحصار الإعلامي و العنف اللفظي و الجسدي، و بتزايد عددها، بات الاعتقاد راسخاً أن لجوءها إلى الاعتصام و احتلال الشوارع و الساحات العامة أضحى أسلوب اتصال سياسي بامتياز أمام استداد قنوات الاتصال المعروفة.[2]

ز- و مؤخراً فقط، أظهر الحراك الشعبي في الجزائر زخم و قوة النشاط السياسي الافتراضي الذي ألهب الاحتجاجات و المظاهرات، بعد أن خرجت فئات مختلفة من المجتمع الجزائري للتعبير عن رفضها- للتمديد لفترات رئاسية جديدة للرئيس المنتخب في الدولة، لقد كانت العهدة الخامسة التي

[1] -فاضل مشتاق طلب، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكزين الرأي العام المحلي**، 2014-2017، مجلة تكلرين للعلوم السياسية،ع12، ص217-218.

[2] -كمال حميدو، **التواصل الاجتماعي و النشاط السياسي و المواطن في الحراك الجزائري من دوامة الصمت الى التعبير**، دط، مركز الجزيرة للدراسات، 2019، ص8

روّج لها الحزب الحاكم و الطبقة السياسية المنفذان في الجزائر، حتى فبراير/شباط 2019 أملاً منها في فتح الباب أمام فترة رئاسية جديدة للرئيس المنتهية عهدته على الرغم من حالته الصحية التي لا تسمح له بممارسة مهامه الدستورية على أكمل وجه القطرة التي افاضت الكأس، و جعلت الملايين من الجزائريين يخرجون للشارع للتعبير ليس فقط عن معارضتهم للعهدة الخامسة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة المنتهية ولايته، بل أيضاً عن استيائهم من نظام حكم نخره الفساد المالي و السياسي، و فقد بذلك الشرعية الأخلاقية و السياسية التي تخوله للاستمرار في التحكم في القرار السياسي للبلاد.

–و قد زادت حالة الانغلاق في وسائل الإعلام التقليدية الناتجة عن تحكم السلطة في الإعلام الرسمي، و تواطئ القنوات التلفزيونية الخاصة التي تمادت مع بداية الانتفاضة في تضليل الرأي العام، بشأن تطورات المشهد السياسي في البلاد من الحاجة إلى ادوات بديلة للتعبير و لتداول الطروحات السياسية المختلفة، التي لم تجد طريقها إلى التعبير الديمقراطي عنها في وسائل الإعلام التقليدية، و أمام إتساع عملية إقصاء قطاع واسع من الجزائريين، من مختلف القطاعات السياسية و الايديولوجية، من مختلف الهيئات المنتخبة، و أمام احتكار القضاء العمومي و افراغ النشاط السياسي من محتواه، لم يبقى أمام الشعب الجزائري سوى التوجيه إلى الفضاء الافتراضي للإفصاح عن سخطهم على الوضع، و نشر الصور التي تكذب الخطاب الرسمي و الوثائق التي تثبت حالات الفساد و الرشاوي، و السخرية من رغبة الرئيس السابق العاجز عن الحركة و الكلام، في ان يستمر في السلطة بعد عشرين (20) سنة من الحكم، و السخرية بالرسم الكاريكاتوري و النكت و الأشعار.

–لكن تعتقد أن ترشح بوتفليقة لعهدة خامسة كانت القطرة التي ملأت كأس الغضب فإنهمر في الشارع و في مواقع التواصل الاجتماعي، و بسبب الضغوط الإدارية و الاقتصادية، أو القانونية، الممارسة على تلك الوسائل، و بذلك، باتت شبكات التواصل الاجتماعي ليست فقط وسائل بديلة للتعبير عن الرأي، أو وسيطاً يتم عبره التواصل السياسي لإبلاغ الرسائل للفئات الاجتماعية المختلفة، بل عاملاً أساسياً من عوامل تشكيل الفضاء العام المؤثر أيضا على الحياة السياسية و التشريعية، كما باتت تلك الشبكات واقعاً افتراضياً للفعل و للحراك السياسيين بأشكالها المختلفة، مروراً بتنظيم النشاط السياسي و التعبئة له، وصولاً إلى الحراك السياسي الميداني، و بهذا ربط الحراك الشعبي الجزائري بالفضاء الافتراضي و قام بتوجيهه للحفاظ على طابعه السلمي.[1]

[1] -بكوش فرحات، عزوز سارة، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأس العام (الحراك الشعبي الجزائري أنموذجاً)**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال، جامعة الشهيد حمة لخضر (الوادي)، 2019-2020، ص81-82

الفصل الرابع:الدراسة التحليلية

المحور الأول:

1- البيانات الشخصية:

جدول رقم 01: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

	التكرار	النسبة %
ذكر	20	28.6
أنثى	50	71.4
المجموع	70	100

من خلال الجدول رقم 01 الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس نلاحظ أن أعلى نسبة حسب الجنس هي من الإناث و التي تقدر بـ 71.4% أما أقل نسبة من الذكور التي تقدر بـ 28.6%.

و يرجع هذا التباين بين النسبتين إلى أن عد المتمدرسين الإناث بالجامعة أكبر عددا من عدد الذكور، لأن العينة المأخوذة في دراستنا قصدية هذا لا يمنع عدد الإناث أكبر من نسبة الذكور.

جدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ليسانس	20	28.6
ماستر	50	71.4
المجموع	70	100

من خلال جدول رقم 02 الذي يبين المستوى التعليمي للطلبة نلاحظ أن أكبر نسبة كانت للماستر بنسبة 71.4% ثم الليسانس بنسبة 28.6% و هذا راجع إلى أن طبيعة العينة القصدية.

المحور الثاني: دوافع استخدام المبحوثين لمنصة الفيسبوك

جدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة استخدام الفيسبوك

درجة استخدام الفايسبوك	التكرار	النسبة%
دائما	44	62.9
أحيانا	21	30
نادرا	05	7.1
المجموع	70	100

من خلال الجدول رقم 03 الذي يبين درجة استخدام الفيسبوك نلاحظ أن حوالي نصف الطلبة دائما يستخدمون الفيسبوك بنسبة 62.9% ثم أحيانا بنسبة 30% أما من أجابوا بنادراً فنسبة 7.1%.

نستنتج من خلال هذه النسب في درجة الاستخدام أن الأمر طبيعي تكون درجة استخدام الفيسبوك دائما نظراً إلى احتلال هذا الموقع مكانة جد هامة في حياة البحوثبين، لما تتوفر فيه خصائص و تطبيقات، و هذا راجع أيضا إلى المستوى الجامعي حيث يعد الطالب الجامعي في حد ذاته باحثاً عن العلم والمعرفة فهو يسهل عليه التواصل مع الآخرين.

الجدول رقم 04: يوضح توزيع أفراد العينة منذ متى يستخدمون الفيسبوك

الفئات	التكرار	النسبة%
أقل من 3 سنوات	18	25.7
من 3 إلى 6 سنوات	21	30
أكثر من 6سنوات	31	44.3
المجموع	70	100

تبين نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين، يستخدمون الفيسبوك أكثر من 6 سنوات بنسبة 44.3% تليها مدة استخدام من 3 إلى 6 سنوات بنسبة 30% و قدرت نسبة من يستخدمون الموقع منذ أقل من 3 سنوات ب 25.7% من المبحوثين.

من خلال القراءة الإحصائية يوضع لنا أن النسبة الاكبر تميل إلى مدة استخدام فيسبوك أكثر من 6 سنوات و هذا راجع إلى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، و خاصة الفيسبوك و الإقبال المتزايد عليه، بالإضافة إلى أنه نجح في لفت الانتباه إليه و في أن يكون فاعلاً ومؤثراً على الساحة الإعلامية و السياسية، فضلا أن يكون مصدراً للمعلومات.

الجدول رقم 05: يوضخ توزيع أفراد العينة دوافع استخدام المبحوثين للفيسبوك

الفئات	التكرار	النسبة%
التواصل مع الأهل و الأصدقاء	48	37.5
التسلية و الترفيه	25	19.5
الحصول على المعلومات ومواكبة الأحداث الجارية	46	35.9
فضاء للتعبير على آرائك بكل حرية	09	7.03
أخرى	/	/
المجموع	128	100

يوضح الجدول أن أكبر دافع لاستخدام المبحوثين للفيسبوك هو التواصل مع الأهل و الأصدقاء بنسبة 37.5% و الدافع الثاني الحصول على المعلومات و مواكبة الأحداث الجارية بنسبة 36% ثم دافع التسلية و الترفيه بنسبة 19.5% و دافع فضاء للتعبير على آرائك بكل حرية 7.03%.

و بالتالي نلاحظ ان أغلبية المبحوثين كانت دوافع استخدامهم للفيسبوك هي دوافع أصبحنا نصنفها ضمن الدوافع المعرفية، نظرا لكونهم يتمتعون بدرجة من الوعي و النضج الفكري الذي يساعدهم على توسيع المعارف.

