الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم –

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص صحافة إلكترونية ومطبوعة

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر الموسومة بـ:

صحافة المواطن ودورها في صناعة الرأي العام

دراسة ميدانية على طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

من إعداد:

- سلاب زبيدة
- دادي ربيعة

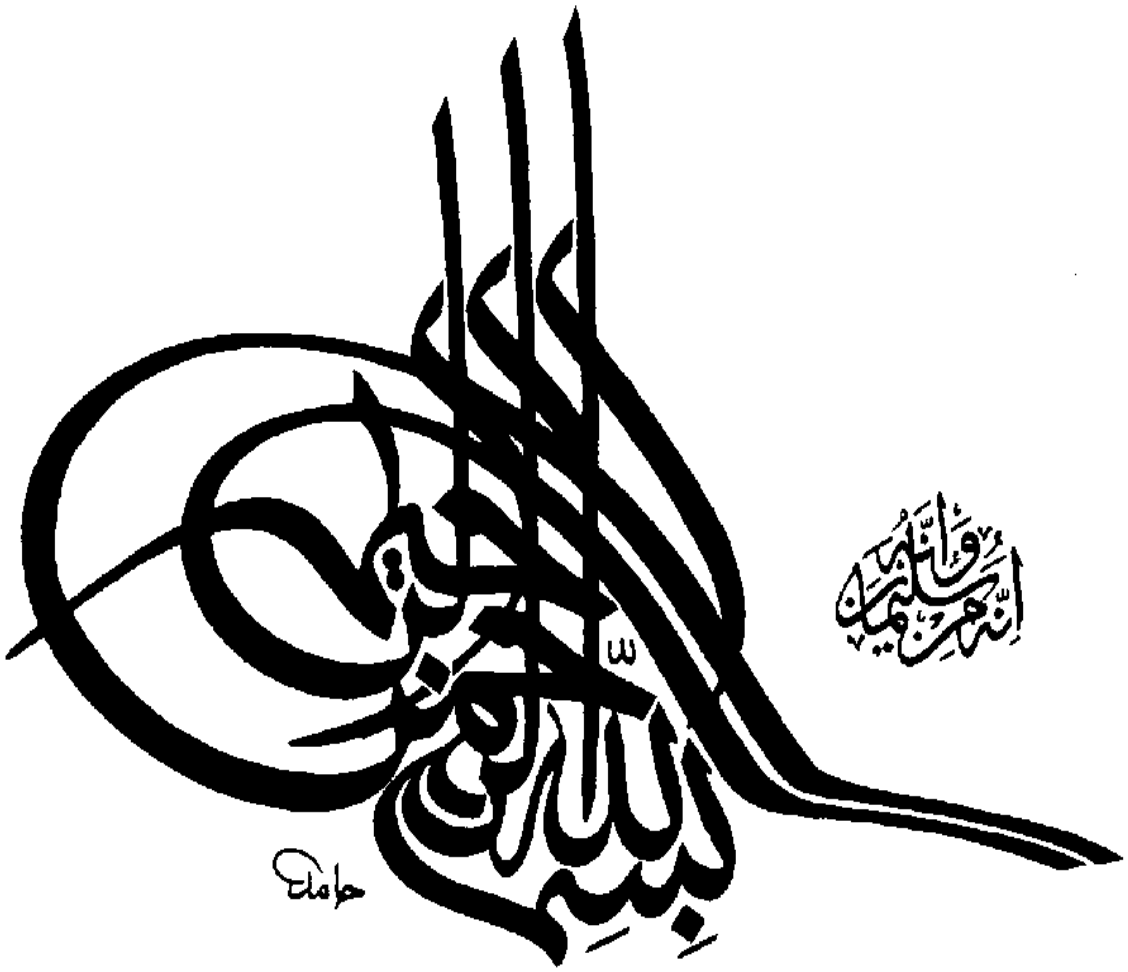
تحت إشراف الأستاذ:

د. مرواني محمد

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. دحو مصطفى	أستاذة التعليم العالي	رئيسا
د. مرواني محمد	أستاذ التعليم العالي	مشرفا مقررا
د. بلعي سعيد	أستاذة التعليم العالي	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2021_2022م


بسم الله الرحمن الرحيم
إنه من سليمان وإنه
حامد

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
شكر وتقدير	
إهداء	
ملخص	
مقدمة	أ
الإطار المنهجي للدراسة	
الإشكالية	**04**
الفرضيات	**05**
أهمية الدراسة	**05**
أهداف الدراسة	**06**
أسباب اختيار موضوع الدراسة	**06**
الدراسات السابقة	**08**
الاستفادة من الدراسات السابقة	**10**
منهج الدراسة	**11**
الأدوات المستخدمة للدراسة	**11**
مجتمع البحث	**12**
حدود الدراسة	**12**
تحديد مفاهيم الدراسة	**13**
هيكل الدراسة	**14**
أهم صعوبات البحث	**15**

الإطار النظري	
الفصل الأول: صحافة المواطن صيغة إعلامية جديدة	
تمهيد الفصل الأول	**18**
المبحث الأول: ماهية صحافة المواطن ونشأتها	**22-19**
المبحث الثاني: أشكال وخصائص صحافة المواطن	**25-22**
المبحث الثالث: أساليب الممارسة الصحفية للمواطن الصحفي	**27-26**
المبحث الرابع: العوامل المؤثرة في صحافة المواطن	**31-28**
خلاصة الفصل الأول	**32**
الفصل الثاني: الشبكات الاجتماعية الإلكترونية والرأي العام	
تمهيد الفصل الثاني	**34**
المبحث الأول: تعريف ومفهوم الرأي العام دلالاته وخصائصه	**39-35**
المبحث الثاني: عوامل تكوين الرأي العام	**43-40**
المبحث الثالث: صناعة الرأي العام والإلكتروني	**45-43**
المبحث الرابع: أدوات التعبير وقياس الرأي العام الإلكتروني	**47-46**
خلاصة الفصل الثاني	**48**
الفصل الثالث: دراسة ميدانية	
تمهيد	**50**
تحليل الاستمارة	**78-50**
النتائج المتوصل إليها	**79**
خاتمة	**81-80**
قائمة المصادر والمراجع	**84-82**

فهرس الجداول

رقم الجداول	العنوان	الصفحة
.1	جنس العينة	50
.2	سن العينة	51
.3	المستوى التعليمي للعينة	52
.4	التخصص العلمي للعينة	53
.5	استعمال موقع فيسبوك	54
.6	المواقع الأخرى المستعملة	55
.7	الوسائل المفضلة في متابعة الأخبار	56
.8	طبيعة الأخبار المتابعة عبر مواقع التواصل	57
.9	معدل استعمال الفيسبوك	59
.10	الحاجيات المحققة من استعمال الفيسبوك	60
.11	الفيسبوك فضاء لنقاش القضايا الاجتماعية	61
.12	الفيسبوك أداة المستخدمين لإنتاج مضامين	62
.13	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الرأي العام	63
.14	مدى معرفة مدلول صحافة المواطن	64
.15	استخدام الحسابات الشخصية في نقل الأحداث	65
.16	توثيق الأحداث في الحسابات الخاصة	66
.17	مشاركة المضامين في الوسائط الاجتماعية	67
.18	الهدف من مشاركة المضامين	68
.19	إبداء الرأي حول قضية مطروحة	69
.20	أساليب التعبير عن الرأي الشخصي	70
.21	متابعة الطلبة للقضية	71

.22	الوسيلة الإعلامية وتلقي الحادثة	72
.23	مشاركة القضية جراء توقيف الأستاذ	73
.24	موقف الطلبة اتجاه فعل الأستاذ	74
.25	الهدف من مشاركة القضية	75
.26	كيفية التفاعل مع الحادثة	76
.27	تأييد فعل الأستاذ	76
.28	تأييد موقف مدير الثانوية	77
.29	مدى المطالبة بمنصب الأستاذ	78

فهرس الأشكال

رقم الأشكال	العنوان	الصفحة
.1	أساليب الممارسة الصحفية للمواطن الصحفي	26

شكر وتقدير

نشكر الله عز وجل الذي أمدنا بالقوة والصبر لإتمام هذا العمل.

كما نتوجه بجزيل الشكر و التقدير

إلى أستاذنا المؤطر "**محمد مرواني**"

الذي تفضل بإشراف على هذه المذكرة بدون أن يبخل علينا

بالتوجيهات والنصائح القيم التي يطلبها البحث في إنجاز هذا العمل

كما لا يفوتنا أن أشكر كل من ساعدنا

من قريب في إنجاز هذه المذكرة

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

" وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه و بالوالدين إحسانا "

إلى من أوصاني بهما القرآن الكريم، إلى التي حملتني وأرضعتني عذب الحنان.

إلى من وضعت الجنة تحت أقدامها، إلى التي لا تستوفيها كل

عبارات الشكر حقها **أمي الغالية** " شفاها الله وأطال في عمرها.

إلى سندي ودعمي في مشواري الذي علمني حب الخير والاعتماد على النفس

" **أبي** " أطال الله في عمره.

أهدي هذا العمل إلى من رسما البسمة في حياتي، إخوتي وأخواتي.

أهدي هذا العمل إلى كل من ذكره قلبي وغفل عنه قلمي، إلى كل من رافقتني دعواته

زبيـدة

إهداء

أهدي ثمره جهدي...

إلى والدي

الذي أحاطني بكل الحب والدعم

لكي أصل إلى ما أنا عليه اليوم

إلى أمي

التي سهرت كل الليالي من أجل صحتي وراحتي

إلى أخواتي وإخوتي

إلى زملائي

في دفعة صحافة مطبوعة وإلكترونية

ربيعـة

ملخص:

أدى ظهور تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمختلف تجلياتها من مدونات إلكترونية إلى شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من الوسائط التفاعلية إلى إعادة رسم الخارطة الإعلامية، إذ نشأ ما يعرف بصحافة المواطن التي أصبحت تخوض في قضايا الرأي العام والتفاعل معها بكل حرية عبر الفضاء العام الإلكتروني، هذا ما أدى بتقلص دور الصحافة التقليدية التي تشكيل الرأي العام وتوجيهه لصالح وسائط إلكترونية.

وبالتالي هذا ما مكن الصحافة مواطن من إعادة صياغة مفاهيم ومؤشرات قياس الرأي العام الجديد الإلكتروني، حيث سعى الباحثين والمهتمين في المجال بدراسة هذا الوليد الإعلامي الجديد من حيث المضمون المطروح والتداول باستخدام أدوات التعبير القياس الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية:

صحافة المواطن، الرأي العام الإلكتروني، الطالب الجامعي.

Summary:

The emergence of information and communication technology in its various manifestations, from blogs to social networks and websites and other interactive media, has led to a redrawing of the media map, as what is known as citizen journalism arose, which became involved in issues of public opinion and interacted with them freely through the electronic public space. By diminishing the role of the traditional press, which is shaping and directing public opinion in favor of electronic media.

Thus, this is what enabled the citizen press to reformulate the concepts and indicators of measuring the new electronic public opinion, as researchers and those interested in the field sought to study this new media outlet in terms of the proposed content and circulation using electronic measurement expression tools.

key words:

Citizen journalism, public opinion, electronic public opinion.

مقدمـة

إن ظهور ثورة تكنولوجيا المعلومات وتفجيرها على الإعلام المرئي والمسموع وحتى المقروء أدت به إلى إحداث نقلة نوعية جديدة متقدمة في هذا المجال تقوم على أساس الانفتاح في الرأي وعرض وجهات النظر بكل حرية، إذ فسح المجال أمام أفراد كل شرائح المجتمع والمواطن البسيط لطرح تصوراتهم وأفكارهم نحنو قضايا تمس حياته اليومية وقضايا عامة من البيئة الاجتماعية لديهم.

إذ فتحت هذه الأخيرة فضاءات واسعة وآفاق نحو الرأي العام، الذي يعد من أهم أكبر المحاور التي تشغل بال الباحثين منذ القدم، باعتباره مرتبط بعدة ميادين معرفية، إلا أنه أشد ما يكون ارتباطا بميدان علوم الإعلام والاتصال، وذلك لما تشهده البيئة الإعلامية من تغيرات وتطورات بتطور الأنماط الإعلامية عبر مرور الزمن، فهذا ما أدى في عصرنا الراهن إلى ميلاد ما يعرف بصحافة المواطن التي ترتكز أساسا على الفرد بحد ذاته ما يستخدمه من المواقع والشبكات الاجتماعية عبر شبكة الأنترنت بمختلف أنواعها.

فبالتطور الحاصل في الصحافة التقليدية التي كانت تركز أساسا على وسائل الإعلام والاتصال المرئية والمسموعة، المكتوبة بمختلفها عبر كل نمط إعلامي يتمظهر بالرأي العام، أصبح الرأي العام الإلكتروني ملجأ عامة الناس أحد الأشكال الجديدة للصحافة من صياغة الرأي العام في المجتمع يتشكل في فضاءات التواصل وتكون محل اهتمام واسع من طرف المستخدمين.

فراحت القضايا الاجتماعية تأخذ صدى واهتمام واسع من ناحية القبول والمعارضة، عبر ما يطرح في المواقع التفاعل الاجتماعي، وهذا الأخير ما يظهر جليا إذ شاع استخدام هذا المواقع من طرف كل فئات المجتمع، حيث ساهمت في تشكيل الرأي العام من خلال المشاركة الفعالة في حل ومناقشة بعض المواضيع المطروحة والقضايا التي تهتم بالفرد ضمن كيانه الاجتماعي.

الإطار المنهجي للدراسة

الإشكالية:

تعد حرية التعبير من بين أكثر القضايا المطروحة التي نالت اهتمام الباحثين والدارسين في عدة مجالات معرفية، لاسيما مجال الإعلام والاتصال، إذ ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ميلاد صيغة جديدة مخالفة تماما من حرية الرأي البديهية لدى الجميع، فأصبحت وليدة فضاء إلكتروني رقمي تمارس في المجال الافتراضي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بعيدة عن الممارسة التقليدية للصحافة، فهذا الأخير ما سمي بصحافة المواطن.

فقد ساهمت هذه الصيغة الجديدة من الصحافة في إبداء الرأي العام دون رقابة عليه في تكوين آراء المستخدمين والمتصفحين لمواقع التواصل الاجتماعي حول مختلف القضايا المطروحة المحلية منها وحتى الدولية العالمية، هذا ما ساعد على إعطاء نوع آخر من الرأي العام وتشكيل ما يسمى بالرأي العام الإلكتروني.

وعلى الأساس تتمحور دراستنا حول "صحافة المواطن ودورها أو تأثيرها في صناعة الرأي العام"، وذلك أننا نحاول معرف أهمية صحافة المواطن في المجتمع الحديث نظراً لأنها قد رسخت مكانتها في الوسائل الإعلامية الأخرى، باعتبارها تلعب دورا كبيرا في عملية التأثير على حيا الأفراد في المجتمع وبالخصوص مد قدرتها على التحكم في صناعة الرأي العام.

فبناء على هذا يمكن طرح مشكلة الدراسة في التساؤل التالي:

- **كيف تساهم صحافة المواطن في صناعة الرأي العام؟**

وللتحكم أكثر في موضوع محل دراستنا نطرح ضمن هذه الإشكاليات التساؤلات الفرعية التالية:

1- هل هناك علاقة بين صحافة المواطن والرأي العام؟

2- كيف نشأ ما يعرف بالرأي العام الإلكتروني؟

3- هل استخدام صحافة المواطن مرتبط بعملية صناعة الرأي العام الإلكتروني ؟

4- ما هي أدوات التعبير الخاصة بالرأي العام الإلكتروني ؟

الفرضيات:

للإجابة على الأسئلة الفرعية لإشكالية الدراسة، تم صياغة الفرضيات التالية:

1. بظهور صحافة المواطن أصبح الرأي العام مرتبط بها، ومن ثم كونت علاقة تأثير وتأثر.

2. استخدام الجمهور العام لصحافة المواطن وبالخصوص المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي أعطى صورة حسنة ما أدى بظهور الرأي العام الإلكتروني.

3. إن عملية صناعة الرأي العام مرتبط بصحافة المواطن الإلكترونية.

4. لقياس الرأي العام الإلكتروني أدوات تعبير جديدة خاصة به مغايرة تماما للرأي العام التقليدي.

أهمية الدراسة:

لا توجد دراسة ليس لها أهمية مرجوة منها، ذلك أن الباحث العلمي يسعى لتحقيق مجموعة من النتائج العلمية التي يتحصل عليها في ميدان تخصصه، ومن خلال هذا يتوجب الحصول على أهمية من هاته الدراسة يمكن توضيحها في ما يلي:

- يعتبر من الدراسات التي تسلط الضوء على نشطاء الشبكات الاجتماعية في المجال الصحفي دون أي احترافية أو تكوين أكاديمي.
- منح ميزة علمية للمكتبات البحثية من خلال إضافة بحث من البحوث العلمية.

- إثراء المجال المعرفي والعلمي من خلال النتائج المتوصل إليها من هذه الدراسة.

- الوصول إلى حقائق علمية دقيقة في ما يخص موضوع الصحافة الإلكترونية ورأيها العام.

- قياس مدى تطبيق الإدارة الالكترونية في البلدية الجزائرية.

- الحاجة إلى مثل هذه الدراسة لفتح الآفاق المستقبلية للدراسات ذات العلاقة.

- محاولة الكشف عن إمكانية المواطن في صناعة رأي عام من خلال حسابه الإلكتروني.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة كغيرها من الدراسات للوصول إلى الأهداف التالية:

- معرف عادات وأنماط استخدام المواطن الصحفي الجزائري –الطالب الجامعي الجزائري– لمواقع التواصل الاجتماعي.

- الكشف عن الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في صناع الرأي العام.

- معرفة مدى مساهمة صحافة المواطن عن باقي وسائل الإعلام التقليدية في عملية تشكيل وصناعة الرأي العام.

أسباب اختيار موضوع الدراسة:

يعتمد اهتمام الباحث ورغبته في تناول موضوع معين من موضوعات أخرى على أسباب ذاتية وموضوعية يمكن تلخيصها في ما يلي:

أسباب الذاتية:

- يعتبر الموضوع شيق وجدير بالبحث والدراسة.

- الميول الشخصي يمثل روح الفضول في التطرق إلى مواضيع صحافة المواطن، وبالأخص في معالجة قضايا الرأي العام.

- الدافع المعرفي أي حب المعرفة والاطلاع خاصة وأن موضوعي يتميز بالحداثة في مجال تخصصنا الدراسي.

- معرفة مدى تطابق معرفتنا الأكاديمية وما هو موجود على أرض الواقع.

أسباب الموضوعية:

- إبراز قيمه ومدى فعالية مساهمة الرأي العام الإلكتروني.

- حداثة موضوع الرأي الإلكتروني وأدواته مما يستوجب تناوله بالدراسة.

- الالتفاف على العالم الرقمي وصناعة صحافة خاصة به أدى بنا إلى التنقيب على مظاهره وعوامل تشكيله.

- مجال تخصص الصحافة الإلكترونية بالإضافة إلى القيم العلمية لموضوع صحافة المواطن وعلاقتها في تشكيل الرأي العام الخاصة بها، هو موضوع جديد سيفتح أبواب أمام الباحثين في المستقبل من أجل إثراء الموضوع من الجوانب النظرية والتطبيقية، بالإضافة إلى ضرورة الانتقال إلى الرأي الإلكترونية الهادف الذي أصبح ضرورة حتمية من أجل التعبير.

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة الطريقة التي من خلالها يتم تحديد وتوجيه ودعم مسارات البحث العلمي وقد تمثلت الدراسات السابقة المشابه التي جمعتها حول موضوع الدراسة في:

- الدراسة الأولى: من إعداد الطالبين: "نجم الدين بن شعبان" و"يوسف بوجميعة" بعنوان "اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن" كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى –جيجل، دفعة 2016–2017..