جدول 06: يوضح الجدول توزيع العينة عند استخدامهم للفيسبوك بما يقومون

الفئات	التكرار	النسبة%
التصفح وقراءة المحتوى فقط (بدون تفاعل)	41	42.3
التفاعل بالإعجاب و التعليق على المضامين المنشورة	31	32
نشر مضامين أعددتها بنفسك	18	18.55
إعادة نشر مضامين المستخدمين آخرين	07	7.2
المجموع	97	100

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن التصفح و قراءة المحتوى فقط (بدون تفاعل) قد احتلت الصدارة بنسبة 42.3% و يليه التفاعل بالإعجاب و التعليق على المضامين المنشورة بنسبة 32% ثم نشر مضامين أعددتها بنفسك بنسبة 18.5% و إعادة نشر مضامين المستخدمين آخرين 7.2%.

و تعزي هذه النتائج لعدة أسباب منها سهولة التصفح و القراءة بدون تفاعل و سهولة ضغط زر الإعجاب فهذا لا يكلف الوقت و لا الجهد. بالإضافة إلى أن جزء من المبحثين يتفاعلون بنشر مضامين من قلب الحدث و كذلك تفاعل مع مختلف المضامين التي تنشر.

جدول رقم 07: يوضح الجدول توزيع العينة حسب نوعية المواضيع التي يفضل مشاركتها و التفاعل معها في الفيسبوك

الفئات	التكرار	النسبة %
سياسية	11	33
اقتصادية	09	10.8
ثقافية	63	75.9
المجموع	83	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم إجابات المبحوثين في طبيعة المواضيع التي يفضلون المشاركة و التفاعل معها من خلال استعمال الفيسبوك و هي المواضيع الثقافية بنسبة 75.9% و ما تحتل المواضيع السياسية المرتبة الثانية بنسبة 13.3% و في أخير تأتي مواضيع الاقتصادية بنسبة 10.8%.

حسب بيانات الجدول المتحصل عليها نستنتج أن الفيسبوك يُسمع في اهتمام بقضايا الثقافية و بشكل كبير لأن الشعب أصبح مثقف بدرجة الاولى و يهدف إلى زيادة الوعي الثقافي من أجل حل كل مشكلات التي تواجهه.

المحور الثالث: تشكيل الرأي العام للمبحوثين من خلال منصة الفايسبوك

جدول رقم 08: يوضح الجدول توزيع العينة إذا أنه يجد في الفيسبوك المواضيع و القضايا التي تهم المجتمع.

الفئات	التكرار	النسبة%
نعم	53	75.7
لا	17	24.3
المجموع	70	100

نلاحظ أن أغلب المبحوثين كانت إجاباتهم بنعم في أنهم يجدون في الفيسبوك المواضيع ز القضايا التي تهم المجتمع بنسبة 75.7%أما نسبة لا فكانت ضعيفة نوع ما بنسبة 24.3%.

نستنتج أن أكثر من نصف المبحوثين قد وجدوا أنفسهم في أن الفيسبوك يهتم بقضايا و المواضيع التي تهم بدرجة الأولى المجتمع من خلال ما ينشر على مواقع وصفحات الفيسبوك.

جدول رقم 09: يوضح الجدول نوعية قضايا الرأي العام التي يعالجها الفيسبوك.

الفئات	التكرار	النسبة%
سياسية	28	17
اجتماعية	55	33.3
اقتصادية	07	4.2
ترفيهية	29	17.6
ثقافية	27	16.4
رياضية	19	11.5
المجموع	165	100

في قراءتنا للجدول أعلاه نلاحظ أغلبية المبحوثين يتابعون عبر فايسبوك القضايا الاجتماعية بنسبة 33.3% ثم القضايا الترفيهية بنسبة 17.6%، تليها القضايا السياسية بنسبة 17%، تأتي القضايا الثقافية و الرياضية متابعة عبر الفايسبوك بنسبة 16.4% و 11.5% على التوالي و في الأخير تأتي القضايا الاقتصادية بنسبة 4.2%.

حيث ساهم فيسبوك في تقديم الأخبار و إظهار واقع المواطن بدرجة أعلى من الحرية مقارنة بوسائل الأخرى التقليدية، وكان له دور كبير في الكشف عن معلومات التي تثبت مصداقيتها، وقد استعمل المبحوثين الفيسبوك في غالب الأحيان للتعبير عن واقعهم المعاشي، وفضاء لتعبير بحرية في كل مجالات مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

الجدول رقم 10: يبين إذا ما كان الفيسبوك يساهم في زيادة اهتمامهم بقضايا الرأي العام.

الفئات	التكرار	النسبة%
نعم	44	62.9
لا	26	37.1
المجموع	70	100

نلاحظ من خلال النتائج الجدول أعلاه أن نصف العينة كانت إجابتهم بنعم في أن الفيسبوك يساهم و بشكل كبير في زيادة اهتمام بقضايا الرأي العام ذلك في مشاركة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي و تفاعلهم مما ينشر من قضايا التي تهم المجتمع بدرجة الأولى.

الجدول رقم 11: يبين إذا نجد في الفيسبوك التغطية الكافية للأحداث السياسية.

الفئات	التكرار	النسبة%
	17	24.3
	41	58.6
	12	17.6
	70	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن اغلب إجابات المبحوثين كانت بشكل نسبي في أن الفيسبوك فيه تغطية الكافية للأحداث السياسية بنسبة 58.6% و بشكل قليل بنسبة 24.3% و في الأخير بشكل قليل جداً بنسبة 17.1%.

و بالتالي أعلى نسبة ترجع إلى المبحوثين الذين أجابوا بأن الفيسوك يساهم في التغطية الأحداث السياسية لكن بشكل قليل و غير كافي، وهذا راجع لما يحدث على أرض الواقع.

المحور الرابع: تأثيرات الفيسبوك على تشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي.

الجدول رقم 12: يبين مدى اعتماد المبحوثين على الفيسبوك في تتبع أخبار الحراك الشعبي

الفئات	التكرار	النسبة%
بشكل عالي	17	24.3
بشكل نسبي	35	50
لا أعتمد	18	25.7
المجموع	70	100

يبين الجدول أن الأغلبية من المبحوثين كانت إجابتهم بشكل نسبي في اعتبارهم على الفيسبوك في تتبع أخبار الحراك الشعبي بنسبة 50%، و تأتي لا أعتمد و بشكل كبير متتابعة عبر أن الفيسبوك و تتبعهم للأخبار الحراك الشعبي 25.7% و 24.3% على التوالي.

نستنتج من خلال الجدول أن نصف المبحوثين يعتمدون و بشكل نسيبي على تتبع أخبار الحراك الشعبي عبر الفيسبوك لأنه في بعض الأحيان تكون هناك أكاذيب فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) و هذا ما جعل المبحوثين لا يعتمدون و بشكل كبير على الفيسبوك في تتبع أخبار الحراك الشعبي.

الجدول رقم13: يمثل كيفية تفاعل أفراد العينة مع المضامين التي تعرض عن الحراك الشعبي

الفئات	التكرار	النسبة%
إعجاب	57	68.7
تعليق	15	18.1
النشر و إعادة النشر	11	13.2
المجموع	83	100

نلاحظ من الجدول أعلاه أن تفاعل بإعجاب قد احتل الصدارة بنسبة 68.7% و يليه التعليق بنسبة 18.1% ثم من النشر و إعادة النشر بنسبة 13.2%.

و تعتزى هذه النتائج لعدة أسباب منها سهولة الضغط على زر الإعجاب حيث لا يكلفه الوقت للمبحوث على عكس التعليق يتطلب دقائق لكتابته و إلى ذلك جزء من أفراد العينة يتفاعلون لنشر و غعادة النشر من قلب الحدث الحراك الشعبي.

الجدول رقم 14: يبين درجة اعتماد الفيسبوك في بلورت المواقف الخاصة بالحراك الشعبي

الفئات	التكرار	النسبة %
درجة عالية	13	18.6
درجة متوسطة	33	47.1
درجة منخفضة	24	34.3
المجموع	70	100

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول آعلاه، فكانت إجابة المبحوثين، بأنه يعمل في بلورت المواقف الخاصة بالحراك الشعبي بدرجة متوسطة بنسبة 47.1%، بينما الذين أجابوا بخدمته في بلورة المواقف الخاصة بالحراك الشعبي بدرجة منخفضة بنسبة 34.3% لكن 18.6% من المبحوثين أجابوا بدرجة عالية.

و بالتالي أعلى نسبة ترجع إلى المبحوثين الذين أجابوا بأن الفيسبوك يساعد في بلورة المواقف الخاصة بالحراك الشعبي بدرجة متوسطة و هذا نظرا لما يحدث على أرض الواقع، لحد الساعة فأننا مزالنا نعتقد أن الفيسبوك يساعد في بلورة المواقف الخاصة بالحراك الشعبي بشكل متوسط.

الجدول رقم 15: يبين إذا ما سمح اعتمادا على الفيسبوك بتشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي.

الفئات	التكرار	النسبة %
نعم	33	47.1
لا	37	52.9
المجموع	70	100

نلاحظ أن أغلب المبحوثين لم يسمح لهم اعتمادهم على الفيسبوك في تشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي بنسبة 52.9% بينما 47.1% من سمح لهم الفيسبوك بتشكيل الرأي العام الخاص بالحراك.

و لهذا نلاحظ أن أكبر نسبة هي أن هذه شبكة الفيسبوك لم تسمح لهم بتشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي لأن الفيسبوك في بداياته الأولى لم يتطرق لقضايا الحراك الشعبي، ولأنه لا يعدى مصدر صحيح للمعلومات و القضايا.

الجدول رقم 16: يبين دور الفيسبوك في تغطية الحراك الشعبي مقارنة بالمواقع الأخرى

الفئات	التكرار	النسبة %
دور كبير	34	48.6
دور متوسط	03	4.3
دور ضعيف	08	11.4
ملغاة	25	35.7
المجموع	70	100

من خلال الجدول الذي يبين دور الفيسبوك وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام للمبحوثين نلاحظ أن عدد كبير من المبحوثين أجابوا بأن الفيسبوك في تغطية الحراك الشعبي مقارنة بمواقع الأخرى بدور كبير بنسبة48.6% ثم بدور ضعيف و متوسط على التوالي 11.4% و 4.3%.

يتضح من خلال الجدول أن الفيسبوك لعب دور كبير في تغطية الحراك الشعبي بأه وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة.

الجدول رقم 17: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس استخدامهم للفيسبوك

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة%	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
دائما	15	31	75	62
أحيانا	05	14	25	28
نادرا	00	05	00	10
المجموع	20	50	%	100

نلاحظ أن كلتي الجنسين يستخدمون الفيسبوك بصفة دائما بنسبة 75% و 62% على توالي و تليها أحيانا بنسبة متقاربة 25% و 28% و نادرا بصفة ضعيفة جداً.

و بالتالي فأغلب المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) بصفة دائمة لأنهم يتابعون الأخبار و الأحداث التي تنشر على مواقع التواصل و تقاعلهم معها.

الجدول رقم 18: يوضح حسب الجنس متى يستخدمون الفيسبوك

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة%	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
أقل من 3 سنوات	00	17	00	34
من 3 إلى 6 سنوات	02	19	10	38
أكثر من 6 سنوات	18	14	90	28
المجموع	20	50	%	100

نلاحظ من خلال قرائتنا للجدول أن حسب الذكور كان استخدامهم للفيسبوك أكثر من ستة سنوات بنسبة 90% و من 3 إلى 6 سنوات 10% أما نسبة الإناث فكانت من 3 إلى 6 سنوات في الصدارة 38% ثم أقل من 3 سنوات 34% متقاربة مع أكثر من 6 سنوات بنسبة 28%

من خلال القراءة الإحصائية يتضح لنا أن النسبة الأكبر تميل إلى أكثر من 6 سنوات في كلتا الجنسين من حيث استخدامهم للفيسبوك و هذا راجع إلى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة، خاصة الفيسبوك و إقبال المتزايد عليه، بالإضافة إلى أنه لفت الانتباه، وكان فعال و مؤثرا على الساحة الإعلامية في قضايا السياسية.

الجدول رقم 19: يبسن حسب الجنس دوافع استخدام الفيسبوك

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة%	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
التواصل مع الأهل	31	17	37.3	37.8
التسلية و الترفيه	15	09	19.3	20
الحصول على المعلومات و مواكبة الأحداث الجارية	28	18	33.7	40
فضاء للتعبير على آرائك بكل حرية	08	01	9.7	2.2
أخرى	/	/	/	/
المجموع	20	50	%	100

يوضح الجدول أن أكبر دافع لاستخدام المبحوثين للفيسبوك هو التواصل مع الآخرين في كلتا الجنسين بنسبة 37.8% و 37.3% على التوالي و الدافع الثاني هو الحصول على المعلومات و مواكبة الأحداث الجارية بنسبة 40% و 33.7%، ثم دافع التسلية و الترفيه بنسبة 20%و 19.3% و في الأخير فضاء للتعبير على آرائك بكل حرية بنسبة 9.7%و 2.2% على التوالي.

و بالتالي نلاحظ أن أغلبية المبحوثين كانت دافع استخداماتهم للفيسبوك هي دوافع يمكننا القول عليها دوافع معرفية، نظرا لأنهم يتمتعون بدرجة من الوعي و النضج، وهذا يساعدهم على توسيع المعارف.

الجدول رقم 20: يبين حسب الجنس ماذا يفعلون عند استخدامهم للفيسبوك

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة%	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
التصفح و قراءة المحتوى فقط	15	26	51.7	38.2
التفاعل بالاعجاب و التعليق على المضامين المنشورة	05	26	17.2	38.2
نشر مضامين أعددتها بنفسك	06	12	20.7	17.7
إعادة نشر مضامين المستخدمين آخرين	03	04	10.4	5.9
المجموع	29	68	%	100

نلاحظ أن نسبة التصفح و قراءة المحتوى فقط (بدون تفاعل) على حسب المبحوثين كلتا الجنسين تصل إلى 51.7% و 38.2%على التوالي في حين التفاعل بالإعجاب و التعليق على المضامين المنشورة بالنسبة للإناث كانت مرتفعة مقارنة بالذكور بنسبة 38.2% للإناث و الذكور 17.2% و أما نشر المضامين أعدادتها بنفسك و إعادة نشر مضامين المستخدمين آخرين بنسب متقاربة في كلتا الجنسين.

و منه نستنتج أن أعلى نسبة تخص ظهور المضامين بأكثر من شكلها المعتاد، و بالتالي تكون أكثر تأثيراً على مستخدمي الفيسبوك، و هذا الأخير الذي يعتبر أفضل من الوسائط المتعددة التي تستهدف المساعدة في ايضاح المعاني و إيصال الفكرة من تلك المضامين.

الجدول رقم 21: يبين حسب الجنس المواضيع التي يفضلون تفاعل نعها على الفيسبوك

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة%	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
سياسية	08	03	27.6	5.6
اقتصادية	06	03	20.7	5.6
ثقافية	15	48	51.7	88.9
المجموع	29	54	%	100

في قرائتنا للجدول أعلاه نلاحظ أغلبية المبحوثين يتابعون عبر فيسبوك القضايا الثقافية بدرجة الأولى في كلتا الجنسين 88.8% و 51.7% ثم القضايا السياسية بنسبة للذكور 27.6% و اقتصادية 20.7% أما بنسبة للإناث فلقضايا الاقتصاادية و التقافية بنسبة متساوية 5.6%.

و نستنتج أن الفيسبوك يساهم في إظهار واقع المواطن بدرجة أعلى من حرية مقارنة بوسائل الإعلام الإعلامية الرسمية، مقارنة بفيسبوك الذي ينشر و يعبر بكل حرية و أصبح العالم يعرف الحقائق المستورة و المخبأة.

الجدول رقم 22: يوضح حسب الجنس إذا ما كان الفيسبوك يهتم بالمواضيع و القضايا التي تهم المجتمع

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة%	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
نعم	13	40	65	80
لا	17	10	35	20
المجموع	20	50	%	100

و نلاحظ أن اغلب المبحوثين قد كانت إجاباتهم بنعم على أن الفيسبوك يهتم بالمواضيع و القضايا التي تهم المجتمع في كلتا الجنسين بنسبة 65% و 80% و ثم من كانت إجابتهم بلا بنسبة 35% و 20%.

نلاحظ أن أكثر من نصف المبحوثين في كلتا الجنسين قد قالوا الفيسبوك يهتم بالقضايا و المواضيع التي تهم المجتمع و ذلك راجع للأساليب التي توفرها هذه الشبكة، حيث أصبح له دور في التعبير عن الاتجاهات و الأفكار داخل المجتمع.

الجدول رقم 23: يوضح حسب الجنس أبرز قضايا الرأي العام التي يعالجها الفيسبوك

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
سياسية	12	16	21.4	14.7
اجتماعية	18	37	32.1	33.9
اقتصادية	05	02	8.9	22.9
ترفيهية	02	24	8.9	22
ثقافية	07	20	12.5	18.3
رياضية	09	10	16.1	9.2
المجموع	56	109	%	100

في قراءتنا للجدول أعلاه نلاحظ أغلبية المبحوثين في كلتا الجنسين أن أبرز القضايا الرأي العام الذي يعالجها الفيسبوك هي قضايا اجتماعية بدرجة الأولى و بنسبة 32.1% و 33.9%و ثم قضايا السياسية بنسبة 12.5%و 18.3% و بعدها ترفيهية و ثقافية و رياضية بنسب متفاوتة.