- حيث تمحورت الإشكالية حول اتجاهات الطلبة، وكانت على النحو التالي: كيف هي اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن؟ قوية أم ضعيفة؟

- كما قامت هذه الدراسة على طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية:

1– هل اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن، اتجاهات سلبية أم إيجابية؟

2– هل يثق طلبة الإعلام والاتصال بالأخبار والمعلومات التي تتداولها صحافة المواطن؟

3– هل توجد فروق دالة إحصائية بين ممارسة طلبة الإعلام والاتصال لصحافة المواطن ومتغير المستوى الدراسي؟

- اعتمدت هذه الدراسة على مجموعة من الفرضيات وهي كالأتي:

- اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال نحو صحافة المواطن هي اتجاهات إيجابية.

- طلبة الإعلام والاتصال يثقون في الأخبار والمعلومات التي تتداولها صحافة المواطن.

- توجد فروق دالة إحصائيا بين ممارسة الطلبة لصحافة المواطن ومتغير المستوى الدراسي.

تمثلت أدوات الدراسة والعينة في:

- قامت الدراسة على مجتمع بحث مكون من طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة جيجل، المتمثل في عينة من السنة الثانية إعلام واتصال إلى السنة الثانية ماستر، وتم استخدام المنهج الوصفي المسحي لوصف اتجاهات الشباب الجامعي.

أهم النتائج:

- اتجاهات طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل نحو صحافة المواطن، اتجاهات إيجابية وقوية.

- تأثر المستقبل المهني لطلبة الإعلام والاتصال وتعاطي الشباب مع هذا النوع من الصحافة وتأثيره على الأفكار والمعتقدات وإعادة تشكيل الوعي وحجم التغيرات التي سوف تنتج في المجتمع.

الدراسة الثانية:

دراسة الطالبة الباحثة "عرباوي يمينة" بعنوان "دور المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في قيادة الرأي العام في الجزائر" دراسة ميداني في مدينة ورقلة، عن كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، جامعة قاصدي مرباح –ورقلة، دفعة 2020–2021.

تمحورت الإشكالية على النحو التالي: كيف ساهم مؤثرو مواقع التواصل الاجتماع في قيادة الرأي العام في الجزائر؟

الأسئلة الفرعية:

- ما هي عادات وأنماط متابعة المستخدمين لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي أسباب ودوافع متابعة المستخدمين لمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.
- ما هي اتجاهات وآراء المستخدمين نحو مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي.

تمثلت أدوات الدراسة والعينة في:

تمت الدراسة على عينة من جمهور المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي ممن يتابع المؤثرين في هذه المواقع، وقد تم تحديدهم في مدينة ورقلة، وتم تحديد 80 مفردة باستخدام الاستبيان الإلكتروني، والاعتماد على المنهج الوصفي المسحي.

أهم النتائج:

- تمثلت الحاجات التي يرغب المبحوثين في تحقيقها من خلال متابعة مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والتوعية والتثقيف.
- زيادة الوعي حول مختلف القضايا التي تطرح، وكذا التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

من حيث أغراض الدراسة وأهدافها تناول موضوع الدراسة دور صحافة المواطن في صناعة الرأي العام، وهذا ما يمثل أحد أهم نقاط الاختلاف عن الدراسات السابقة التي

تناولت المواقع الإلكترونية وتأثيرها بشكل عام، ولكن يتشابه جزئيا من حيث المضمون مع الدراسات السابقة.

وعليه نقول أننا نتفق مع دراسات السابقة في تناول موضوع صحافة المواطن، أما الاختلاف بين دراسات وبين هذه الدراسة من ناحية الحدود الزمنية والمكانية المدروسة، بالإضافة إلى المنهج المستخدم بحيث اعتمدت عدة مناهج أخرى، وكذلك الأمر بالنسبة لأداة الدراسة الحالية اعتمدت على أداتين الملاحظة والاستبان، في حين تم استخدام كالاستبيان الإلكتروني في إحدى الدراسات السابقة، كذلك مجتمع وعينة الدراسة السابقة اختلفت من دراسة إلى أخرى حسب موضوع المدروس وقد استفدنا من هذه الدراسات في إثراء دراستنا ومعرفة زاوية تناولنا للموضوع، كما استفدنا منها في صياغة بعض الأسئلة والأهداف وقمنا ببناء الفرضيات بناءا على النتائج التي توصلت إليها هاته الدراسات.

منهج الدراسة:

يلعب المنهج دورا هاما وأساسيا في الكشف عن مختلف الظواهر التي من خلالها يمكن للباحث فهم ما يحيط به، وارتأينا استخدام المنهج الوصفي لارتباطه بموضوع الدراسة الراهنة، وذلك للكشف عن دور صحافة المواطن في صناعة الرأي العام لدى طلبة جامعة مستغانم، حيث تكمن أهمية المنهج المستخدم في قدرته على اكتشاف المتغيرات الخاصة بموضوع الدراسة، فهو يهدف لفهم عملية صنع الرأي العام الإلكتروني عن ريق جمع المعلومات وتحليلها.

الأدوات المستخدمة للدراسة:

1- الملاحظة: وهي تقنية تسمح للباحث مشاهدة الظاهرة عن قرب ومعرفة مدى مساهمة صحافة المواطن في تشكيل الرأي عام حول قضية أستاذ الشريعة مع الطالبتين في ثانوية معسكر، وكذلك من خلال دراستنا الاستطلاعية.

2- **الاستمارة:** هي عبارة عن تقنية تم استخدامها في دراستنا، وهذا راجع لطبيعة العينة المدروسة، إذ تعتبر استمارة البحث من أكثر أدوات جمع البيانات استخداما وشيوعا في البحوث، حيث تم توزيع 52 استمارة دون استرجاع.

مجتمع البحث والعينة:

بما أن موضوع دراسة يهدف إلى معرفة دور صحافة المواطن في صناع الرأي العام، فإن مجتمع بحثنا يتكون من طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم على مختلف الكليات والتخصصات.

وعليه فقد تم إجراء هذه الدراسة على عينه قدرها 52 مفردة تم اختيارها بطريقة عشوائية من مجتمع دراسة.

حدود الدراسة:

قمنا بإعداد هذه الدراسة في إطار حدود موضوعية، بشرية، مكانية، زمنية ويمكن توضيحها في ما يلي:

1- الحدود الموضوعية: اقتصرت الحدود الموضوعية بهذه الدراسة على دراسة دور صحافة المواطن في صناعة الرأي العام، وذلك من خلال تحديد الإطار المفاهيمي لصحافة المواطن، والرأي العام الإلكتروني وكل ما يرتبط بهما.

2- الحدود البشرية: لمعرفة دور الذي تلعبه صحافة المواطن في عملية صنع الرأي العام الإلكتروني، تم جمع آراء عينة المبحوثين حول ذلك شملت مجموعة من الطلبة بتخصصات مختلفة تم اختيارهم بطريقة عشوائية يختلفون من ناحية الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص، ويتكون المجتمع المستهدف لدراسة 52 طالب بجامعة مستغانم.

3- **الحدود المكانية:** تم تطبيق الدراسة بجامعة عبد الحميد بن بايس بولاية مستغانم.

4- الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من: شهر ماي إلى شهر أكتوبر 2022.

تحديد مفاهيم الدراسة:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم عملية مهمة وأساسية في ضبط تصور ومسار الدراسة حتى يتضح الأمر، سواء بالنسبة للباحث أو الدارس ومنه التعرف على الكلمات المفتاحية في الدراسة، حيث تمثلت مفاهيم المفتاحية لهذه الدراسة في:

صحافة المواطن: يعرفها "جيمس كيري" بوصفها مشاركة الفرد البسيطة من خلال حقيق أو تصحيح أو صورة أو فيديو الخ، حيث تشمل كل الأنشطة التي يقوم بها المواطنين من مضمون وممارسات التي ينشروها على المجال العام.[1]

إجرائيا: تعتبر نوع من الصحافة، بحيث يقوم بها المواطن والطالب العادي دون الحاجة إلى التخصص أو شهادة تأهيلية، إذ يلعب دور نشر الأخبار ومشاركتها في المواقع الإلكتروني مستخدما أدوات الإنتاج الصحفي من هاتف نقال أو آلة تصوير وغيرها ليعبر عن أفكاره وتداول الأخبار، كما تمنح خاصية التعليق والتغطية لتأكيد الأخبار ومصداقية المعلومات المتداولة.

الرأي العام الإلكتروني: ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير – داخل القطر الواحد أو خارجه- في هذا الفضاء الواسع على الشبكة العنكبوتية المعروفة بالأنترنت، والتأثير على أكبر شريحة يمكن الوصول إليها من خلال هذه الشبكة.[2]

---

[1] فلورا إكرام متى، صحافة المواطن وفقا لنظرية حرية الإعلام واتجاهات الجمهور المصري نحوها، دراسة تطبيقية مقارنة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 34، يوليو/سبتمبر 2021، ص 196.

[2] نورين عشاش، محمد بشير، الرأي العام الالكتروني وحرية الرأي والتعبير في المجال الافتراضي، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 05، العدد 02، جويلية 2020، الجزائر، ص257.

إجرائيا: هي كل نشاط عمومي هدفه تلبية حاجيات المواطنين وهذا في إطار تحقيق المصلحة العمومية وكذا لضمان تحقيق المساواة والاستمرارية في تقديم الخدمة العمومية.

الطالب الجامعي: هو كل شخص ينتمي لمكان تعليمي معين من أجل الحصول على العلم وامتلاك شهادة معترف بها من ذلك المكان حتى يستطيع ممارسة حياته العلمية فيما بعد تبعاً للشهادة التي حصل عليها.[1]

إجرائيا:

هم فئة شبانية من أفراد المجتمع الذي تحصلوا على شهادة البكالوريا، ويواصلون مسارهم الدراسي العلمي في الجامعة، ينتمون إلى كليات وأقسام بمختلف التخصصات تتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة إلى 30 سنة، يتميزون بمستوى علمي ما بين ليسانس وماستر، كما يتميزون بالنشاط والقدرة على اكتساب المعارف والأفكار الجديدة مع مشاركتها إلكترونيا عبر حساباتهم الشخصية في شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي.

هيكل الدراسة:

الإجابة على الإشكالية المطروحة وتحقيق للأهداف الموجودة من الدراسة ثم تقييم البحث إلى ثلاث فصول بعد الإطار المنهجي للدراسة، وهي كما يلي:

الفصل الأول: جاء بعنوان "صحافة المواطن صيغة إعلامية جديدة"، حيث تطرقنا إلى أربعة مباحث تتناول مفهوم صحافة المواطن وبدايات نشأتها مع ذكر خصائصها التي تميزها عن الصحافة التقليدية، وأساليب ممارستها من طرف المواطن الصحفي.

---

[1] بن قايد فاطمة زهرة، تعزيز قدرة الطالب الجامعي على تحقيق أبعاد التنمية المستدامة للاقتصاد الوطني، مداخلة، مخبر بحث دراسات اقتصادية للمناطق الصناعية في ظل الدور الجديد للجامعة، جامعة برج بوعريريج، الجزائر، ص 02.

الفصل الثاني: جاء بعنوان "الشبكات الاجتماعية الإلكترونية والرأي العام"، حيث تطرقنا إلى أربعة مباحث تناولنا فيه الرأي العام من خلال مفهومه ودلالاته إلى أن أصبح رأي عام إلكتروني له أدوات تعبير خاص بها.

الفصل الثالث: عبارة عن الإطار التطبيقي للدراسة، قمنا بدراسة ميدانية وزعنا فيها الاستمارات على عينة من الطلبة لدراسة دور صحافة المواطن في صناعة الرأي العام.

هذا وقد كان لكل فصل تمهيد في أوله وخلاصة تجمع ما تم التطرق إليه.

أهم صعوبات الدراسة:

- التداخل بين كل ما هو إلكتروني، وتعدد الأدوات الرقمية.
- تشابه وتطابق المادة العلمية في كثير من الكتب والمقالات مما يجعل محتوى متكرر.
- عدم الحصول على العينة المطلوبة للدراسة.

الإطار النظري

الفصل الأول:

صحافة المواطن

صيغة إعلامية

جديدة

تمهيد الفصل الأول:

تعد ظهور صحافة المواطن كظاهرة وممارسة فرضت نفسها كامتداد ومنافس للصحافة في شكلها التقليدي حادثة لم يسبق أن واجهها الباحثين في ميدان علوم الإعلام والاتصال، فإن أهم ما يميز هذا النوع من الممارسات الصحفية على ما سبقه أنه لا يمكن حصره في المحدد التكنولوجي فحسب، بل مرتبط بسيرورة عملية إنتاج الأخبار.

ففي هذا الفصل ستكون لنا محطة نسلط الضوء من خلاله على الإطار العام لصحافة المواطن، بتناول المصطلح من ناحية التعريفية، والإشارة إلى ميلاده وأهم المحطات التي تعاقبت على ظهوره، بالإضافة إلى عرض خصائص ومميزات هذا النوع من الصحافة مع إبراز أشكالها، ومن ثم طرح إيجابياتها وسلبياتها.

المبحث الأول: ماهية صحافة المواطن ونشأتها

يعتبر مفهوم صحافة المواطن أحد المفاهيم التي أثارت جدل واسع بين الباحثين والمفكرين في المجال، ولفهم هذا المصطلح الجديد لا بد من الإشارة إلى مفهم الصحافة التي مهدت أو بالأحرى انبثق منها مصطلح صحافة المواطن، وعليه سنعرض مفهوم الصحافة بشكل عام في ما يلي:

1.تعريف صحافة المواطن:

يمكننا إيجاز تعريف صحافة المواطن بمجموعات مفاهيم نذكرها على النحو التالي:

يرى "جاي روسن": أنها فكرة صحافة المواطن تتحقق عندما يستخدم عامة الناس المعروفين بالجمهور الأدوات الصحفية التي بحوزتهم ليخبروا أناسا آخرين بأحداث مهمة، أما "مارك جلاسر" يرى أن الفكرة من وراء صحافة المواطن هي إمكانية استخدام الأدوات التكنولوجية الحديثة وشبكة الأنترنت العالمية من قبل من لا يتوفر لديهم أي تكوين صحفي مهني، وذلك بغية الخلق والزيادة والتأكد من حقائق الإعلام بمفردهم أو بتعاون الآخرين، كما يشير "بومان ووليس" إلى أن صحافة المواطن هي فعل لمواطن أو مجموعة من المواطنين يلعبون دورا حيويا في تجميع وتغطية، وتحليل، ونشر الأخبار والمعلومات، والغرض من هذه المشاركة هو تقديم معلومات مستقلة، معتمدة، صحيحة، متنوعة، ومناسبة للمعلومات التي تطلبها الروح الديمقراطية.[1]

صحافة المواطن مصطلح إعلامي واتصالي في نفس الوقت، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، وهو مصطلح غير مستقر على المستوى المفاهيمي، وتشخص صحافة

[1] خديجة الرحية، صحافة المواطن، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 04

المواطن عند البعض على أنها إعلام المواطن، وعند مجموعة أخرى الإعلام التشاركي أو التفاعلي أو أيضا التعاضدي، وعند آخرين الإعلام البديل أو الصحافة المدنية، إذن فنحن أمام انفجار مصطلحي يصعب حصر تمثلاته ورواده، وتحديد أدبياته. لكن أمام هذه التداخل في المصطلحات فإننا نلاحظ إجماعا على تبنى مرجعيات مصطلح "صحافة المواطن" وهو المصطلح الأكثر حضورا في أدبيات الأطراف النشطة في هذا المجال وتوافق ضمني على دلالة هذه المفردة الجديدة في قاموس الإعلام والاتصال والتي يمكن حصرها في اعتمادها على :

1. شبكة الإنترنت كفضاء للنشر والتعبير عن الرأي.

2. تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام ودعم الممارسة الديمقراطية.

3. اعتبار مخرجات صحافة المواطن امتدادا لمرجعيات الإعلام البديل والصحافة البديلة.[1]

وبالتالي نتوصل بالقول إلى أن صحافة المواطن هو مصطلح يشير إلى مجموعة من العامة يلعبون بدور نشط وبارز في المجتمع من جمع، ونقل، تحليل، نشر الأخبار والمعلوم باستخدام تقنيات تكنولوجيا الاتصال الرقمية.

2. نشأة وتطور صحافة المواطن

تطورت تكنولوجيا الاتصالات بشكل هائل نتيجة التطور التقني وانتشار المعلومات بسرعة فائقة، فنشير إلى وجود اختلاف حول نشأة صحافة المواطن، حيث توجد إجابات متفق عليها بين جميع الباحثين والممارسين لهذه الصحافة، فيعيد بعض الباحثين رسم الأصول الأوروبية

[1] جمال الزرن، صحافة المواطن: المتلقي عندما يصح مرسلا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51–52، سنة 2009، ص02.

والأمريكية لصحافة المواطن إلى القرنين 17 و18 مثل تجارب كتاب المطبقات Pamphelt لدورهم المبكر في تأكيد حرية النشر كمواطنين، إذ نستنتج من إفادة "لي" Lee (1917) أن أول ظهور لصحافة المواطن كان في الو.م.أ من خلال جريدة "بابليك أوكنسز" وذلك في 26 سبتمبر 1690، حيث كانت تطبع هذه الجريدة على 3 صفحات متوسطة الحجم فيما تترك الصفحة الرابعة فارغة قصد تمكين القراء من إضافة أخبارهم الخاصة عليها قبل تمريرها إلى قارئ آخر، لكن توقفت هذه الجريدة عن الصدور بعد عددها الأول، في حين يتبعا للويكيبيديا تم إطلاق أول مبادرة في الصحافة المدنية عام 1988 بعد الانتخابات الرئاسية الأمريكية، أين انشغل الإعلام التقليدية بنقل كلام المرشحين وجولاتهم الانتخابية فحسب، متجاهلا اهتمامات المواطنين ومشاكلهم، فبدأت مبادرة الصحافة المدنية في ولاية جورجيا من خلال صحيفة Ledger Enquirerاعتمادا على مسح أجرته الصحيفة على الهاتف مع المواطنين ومقابلاتهم معهم ومع مسؤولين محليين لمناقشة أهم التحديات التي تواجه الولاية، لكن تأكدت ظاهرة صحافة المواطن بقوة في القران 21، مع ظهور Web 2.0، أين ساهم هذا الجيل الثاني من الأنترنت في ظهور أشكال جديدة للاتصال كشبكات التواصل الاجتماعي والمدونات.[1]

فقد ساهمت في ظهور صحافة المواطن بقوة من خلال سرعة نقل وتبادل المعلومات على نطاق واسع من قبل شهود عيان مباشر عاشوا وسجلوا لحظات كارثية أو أزمات مر بها العالم أو مرت بها بعض المجتمعات تحديداً، مثل الاعتداءات على مدينة نيويورك في 11 سبتمبر 2011، أعاصير "تسونامي" في جنوب شرق آسيا في ديسمبر 2004، حيث قال "جيلمور" سنة 2004: "إن الحقبة الجديدة للصحافة لوحظت جلياً بعد أحداث 11 سبتمبر 2001 على الرغم من أنها لم تخترع في ذلك اليوم البشع بالذات"، وربط "آلان Allan" (2009) نشأة صحافة المواطن بموجة تسونامي التي ضربت جنوب آسيا في ديسمبر 2004، حيث

[1] صبرينة برارمة، صحافة المواطن والصحافة التقليدية بين التنافس والتكامل، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 20، جوان 2015، ص 214.

أصبحت آنذاك صحافة المواطن ميزة بارزة في المشهد الصحافي كتوجه ملحوظ للتقارير الشخصية بصيغة ضمير المتكلم، من خلال الفيديوهات المسجلة بواسطة كاميرات التسجيل والصور الملتقطة بواسطة الهواتف وآلات التصوير التي تم نشرها على الأنترنت عبر المدونات وصفحات الويب الشخصية لمواطنين عاديين شاهدوا الحدث.[1]

المبحث الثاني: أشكال وخصائص صحافة المواطن

1. **أشكال صحافة المواطن:** تتخذ صحافة المواطن أشكال نتنوعة ونعددة نذكرها في ما يلي:[2]

1.الشبكات الاجتماعية (Social Media):

هي عبارة عن مواقع تستخدم من قبل طرف واحد، وهي تحقق التعارف والتواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات، ويمكن من خلالها أن يكتب نصوص ومقالات وينشر صور والفديوهات ومن أشهرها :تويتر، الفيسبوك.