من خلال قراءتنا للجدول يتبين لنا درجة متابعة المبحوثين للقضايا الرأي العام التي يعالجها فيسبوك التي قسمت إلى قضايا سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ترفيهية، ثقافية و رياضية و هذه القضايا من أهم المواضيع التي أثارت الرأي العام من خلال المدة الماضية.

الجدول رقم 24: يوضح حسب الجنس إذا ما كان الفيسبوك ساهم في زيادة من اهتمام بقضايا الرأي العام.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
نعم	15	29	75	58
لا	05	21	25	42
المجموع	20	20	100%	

يبين الجدول أن حوالي أكثر من نصف المبحوثين كانت إجابتهم أن الفيسبوك يساهم في زيادة من اهتمام بقضايا الرأي العام بنسبة متقاربة بين الجنسين للذكور بنسبة 75% و إناث بنسبة 58% و فيما لم يأثر عليهم الفيسبوك في زيادة الاهتمام بقضايا الرأي العام كانت على النحو التالي للذكور 25% و إناث 42%.

و ترجع هذه النتائج إلى تأثير فيسبوك على مستخدمين و الدور الذي لعبه في ظل انتشاره الواسع في الآونة الأخيرة، حيث حقق ما عجزت عنه الكثير من الوسائل سواء أكانت إعلامية أو ترفيهية، وهذا نظراً للخصائص و المميزات التي يتمتع بها الفيسبوك و حرية استخدامه و إمكانية نقل و نشر مختلف الأحداث و الوقائع بسرعة و سهولة.

الجدول رقم 25: يوضح الجدول حسب الجنس إذا كان الفيسبوك يساهم في تغطية الكافية للأحداث السياسية

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
بشكل قليل	/	17	/	34
بشكل نسبي	16	25	80	50
بشكل قليل جد	04	08	20	16
المجموع	20	50	100 %	

من خلال قرائتنا الإحصائية للجدول تبين لنا أن تغطية الفيسبوك للأحداث السياسية بشكل نسبي في كلتا الجنسين للذكر بنسبة 80% و إناث 50% ثم بشكل قليل بنسبة لذكور منعدمة و الإناث 34% و في الأخير بشكل قليل جداً بنسبة 20% و 16%.

و نستنتج أن الفيسلوك يساهم بشكل نسبي في معالجة القضايا السياسية الراهنة و التي يهتم بها المبحوثين نظراً لأهميته و قدرته على توصيل الرسالة إلى الجهات الوصية بأسلوب إغرائي يمكن إعادة النظر في تلك القضايا و ربما ضبطها و معالجتها.

جدول رقم26: يبين حسب الجنس اعتماد المبحوثين على الفيسبوك في تتبع أخبار الحراك الشعبي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
بشكل عالي	03	14	15	28
بشكل شبهي	15	20	75	40
لا اعتمد	02	16	10	32
المجموع	20	50	100%	

يوضح الجدول مدى مساهمة فيسبوك في تزويد المبحوثين بأخبار حول الحراك الشعبي، حيث أوضح الجدول أكبر نسبة إلا أنه يساهم بشكل نسبي إلى حد ما في كلتا الجنسين للذكور بنسبة 75% و إناث 40% و ثم بشكل عالي بالنسبة للذكور بنسبة 15% ثم لا أعتمد بنسبة 10% و للإناث لا أعتمد بنسبة 32% و في الأخير بشكل عالي 28%.

و بالتالي فإن فيسبوك ساهم في تزويد المبحوثين بمعلومات و الأخبار حول الحراك الشعبي، نظراً لما ينشر يوميا و آني في وقوع الحدث، وبهذا فهو يحتل السبق الإعلامي في نشر الأخبار و الوقائع حول الحراك الشعبي و هذا راجع إلى المدة التي يقضيها المبحوثين في الفيسبوك.

جدول رقم27: يوضح حسب الجنس كيف يفعل المبحوثين مع المضامين الإعلامية عن الحراك الشعبي .

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
إعجاب	16	41	64	70.7
تعليق	07	08	28	13.8
النشر و إعادة النشر	02	09	08	15.5
المجموع	25	58	100%	

نلاحظ في الجدول أن نسبة إعجاب على ظهور المضامين حسب المبحوثين تصل للذكور بنسبة 64% و إناث 70.7%، و في حين التعليق نسبتها تقدر ب 28% للذكور، وإناث بنسبة 13.8%، بينما تظهر المضامين على حساب المبحوثين النشر و إعادة النشر للذكور بنسبة 8% و إناث 15.5%.

و منه نستنتج أن أعلى نسبة تفاعل بالإعجاب في مواقع التواصل الاجتماعي، وبه يقاس مدى نجاح الصفحات و المنشورات، و في أغلب الأحيان يكتفي المبحوثين بضغط زر الإعجاب لإثبات مرورهم بالمنشور فقط.

جدول رقم 28: يوضح حسب الجنس درجة اعتماد على فيسبوك في بلورت المواقف لخاصة بالحراك الشعبي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
درجة عالية	02	11	10	22
درجة متوسطة	11	22	55	44
درجة منخفضة	07	17	35	34
المجموع	20	50	100%	

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين مدى تأثير الفيسبوك في اعتماد على فيسبوك في بلورت المواقف خاصة بالحراك الشعبي نلاحظ أن في كلتا الجنسين كان اعتمادهم بدرجة متوسطة بالنسبة للذكور 55% و 44% أما بدرجة منخفضة لذكور 35% و إناث 34% و في الأخير درجة عالية للذكور بنسبة 10% و إناث 22%.

نستنتج أن المبحوثين لهم معارف سياسية جديدة و هذا راجع إلى متابعتهم لمنشورات الحراك الشعبي عبر الفيسبوك و تتمثل هذه المعارف تشكيلة الحكومة جديدة و معرفة الوجوه السياسية وناشطون الحاليين و غير ذلك من المعارف.

جدول رقم 29: يوضح حسب الجنس إذا ما سمح لهم اعتمادهم على فيسبوك بشكل رأي العام الخاص بالحراك الشعبي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
نعم	09	24	45	48
لا	11	26	55	52
المجموع		50	100 %	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين لم يضف لهم الفيسبوك بتشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي الجزائري كانت إجاباتهم ب لا بالنسبة للذكور 55% و إناث 52% بنعم كانت بالنسبة للذكور 45% و إناث 48%.

نستنتج أن الفيسبوك يساهم في تشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي لأنهم حسب رأيهم ليس واضحاً الرأي العام بدرجة كبيرة في المواقع التواصل الاجتماعي، و لا الرأي العام لقضية لاحراك الشعبي ليس بأمر سهل بحلة الفيسبوك أو وسائل التواصل الاجتماعية الأخرى بهذه السهولة.

جدول رقم 30: يوضح حسب الجنس تقييم دور الفيسبوك في تغطية الحراك الشعبي مقارنة بمواقع الأخرى.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ذكور	إناث	ذكور	إناث
دور كبير	11	23	55	46
دور متوسط	01	02	05	11
دور ضعيف	05	03	25	06
ملغاة	03	22	15	44
المجموع	20	50	100%	

من خلال قرائتنا الإحصائية للجدول نلاحظ أغلب المبحوثين كان تقييمهم للفيسبوك في تغطية الحراك الشعبي مقارنة بمواقع الأخرى في كلتا الجنسين بالنسبة للذكور 55% و إناث 46% و بدور ضعيف للذكور بنسبة 25% و إناث 6% و بينما بدور متوسط للذكور بنسبة 5% و إناث 4%.

نستنتج أن للفيسبوك دور كبير في تغطية الحراك الشعبي بمقارنة بمواقع الأخرى لأنه يعطينا صورة حصرية من قلب الحدث و يعطي لنا صورة شفافة مقارنة بمواقع الأخرى مما زاد في وعيهم و اهتمامهم نحو القضايا السياسية و الفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استعمالا في الجزائر على غرار المواقع الأخرى، و يساهم أيضا في إيصال الرأي العام من مختلف مناطق الوطن من خلال تغطيته للأحداث. و هناك بعض الاقتراحات ترك الحرية الكاملة للصحافة للعمل بأريحية و حياد.

جدول رقم31: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي مدى استخدامهم للفيسبوك.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
دائما	31	14	%62	%70
أحيانا	15	05	%30	%25
نادرا	04	01	%08	%05
المجموع	50	20	100%	

نلاحظ أن استخدم الفيسبوك أن أغلبية الطلبة سواء كانوا ماستر أو ليسانس كان استخدامهم للفيسبوك دائما بنسبة للماستر 62% و ليسانس 70% و أحيانا بنسبة للماستر 30% و ليسانس 25% و نادرا كانت في الأخير للماستر 8% و ليسانس 5%.

نستنتج أن نسبة استخدام المبحوثين للفيسبوك بشكل دائم و ذلك راجع لرغبتهم في استخدامه للحصول على كل الأخبار و المستجدات السياسية و الاجتماعية و كل ما يدور حولهم سواء أكان محليا أو عالميا و هذا راجع إلى المستوى التعليمي للمبحوثين و مواكبتهم للعصر و التطورات الحديثة و متابعتها.

جدول رقم32:يوضح الجدول منذ متى استخدم المبحوثين الفيسبوك حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
اقل من 3 سنوات	12	05	24	25
من3 الى6 سنوات	17	04	34	20
اكثر من6 سنوات	21	11	42	55
المجموع	50	20	100%	

نلاحظ من خلال تأملنا للجدول رقم 32 أن 42% بالنسبة لطلبة الماستر يمتلكون الفيسبوك أكثر من 6 سنوات أما طلبة ليسانس بنسبة 55% من كانوا يمتلكون الفيسبوك من 3 إلى 6 سنوات لطلبة الماستر و ليسانس بنسبة 34% للماستر و 20% ليسانس، و في الأخير أقل من 3 سنوات لطلبة ماستر 24% و ليسانس 25%.

و نستنتج يتضح لنا النسبة الأكبر لمدة استخدام الفيسبوك أكثر من 6 سنوات و هذا راجع بدرجة الأولى إلى انتشار الواسع مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة الفيسبوك و إقبال المتزايد عليه بالإضافة إلى أن له دور كبير و مؤثر على الساحة الإعلامية و مصدر آني للمعلومات و الأخبار.

جدول رقم33: يبين دوافع استخدام المبحوثين للفيسبوك حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
التواصل مع الأهل والأصدقاء	34	14	36.2	41.2
التسلية والترفيه	19	06	20.2	17.6
الحصول على المعلومات ومواكبة الأحداث الجارية	35	11	37.2	32.4
فضاء للتعبير على ارائك بكل حرية	06	03	6.4	8.8
المجموع	94	34	100%	

يوضح الجدول أن أكبر دافع لاستخدام المبحوثين للفيسبوك هو التواصل مع الأهل و الأصدقاء بنسبة 36.2% لطلبة الماستر و 41.2% لطلبة الليسانس، و دافع الثاني هو الحصول على المعلومات و مواكبة الأحداث الجارية بنسبة لماستر 37.2% و ليسانس 32.4% ثم دافع التسلية و الترفيه بنسبة 20.2% و ليسانس 17.6% و في الأخير فضاء للتعبير على آرائك بكل حرية بنسبة للماستر 6.4% و ليسانس 8.8%.

و بالتالي نلاحظ أن أغلبية المبحوثين حسب المستوى التعليمي كانت دوافع استخدامهم للفيسبوك من أجل الاستطلاع و الإطلاع على الأخبار و ما تعرضه شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تكوين فكرة و رأي عام حول ما يجري من أحداث و قضايا التي تخص المجتمع.

جدول رقم34:يوضح عند استخدام الفيسبوك بقوم ب حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
التصفح وقراءة المحتوى فقط	31	10	44.9	35.9
التفاعل بالإعجاب والتعليق على المضامين المنشورة	19	12	27.5	42.9
نشر مضامين أعددتها بنفسك	13	05	18.8	17.9
نشر مضامين المستخدمين آخرين	06	01	8.7	3.5
المجموع	69	28	100%	

من خلال قراءتنا للجدول يبين لنا أن الطلبة عند استخدامهم للفيسبوك يقومون بتصفح و قراءة المحتوى فقط بالنسبة لطلبة الماستر و ليسانس بنسبة 44.9% و ليسانس 35.7%، و ثم يقومون بالتفاعل بالإعجاب و التعليق على المضامين المنشورة بالنسبة لطلبة الماستر ب 27.5% و ليسانس 42.9% ثم من أجابوا نشر مضامين أعددتها بنفسك بنسبة 18.8% و 17.9% و في الأخير إعادة نشر مضامين آخرين للماستر 8.7% و ليسانس 3.5%.

نستنتج أن من خلال الجدول أن أغلب المبحوثين أنهم التصفح و قراءة المحتوى فقط كونها الطريقة الأمثل لمعرفة آراء و معرفة وجهات النظر فيما يخص مصيرات نحو الحراك الشعبي.

جدول رقم35:يبين المواضيع التي تفضل مشاركتها وتفاعل معها من خلال استخدام الفيسبوك حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
سياسية	06	05	9.7	23.8
اقتصادية	07	02	11.3	9.5
ثقافية	49	14	79	66.7
المجموع	62	21	100%	

في قرائتنا للجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يفضلون مشاركة القضايا الثقافية و هذا حسب المستوى التعليمي بالنسبة للماستر بنسبة 79% و ليسانس ب 66.7% ثم القضايا السياسية بنسبة 9.7% و 23.8% و في الأخير اقتصادية بالنسبة للماستر ب11.3% و ليسانس ب9.5%.

و نستنتج أن الفيسبوك يساهم في تقديم الأخبار و إظهار واقع المواطن بدرجة الأولى حرية مقارنة بوسائل التقليدية الإعلامية، و أدى هذا إلى دور إلى الكشف عن المعلومات و مصداقيتها و اهتمام بقضايا الثقافية هذا يدل على المستوى التعليمي الأعلى لدى المبحوثين

جدول رقم36: يبين لنا إذا ما كان الفيسبوك تتوقع فيه المواضيع والقضايا التي تهم المجتمع حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
نعم	19	15	58	75
لا	21	05	42	25
المجموع	50	20	100%	

تبين نتائج الجدول أن نصف المبحوثين كانتأنهم يجدون في الفيسبوك المواضيع و القضايا التي تهتم بالمجتمع بالنسبة للماستر 58% و ليسانس 75% أما من كانت إجابتهم بلا للماستر 42% و ليسانس 25%.

نستنتج ان أغلبهم قالوا أن الفيسبوك نجد فيه القضايا التي تهم المجتمع سواء أكانت ثقافية أو ترفيهية، و تهتم أيضا بنشر قضايا الاختطاف و العنف ضد المرأة، و إضافة إلى أنها تتطرق للقضايا الاجتماعية بشكل كبير و معالجتها، بالإضافة إلى أن الكثير من الناس سقضون معظم أوقاتهم في تصفح الفيسبوك يجدون كل ما يبحثون عنه.

جدول رقم37: يوضح ابرز قضايا الرأي العام يعالج الفايسبوك حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
سياسية	19	09	16.2	18.7
اجتماعية	38	17	32.5	35.4
اقتصادية	05	02	4.3	4.2
ترفيهية	21	08	17.9	16.7
ثقافية	19	08	16.2	16.7
رياضية	15	04	12.8	8.3
المجموع	117	48	100%	

من خلال الجدول رقم 37 الذي يبين أهم القضايا الرأي العام الذي يعالجها الفيسبوك، أكثر المبحوثين يقولوا أن القضايا الاجتماعية هي أهم القضايا الذي يعالجها الفيسبوك بالنسبة لطلبة الماستر 32.5% و ليسانس 35.4% و ثم القضايا السياسية بالنسبة للماستر ب16% و ليسانس 18.7%، و من ثم القضايا الترفيهية للماستر 17.9% و ليسانس 16.7% ثم القضايا الرياضية و الاقتصادية على التوالي بنسبة 12.8% و 8.3% و 4.3% و 4.2% حسب المستوى التعليمي.

نستنتج أن معظم و أبرز القضايا التي تهم الفرد و المجتمع بالدرجة الأولى و هذا ما أدى إلى الكشف عن معلومات و حقائق المغطاة و أصبح الفيسبوك يعالج أكبر الحقائق في ميدان الإعلام و السياسة و غيرها.

جدول رقم38: يوضح اسهام الفيسبوك في الجزائر في زيادة الوعي واهتمام بقضايا الرأي العام حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
نعم	32	12	64	60
لا	18	08	36	40
المجموع	50	20		100

تبين نتائج الجدول أعلاه أن أكثر من نصف المبحوثين كانت إجابتهم بنعم في أن الفيسبوك يساهم في زيادة الوعي و اهتمام بقضايا الرأي العام بالنسبة لطلبة الماستر بـ64% و ليسانس 60%، فيما لم يساهم و لم يأثر الفيسبوك في زيادة الوعي اهتمام بقضايا الرأي العام بالنسبة لطلبة ماستر بـ36% ة ليسانس 40%.

نستنتج أن الفيسبوك يساهم و لو بنسبة قليلة بزيادة الوعي و اهتمام بقضايا الرأي العام من خلال لفت الانتباه، وكيفية طرحه للقضايا و معالجة و هذه القضايا تمس الشعب بالدرجة الأولى، و تتوفر فيه المضامين التي تهتم بالسياسة تزويد الرأي العام بكل التفاصيل و المستجدات.

جدول رقم39:يوضح إذا ما كان في الفيسبوك تغطية الكافية للأحداث السياسية حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
بشكل قليل	10	06	20	30
بشكل سيئ	29	13	58	65
بشكل قليل جدا	11	01	22	05
المجموع	50	20	100%	

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول أن الفيسبوك يساهم بشكل نسبية في تغطية الأحداث السياسية بنسبة المبحوثين طلبة ماستر كانت بنسبة 58% و ليسانس 65%، ثم بشكل قليل طلبة ماستر 20% و ليسانس 30%، و في الأخير بشكل قليل جداً للماستر 22% و ليسانس 5%.