2. **المدونات** :

هي موقع شخصي ووسيلة جديدة وهامة في الاتصال وتحرير الكلمة متعددة الاهتمامات والمجالات، يعبر فيها المدون عن أي موضوع وفي أي محال دون قيود ويرجع ذلك للحرية المطلقة وعدم وجود رقابة، تكون موجهة للجمهور الذي يقاسمه نفس الاهتمامات وتمكنهم من التعليق عليها.

---

[1] صبرينة برارمة، نفس المرجع، ص 215.

[2] بن لباد سالم، حضري محمد الأمين، صحافة المواطنة –النشأة والتطور–، مجلة الفكر المتوسطي، المجلد 08، العدد 02، 2020، ص 124.

3.مواقع بث الفيديو :

وهي مواقع تتيح إمكانية بث مقاطع فيديو مسموعة(Podcasting) ، أو مرئية، ويمكن حتى تحميلها ومشاهدتها، وهناك عدة مواقع مشهورة جدا، لدرجة أنها أصبحت تبيع مقاطع من مضامينها لوسائل الإعلام، بل وحتى هذه الأخيرة تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع، ومن أشهر تلك المواقع يوتيوب.

4. المواقع الإخبارية التشاركية:

أو ما يطلق عليها الويكينوز وهي مواقع شبيهة جدا بالصحف الإخبارية، لكن يشارك في إنتاج وإعداد محتواها مواطنون عاديون يكونون في الغالب متطوعون وناشطون حقوقيون وهواة يقومون بالتدقيق في موضوعية ومصداقية كل خبر ،ومن أشهر تلك المواقع موقع (أوه ماي نيوز) الكوري.

5.مواقع التحرير الجماعي :

هي مواقع تقوم على إنتاج ونشر الصفحات على الإنترنت حيث يسمح لزوار المواقع بأن يضيفوا أو يعدلوا أو يكتبوا ما يريدون، وينشروا ذلك بصورة لحظية على الإنترنت .ومن ثم فإن هذه التقنية تتيح الفرصة لظهور مشروعات كبرى قائمة على المشاركة التطوعية من عدد كبير من الأفراد، ومن أشهر الأمثلة عليها موسوعة ويكيبيديا.

6.مواقع التحرير الجماعي :

هي مواقع تقوم على إنتاج ونشر الصفحات على الإنترنت حيث يسمح لزوار المواقع بأن يضيفوا أو يعدلوا أو يكتبوا ما يريدون، وينشروا ذلك بصورة خطية على الإنترنت، ومن ثم فإن هذه التقنية

تتيح الفرصة لظهور مشروعات كبرى قائمة على المشاركة التطوعية من عدد كبير من الأفراد، ومن أشهر الأمثلة عليها موسوعة ويكيبيديا.[1]

2. خصائص صحافة المواطن:

تتميز صحافة المواطن عن غيرها من أنواع الصحافة بشكل عام، وفي ما يلي خصائص هذا النوع من الصحافة:[2]

- **كل مواطن هو باحث ومصدر للمعلومات:**

كل مواطن هو باحث عن المعلومة، وكل شخص بإمكانه أن يتحول إلى مصدر للمعلومات والأخبار) المدونون، ومتصفحو الانترنت، والمواطنون، والصحفيون، والجمعيات الأهلية(، وتختلف صحافة المواطن عن الصحافة التقليدية في كونها تشاركية"، أي يشارك في مضمونها مواطنون متطوعون من عدة أماكن.

- **التحول من وسائل الإعلام الجماهيرية إلى وسائل إعلام الجماهير:**

تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية على قاعدة نشر المعلومة من الفرد إلى المجموعة (from one to many)، وتقوم صحافة المواطن بقلب المعادلة والاعتماد على نشر المعلومة من الكل إلى الكل (from many to many)، وذلك بالاعتماد على مواطنين صحفيين، وهي النظرية التي يبشر بها جوي لدي روسني صاحب كتاب "ثورة بروليتاريا الانترنت".

---

[1] بن لباد سالم، نفس المرجع، ص 125.

[2] خديجة الرحية، المرجع السابق، ص ص 11، 12.

- **سياسة تحرير مختلفة:**

حيث تعتمد صحافة المواطن على سياسة تحرير خاصة، فالأخبار التي تنشر يجب أن تكون دقيقة، ولها صلة بالأحداث الموضوعية، وأن تتميز بأقصى قدر من السبق.

- **المشاركة الشخصية:**

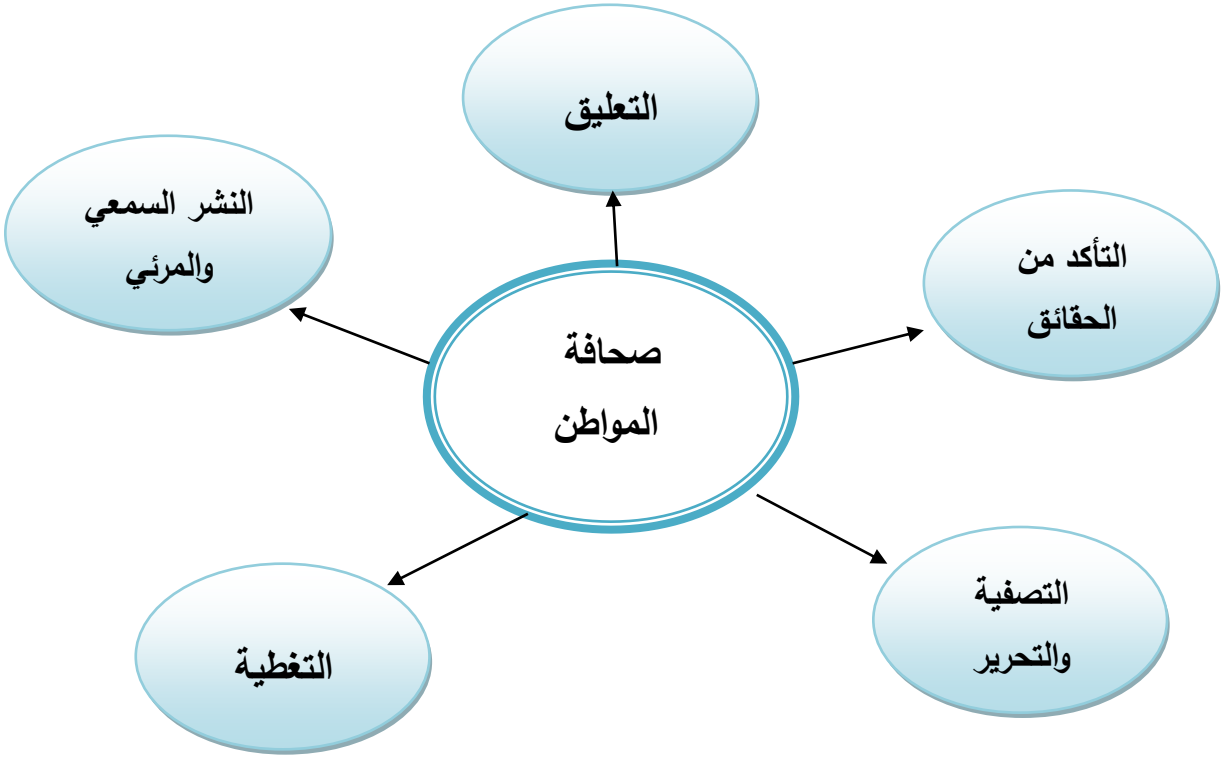
تعتبر الديمقراطية المتحركة عملاً فردياً تطوعياً غير خاضع لتوجهات منظمات معينة، بل للقناعات السياسية الفردية خلافاً للوسائل الاتصالية التقليدية، كما تؤكد حضور المواطن في قضايا الصالح العام الأمر الذي يشكل أحد الشعارات والأهداف الرئيسة لصحافة المواطن.

- **صحافة لأهداف غير ربحية وغير تجارية في الغالب:**

لا يتقاضى فيها المواطنون الصحفيون أجور باعتبارهم صحفيين يمتهنون الصحافة، وذلك انطلاقاً من رفضها للخلفية المؤسساتية وآليات اقتصاد سوق الأخبار ، والذي حول المجال الصحفي إلى مجال خاضع إلى الاحتكار ، ما يستدعي رفض قاعدة الحرفية، وتقديم الهواية، والتطوع من وراء نشر الخبر ، وخدمة الصالح العام .

المبحث الثالث: أساليب الممارسة الصحفية للمواطن الصحفي

هناك عدة أساليب وآليات يمارس من خلالها المواطن الصحفي عمله، وكلها تصب في خدمة نقل الخبر وإيصاله، وتعتبر أبرز هذه الآليات ما يوضحها الشكل التالي:[1]



- **التعليق:**

يعتبر أول أسلوب من أساليب ممارسة صحافة المواطن، ويقتصر على كتابة التعليقات في المنتديات، والمجموعات الإخبارية، وغرف الدردشة حول موضوع معين.

- **التصفية والتحرير:**

تقوم على انتقاء المواطن الصحفي للمعلومة المراد التعامل معها، وهي تشبه عملية التنقيح والتحرير (أي انتقاء المحرر للمعلومة).

[1] خديجة الرحية، المرجع الساق، ص 09.

- **التأكد من الحقائق:**

هي آلية مشتركة في جميع وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، لهذا فإن عملية التأكد من الحقائق هي عملية مستمرة" ، وهو ما يطلق عليه""Gillmor صحافة الغد"، لأنها عملية تشاركية ما بين الصحفيين المحترفين والهواة) المواطنين (بهدف كشف الحقائق.

- **التغطية:**

هي واحدة من أهم ما يميز صحافة المواطن حالياً، ولاسيما قدرتها على التواجد في أماكن قد لا يستطيع الإعلام التقليدي أن يحدث فيها سبقاً صحفياً، والوسيلة المعتمدة تكون كاميرا المواطن الصحفي، حيث يكون بهذه الحالة مستخدمو الانترنت بمثابة شهود عيان وصناع للتقارير الإخبارية[1].

- **النشر السمعي والمرئي:**

هي قيام المواطنين الصحفيين بتقديم ما يمتلكونه من فيديوهات وصور على مواقع خاصة بعمليات النشر والتحرير لمثل هذه المواد الإعلامية(YouTube) ، والهدف إيصالها للباحث عن مثل هذه المعلومات التي قد تشكل في كثير من الأحيان سبقاً صحفياً.

[1] خديجة الرحية، نفس المرجع، ص 10.

المبحث الرابع: العوامل المؤثرة على صحافة المواطن

إن ظاهرة صحافة المواطن ونظمها التكنولوجيا لم تظهر في فراغ اجتماعي، لأن وراء ظهورها عوامل عديدة ساهمت في تطورها وانتشارها، وهذا ما سنعرضه في ما يلي:[1]

- **العامل التقني:**

إن انتشار التقنيات الحديثة المختلفة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام، ازداد التوجه نحو صحافة المواطن بمضامينها الإعلامية المتعددة من قبل وسائل الإعلام التقليدية، من خلال التجاوب التدريجي مع التحولات الرقمية الجديدة سواء بالبحث عن طرق جديدة لإيصال المحتوى الإعلامي بما يتناسب مع المستخدمين الجدد، أم بإفساح المجال للمواطن للمساهمة في صناعة المحتوى الإعلامي، أي تمكين الجمهور إعلامياً بما يمكن هذه الوسائل من الاحتفاظ بجمهورها دون تحولهم إلى منافسين لها، وحتى من قبل المواطنين أنفسهم سواء باستقبال المعلومات أو إرسالها [2].

العامل السياسي:

على الرغم من التغيرات الجذرية التي حدثت على الصعيد القومية والساحة الدولية وأنت إلى انحسار معظم الأنظمة السلطوية أو انهيارها بفعل حركات شعبية داخلية، يرى الباحث عبد الرزاق الدليمي أن النظم السياسية لا تزال تمارس الدور نفسه بمساندة الشركات المتعددة الجنسيات، في احتكار وسائل الإعلام وتسخيرها لخدمة مصالحها وحرمان القطاعات الشعبية من حقوقها الإعلامية، حتى أن وسائل الإعلام الدولية أصبحت أدواتاً دعائية تعبر

[1] خديجة الرحية، نفس المرجع، ص ص 16–24.

[2] خديجة الرحية، نفس المرجع ص 16.

عن مصالح النخب الحاكمة سواء في المجتمعات الرأسمالية أو النامية، ولا تعبر عن هموم شعوبها وآمالها وطموحاتها". [1]

نستدل مما تقدم أن صحافة المواطن هي وليدة ثورة سياسية ضد كافة أشكال التحكم والتسلط والاستبداد، "لأن التفاعل والتواصل والمشاركة هي مفاهيم تعكس في بعض أبعادها التمرد ورفض كثير من الأوضاع القائمة التي تستند إلى مبدأ التسلط في كثير من جوانب الحياة، فقد مكن الفيسبوك وتويتر الشعوب في العديد من الدول من توحيد أصواتهم، والتعاون حيال القضايا الأساسية التي تهمهم، وذلك من خلال وضعهم على أرضية واحدة مشتركة، وهذا ما لم يكن من الممكن تحقيقه من قبل.

إن الخطوة الأولى لتحقيق عنصر المشاركة" يكون عبر إيجاد وعي مشترك بالقضية، وهذا ما تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي التي تجعل بمقدور الناس الساخطين من أمر ما معرفة مقدار التأييد وأعداد أولئك الذين يشاطرونهم نفس الشعور.[2]

- **العامل الاقتصادي:**

يمكننا دراسة تأثير العامل الاقتصادي من ثلاثة جوانب:[3]

الجانب الأول:

شعور المواطن بالظلم والسخط الاقتصادي والاجتماعي، وبالتالي امتهانه صحافة المواطن بالتحديد كنوع من الثورة على واقع التراجع في القيم الحياتية الاقتصادية، ومحاولة نقل صورة التراجع والتدني في وسائل المعيشة، وإيصالها لمن يعنيه الأمر.

---

[1] خديجة الرحية، نفس المرجع ص 17.

[2] خديجة الرحية، نفس المرجع ص 19، بتصرف.

[3] خديجة الرحية، نفس المرجع ص 21.

الجانب الثاني:

يتعلق بالتراجع الملحوظ في توزيع الصحف في العالم، وانتشار الصحافة المجانية، وتراجع عوائد الإعلانات في جميع أنواع الصحافة المطبوعة، بالإضافة إلى التزايد الملحوظ للقنوات التليفزيونية ومنافستها لكل أشكال ووسائل الإعلام الأخرى على استقطاب الجمهور، إضافة لازدياد الاعتماد على التقنيات الالكترونية والرقمية في عملية الاتصالات الدائرة بين الأفراد والمؤسسات، وازدياد الاعتماد على الانترنت كمصدر للأخبار والترفيه.

الجانب الثالث:

عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال، وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل تكون المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوما بعد يوم.

- **العامل المهني:**

تراجع الدور الذي من المفترض أن تقوم به وسائل الإعلام كصوت للمواطن، وأغفلت الدور الرئيسي الذي يعكس اهتمامات المواطن ورغباته (أي تحول وسائل الإعلام التقليدية إلى بيروقراطيات جمع الأنباء بالتعبير عن أفكار صاحب المؤسسة الإعلامية وممؤليها).[1]

ومع تراجع هذا الدور برزت ظاهرة صحافة المواطن لتكون الأداة والوسيلة التي يمتلكها المواطن لإيصال صوته وأفكاره، والدفاع عن رأيه ورغباته بطرق مختلفة، منها ما هو مهني، ومنها ما هو بعيد عن الاحترافية والمهنية، ودائماً الهدف نقل الوقع، ونقل صورته كما هو بعيداً عن التكلف ولمغالاة، والتحزب لفتة أو رأي واحد دونما تقبل للآخرين .

[1] خديجة الرحية، نفس المرجع ص 22.

- **العامل المعنوي:**

المتمثل بحماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل الولاء للوطن، الولاء للنظام السياسي و الاقتصادي، احترام رجال الدين والقضاة والمجتمعات المحلية، وتوفير كبار السن والقادة والأمهات ورجال الجيش، وغالباً ما تتجنب وسائل الإعلام انتقال لأفراد الذين يقومون بتلك الأدوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع .

- **العامل النخبوي الثقافي:**

يعتبر هذا العامل أحد العوامل شديدة التأثير على المواطن، إذ إن للانتماء دور مهماً في طريقة التفكير والتفاعل والتشابك مع الوسط المحيط والعالم لخارجي، كما أن درجة ثقافة الموطن لها الدور الأبرز في جعل صحافة المواطن ذاخرة بالمعلومات والبيانات.[1]

[1] خديجة الرحية، نفس المرجع ص 24.

خلاصة الفصل الأول:

نتوصل من خلال ما تم التطرق إليه في الفصل الأول من إطار عام لصحافة المواطن، يمكننا القول أنها أصبحت وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، يحق لأي فرد كان في المجتمع أن يلعب دور الصحفي في نشر الأحداث والأخبار الآنية بسرعة فائقة، وذلك عن طريق النقر الإلكتروني باستخدام آليات والتقنيات التكنولوجيا الجديدة؟

وعليه فصحافة المواطن أضحت وليدة التكنولوجيا الجديدة فهي تنافس وسائل الإعلام التقليدي في السبق الإعلامي، حيث من نلحظه أن وسائل الإعلام التقليدية المكتوبة والسمعية، والسمعية البصرية أصبحت تعتمد بشكل كبير على هذا النوع من الصحافة، وتشاركها في كل الأحداث باعتبار المواطن يعيشها في وقتها الآني.

الفصل الثاني:

الشبكات الاجتماعية الإلكترونية والرأي العام

تمهيد الفصل الثاني:

يعد الرأي العام ظاهرة اجتماعية سلوكية توجد في جميع المجتمعات الإنسانية دون اعتبار لمستوى تقدمها أو نوعية نظامها السياسي والاقتصادي ووجود ظاهرة الرأي العام منذ بدء الوجود البشري، فإن الاهتمام بها كحقل للدراسة يعد أمراً حديثاً وكأي ظاهرة إنسانية موضع الدراسة، فدراسة الرأي العام وقياسه تتأثر هي الأخرى باعتبارات الذاتية للباحث وهو ما ينعكس بالتالي في تعريفات مختلفة للرأي العام.

فمن خلال هذا الفصل سنتطرق إلى كيفية تحول الرأي العام إلى رأي عام إلكترونية عبر وسائط إلكترونية مختلفة.

المبحث الأول: تعريف ومفهوم الرأي العام دلالاته وخصائصه

1. مفهوم الرأي العام ودلالاته:

عرف الرأي العام بأنه الحكم الاجتماعي الجماعي القائم على وعي ذاتي بالموضوع وله أهمية عامة بعد مناقشة عامة مقبولة، إلا أن هذا التعريف يرتبط بالنظرة الاجتماعية للرأي العام ،لذا عرف الرأي العام بأنه (مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة ما ويعبر عن رأي الأغنية.[1]

لقد عرف "جون ستيوارت ميل" الرأي العام بأنه: "ما يريده المجتمع أو الجزء السائد"، وعرفه "كلوريدج كنج" بأنه: "الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية"، وأضاف "وليم البيج" ضرورة أن تكون المسألة ذات أهمية للجماعة كما أضاف التأكيد على ضرورة وسائل الإعلام، حيث عرف الرأي: "على أنه تعبير أعضاء الجماعة نتيجة تفاعلهم معا ومناقشاتهم بشأن مسائل أو مشكلات موضع اهتمامهم وعادة ما تلعب وسائل الإعلام دورا في هذا التفاعل".[2]

ومن هنا نرى أنه قد تعددت تعريفات العلماء الأجانب للرأي العام ولكن معظمها دار حول فكرة أن الرأي العام هو رأي أو فكرة أو حكم يصدر عن أغلبية أو فئة في المجتمع إزاء مسألة تثير الاهتمام، وبات التعريف الذي تعتمد معظم الأبحاث المعنية بدراسة واستطلاع الرأي هو التعريف الذي قدمه "جميس برايس" حيث عرف الرأي العام على أنه: "تجميع لوجهات نظر أفراد المجتمع بشأن المسائل التي تؤثر على المجتمع وتعكس اهتمامه".