نستنتج لو أن الفيسبوك يساهم و لو بشكل نسبي في تغطية الأحداث السياسية، و هذا نظرا لما يحدث على أرض الواقع حيث أن لحد الساعة مزالت متطلبات الشعب عالقة، ولم ينظر إليها من طرف السلطات المعنية، كما هناك أيضا جمل من العوامل تخدم القضايا و أحداث السياسية إلى جانب الفيسبوك.

جدول رقم40: يوضح اعتماد الفيسبوك في تتبع الأخبار الحراك الشعبي حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
بشكل عالي	12	05	24	25
بشكل سيئ	23	12	46	60
8 اعتتمد	15	03	30	15
المجموع	50	20	100%	

أشارت نسبة أغلبية المبحوثين في الجدول رقم 40 أن الفيسبوك لا يعتمد على تتبع الأخبار الحراك الشعبي بشكل نسبي، بالنسبة لطلبة ماستر بـ46% و ليسانس 60%. أما بشكل عالي كانت بنسبة 24% للماستر، و 25% ليسانس، وفي الأخير لا أعتمد كانت 30% بالنسبة لطلبة الماستر و ليسانس كانت 15%.

و بالتالي فإن حسب طلبتنا المبحوثين أن الفيسبوك يساهم بشكل نسبي في تتبع الأخبار الحراك الشعبي، نظرا لما ينشر يوميا و آنية وقوع الحدث، وبهذا يمكننا القول أنه يحتل السبق الإعلامي حسب طلبتنا في نشر الأخبار و الوقائع حول الحراك الشعبي و هذا يعود إلى مدة التي يقضيها المبحوثين في تصفح الفيسبوك.

جدول رقم41: يبين إذا ما تتفاعل مع المضامين ب حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
المجاب	42	15	71.2	62.5
تعليق	09	06	15.3	25
النشر وإعادة النشر	08	03	13.5	12.5

المجموع	59	24	100%

نلاحظ أن نسبة الإعجاب في ظهور المضامين على حساب المبحوثين تصل 71.2% للماستر، و 62.5% لليسانس فس حين كتابة التعليق نسبتها 15.3% للماستر و 25% ليسانس، و فس الأخير حسب المبحوثين نشر و إعادة نشر بنسبة 13.5% لطلبة ماستر و ليسانس بنسبة 12.5%.

و منه نستنتج أن أعلى نسبة تخص ظهور المضامين بالإعجاب، يكون أكثر تأثيرا على مستخدمي الفيسبوك و إثبات مرورهم بتلك الصفحة و إثبات و جودهم في تلك الوسائل متعددة الوسائد التي تهدف إلى المساعدة و إيضاح الغموض و توصيل الفكرة و معلومات للمعنيين.

جدول رقم42: يوضح درجة اعتماد المبحوثين على الفيسبوك في بلورت الموافق الخاصة بالحراك الشعبي حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
درجة عالية	08	05	16	25
درجة متوسطة	25	08	50	40
درجة منخفضة	17	07	34	35
المجموع	50	20	100%	

يبين الجدول أن الفيسبوك يقوم في بلورت المواقف الخاصة بالحراك الشعبي بدرجة متوسطة حسب المستوى التعليمي للمبحوثين بنسبة 50% للماستر و 40% لليسانس، ثم بدرجة منخفضة للماستر 34% و 35% لليسانس، و في الأخير درجة عالية للماستر 16% و ليسانس 25%.

نستنتج أن هذا راجع لمتابعتهم المنشورات الحراك الشعبي عبر فيسبوك، التي أصبحت تشغل الجزائر بين أكثر من القضايا الاجتماعية و غيرها الأخرى نظرا لأهمية ذلك الحدث الذي يهدف إلى تغيير أنظمة الحكم و تجاوز الأعمال غير قانونية.

جدول رقم43: يوضح إذا ما سمح اعتمادك على الفيسبوك بتشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
نعم	25	08	50	40
لا	25	12	50	60
المجموع	50	20	100%	

نلاحظ أن النتائج الجدول كانت نتائج متباينة في أن الفيسبوك يساهم في تشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي حسب المستوى التعليمي بنسبة للماستر كانت إجاباتهم بنعم و لا متساوية 50% أما بنسبة ليسانس كانت متقاربة نعم 40% و لا 60%.

نستنتج أن الفيسبوك يلعب دور إيجابي في تشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي، و هذا يعكس المجال الذي أتاحه العالم الافتراضي للتعبير عن الرأي في ظل عدم توفر هذا المجال على أرض الواقع.

جدول رقم44: يوضح تغطية دور الفيسبوك في الحراك الشعبي مقارنة بمواقع الأخرى حسب المستوى التعليمي.

التكرارات / المتغيرات	التكرار		النسبة	
	ماستر	ليسانس	ماستر	ليسانس
دور كبير	28	06	56	30
دور متوسط	02	01	04	05
دور ضعيف	01	07	02	35
ملغاه	19	06	38	30
المجموع	50	20	100%	

يبين الجدول أن دور الفايسبوك في تغطية الحراك الشعبي مقارنة بمواقع الأخرى حسب مستوى المبحوثين يلعب دوراً كبير بنسبة 56% للماستر و 30% بالنسبة لليسانس دور المتوسط و الضعيف متقاربان بالنسبة للماستر 4% و 2% و ليسانس 5% و 35% و توجد أيضا أوراق ملغاة.

نستنتج أن الفيسبوك يلعب دور كبير في تغطية الحراك الشعبي مقارنة بمواقع الأخرى لأنه أكثر مواقع التواصل الاجتماعي مستعمل في الجزائر على غرار المواقع الأخرى، من خلال البث المباشر و المنشورات و المضامين التي تحمل الصدق، و لديه القدرة على لفت الانتباه و القدرة على التغيير.

و هناك بعض الاقتراحات:

- يجب مراقبة الفيسبوك لأنظر وجود مجموعة تشوه الحراك و تعمل على غرس الفتن في الوطن.
- تعديل ما ينشر في الفيسبوك إيجابيات و أهمية التي ينتفع بها الفرد.
- عدم نشر إشاعات و الكذب التي تمس بحياة الآخرين.

نتائج الدراسة:

- أن أغلب طلبة جامعة يحي فارس يستخدمون منصة الفيسبوك بشكل دائم و لفترة أكثر من 6 سنوات.

- تشكيل دافع الطلبة لاستخدام الفيسبوك هو الدافع الإخباري من خلال الاطلاع على الأخبار و ما تعرضه وسائط من متعددة الوسائط مثل شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك بالإضافة إلى دوافع أخرى تتمثل في حب الاستطلاع و مواكبة الأحداث و التطور التكنولوجي و التعرف على آراء الآخرين و التواصل معهم و كذلك دافع قضاء وقت الفراغ للهروب من ضغوطات الحياة و مشاكلها.

- نصف الطلبة يوافقون على أن الفيسبوك وسيلة لتشكيل الرأي العام لديهم و في حين هناك البعض غيّروا مواقفهم اتجاه قضايا الرأي العام من خلال تلك المناقشات و حوالي نصفهم يثقون في المعلومات التي تنتشر على الفيسبوك بدرجة كبيرة.

- نصف الطلبة يتتبعون أخبار الحراك الشعبي من خلال الفيسبوك و ذلك لكونه يضع معلومات مختلفة عما تنشره الوسائل الأخرى، و الطلبة يؤكدون صحة المعلومات على الفيسبوك و يشاركونها على الصفحات و ينشر المضامين التي تساعدهم على تتبع أخبار الحراك الشعبي الجزائري.

- أغلب الطلبة يعتبرون منصة الفيسبوك مصدر أساسيا للمعلومات و كمصدر يمكن الرجوع إليه و زاد من معلوماتهم عن الحرك الشعبي 22 فيفري2019 ، و كانت آرائهم إيجابية حول مختلف الفعاليات و اتجاهات مؤيدة له من خلال المضامين و المناقشات التي تُنشر على منصة الفيسبوك، و كان الفيسبوك المحرك الأساسي و الأول الذي دعى إلى الحراك الشعبي من خلال المسيرات.

الخاتمة

الخاتمة:

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي كفاعل جديد مؤثر في تشكيل الوعي السياسي لدى الأفراد فالإعلام الجديد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أصبح يستعمل وسائل و تقنيات جديدة ساعدت على الحصول على المعلومة من قلب الحدث بالصورة الحية و الصوت، لذلك تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي و على رأسها الفيسبوك أن تحل كإعلام بديل، و لعل الدور الذي لعبه الفيسبوك في تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر لأكبر دليل على ذلك إذ تمكن المستخدمون من التعبير عن آرائهم من خلال تجربة مطلقة و نقل أفكارهم و انشغالاتهم و مطالبهم و تحويلها من مجرد أفكار في عالم افتراضي إلى مطالب واقعية و نزلوا بها إلى الشارع.

و مما لا شك فيه أن هذا الموقع رغم أنه تمكن من تحريك شعب بكامله و إلهاب شرارة الاحتجاجات إلا أنه كان قادرا على أن يكون صوت الشعب كما كان قادرا على توحيد صفوفه و كلمته و أهدافه و بناء أفكاره السياسية و تكوين جيل يتمتع بقدر عالي من الوعي السياسي و الاجتماعي و يظهر ذلك من خلال سلمية الحراك الشعبي الجزائري.

و في الختام لا يمكننا القول إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تكن سببا في إشعال فتيل الحراك بالجزائر بقدر ما كانت وسيلة لتكوين وعي قادر على الطالبة بالتغيير و تحرير فكر استطاع أن يعبر بحرية عن أفكاره و ينقلها عن عالم افتراضي إلى عالم واقعي.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

1) إبراهيم إمام أصول الفكر الإسلامي و تطبيقاته، دط، دار الفكر العربي، القاهرة.

2) ابن منظور، لسان العرب، مجلد 14، دار صادر، ط1، بيروت 1990.

3) أحمد بدر، الرأي العام طبيعة و تكوينه و قياسه و دوره في السياسة العامة، دط، دار قباع للطباعة و النشر و توزيع، القاهرة، مصر، 1998

4) أحمد مختار عبد الحميد وآخرون، معجم اللغة العربية المعاصر،ط1،عالم الكتب،مصر،2008.

5) أحمد يونس محمد حمودة، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في قسم البحوث و الدراسات الإعلامية، القاهرة، 2013.

6) أسامة غازي المدني، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة الجامعات السعودية، جامعة أم القرى نموذجاً، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، السعودية، 2014-2015.

7)إمام إبراهيم، العلاقات العامة و المجتمع، دط، مكتبة تاأنجلو المصرية ، القاهرة، 1976.

8)بكوش فرحات، عزوز سارة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأس العام (الحراك الشعبي الجزائري أنموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال، جامعة الشهيد حمة لخضر (الوادي)، 2019-2020.

9)بن أمهيان مراد، دور الفايسبوك في تشكيل الرأي العام حول الحراك الشعبي بالجزائر 2019، دراسة ميزانية على عينة من طلبة الماستر لقسم العلوم الإعلام و التصال بالمسيلة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، المسيلة، الجزائر، 2018-2019.

10)بوعديلة نبيلة . تفاعل الطلبة الجزائريين مع الصور الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي ، قالمة 2015 2016.

11)جمال مجاهد و آخرون، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دط، دار المعرفة الجامعية، 2010.

12)جمال مجاهد، الرأي العام و طرق قياسه، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2001.

13)حاتم محمد، الرأي العام و تأثيره بالإعلام و الدعاية، دط، مكتبة لبنان، بيروت، 1989.

14)حاج بشير جيدور، أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية، دراسة مقارنة، أطروحة لنيل شهادة دوكتوراه في العلوم السياسية تخصص تنظيمات سياسية و إدارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017

15)خليل بن الدين . القبلة لنشر والتوزيع . الطبعة سبتمبر 2019.

16)ربعي مصطفي عليان، محمد غنيم عثمانّ، مناهج وأساليب البحث العلمي، النظرية والتطبيق، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

17)الزيان إبراهيم مصطفي وآخرون المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، دس.

18)سراج معيد، الراي العام مقوماته و الاتصالات في النظم السياسية المعاصرة، دط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1986.

19)سمير حسين، الرأي العام الأسس النظرية و الجوانب المنهجية، دط، عالم الكتب، القاهرة، 1997.

20)سمير محمد حسن، بحوث الإعلام والأسس والمبادئ، علم الكتب القاهرة، 1991.

21)عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه الجوانب والأسس المنهجية النماذج التطبيقية والتدريبات العلمية، دار الفكر العربي، مصر، 2006.

22)عبد الكريم علي، زهير ياسين، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة في الجامعات الأردنية، مجلة الدراسات الانسانية و الاجتماعية المجلد 40 ع 1، الأردن، 2013.

23)العبيد عبد القادر أحمد فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجه الرأي العام، دار البداية لنشر والتوزيع . الطبعة 2017.

24)عمار بوحوش ومحمد محمود الذهبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ط2، ديوان المطبوعات الجامعة، الجزائر، 1995.

25)غريب عبد السميع غريب، الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر، دط، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006.

26)فاروق طيفور ، الحراك الشعبي الجزائري في موجبه الثالثة دار سائحي سنة 2019

27)فاضل مشتاق طلب، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، 2017، مجلة تكرين للعلوم السياسية، ع12.

28)قاسم محمد، مدخل إلى مناهج البحث العلمي، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، القاهرة .

29) كمال حميدو، التواصل الاجتماعي و النشاط السياسي للمواطن في الحراك الجزائري من دوامة الصمت إلى دوامة التعبير، دراسات اعلامية، 10 أكتوبر/ تشرين الاول 2019.

30) كمال حميدو، التواصل الاجتماعي و النشاط السياسي و المواطن في الحراك الجزائري من دوامة الصمت الى التعبير، دط، مركز الجزيرة للدراسات، 2019.

31) مجلة الرسالة لدراسات 81 علامييية المجلد 4 العدد 02 صادرة بتاريخ جوان 2020 دور للمواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي.

32) مجلة الشرطة الجزائرية . العدد 144 سبتمبر 2019.

33) محمد الأمين أحمد مرزوك الجنابي، موقع التواصل الاجتماعي و الحراك الشعبي، الاعتماد المتبادل، ط1، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، 2020.

34) محمد المصري، المجتمع الإسلامي، دار الكتاب العربي.

35) محمد بهجت كشك العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية، دط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998.

36) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، قاهرة، 2004.

37) محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، ط1، عالم الكتب القاهرة، مصر، 1993– .

38) محمد عبيدات واخرون منهجية البحث العلمي، ط1، دار وائل للنشر، 1999.

39) محمد منير حجاب، أساسيات الرأي العام، ط2، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2008.

40) مختار التوهامي، عاطف عدلي العبد، دط، الرأي العام، 2005.

41) مديرية الاتصال والاعلام . الاعلام الوطني للمنشورات العسكرية خلاصة خطب ورسائل السيد الفريق أحمد قايد الصالح نائب وزير الدفاع الوطني رئيس أركان الجيش الوطني الشعبي ، الطبعة الشعبية للجيش (EPA)الطبعة الاولى 2019 .

42) موريس انجرس منهجية العلوم الإنسانية، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، ط2، دار القصبة، الجزائر، 2004.

43) مي عبد الله، الاتصال و الديمقراطية، دط، بيروت، دار النهضة العربية، 2005.

44) نادية بن ورقلة، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، الجزائر.

45) نور الدين بكيس ، الحراك الشعبي الجزائري ، NPUالنشر الجديد الجامعي ، الطبعة 2020.

46) هاني الرضا، رامز عمار، الرأي العام و الإعلام و الدعاية، دط، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، بيروت، 1998.

الملاحق

جامعة يحيى فارس بالمدية

العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

استمارة بحث بعنوان

فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي الجزائري.

دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام و الاتصال – بالمدية

بين أيديكم استمارة و هذا في إطار بحث لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص سمعي بصري راجين منكم الإجابة عليها بكل اهتمام و صدق مع التأكيد أن هذه المعلومات و تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.

ملاحظة: ضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة.

من إعداد الطالبتين:

- زيوش إيمان
- فحيص شريفة

تحت إشراف الأستاذ:

- العيدي موسى

السنة الدراسية

2021/2020

المحول الأول:

بيانات شخصية:

1- الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2- المستوى التعليمي:

ليسانس ☐ ماستر ☐

المحور الثاني: دوافع استخدام المبحوثين لمنصة الفيسبوك

1- هل تستخدم الفيسبوك؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

2- منذ متى تستخدم الفيسبوك؟

أقل من 3 سنوات ☐ من 3 إلى 6 سنوات ☐ أكثر من 6 سنوات ☐

3- ما هي دوافع استخدام الفيسبوك؟

- التواصل مع الأهل و الأصدقاء. ☐
- التسلية و الترفيه. ☐
- الحصول على المعلومات و مواكبة الأحداث اليومية. ☐
- فضاء للتعبير على أرائك بكل حرية. ☐
- أخرى

أذكرها.....

4- عند استخدامك للفيسبوك هل تقوم بـ:

- التصفح و قراءة المحتوى فقط (بدون تفاعل) ☐
- التفاعل بالإعجاب و التعليق على المضامين المنشورة. ☐

- نشر مضامين أعددتها ☐ك.
- إعادة نشر مضامين المستخدمين ☐رين.