---

[1] مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 21.

[2] صبحي عسيلة، الرأي العام،ط1، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 14.

ومن ناحية ثانية حاول المفكرون العرب الإسهام في تعريف الرأي العام، فعرفه الدكتور "إسماعيل على سعد"، أستاذ علم الاجتماع السياسي بجامعة الإسكندرية، بأنه: "حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات إزاء شأن أو شئون تمس النسق الاجتماعي كأفراد وتنظيمات ونظم، والتي قد تؤثر نسبيا أو كلها في مجريات أمور الجماعة الإنسانية على النطاق العلي أو الدولي".

ويعرفه الدكتور عبد الغفار رشاد أستاذ العلوم السياسية بجامعة القاهرة بأنه: "يشير إلى التعبير الإرادي عن وجهات نظر الجماهير نتيجة النقاء كلمتها وتكامل مفاهيمها بشأن مسألة تثير اهتمامها وتمس مصالحها، وهو ليس مجموعا حسابيا للآراء الفردية إنما هو محصلة تفاعل اكتملت حلقاته ومراحله بين أعضاء الجماعة وارتضته كأحد البدائل المتاحة لكنه أكثرها ملاءة وأهمية من وجهة نظر الجماعة ككل".[1]

وعليه إذا كان الرأي العام هو وجهة نظر الأغلبية تجاه قضية معينة وعامة وفي زمن معين، تهم الجماهير وتكون مطروحة للنقاش والجدل بحثاً عن حل يحقق الصالح العام، فإن أركان هذه الظاهرة تتمحور حول التقاط التالية[2]:

1- وجهة نظر الأغلبية.

2-قضية عامة معينة تهم غالبية المجتمع.

3-زمن معين.

4-قضية مطروحة للنقاش وتحقيق المصلحة العامة.

---

[1] صبحي عسيلة، نفس المرجع، ص ص 14، 15.

[2] هاني الرضا، رامز محمد عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، ط2، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2013، ص 21.

2.خصائص الرأي العام:

بعد كل ما تقدمنا به من تعريف ودلالات الرأي العام يتبين لنا أنه يتميز بالخصائص التالية:[1]

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

- إنه استجابة لمنبهات معينة أو استجابة لوقائع معينة تكون في الغالب أحداثاً وليست مجرد أقوال.

- إن هناك نوعين من الرأي العام: الستاتيكي والديناميكي (الثابت والمتحول). وهذه خصائص نسبية أي أن التحول والثبات نسبيان، لأن الاستثارة النائمة للرأي العام ترتبط بدوائر اهتمامات الناس في القضية المثارة، أو أن أحداثاً مستمرة بدرجة عالية من التوتر، نؤمن شحن المشاعر والأفكار بما يضمن استمرارية الاهتمام بالموضوع المثار.

- لا يمكن الركون إلى الرأي العام ما لم تسنده وقائع وتوفر له الحقائق إضافة إلى حرية المناقشة، وليكون الرأي سليماً وصادقاً، فإنه يحتاج إلى معرفة الحقائق والى حرية المناقشة والابتعاد عن التخريف، فالرأي العام يكون متحيزة ومتطرفاً وانفعالياً حينما يؤسس على التقليل وغياب الحقائق.

فقد حاول الكثير من دارسي ظاهرة الرأي العام وضع خصائص شاملة للظاهرة من واقع دراساتهم لها وأبحاثهم حولها، فنضيف إلى ما سبق الخصائص التالية:[2]

---

[1] هاني الرضا، رامز محمد عمار، نفس المرجع، ص ص 26، 27.

[2] مصطفى يوسف كافي، المرجع السابق، ص ص 27-29.

1. الرأي العام اصطلاح شامل يتضمن العديد من الآراء:

فتقسيم الرأي العام لفئتين معارضة ومؤيدة يخفي في ثناياه الكثير من الآراء داخل كل فئة، فوجهات النظر والآراء تجاه أية سياسة أو حدث غالباً ما تتدرج من التأييد المطلق إلى المعارضة المطلقة، وبالتالي من الأفضل عند قياس ظاهرة الرأي العام أن توزع الآراء على جدول يعكس هذا التدرج في الرأي العام الأمر الذي يعبر بصدق على خصوصية الظاهرة.

2. الرأي العام يختلف في درجة العمق والقوة:

حيث هناك بعض المسائل الخاصة بالسياسة والاقتصاد يقتصر فهمها عادة على بعض المتخصصين في تلك الأمور الذين يكونون حولها رأيا متعمقاً مبنياً على الدراسة والفهم بينما غالبية المواطنين لا يعيرون نفس المسائل ذات الاهتمام وبالتالي فرأيهم عادة ما يكون عابراً ومن ثم فأي تغيير يطرأ على هذه المسائل لا يثير فيهم إلا انتباهاً طفيفاً.

ولذلك يمكن القول أن الرأي العام يختلف في درجه ثباته واستمرار يته فالبعض يشكل رأيه بناء على معلومات قليلة جديدة، بينما البعض الآخر يبني آراءه بناء على معلومات وافرة ومن ثم فآراء تكون أكثر رسوخاً وأقل قابلية للتغيير.

3. الرأي العام ظاهرة متغيرة:

تمثل الانتقال من حالة إلى حالة فالجماهير عادة تكون شديدة الحساسية خصوصاً بالنسبة للأحداث الهامة وبالتالي فآراؤها تكون متذبذبة تجاه الأحداث الجسيمة وخصوصاً تلك التي تمس مصالحها بطريقة مباشرة ولذا يمكن القول أن الرأي العام يظل ساكناً حتى ظهور مشكلة تمدد مصالح الجماعة يترتب عليها ظهور الرأي العام بوضوح وقد يكتنفه التعبير العنيف أيضاً.

4. الرأي العام سهل التبلور:

بالنسبة للأهداف التي تتطلع إليها الجماهير إلا أن الوسائل المقترحة أو المطروحة لإنجاز تلك الأسنان عادة ما تثير جدلاً وخلافاً وبالتالي ليس من السهل تبلور رأي عام حولها.

5. يتشكل الرأي العام بواسطة الزعماء القادة:

وذلك نظرا لسيطرتهم على وسائل الإعلام مما يتيح لهم فرصة تعبئة مشاعر وتطلعات الجماهير في المسار الذي يرغبونه.

هذا وفي ضوء الخصائص السابقة فإنه يمكن بلورة السمات العامة للرأي العام تتحدد فيما يلي:

- يظل الرأي العام ساكناً حتى تبرز قضية للجماعة.
- يتقلب الرأي العام بسرعة ويتأثر بالأحداث اليومية أكثر من أي شيء آخر.
- الأحداث التي تثير السخط العام في تحويل الرأي العام من النقيض إلى النقيض ومن أقصى اليمين إلى أقصى اليسار حتى تتضح الرؤيا وتستقر الأمور.
- يتأثر الرأي العام بكفاءة وقدرة القيادة داخل المنظمة فإذا وفقوا أصبح الرأي العام منقاداً للقيادة، متأثراً بآراء القادة واتجاهاتهم، أما إذا أخفقوا فقدوا الثقة وقل تسامح الجماهير مع القادة.
- يسهل علي الجماهير تحديد الأهداف ولكن يصعب عليهم أن يحددوا الوسائل التي توصلهم إلى هذه الأهداف.
- الرأي العام القائم على العواطف والرغبات يتغير بشدة مع الأحداث بخلاف الرأي القائم على الحقائق والمعلومات الذي لديه القدرة على مواجهة الأحداث.

المبحث الثاني: عوامل تكوين الرأي العام

إن عملية تكوين الرأي العام من العمليات المعقدة التي تمتد بجذورها في مجالات مختلفة ويتكون الرأي العام نتيجة التفاعل بين مجموعة من العوامل الفسيولوجية والوظيفة والاجتماعية والنفسية المتداخلة بحيث يمارس كل منها أثره في تكوين الرأي العام وأهم هذه العوامل والمكونات هي:[1]

1. العوامل الفسيولوجية والوظيفية:

ترى بعض البحوث أن هناك سمات جسمية تؤثر في عقلية الفرد وأفكاره فالمريض تكون أفكاره عليلة وقد تكون نظرته للحياة متشائمة كما أجريت أبحاث كثيرة تدور حول السمات الجسمية الأخرى مثل خصائص الجمجمة التي عني علماء الجريمة من أمثال (لوميروزو) بدراستها وقد اتضح أخيرا أن الغدد الصماء وما تفرزه من هرمونات تؤثر تأثيرا مباشرا على الفرد فعندما يزداد نشاط الغدة الدرقية، يصبح الفرد متوترا وقليل الاستقرار وسريع الغضب.

2. العوامل النفسية:

هناك عوامل نفسية تؤثر في تصرفات الفرد وفي سلوكه فقد يكون الإنسان متصفا بالحب لأن غريزة الخوف قوية لديه أو أنه لم يكتسب بعد صفات التسامي والإعلاء وينطبق نفس القول بالنسبة لغرائز أخرى كالغريزة الجنسية أو حب الاستطلاع أو السيطرة أو غيرها.

3. الثقافة:

وهي تمثل مجموع العادات والتقاليد والقيم وأساليب الحياة التي تنظم حياة الإنسان داخل البيئة التي يعيش فيها فأفكار الشخص الذي نشأ في بيئة مترفة غير أفكار شخص نشأ في

[1] شداد عبد لرحمان، الرأي العام، مجلة تاريخ العلوم، العدد 06، جامعة الجلفة، الجزائر، ص ص 297، 298.

بيئة فقيرة أو مهمشة والعادات للمكتسبة أثناء عملية التنشئة الاجتماعية المختلفة لها تأثير على ما يصدره الفرد من أحكام ومما لا شك فيه أن الدين والتعليم والعادات المكتسبة تؤثر في نفسية الفرد وما يصدر عنه من أفكار وآراء ويتأثر الرأي العام تأثرا شديداً باتجاهات الجماعات الأولية وقيمها.

4. **النسق السياسي:**

تسمح الديمقراطية بذيوع وانتشار الرأي العام ولا تحمل الهيئات والمؤسسات العامة في الخفاء كما تعمل الديمقراطية على قيام حرية الفكر والاجتماع والتعبير عن الرأي بين أفراد المجتمع وذلك على عكس ما هو موجود في ظل الدكتاتورية بالإضافة إلى ذلك فإن الحريات العامة وهي حرية الرأي وحرية الصحافة والكتابة وحرية العمل وغيرها تعد من مكونات الرأي العام.

5. **الأحداث والمشكلات:**

تعتبر الحوادث والمشكلات والأزمات التي يتعرض لها مجتمع معين من العوامل المهمة التي تعمل على تكوين اتجاهات جديدة للرأي العام فمهما قيل عن عبقرية وزير الدعاية النازية (جوبلز) فالحقيقة أنه لا هتلر ولا جويلز ولا غيرهما من الدعاة والعباقرة كانوا يستطيعون تحويل ألمانيا إلى النازية دون الاعتماد على الأزمة الاقتصادية والشعور بالقلق وعدم الأمن بين صفوف الشعب الألماني فالتغيير الثوري ليس حركة فحالية تحدث في فراع ولكنه تعبير عن ظروف موضوعية وأحداث سياسية واقتصادية واقعية ولهذه الأسباب نجحت الثورة الشيوعية في الاتحاد السوفيتي السابق ولم يكن اتحاد الصين الشعبية إلى الشيوعية نتيجة الدعاية أو التعاليم الماركسية وحدها ولكن حكم تشانج كاو تشيك الفاسد وظروف البلاد المتردية خلقت حالة من عدم الرضا استغلها الدعاة الشيوعيون استغلالاً طيباً فنجحت الثورة الصينية .

6. العادات والتقاليد والقيم المتوارثة:

تتميز الشعوب وخاصة التاريخ العريق باحترامها للعادات والتقاليد وتتعلق بها وغالبا ما تكون عصية على التغيير وتتقبلها الشعوب بشرها وخيرها على أساس أنها حقائق وبدهيات لا تقبل إبداء الرأي ويعتبر التراث الحضاري والثقافي لكل أمة من أهم العوامل التي تؤثر في تكوين الرأي العام وكثيرا ما يستلهم الفرد تكوين رأيه من القيم والعادات والتقاليد.

7. الدين:

إن جوهر الديانات السماوية بشكل عام هو تمجيد عمل الخير والسعي لإرساء العدل والحق ونبذ الظلم والتخلف، وتقع على أجهزة الإعلام والمجتمع مسؤولية تخليص الدين من التشوهات التي ألحقت به، لأن أي تخريب للمعتقدات الدينية سيضعف من دور الإنسان في المجتمع ويعطل سعيه للنمو والارتقاء .

8. العربية والتعليم:

يكبر الفرد بالمجتمع وتكبر معه بعض أنماط السلوك التي اكتسبها من المجتمع ولما كانت الاتجاهات السائدة في التعليم تؤثر بشكل كبير على مستقبل الرأي العام داخل المجتمع فإن الشعوب والدول مطالبة بترسيخ القيم الدينية والأخلاقية في عقول النشء، وإن مؤسسات التعليم تعد من وسائل نقل المعرفة والتراث والخبرة وتكوين المواطن الصالح كما أن الخبرات والمفاهيم والتقاليد والقيم التي تعمل التربية على ترسيخها تؤثر تأثيرا كبيرا في تكوين الرأي العام .

9. الإعلام:

الإعلام هو نشر الحقائق والمعلومات الصحيحة والأخبار التي تهم الناس ويقوم على مبدأ الصدق والصراحة واحترام عقول الجمهور وتنويره بالقضايا التي تهمه .أمنا الدعابة فهي

العمليات التي تحاول التأثير على عواطف الجمهور ورغباتهم هدف تكوين رأي عام عن طريق التأثير في الدوافع والانفعالات ومفاجأة الجمهور بالأخبار والتهويل فيها وتقديم الوعود الكاذبة.

المبحث الثالث: صناعة الرأي العام الالكتروني

في رصدنا لمفهوم الرأي العام الالكتروني وصناعته لا بد من الإشارة إلى الباحثون الذي تداولوا مفهومه في إطار اهتمامات وأبحاثهم، حيث نجد أن توصيف الإعلام الجديد أخذ الكثير من المصطلحات كالإعلام البديل، الإعلام الرقمي، الإعلام الشبكي، الإعلام الاجتماعي، إعلام المواطن، والإعلام الإلكتروني، فعلى اختلاف تلك المصطلحات وتعددها إلا أنها تحيل إلى مفهوم واحد، ومن أهم التعريفات التي قدمت لهذا المصطلح الجديد هي على النحو التالي:

بأنه: "مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله، من خلال الأجهزة الإلكترونية "الوسائط " المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، كما تتيح وسائط الإعلام الجديد إمكانيات هائلة للتواصل و الاتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول، والشبكات الاجتماعية على الإنترنت".[1]

في حين يعرفه الأستاذ الدكتور "فيصل أبو عيشة" على أنه: " مختلف الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطور محتوى ووسائل الاتصال الإعلامي، أليا وشبه آليا في العملية الإعلامية، باستخدام التقنيات الالكترونية الحديثة، الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون، والإعلام

[1] رحيمة الطيب عيساني، الإعلام الجديد والتقليدي، مجلة الخليج، العدد 93، 2013، ص 26.

الالكتروني هو الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية، بأشكالها المختلفة التي ترسل أو تستقبل عبر المجال الكهرومغناطيسي.[1]

و يعرفه بأنه الرأي والمعلومة، الخبر والخبرات والتجارب، الصور ومشاهد الفيديو التي تنشر الكترونيا، من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأي نظام سياسي أو غيره، سوى التزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ، ووفق ما لديه من رقابة ذاتية .[2]

وبالتالي إذا كان الرأي العام هو ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير يمكنها التعبير عن نفسها في ضوء معطيات معينة، فبالقياس يمكن توصيف تعريف للرأي العام الإلكتروني بأنه ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الإنترنت والتأثير على أكبر شريحة يمكن الوصول لها.

والرأي العام الإلكتروني في هذا الواقع هو كل (فكرة – اقتراح – رأي – مشاركة) أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين أو تدافع عن أيدلوجية بعينها، أو تتبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال شبكة الانترنت، لتأخذ دورها في المشاهدة والإطلاع من قبل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والإطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما نعرفه بالرأي الإلكتروني.[3]

---

[1] فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ص 276.

[2] صلاح عبد الحميد، الإعلام والثورات العربية، ط1، طيبة للنشر والتوزيع، مصر، 2013، ص 58.

[3] عادل عبد الصادق، الفضاء الالكتروني والرأي العام، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، 2017، ص 54.

فمن مميزات الرأي العام الالكتروني وخصائصه نجده يتسم بما يلي:[1]

1. الانتشار والوصول:

يتميز الرأي العام الإلكتروني، بأنه يصل إلى أكثر فئة ممكنة من الناس، فيتفاعلوا معه أما بالتأييد ، أو بالمعارضة.

2. سهولة قياس اتجاهاته:

من خلال اعتماد على برامج تقنية، تقوم بتوفير الإحصائيات دقيقة للرأي العام، ويمكن الاعتماد عليها من قبل القيادات للمساعدة في صنع القرار.

3. بتفاعل مع غالبية المواضيع التي تهم الناس:

يتميز الرأي العام الإلكتروني، بتواجده في كل المواضيع التي تهم الناس ،سواء كانت سياسية، ثقافية، اجتماعية، دينية.

4. تجدد الرأي العام الإلكتروني:

ومن أهم مميزات الرأي العام الإلكتروني، أنه يتغير باستمرار فهو لا يتسم بالثبات، وذلك للنقل صوت وأراء الناس بسرعة فائقة.

5. انخفاض التكلفة:

في الآونة الأخيرة أصبح الإنترنت والتقنيات الإلكترونية ، رخيصة التكلفة ، كما أنه أيضا أصبح بالإمكان استخدام الإنترنت مجانا في بعض المدن الذكية.

---

[1] ليندة لبيض، تكنولوجيا الاتصال وصناعة الرأي العام الإلكتروني، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 16، العدد 01، ميلة، الجزائر، 2022، ص ص 289، 290.

المبحث الرابع: أدوات التعبير وقياس الرأي العام الإلكتروني

من أهم أدوات الرأي والتعبير الالكترونية نسوقها في ما يلي:[1]

1. **التجمعات الافتراضية:**

وهي عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت تمثل نقطة التقاء لمجموعة من الأشخاص يتواصلون معا من خلالها باستخدام نظم القوائم البريدية أو التراسل الفوري والمحادثة والحوارات المطولة، والذين يجمعهم اهتمام مشترك إزاء قضية ما.

2. **المدونات:**

وهي صفحات مجانية توفرها مواقع على الإنترنت للمستخدمين حيث تتنوع وفق عرض القائم بالاتصال فمنها المدونات شخصية ومدونات ذات طابع اجتماعي وسياسي.

3. **استطلاعات الرأي الإلكترونية:**

حيث أصبحت مادة دسمة في الكثير من المواقع على شبكة الإنترنت والتي تهدف إما إلى استطلاع رأي زوار الموقع تجاه موقف معين أو محاولة بناء رأي تجاه قضية ما.

4. **البريد الإلكتروني والمجموعات البريدية:**

حيث يستخدم لنقل الأفكار والآراء بين الأشخاص والتواصل السياسي بين المرشحين والناخبين، ويتم تجميع عدد من البريد الإلكتروني في مجموعات يتم التراسل فيما بينهم وإعلام أعضائها بالمواد الإعلامية بشكل فوري وسريع والدعوة للانضمام إليها من قبل أي مستخدم للإنترنت حيث تكون العضوية بها مفتوحة.

---

[1] سلمى مساعدي، الإعلام الالكتروني والرأي العام العربي (في جدلية التشكل والتشظي)، مداخلة بالملتقى الوطني: الإعلام الالكتروني واقع وتحديات، جامعة قسنطينة، 28 جوان 2017، ص 07.

5. مواقع التوقيعات الإلكترونية:

والتي تتيح فرصة التسجيل بعدد كبير كمعارض أو مطالب بتغيير سياسة معينة.

6. التعليقات الإلكترونية:

وهي عبارة عن قيام المستخدم بكتابة تعليق على خبر أو حدث معين التعبير عن رأيه أو موقعة من قضية ما، وهناك عدد من المواقع تتيح تلك الخدمة.

7. رسائل SMS:

حيث يتم استخدام رسائل الهاتف المحمول في حشد التعبئة السياسية والإطلاع على أخبار الانتخابات وخاصة مع اندماج خدمات الإنترنت والتحويلات المالية والخدمات التليفزيونية والإذاعية من خلال الهاتف المحمول وكذلك إمكانية التصويت في الانتخابات من خلاله.

8. مواقع الشبكات الاجتماعية:

وهي تلك المواقع التي تتيح فرصة التعارف والاتصال بين عدد كبير من الأفراد على مستوى العالم كما يتم إنشاء مجموعات يمكن أن تجتذب إليها المزيد من الأفراد وتتميز تلك المواقع بسرعة تناقل المعلومات والصور، وخاصة مقاطع الفيديو وذلك مثل موقع الفيس بوك وموقع تويتر...الخ.[1]

[1] سلمى مساعدي، نفس المرجع، ص 07.

خلاصة الفصل الثاني:

نتيجة للتطور الوسائل التقنية الإلكترونية، ظهر ما يسمي بالرأي العام الإلكتروني، الذي يمكن تعريفه بأنه عبارة عن أراء جماعة من الناس تجاه قضية أو موضوع معين، حيث يطرح للمناقشة بواسطة التقنية الإلكترونية (مواقع الإنترنت، والبريد الإلكتروني، و المدونات، والمنتديات ...). ومن ناحية أخرى، أصبح حجم المعلومات، والبيانات، تتاح بشكل فوري، وضخم أمام العديد من الأشخاص، مما أدى إلى زيادة المعرفة. وتم إتاحة الفرصة أمام الجمهور لينتجوا مادتهم ويقدم معلومات، يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير عبر وسيلة إعلام في تشكيل الرأي العام، وتوجهاته، إزاء قضية ما، وكذلك زيادة حجم الفاعلين في صناعة وتشكيل الرأي ، حيث شكلت شبكة الإنترنت أهم بنية تحتية لمجتمع الإعلام المتنامي من جميع البلدان، والثقافات، واللغات، والفئات العمرية المختلفة والمهن دون تمييز، فقد أخذ هذا الدور في التبلور المتصاعد مع النمو المتزايد للإنترنت، وانتشار تكنولوجيا الاتصال، والمعلومات، وعمل الإنترنت على إعادة تنشيط المجال المدني، وتوسيع نطاق الحياة المدنية، وفتح مجالات واسعة عن طريق تنوعه، وسرعته، وتحديه الحدود الجغرافية، وكذلك عمل الإنترنت على إتاحة الفرصة أمام العديد من البشر المختلفون في توفير فرص للتفاعل والاتصال فيما بينهم حول الجدل السياسي العام وعملية صناعه القرار.

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية

تمهيد:

بغرض جمع المعلومات لتحقيق الدراسة أكثر بعدما تطرقنا للإطار النظري، قمنا بإنجاز استمارة لإسقاط الجانب العلمي على الجانب العملي، وتطبيقه على عينة من طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس ولاية مستغانم المتمثلة في 52 مفردة، إذ تضمنت الاستمارة أربعة محاور واعتمدنا في صياغة الأسئلة على عنصر الوضوح وتبسيط الأسئلة قدر المستطاع لغرض الحصول على أكبر قدر من المعلومات المرجوة.

1. تحليل الاستمارة:

❖ **البيانات الشخصية:**

1.الجنس:

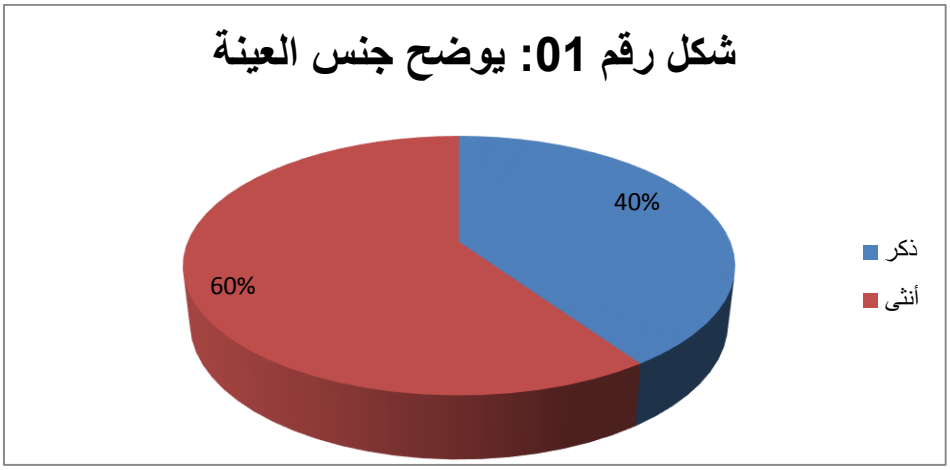
جدول رقم 01: يوضح جنس العينة

	العدد	النسبة
ذكر	19	%40
أنثى	28	%60
المجموع	**52**	**100**

تمثلت عينة الدراسة من ناحية الجنس (ذكور وإناث) في نسبة متفاوتة قليلا، حيث بلغت نسبة الذكور في العينة التي وزعنا عليها الاستمارة 40% وهي أقل من نسبة الإناث، حيث هذه الأخيرة بلغت 60%.

وهذا راجع أساسا إلى أن صناعة الرأي العام يشكله بنسبة كبيرة الذكور نظرا لخصوصيات هذا الجنس وما يوفر لهم آراء وأفكار مطروحة في الكثير من القضايا.

وهذا ما يوضحه أكثر الشكل التالي:



2.السن:

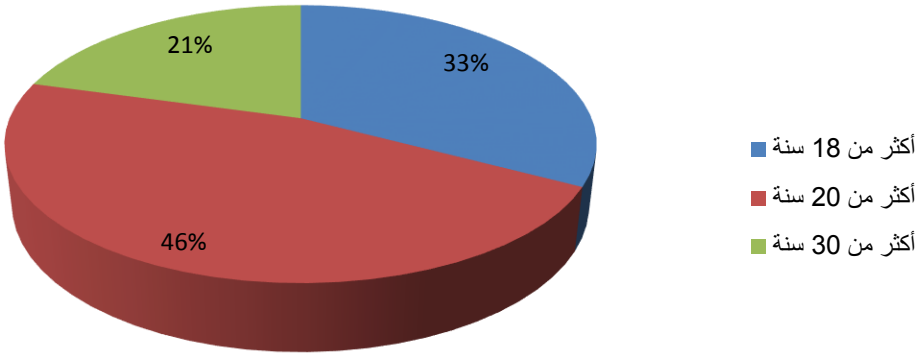
جدول رقم 02: يوضح سن العينة

	العدد	النسبة
أكثر من 18 سنة	19	%33
أكثر من 20 سنة	27	%46
أكثر من 30 سنة	12	%21
المجموع	**52**	**%100**

من خلال الجدول يتوضح لنا أن العينة المدروسة يتراوح سنها بين 18 سنة و30 سنة فأكثر، إذ بلغت نسبة 33% التي تمثل المبحوثين فوق 18 سنة، أما الفئة التي أكثر من 20 سنة بلغت 46% و30 سنة فأكثر بلغت 21%، فهذا راجع إلى أن تشكيل الرأي العام يكون من طرف الطلبة المتقدمين في العمر وهذا يدل على مكتسباتهم وخبراتهم القبلية المساعدة في المناقشة وطرح وجهات النظر.

والشكل الموالي يوضح النسب التي يضمها الجدول.

شكل رقم 02: يوضح سن العينة



3.المستوى التعليمي:

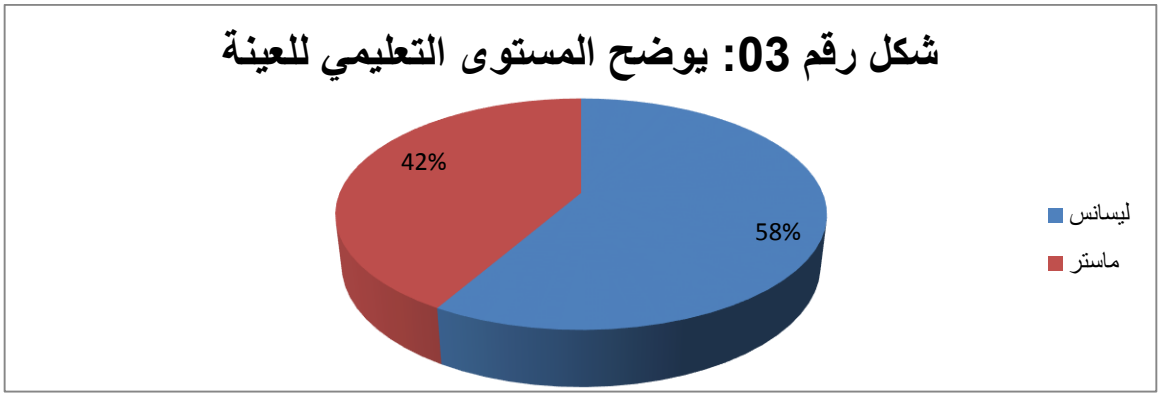
جدول رقم 03: يوضح المستوى التعليمي للعينة

	العدد	النسبة
ليسانس	28	%58
ماستر	20	%42
المجموع	**52**	**%100**

يوضح الجدول المستويات التعليمية للعينة المدروسة، إذ تحصنا على 28 مفردة من عينة ذات مستوى ليسانس ما يبلغ نسبة 58%، أما مستوى الماستر تحصلنا على 20 مفردة ما بلغ 42%، نلاحظ أن المتفاعلين أكثر في المواقع التواصل الاجتماعي هم الحاملين لشهادة الليسانس وأقل مستوى من الحاملين لشهادة الماستر.

والشكل الموالي يوضح النسب التي يضمها الجدول.

شكل رقم 03: يوضح المستوى التعليمي للعينة



4.تخصصك العلمي:

جدول رقم 04: يوضح التخصص العلمي للعينة

	العدد	النسبة
علوم اتصال	15	%32
أدب	12	%26
لغات وترجمة	03	%06
تخصصات أخرى	17	%36
المجموع	**52**	**%100**

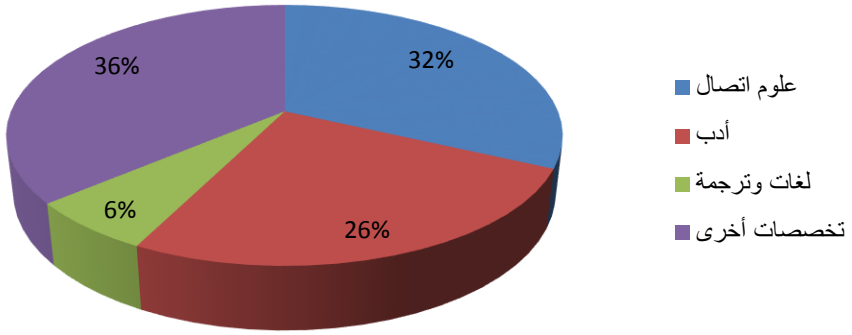
من خلال الجدول نلاحظ أن العينة التي تم الحصول عليها ذات تخصصات مختلفة منها علوم الإعلام والاتصال تكررت ب 15 مرة ما يناسب 32%، وأدب تكرر ب 12 مرة ما يبلغ نسبة 26%، أما تخصص لغات وترجمة تمثلت تكرارها 03 مرات بنسبة 06%، وما تبقى كلها تخصصات مغايرة غير مصرح بها بتكرار 17 مرة ما يبلغ نسبة 36%.

وعليه نستنتج أن تخصص علو الإعلام والاتصال أخذ حصة الأسد من جل التخصصات المعبر عنها من خلال الاستمارات الموزعة بما يقارب نصف كل مجموع التخصصات

المطروحة، وهذا راجع إلى أن بحكم التخصص وما يوليه من طرح الآراء خاصة واستعمال مواقع التواصل بشكل أكثر لأصحاب التخصص الذين يعتبروا هم أولى بذلك.

والشكل الموالي يوضح ذلك في النسب المئوية التالية:

شكل رقم 04: يوضح التخصص العلمي للعينة



المحور الأول:

1. استعمال موقع الفيسبوك:

جدول رقم 05: يوضح استعمال موقع فيسبوك

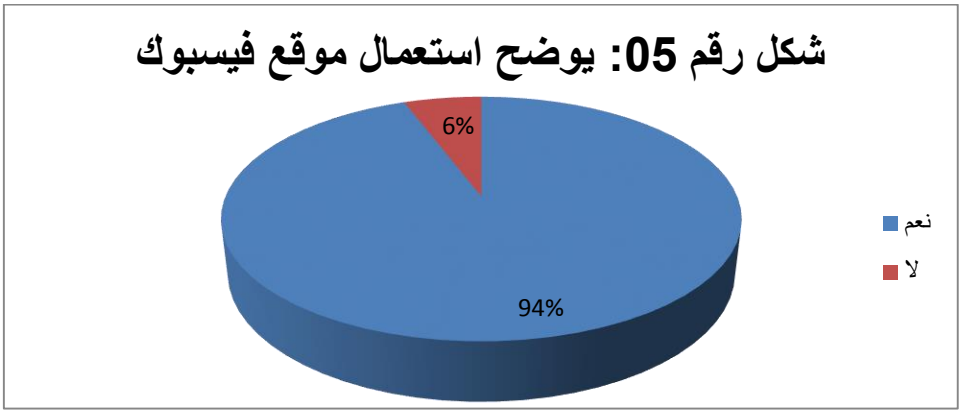
	العدد	النسبة
نعم	49	%94
لا	3	%06
المجموع	**52**	**%100**

يوضح الجدول مدى استعمال طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم لموقع فيسبوك، حيث تراوحت الإجابات بين نعم ولا، إذ تكررت الإجابة المحصل عليها بـ "نعم" 49 مرة بنسبة 94%، على خلاف الإجابة بـ "لا" تكررت 03 مرات ما يبلغ نسبة 06%، وبالتالي ما يبين أن جل المبحوثين يستعملون موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، باعتبار هذا الأخير

هو الرائج وأكثر استعمال من طرف مختلف شرائح المجتمع، وبالتالي يعد طلبة جامعة مستغانم جزء من هذا المجتمع.

والشكل الموالي يبين ذلك:

شكل رقم 05: يوضح استعمال موقع فيسبوك



2. مختلف المواقع المستعملة:

جدول رقم 06: يوضح المواقع الأخرى المستعملة

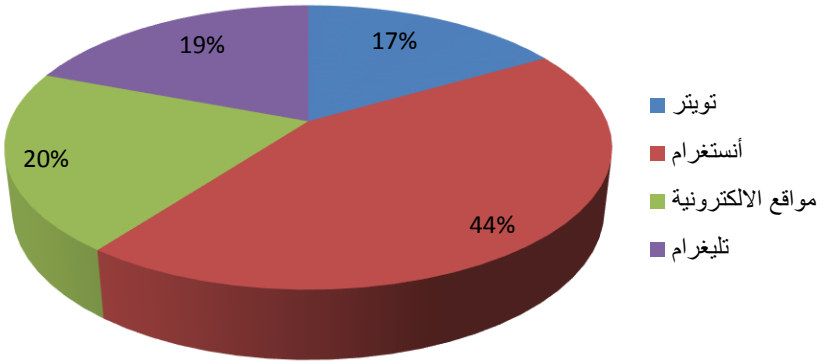
	العدد	النسبة
تويتر	13	%17
أنستغرام	34	%44
مواقع الالكترونية	16	%20
تليغرام	15	%19
المجموع	**52**	**%100**

يبين الجدول مختلف مواقع التواصل الاجتماعي التي يتم استخدامها من طرف طلبة جامعة مستغانم على غرار موقع "فيسبوك"، إذ نرى أنه يتم استعمال كل من موقع "تويتر" و"أنستغرام"، "مواقع إلكترونية"، وتليغرام"، إذ تكررت الإجابات على التوالي بـ 13 مرة ما يناسب 17%، 34 مرة ما يناسب 44%، و16 مرة ما يبلغ 20%، وكذا 15 مرة ما يعادل 19%،

وبالتالي يتوضح لنا أن الموقع أكثر استعمالا بعد موقع "فيسبوك" هو موقع "أنستغرام" إذ يتم استعمال من طرف شريحة واسعة من الطلبة، وذلك راجع للخصوصية التي يليها الموقع وما يتميز بها وينفرد عن باقي المواقع الاجتماعية.

وهذه النسب المتوصل لها يوضحها الشكل التالي:

شكل رقم 06: يوضح المواقع الأخرى المستعملة



3. الوسائل المفضلة في متابعة الأخبار:

جدول رقم 07 : يوضح الوسائل المفضلة في متابعة الأخبار

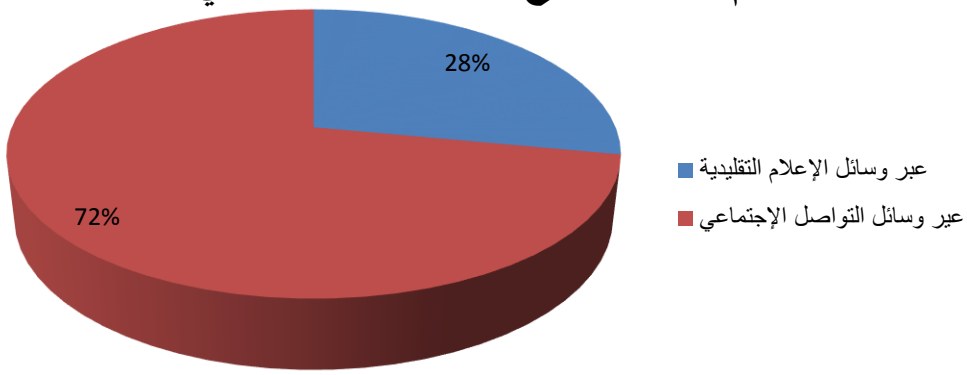
	العدد	النسبة
عبر وسائل الإعلام التقليدية	14	%28
عبر وسائل التواصل الاجتماعي	36	%72
المجموع	**52**	**%100**

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن تفضيل متابعة الأخبار تتم بين ما هو تقليدي للإعلام وما هو مطروح في الإعلام الجديد، إذ أجابت عينة من الطلبة على أن متابعتها للأخبار تكون بواسطة وسائل الإعلام التقليدية بتكرار 14 مرة ما يعادل نسبة 28%، أما العينة الأخرى تتابع الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي بتكرار 36 مرة ما يعادل 72%، وعليه نلاحظ

هذه الأخير هي الأكبر نسبة وهذا ما يفسر أن طلبة يتابعون الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير لما توليه هذه الوسائل من خصوصية تمكنهم من المتابعة في أي مكان وأي وقت، مما تجعل الحصول الأخبار سهل على خلاف وسائل الإعلام التقليدية.

وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:

شكل رقم 07 : يوضح الوسائل المفضلة في متابعة الأخبار



4. طبيعة الأخبار المتابعة عبر مواقع التواصل:

جدول رقم 08: يوضح طبيعة الأخبار المتابعة عبر مواقع التواصل

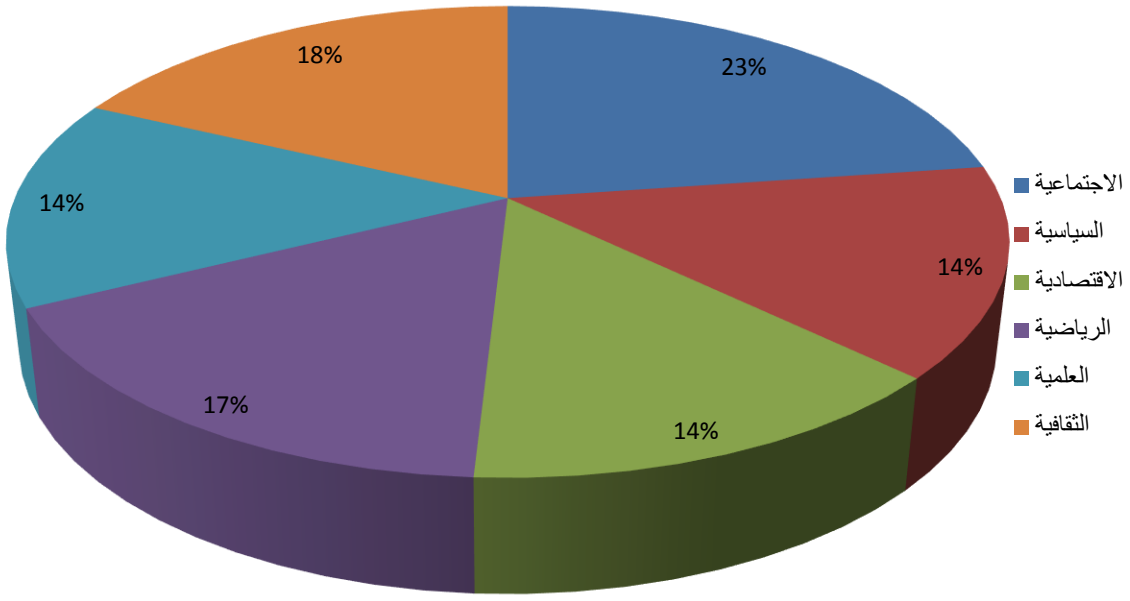
	العدد	النسبة
الاجتماعية	38	%23
السياسية	24	%14
الاقتصادية	23	%14
الرياضية	28	%17
العلمية	24	%14
الثقافية	30	%18
المجموع	**52**	**%100**

يوضح الجدول طبيعة ونوع الأخبار التي يتم متابعة من طرف الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إذ تبين أنها متعددة ومختلفة وهي على النحو التالي بتكررها ونسبها المتحصل عنها، الاجتماعية تكررت 38 مرة بنسبة 23%، السياسية 24 مرة بنسبة 14%، الاقتصادية 23 مرة ما يبلغ 14%، الرياضية 28 مرة بنسبة 17%، العلمية 24 مرة بنسبة 14%، والثقافية 30 مرة ما يعادل 18%.

وبالتالي نلاحظ أن الأخبار الاجتماعية هي التي يتم متابعتها من طرف جامعة مستغانم بشكل كبير على غرار الأخبار الأخرى المذكورة، باعتبارها تمس مختلف شرائح المجتمع.

والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم 08: يوضح طبيعة الأخبار المتابعة عبر مواقع التواصل



5. معدل استعمال الفيسبوك:

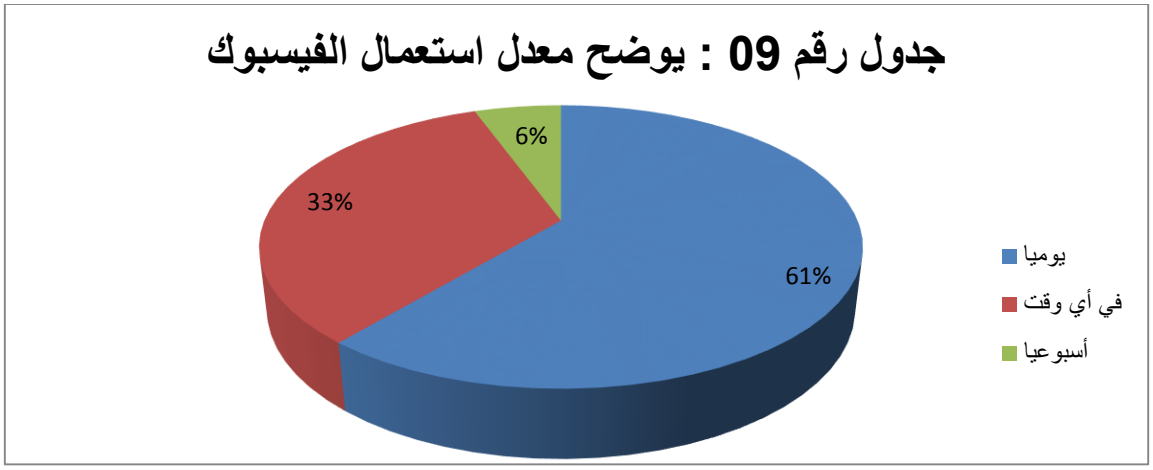
جدول رقم 09 : يوضح معدل استعمال الفيسبوك

	العدد	النسبة
يوميا	33	%61
في أي وقت	18	%33
أسبوعيا	3	%06
المجموع	**52**	**%100**

يوضح الجدول معدل استعمال موقع فيسبوك من طرف طلبة جامعة مستغانم، إذ تحصلنا على الإجابات التالية: يوميا بتكرار 33 مرة ونسبة 61%، في أي وقت بتكرار 18 ونسبة 33%، أما أسبوعيا تكررت 03 مرات بنسبة 06%.

وبالتالي نرى استعمال موقع فيسبوك من طرف الطلبة يكون بشكل يومي ومستمر، فهذا ما تم ملاحظته من خلال النسب المتحصل عليها، وهذا راجع للتفاعل والتواصل الذي يكون عبر الموقع، ولا يتم الاستغناء عنه من الأجل التطلع عن كل ما هو حصري وجديد.

والشكل الآتي يوضح ما تم التقدم به:



المحور الثاني:

1. الحاجيات المحققة من استعمال الفيسبوك:

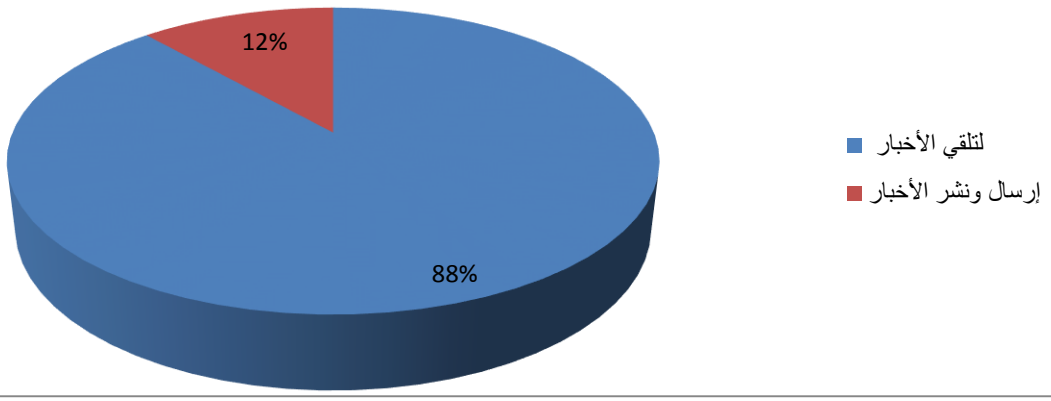
جدول رقم 10: يوضح الحاجيات المحققة من استعمال الفيسبوك

	العدد	النسبة
لتلقي الأخبار	46	%88
إرسال ونشر الأخبار	06	%12
المجموع	**52**	**%100**

يبين الجدول أعلاه ما يحقق استعمال الفيسبوك لطلبة الجامعة، إذ تحصلنا على الإجابة بـ "لتلقي الأخبار" متكررة 46 مرة ما يبلغ نسبة 88%، والإجابة عن "إرسال ونشر الأخبار" تكررت 06 مرات ما يعادل نسبة 12%، وبالتالي نرى أن الحاجات المحققة من استعمال الفيسبوك هي التلقي الأخبار ومعرفة كل جديد عبر الموقع وما يتم تداوله بشكل كبير.

وعليه الشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم 10: يوضح الحاجيات المحققة من استعمال الفيسبوك



2.الفيسبوك فضاء لنقاش القضايا الاجتماعية:

جدول رقم 11: يوضح أن الفيسبوك فضاء لنقاش القضايا الاجتماعية

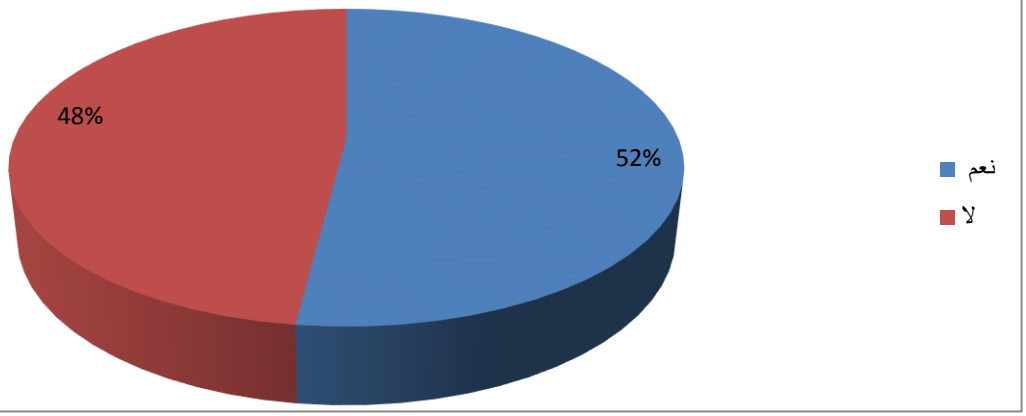
	العدد	النسبة
نعم	26	%52
لا	24	%48
المجموع	**52**	**%100**

يبين الجدول الإجابات ووجهات نظر طلبة جامعة مستغانم على إذا كان موقع فيسبوك فضاء لنقاش القضايا الاجتماعات، حيث تراوحت الإجابات بـ "نعم" نحو 26 إجابة ما يعادل نسبة 52%، أما الإجابات بـ "لا" تكررت 24 مرة بنسبة 48%.

وعلى ذلك نرى أن النسب بين وجهات النظر غير متفاوتة كثيرة، ما يتم استنتاجه أن صحيح موقع الفيسبوك يطرح العديد من القضايا الاجتماعية وبالتالي يتم مناقشتها من طرف المستخدمين للموقع.

والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم 11: يوضح أن الفيسبوك فضاء لنقاش القضايا الاجتماعية



3. الفيسبوك أداة المستخدمين لإنتاج مضامين:

جدول رقم 12: يوضح الفيسبوك أداة المستخدمين لإنتاج مضامين

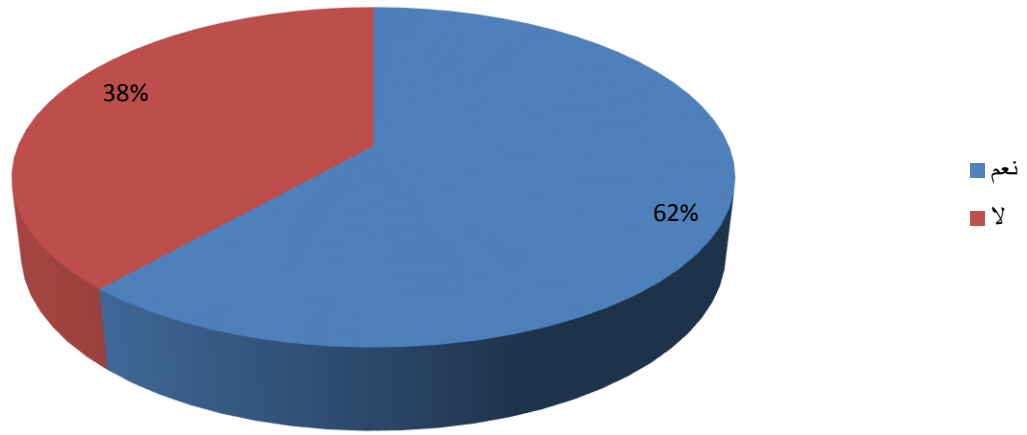
	العدد	النسبة
نعم	32	%62
لا	20	%38
المجموع	**52**	**%100**

يبين الجدول المؤيدين والمعارضين من طلبة جامعة مستغانم للطرح "أن الفايسبوك أداة لإنتاج المضامين المختلفة من طرف المستخدمين له"، إذ تتكرر الإجابات بـ "نعم" 32 مرة ما يعادل 62%، والإجابات بـ "لا" 20 مرة ما يعادل نسبة 38%.

وبالتالي النسبة الأكثر تؤكد أنه أداة لصناعة وإنتاج مضامين تختلف طبيعتها ويتم تداولها من قبل المستخدمين.

والشكل الموالي يوضح ذلك:

شكل رقم 12: يوضح الفيسبوك أداة المستخدمين لإنتاج مضامين



4. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الرأي العام

جدول رقم 13: يوضح تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الرأي العام

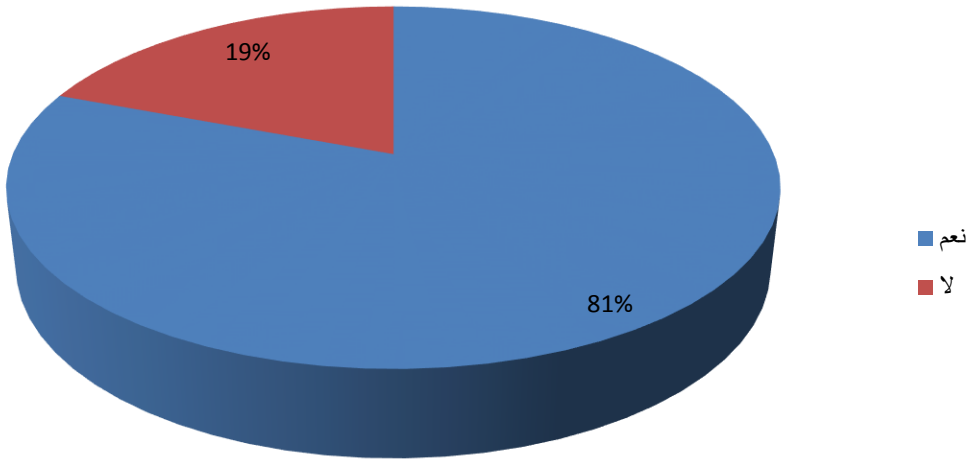
	العدد	النسبة
نعم	42	%81
لا	10	%19
المجموع	**52**	**%100**

من خلال الجدول وما يحمله من بيانات المتحصل عليها، نلاحظ أن الفيسبوك ومختلف مواقع التواصل باستطاعتهم التأثير على الرأي العام من خلال ما أدلت به إجابات المبحوثين، إذ نرى الإجابات بـ "نعم" تراوحت بنسبة 81% عندما تكررت 42 مرة، أما الإجابة بـ "لا" تكررت 10 مرات بنسبة 19%.

فهذا ما يوضح ويرجح له إجابات الأغلبية أن تلك المواقع أصبحت تأثر بشكل كبير على الرأي العام مثل ما كانت عليه وسائل الإعلام.

والشكل التالي يوضح النسب المتحصل عليها:

شكل رقم 13: يوضح تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الرأي العام



المحور الثالث: صحافة المواطن وماهيتها

1. مدلول صحافة المواطن:

جدول رقم 14: يوضح مدى معرفة مدلول صحافة المواطن

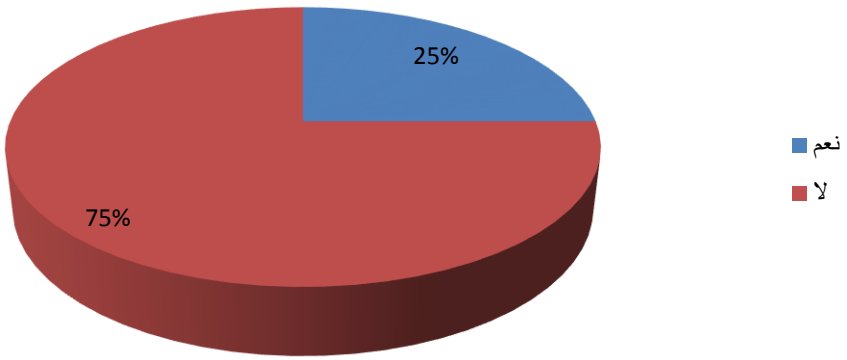
	العدد	النسبة
نعم	13	%25
لا	39	%75
المجموع	52	%100

يوضح الجدول اختبار طلبة جامعة مستغانم لمدى معرفتهم لمدلول صحافة المواطن، إذ تحصلنا على الإجابات التي لديها فكرة عن هذا المصطلح الإعلامي بتكرار 13%، أما بقية الإجابات ليس لديها أدنى فكرة وبلغ تكرارها 39 مرة ما يعادل 75%.

وبالتالي نرى جل الطلبة يجهلون معرفة صحافة المواطن، باعتبارهم ليسوا من هذا التخصص، فقط طلبة التخصص من يدركون مدلولها ومعرفة أساليبها.

والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم 14: يوضح مدى معرفة مدلول صحافة المواطن



2. استخدام الحسابات الشخصية في نقل الأحداث:

جدول رقم 15: يوضح استخدام الحسابات الشخصية في نقل الأحداث

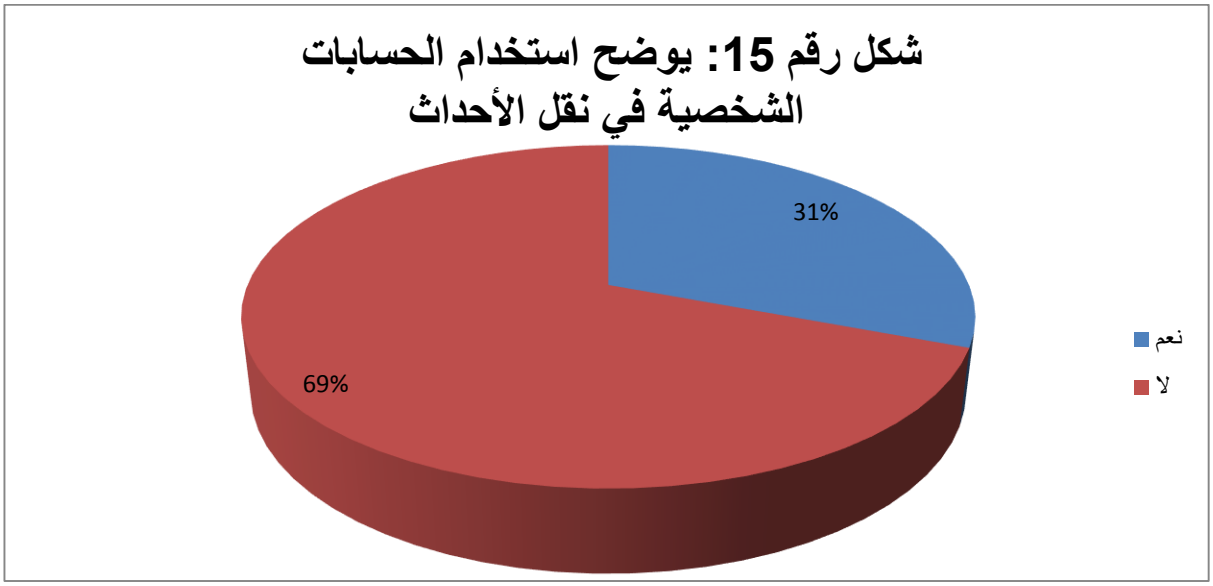
	العدد	النسبة
نعم	16	%31
لا	36	%69
المجموع	**52**	**%100**

يبين الجدول أعلاه مدى استخدام طلبة جامعة مستغانم لحساباتهم الشخصية في نقل الأحداث كمستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ تحصلنا على الإجابة بـ "نعم" مكررة 16 مرة بنسبة 31%، والإجابة بـ "لا" تكررت 36 مرة بنسبة 69%.

وبالتالي نرى أن الطلبة كمستخدمين لمواقع التواصل جله يتابعون ولا يتداولون الأحداث عبر حساباتهم الشخصية، نظرا لظروفهم وشخصياتهم وتفروقاتهم.