5- ما هي المواضيع التي تفضل المشاركة و التفاعل معها من خلال استخدام الف☐وك؟

☐ ☐ ☐

سياسية اقتصادية ثقافية

المحور الثالث: تشكيل الرأي العام للمبحوثين من خلال منصة فيسبوك

1- هل تجد في الفيسبوك المواضيع و القضايا التي تهم المجتمع؟

نعم ☐ لا ☐

برر إجابتك.....

2- برأيك ما هي أبرز قضايا الرأي العام يعالجها الفيسبوك؟

سياس☐ اقتصادية ☐ ثقافي☐

اجتم☐ ترفيهية ☐ رياضية☐

3- هل يساهم الفيسبوك في الجزائر في زيادة إهتمامك بقضايا الرأي العام؟

نع☐ ☐

إذا كانت إجابتك بنعم برر ذلك.....

4- هي تجد في الفيسبوك التغطية الكافية للأحداث السياسية؟

بشكل قلي☐ بشكل نسبي☐ بشكل قليل جد☐

المحور الرابع: تأثيرات الفيسبوك على تشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي.

1- ما مدى اعتمادك على الفيسبوك في تتبع أخبار الحراك الشعبي؟

بشكل عا☐ بشكل نسبي ☐ لا أعتمد☐

2- هل تتفاعل مع المضامين بـ؟

- إعجاب ☐
- تعليق. ☐
- النشر و إعادة نشر. ☐

3- ما هي درجة اعتمادك على فيسبوك في بلورت الموقف الخاص بالحراك الشعبي؟

درجة عالية ☐ متوسط ☐ منخفض ☐

4- هل سمح اعتمادك على الفيسبوك بتشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي؟

نعم ☐ لا ☐

برر إجابتك في كلتا الحالتين .....

5- كيف تقيم دور الفيسبوك في تغطية الحراك الشعبي مقارنة بالمواقع الأخرى؟ و ما الذي تقترحه؟

الفهرس

ملخص الدراسة

مقدمة.....أ

الفصل الأول: الإطار المنهجي

الإشكالية.....**05**

أسباب إختيار الموضوع.....**06**

أهداف الدراسة.....**06**

أهمية الدراسة **07**

مصطلحات الدراسة.....**07**

منهج الدراسة.....**09**

مجتمع و عينة الدراسة **10**

أدوات الدراسة **11**

مجالات الدراسة **12**

الدراسات السابقة **12**

الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي و تشكيل الرأي العام.

المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي.....19

المطلب الأول: مفهوم الشبكات الاجتماعية.....19

المطلب الثاني: تاريخ و نشأة الشبكات الاجتماعية.....20

المطلب الثالث: نموذج من الشبكات الاجتماعية (فيسبوك).....21

المبحث الثاني: الرأي العام من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.....23

المطلب الأول: مفهوم الرأي العام.....23

المطلب الثاني: نشأة الرأي العام.....24

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام.....25

المبحث الثالث: الفيسبوك و تشكيل الرأي العام.....29

المطلب الأول: نماذج فعلية توضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحويل الرأي العام الالكتروني للرأي العام الواقعي بالحشد و التعبئة الافتراضية.....29

المطلب الثاني: الفيسبوك أهم مؤثرات الحراك الشعبي الجزائري.....30

الفصل الثالث: الحراك الشعبي و التحولات السياسية.

المبحث الأول: الحراك الشعبي.....32

المطلب الأول: مفهوم الحراك الشعبي و ملامحه.....32

المطلب الثاني: مطالب و مظاهر سلمية الحراك الشعبي بالجزائر.....34

المطلب الثالث: آليات التفاعل في الحراك الشعبي.....36

المبحث الثاني: الحراك الشعبي و مواقع التواصل الاجتماعي.....38

المطلب الأول: وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في صناعة الرأي العام و تشكيله.....38

المطلب الثاني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الحراك الشعبي الجزائري.....39

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية

نتائج الدراسة.....70

خاتمة.....72

قائمة المصادر و المراجع.....74

الملاحق.....79

الفهرس 84

قائمة الجداول.....88

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	42
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي للطلبة	42
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم للفيسبوك	43
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب منذ متى يستخدمون الفيسبوك	43
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الطلبة للفيسبوك	44
06	يوضح توزيع أفراد العينة حسب عند استخدامهم الفيسبوك بما يقومون	45
07	يوضح توزيع أفراد العينة حسب أهم القضايا التي يفضل مشاركتهم على الفيسبوك	46
08	يوضح توزيع أفراد العينة حسب إذا كان في الفيسبوك المواضيع و القضايا التي تهم المجتمع.	46
09	يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوعية قضايا الرأي العام التي يعالجها الفيسبوك	47
10	يوضح توزيع أفراد العينة حسب إذا ما كان الفيسبوك يساهم في زيادة الاهتمام بقضايا الرأي العام.	47
11	يوضح توزيع أفراد العينة إذا كانوا يجدون في الفيسبوك التغطية للأحداث السياسية.	48
12	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى اعتمادهم على الفيسبوك في تتبع أخبار الحراك الشعبي.	48
13	يوضح توزيع أفراد العينة حسب كيفية تفاعلهم مع المضامين التي تعرض الحراك الشعبي.	49
14	يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة اعتماد الفيسبوك في بلورت المواقف الخاصة بالحراك الشعبي.	49
15	يوضح توزيع أفراد العينة إذا ما سمح اعتمادهم على الفيسبوك في تشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي.	50

16	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الدور الذي يلعبه الفيسبوك في تغطية الحراك الشعبي مقارنة بمواقع الأخرى.	**50**
17	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس في استخدامهم للفيسبوك.	**51**
18	يوضح توزيع أفراد العينة حسب منذ متى يستخدمون الفيسبوك	**51**
19	يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الفيسبوك	**52**
20	يوضح توزيع أفراد العينة حسب عند استخدامهم للفيسبوك ماذا يقومون	**53**
21	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المواضيع التي يفضلون التفاعل معها على الفيسبوك.	**54**
22	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس إذا كان الفيسبوك يهتم بالمواضيع و القضايا التي تهم المجتمع.	**54**
23	يوضح توزيع أفراد العينة حسب أبرز قضايا العام الرأي التي يعالجها الفيسبوك.	**55**
24	يوضح توزيع أفراد العينة إذا الفيسبوك يساهم في الزيادة من الاهتمام بقضايا الرأي العام.	**56**
25	يوضح توزيع أفراد العينة إذا كان الفيسبوك يساهم في التغطية الكافية للأحداث السياسية.	**56**
26	يوضح توزيع أفراد العينة إذا كان اعتمادك على الفيسبوك في تتبع أخبار الحراك الشعبي.	**57**
27	يوضح توزيع أفراد العينة إذا كنت تتفاعل مع مضامين الإعلامية حول الحراك الشعبي ب.	**58**
28	يوضح توزيع أفراد العينة درجة اعتمادك على الفيسبوك في بلورت المواقف الخاصة بالحراك الشعبي.	**58**
29	يوضح توزيع أفراد العينة إذا ما كان الفيسبوك سمح لهم بتشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي.	**59**
30	يوضح توزيع أفراد العينة دور الفيسبوك في تغطية الحراك الشعبي مقارنة بمواقع الأخرى.	**60**
31	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي مدى استخدامهم للفيسبوك.	**61**

32	يوضح توزيع أفراد العينة حسب منذ متى يستخدمون الفيسبوك.	**61**
33	يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدامهم للفيسبوك.	**62**
34	يوضح توزيع أفراد العينة حسب عند استخدام الفيسبوك يقومون بـ	**63**
35	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المواضيع التي يفضلون مشاركتها و تفاعل معها في الفيسبوك.	**64**
36	يوضح توزيع أفراد العينة حسب إذا كان الفيسبوك يهتم بالقضايا التي تهم المجتمع.	**64**
37	يوضح توزيع أفراد المجتمع حسب أبرز القضايا الرأي العام التي يعالجها الفيسبوك.	**65**
38	يوضح توزيع أفراد المجتمع حسب إذا ما ساهم الفيسبوك بزيادة الوعي و اهتمام بقضايا الرأي العام.	**66**
39	يوضح توزيع أفراد المجتمع حسب إذا كان الفيسبوك يساهم في تغطية الكافية للأحداث السياسية.	**66**
40	يوضح توزيع أفراد العينة حسب إذا الفيسبوك يساهم في تتبع الأخبار الحراك الشعبي.	**67**
41	يوضح توزيع أفراد العينة حسب بماذا تتفاعل مع المضامين.	**67**
42	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي يوضح درجة اعتمادك على الفيسبوك في بلورت المواقف الخاصة بالحراك الشعبي.	**68**
43	يوضح توزيع أفراد العينة حسب إذا ما سمح الفيسبوك بتشكيل الرأي العام الخاص بالحراك الشعبي.	**69**
44	يوضح توزيع أفراد العينة حسب دور الفيسبوك في تغطية الحراك الشعبي مقارنة بالمواقع الأخرى.	**69**