وهذا ما نوضحه في الشكل الآتي:

شكل رقم 15: يوضح استخدام الحسابات الشخصية في نقل الأحداث



3. توثيق الأحداث في الحسابات الخاصة:

جدول رقم 16: يوضح توثيق الأحداث في الحسابات الخاصة

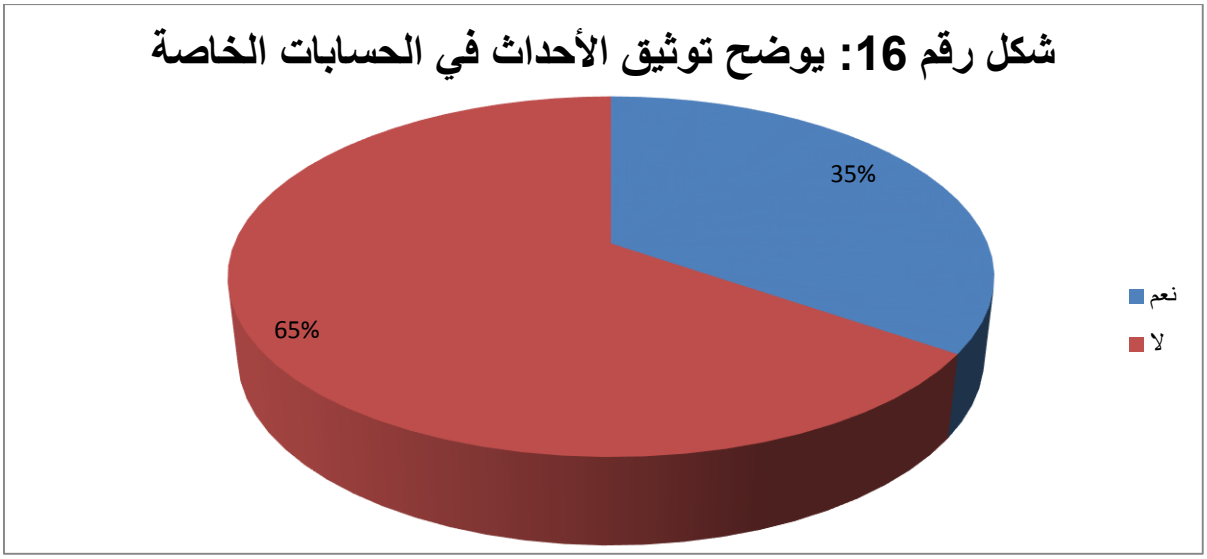
	العدد	النسبة
نعم	18	%35
لا	34	%65
المجموع	**52**	**%100**

يوضح الجدول إذا الطلبة يوثقون الأحداث عبر حساباتهم الشخصية، إذ تراوحت الإجابة بـ "نعم" بنسبة 35% وهي مكررة 18 مرة، أما الإجابة بـ "لا" بلغت نسبة 65% وهي مكررة 34 مرة.

وعليه نرى جل الطلبة لا يوثقون ولا ينشرون الأحداث عبر حساباتهم الشخصية، إلا فئة قليلة منهم يتداولونها عبر حساباتهم الشخصية من أجل مشاركتها مع الأصدقاء، وهذا الأخير ما يبرز وجهات نظرهم وآراءهم عبر المنصات والمواقع الإلكترونية.

والشكل التالي يوضح النسب المذكورة أعلاه:

شكل رقم 16: يوضح توثيق الأحداث في الحسابات الخاصة



4. مشاركة المضامين في الوسائط الاجتماعية

جدول رقم 17: يوضح مشاركة المضامين في الوسائط الاجتماعية

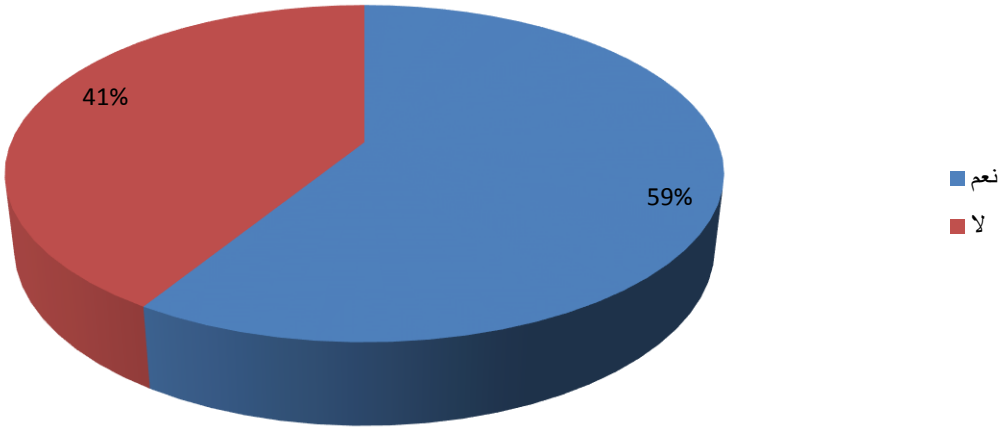
	العدد	النسبة
نعم	30	%59
لا	21	%41
المجموع	**52**	**%100**

يوضح الجدول تكرارات والنسب المتحصلة من الإجابات عن إذا يتم مشاركة الفيديوهات والمضامين من طرف طلبة جامعة مستغانم عبر مختلف الوسائط الاجتماعية، إذ كانت الإجابات بـ "نعم" مكررة 30 رة==مرة بنسبة 59%، و "لا" مكررة 21 مرة بنسبة 41%.

وعليه نلاحظ أن فئة من العينة المدروسة تقوم بميزة المشاركة على اختلافها عبر الوسائط الاجتماعية، والفئة الأخرى لا تحبذ هذا الفعل.

والشكل الموالي يوضح:

شكل رقم 17: يوضح مشاركة المضامين في الوسائط الاجتماعية



5. الهدف من مشاركة المضامين:

جدول رقم 18: يوضح الهدف من مشاركة المضامين

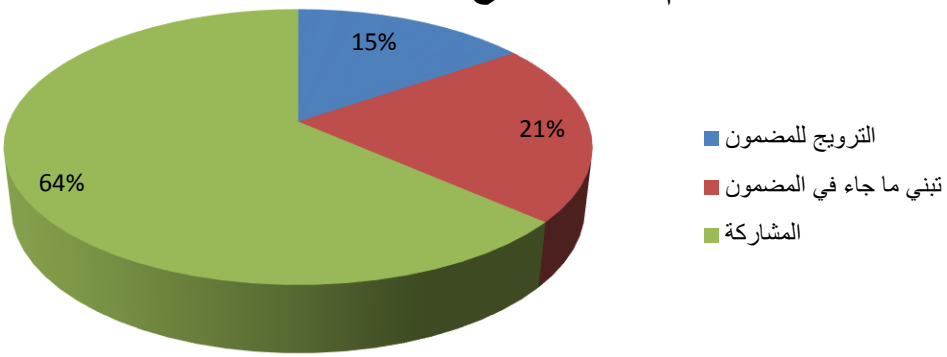
	العدد	النسبة
الترويج للمضمون	8	%15
تبني ما جاء في المضمون	11	%21
المشاركة	33	%64
المجموع	**52**	**%100**

من خلال ما يقدمه الجدول نرى أن الأهداف تختلف عند مشاركة مختلف المضامين، إذ يجيب البعض من المبحوثين على أنهم يهدفون إلى "الترويج للمضمون" بتكرار 08 مرات ما يعادل 15%، والبعض الآخر يهدف إلى "تبني ما جاء في المضمون" بتكرار 11 مرة أي بنسبة 21%، والبقية من المبحوثين يهدفون إلى "المشاركة" بتكرار 33 مرة أي ما يعادل 64% وهم يمثلون أكبر نسبة.

وعليه نستنتج أن طلبة جامعة مستغانم هدفهم الأكبر مشاركة المضامين بمختلف طابعها دون تبني الأفكار والمضامين ولا قصد ترويجها، فقط من أجل التداول ووصولها للأصدقاء.

والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم 18: يوضح الهدف من مشاركة المضامين



6. إبداء الرأي حول قضية مطروحة:

جدول رقم 19: يوضح إبداء الرأي حول قضية مطروحة

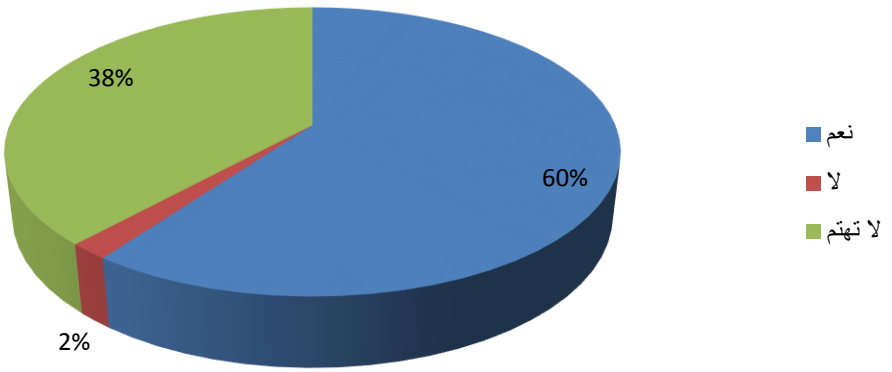
	العدد	النسبة
نعم	33	%60
لا	01	%02
لا تهتم	21	%38
المجموع	**52**	**%100**

يتبين من خلال الجدول مواقف ووجهات نظر الطلبة اتجاه قضية ما مطروحة عبر الوسائط الاجتماعية المعبر عنها برأي شخصي، فكانت الإجابة بـ "نعم" مكررة 33 مرة ما يعادل نسبة 60%، وبـ "لا" مرة واحدة فأدنى نسبة 02%، والإجابة بـ "لا تهتم" تكررت 21 مرة بنسبة 38%.

وبالتالي نتوصل من خلال الإجابات أن جل الطلبة يبدون آرائهم الشخصية نحو قضية ما معبرين عن وجهات نظرهم ومواقفهم، في حين نرى الفئة الأخرى لا تهتم بإبداء الرأي.

والشكل الآتي يوضح ذلك:

شكل رقم 19: يوضح إبداء الرأي حول قضية مطروحة



6. أساليب التعبير عن الرأي الخاص:

جدول رقم 20: يوضح أساليب التعبير عن الرأي الشخصي

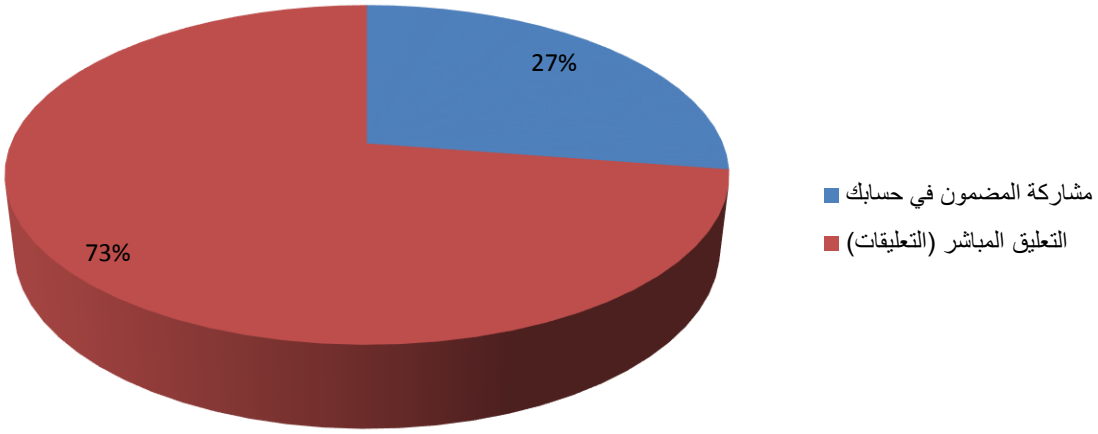
	العدد	النسبة
مشاركة المضمون في حسابك	14	%27
التعليق المباشر (التعليقات)	37	%73
المجموع	**52**	**%100**

يوضح الجدول أن آراء الطلبة اتجاه قضية ما يتم طرحه وفق أساليب معينة، فكانت الإجابات المتحصل عليها على النحو التالي: "مشاركة المضمون في حسابك" بلغت نسبة 27% أي تكررت 14 مرة، وعن طريق "التعليق المباشر" تكررت 37 مرة بنسبة 73%.

وعليه نرى أن الأساليب الأكثر استخداما هي التعليق المباشر اتجاه قضية معينة بإبداء الرأي، أما أما عن طريق المشاركة بالحساب الشخصي تكون قليلة، نظرا لسهولة العمل بالتعليقات تكون مباشرة وعلى العيان، فلا تأخذ الوقت كالأسلوب الثاني.

وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم 20: يوضح أساليب التعبير عن الرأي الشخصي



المحور الرابع: قصة أستاذ الشريعة مع الطالبتين في ثانوية معسكر

1. متابعة الطلبة للقضية:

جدول رقم 21: يوضح متابعة الطلبة للقضية

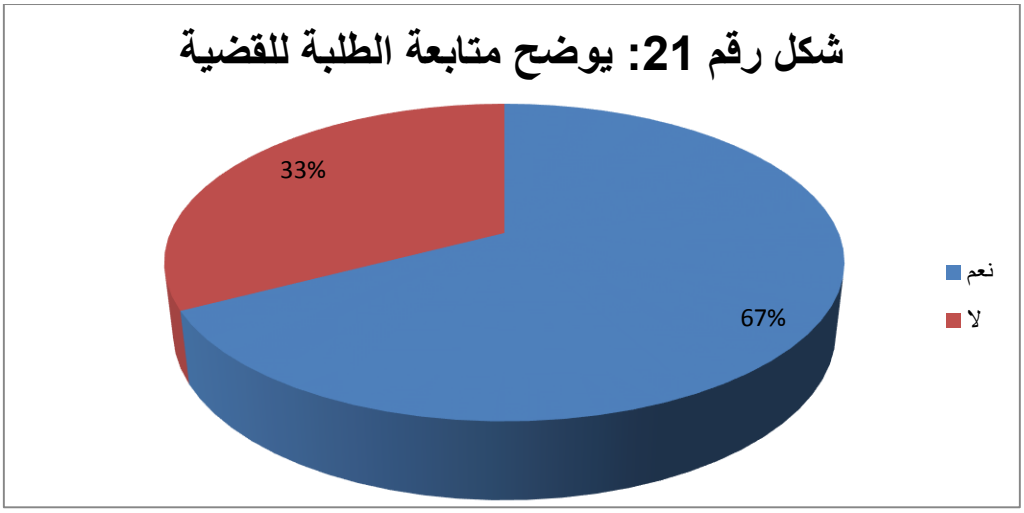
	العدد	النسبة
نعم	35	%16
لا	17	%34
المجموع	**52**	**%100**

يبين الجدول مدى متابعة طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس لقضية أستاذ الشريعة مع الطالبتين في ثانوية معسكر، فالمتابعين للقضية تراوح عددهم 35 طالب ما يعادل نسبة 67% من العينة المدروسة، والبقية غير متابعين لها بلغوا 17 طالب بنسبة 34%.

وعليه نرى أن القضية كان لها صدى كبير ومس انتشارها شريحة الطلبة من خلال المتابعة.

فهذا ما يوضحه الشكل الآتي من نسب المشار إليها سالفا:

شكل رقم 21: يوضح متابعة الطلبة للقضية



2. **الوسيلة الإعلامية وتلقي الحادثة:**

جدول رقم 22: يوضح الوسيلة الإعلامية وتلقي الحادثة

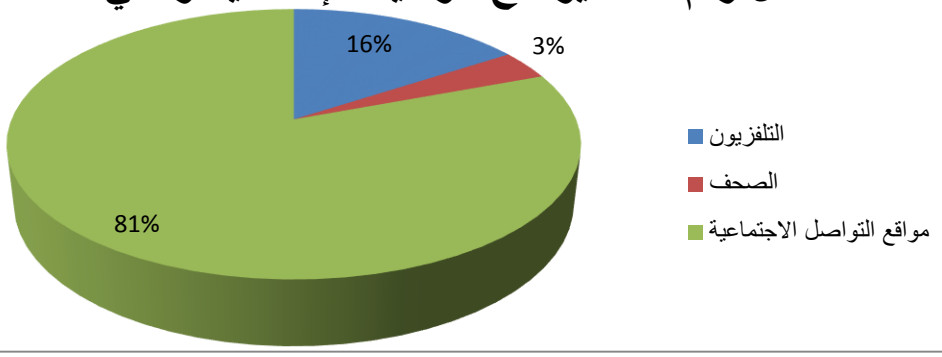
	العدد	النسبة
التلفزيون	09	%16
الصحف	02	%03
مواقع التواصل الاجتماعي	46	%81
المجموع	**52**	**%100**

ما يتم ملاحظته من خلال الجدول أن تلقي الطلبة للحادثة كان بشكل كبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي ما يعادل نسبة 81% أي بتكرار الإجابات 46 مرة، أما عن الوسائل الإعلامية الأخرى كالتلفزيون بلغ نسبة 16% ما يعادل تكراره 09 مرات، وكأقل نسبة من المتابعة عبر الصحف بلغ 03% وهي مكررة مرتين فقط.

ما نتوصل إليه أن الحادثة ألقت رواجاً واسع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هذا ما أدى بالطلبة إلى تلقي ومتابعة الحادثة عبر هذه الوسائط الإلكترونية وما يدور حولها، وعدم اهتمامهم بشكل كبير ما ينشر في وسائل الإعلام التقليدية.

والشكل التالي يوضح تلك النسب:

شكل رقم 22: يوضح الوسيلة الإعلامية وتلقي الحادثة



3. مشاركة القضية جراء توقيف الأستاذ:

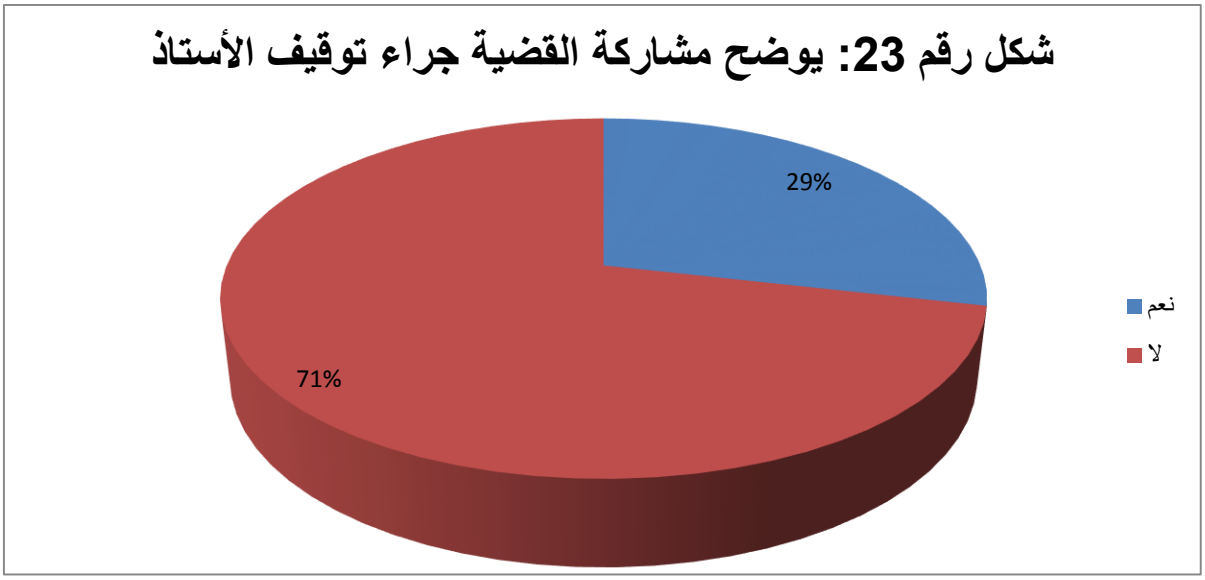
جدول رقم 23: يوضح مشاركة القضية جراء توقيف الأستاذ

	العدد	النسبة
نعم	14	%29
لا	35	%71
المجموع	**52**	**%100**

من خلال الجدول نرى عدم تفاعل الطلبة مع قرار توقيف أستاذ الشريعة من طرف مدير الثانوية من خلال عدم مشاركتهم للفيديو، وهذا ما عبر عنه الطلبة بالإجابة عن "لا" حيث تكررت 35 مرة وبلغت نسبة 71%، وعلى عكس الإجابات الأخرى التي كانت مؤيد للأستاذ من خلال مشاركتهم للفيديو، حيث تكررت الإجابات بـ "نعم" 14 مرة ما يعادل 29%.

وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

شكل رقم 23: يوضح مشاركة القضية جراء توقيف الأستاذ



4. موقف الطلبة اتجاه فعل الأستاذ:

جدول رقم 24: يوضح موقف الطلبة اتجاه فعل الأستاذ

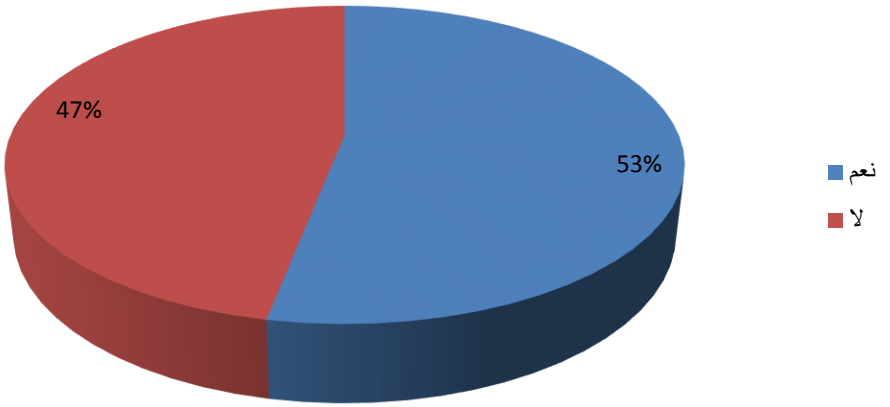
	العدد	النسبة
نعم	26	%53
لا	23	%47
المجموع	**52**	**%100**

الجدول يوضح تأييد ومعارضة طلبة جامعة لموقف الأستاذ اتجاه الطالبتين، فكانت الإجابات بـ "نعم" تتكرر 26 مرة ما يبلغ 53%، والإجابة بـ "لا" 23 مرة ما يعادل 47%.

وبالتالي راحت هذه الحادثة بين مؤيد ومعارض وسط طلبة مستغانم، ولكل منهما سياقاته ودوافعه في إبداء رأيه نحو هذه القضية، إلا أن جلهم كانوا مؤيدين لما قام به الأستاذ من باب التوجيه والنصح انطلاقا من كونه يمتهن الوظيفة كأستاذ يوجه الرسالة والأمانة.

وعليه نوضح النسب في الشكل الآتي:

شكل رقم 24: يوضح موقف الطلبة اتجاه فعل الأستاذ



5. **الهدف من مشاركة القضية:**

جدول رقم 25: يوضح الهدف من مشاركة القضية

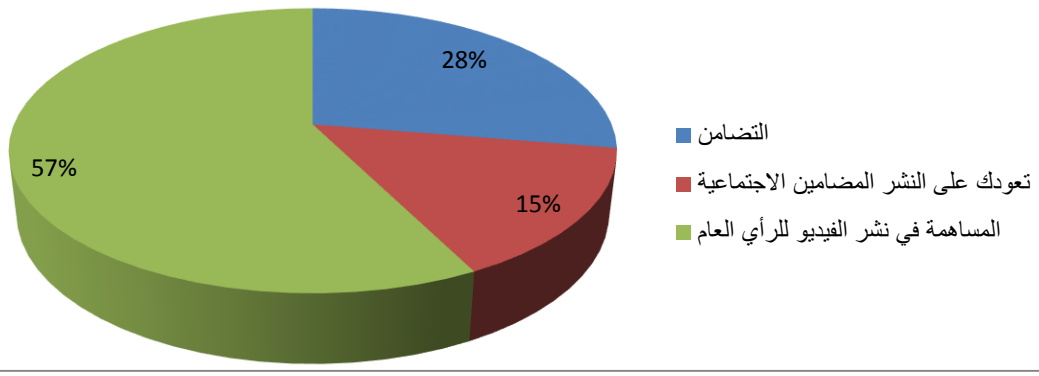
	العدد	النسبة
التضامن	13	%28
تعودك على النشر المضامين الاجتماعية	07	%15
المساهمة في نشر الفيديو للرأي العام	27	%57
المجموع	**52**	**%100**

يمثل الجدول هدف الطلبة من مشاركة فيديو قضية الأستاذ مع الطالبتين، فكانت الإجابات على النحو التالي: من أجل التضامن بتكرار 13 مرة ما يعادل 28%، بالإضافة إلى الإجابات التي تحمل التعود على نشر المضامين الاجتماعية تكررت 07 مرات بنسبة 15%، أما الإجابة التي عبرت عن المساهمة في النشر للرأي العام تكررت 27 مرة ما يعادل نسبة 57%.

عليه نرى أن هذه القضية اتسمت بشأن الرأي العام والمساهم بنشر الفيديو لها، ما يستوضح لنا أن الطلية يساهمون في تشكيل الرأي العام الإلكتروني للقضايا الاجتماعية.

وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم 25: يوضح الهدف من مشاركة القضية



6. كيفية التفاعل مع الحادثة:

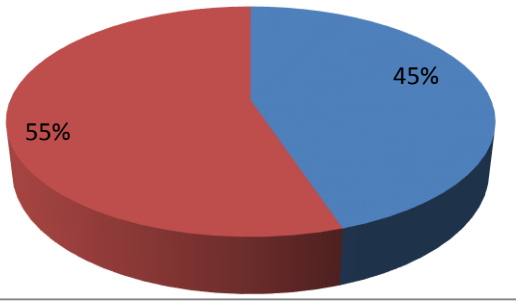
جدول رقم 26: يوضح كيفية التفاعل مع الحادثة

	العدد	النسبة
مهتم	22	%45
غير مهتم	27	%55
المجموع	**52**	**%100**

تتراوح الإجابات المذكورة في الجدول إلى "مهتم" بتكرار 22 مرة ما يعادل 45%، و"غير مهتم" بتكرار 27 مرة ما يعادل 55%، وبالتالي نلاحظ أن تفاعل طلبة جامعة مستغانم مع قضية الأستاذ كانت بين فئة مهتمة وفئة غير ذلك بنسب قريبة جدا وغير متفاوتة.

هذا ما يحمله الشكل التالي من توضيح في النسب:

شكل رقم 26: يوضح كيفية التفاعل مع الحادثة



7. تأييد فعل الأستاذ:

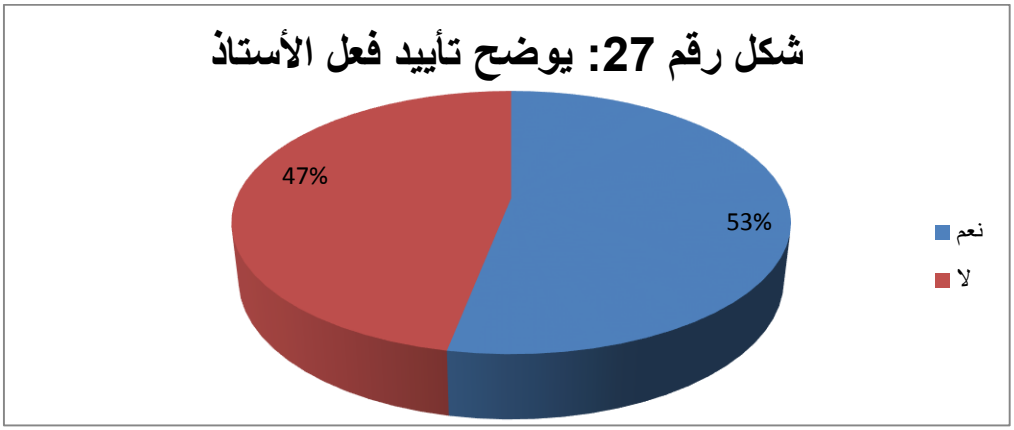
جدول رقم 27: يوضح تأييد فعل الأستاذ

	العدد	النسبة
نعم	26	%53
لا	23	%47
المجموع	**52**	**%100**

يوضح الجدول تأييد طلبة الجامعة لما قام به الأستاذ، فكانت الإجابات المؤيدة مكررة 26 مرة بنسبة 53%، والمعارضة مكررة 23 مرة بنسبة 47%، وبالتالي نرى أن الطلبة غير راضين عن فعل الأساتذ من جهة، ومن جهة أخرى يؤيدونه على تصرفه بشأن الطالبتين.

والجدول التالي يوضح نسب التأييد والمعارضة:

شكل رقم 27: يوضح تأييد فعل الأستاذ



8. تأييد موقف مدير الثانوية:

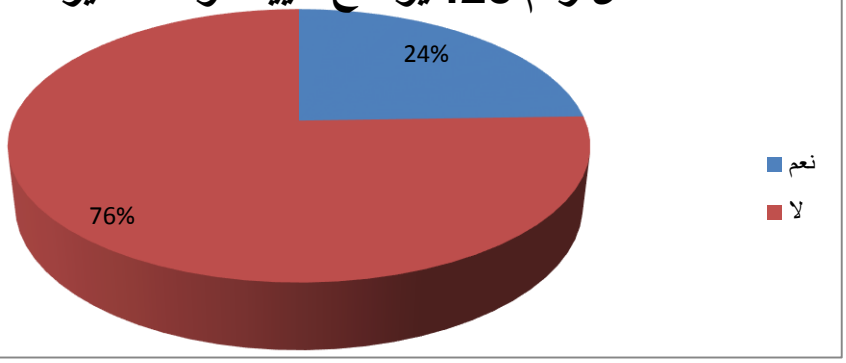
جدول رقم 28: يوضح تأييد موقف مدير الثانوية

	العدد	النسبة
نعم	12	%24
لا	37	%76
المجموع	**52**	**%100**

يوضح الجدول رأي طلبة جامعة مستغانم اتجاه توقيف المدير الأستاذ عن عمله، فكانت الإجابات المؤيدة مكررة 12 مرة بنسبة 24%، والمعارضة مكررة 37 مرة بنسبة 76%، وبالتالي نرى أن الطلبة معارضين بشدة عن توقيف الأستاذ من طرف مديره بسبب حادثه مع الطالبتين.

والجدول التالي يوضح نسب التأييد والمعارضة:

شكل رقم 28: يوضح تأييد موقف مدير الثانوية



9. مدى المطالبة بمنصب الأستاذ:

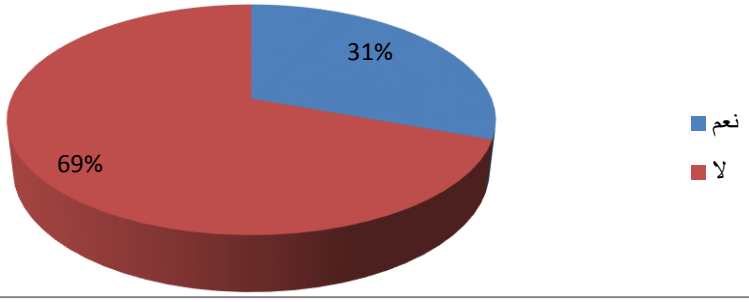
جدول رقم 29: يوضح مدى المطالبة بمنصب الأستاذ

	العدد	النسبة
نعم	15	%31
لا	34	%69
المجموع	**52**	**%100**

يمثل الجدول مدى مطالبة الطلبة المبحوثين بعودة الأساتذ لمنصبه، فكانت الإجابة بـ "نعم" مكررة 15 مرة أي بنسبة 31%، والإجابة بـ "لا" تكررت 34 مرة ما يعادل 69%، وبالتالي نلاحظ أن جل الطلبة لم يتدخلوا في إبداء موقفهم لمساعد الأستاذ باسترجاع منصبه إلا نسبة قليلة منهم من ذعت لذلك.

والشكل موالي يوضح ذلك:

شكل رقم 29: يوضح مدى المطالبة بمنصب الأستاذ



النتائج المتوصل إليها:

من خلال ما تم التطرق إليه في الإطار النظري لموضوع دراستنا، وما تم تطبيقه في الإطار الميداني تجسيدا للمعارف العلمية على أرض الواقع من خلال دراستنا الميدانية لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات نتوصل في الأخير إلى النتائج التالية:

- إن الانتشار الواسع للإعلام الإلكتروني أدى إلى تبلور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كموقع الفيسبوك بشكل أساسي مستغلا حالة الكبت الإعلامي الذي يعيشه الفرد والمجتمع بوجه عام نتيجة الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام، فتحول هذا الأخير إلى رأي عام إلكتروني يتماشى وصحافة المواطن.
- في ظل السبل التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي حتى تسهل على الجمهور التعبير عن أفكارهم بكل حرية وشفافية، نجد أن موقع فيسبوك على غرار المواقع الأخرى يضع أيقونة مخالفة بصيغة جديدة أمام وسائل الإعلام التقليدية، ما يسمى بصحافة المواطن.
- إن صحافة المواطن تضع الفرد البسيط، المتعلم...الخ (كل شرائح المجتمع) ضمن سياق واحد وبيئة إلكترونية مشتركة بتقديم كل المستويات التفاعلية من تعليق، والنشر، الإعجاب ومشاركة الأصدقاء، مما يسهل على هذا النوع من الصحافة صناعة وتشكيل الرأي العام بكل حرية ودون رقابة كالتي هي واقعة على وسائل الإعلام التقليدية.
- يعتبر استخدام صحافة المواطن بشتى أساليبها وأشكالها فضاءا سهلا لتشكيل الرأي العام، فالخصوصيات الموجودة في هذا النوع من لإعلام الجديد يسهل في صناعة وتوصيل الرأي من الخاص إلى العام في أي مكان وزمان، وبالتالي يحصل على نوع من الالتفاف ليصنع رأي عام إلكتروني معترف به لدى مختلف فئات المجتمع.

خاتمة

ساهمت التكنولوجيا الحديثة في مجال المعلومات والاتصالات الرقمية في ظهور وسائط وتطبيقات إلكترونية، وأهمها مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف ذلك بالشبكات الاجتماعية، فهذه الصيغة الجديدة لوسائل الإعلام والاتصال أتاحت مجالا عاما افتراضيا وواسعا أمام كل شرائح وفئات المجتمع، فهذا الأخير ما أصبح يصطلح عليه بصحافة المواطن تمكنه من التعبير عن آرائه المختلفة دون رقابة، وكذا التعليق على الشأن العام وبالتالي ممارسة المواطنة الفعالة لديه ضمن هذا المجال الشبكي الاجتماعي الذي ينخرط فيه المشاركون والمستخدمين لمناقشة القضايا المطروحة سواء كانت محلية أو دولية عالمية.

وعليه فهذا الفضاء الإلكتروني يرحب بكل الآراء التي تخص الشأن العام، إذ لكل المستخدمين فرص متساوية من المشاركة والتحاور وكذا إنتاج محتويات ومضامين، فهذا الأخير ما شكل لنا الرأي العام في صيغته الجديدة، ألا وهو الرأي العام الإلكتروني الذي يمثل مجموعة أو نسبة من الآراء الخاصة بالجمهور المشارك والمتفاعل عبر تقنية إلكترونية في الواقع الافتراضي ضمن زمن محدد تجاه قضية جدلية أو اجتماعية أو موضوع ما.

التوصيات والاقتراحات:

- ✓ ضرورة التوجه نحو تطبيق النظريات العلمية الحديثة في دراسة الرأي العام الإلكتروني، ومحاولة اختبار صحتها وفقا لخصوصيات الجمهور ومختلف متغيراته.
- ✓ ضرورة الإهتمام بتقنية صحافة المواطن خاصة فيما يخص المضامين المقدمة.
- ✓ دراسة العوامل المؤثرة في صناعة الرأي العام الإلكتروني من خلال صحافة المواطن.
- ✓ الاهتمام بالبحوث والدراسات التي تنصب في رصد تغيرات الرأي العام الإلكتروني ضمن فترات زمنية مستمرة.
- ✓ تفعيل القوانين التي تتماشى مع ما يتم تداوله في مواقع التواصل من أجل الضبط القانوني.

قائمة المصادر

والمراجع

❖ **كتب:**

1. صبحي عسيلة، الرأي العام،ط1، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2007

2. صلاح عبد الحميد، الإعلام والثورات العربية، ط1، طيبة للنشر والتوزيع، مصر، 2013

3. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن

4. مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015

5. هاني الرضا، رامز محمد عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية، ط2، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2013

❖ **مجلات:**

6. بن لباد سالم، حضري محمد الأمين، صحافة المواطنة –النشأة والتطور–، مجلة الفكر المتوسطي، المجلد 08، العدد 02، 2020

7. جمال الزرن، صحافة المواطن: المتلقي عندما يصبح مرسلا، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 51–52، سنة 2009

8. رحيمة الطيب عيساني، الإعلام الجديد والتقليدي، مجلة الخليج، العدد 93، 2013

9. شداد عبد لرحمان، الرأي العام، مجلة تاريخ العلوم، العدد 06، جامعة الجلفة، الجزائر، ص ص 297، 298.

10. صبرينة برارمة، صحافة المواطن والصحافة التقليدية بين التنافس والتكامل، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 20، جوان 2015

11. عادل عبد الصادق، الفضاء الالكتروني والرأي العام، مجلة المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، 2017

12. فلورا إكرام متى، صحافة المواطن وفقا لنظرية حرية الإعلام واتجاهات الجمهور المصري نحوها، دراسة تطبيقية مقارنة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 34، يوليو/سبتمبر 2021

13. ليندة لبيض، تكنولوجيا الاتصال وصناعة الرأي العام الإلكتروني، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 16، العدد 01، ميلة، الجزائر، 2022

14. نورين عشاش، محمد بشير، الرأي العام الالكتروني وحرية الرأي والتعبير في المجال الافتراضي، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 05، العدد 02، جويلية 2020، الجزائر

❖ مداخلات وملتقيات:

1. بن قايد فاطمة زهرة، تعزيز قدرة الطالب الجامعي على تحقيق أبعاد التنمية المستدامة للاقتصاد الوطني، مداخلة، مخبر بحث دراسات اقتصادية للمناطق الصناعية في ظل الدور الجديد للجامعة، جامعة برج بوعريريج، الجزائر.

15. سلمى مساعدي، الإعلام الالكتروني والرأي العام العربي (في جدلية التشكل والتشظي)، مداخلة بالملتقى الوطني: الإعلام الالكتروني واقع وتحديات، جامعة قسنطينة، 28 جوان 2017

❖ منشورات:

16. خديجة الرحية، صحافة المواطن، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020

قائمة

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس –مستغانم-

كلية العلوم الإجتماعية

قسم الإعلام و الاتصال

تخصص : صحافة إلكترونية و مطبوعة

استمارة

دراسة ميدانية بعنوان : دور صحافة المواطن في صناعة الرأي العام

سيدي الفاضل ، سيدتي الفاضلة ، زملائي الطلبة:

في إطار الإعداد لمذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر يسرنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان :

❖ **البيانات الشخصية:**

الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

السن : أكثر من18 سنة ☐ أكثر من 20 سنة ☐ أكثر من30 سنة ☐

المستوى التعليمي : ليسانس ☐ ماستر ☐

ماهو تخصصك العلمي : علوم اتصال ☐ لغات و ترجمة ☐ تخصصات أخرى ☐

❖ **المحور الأول :**

- هل تستعمل موقع الفيسبوك ؟ نعم ☐ لا ☐
- ما هي المواقع الأخرى التي تستعملها؟ تويتر ☐ أنستغرام ☐ مواقع الإلكترونية ☐ تليغرام ☐
- كيف تفضل أن تتابع الأخبار ؟ عبر وسائل الإعلام التقليدية ؟ عبر وسائل التواصل الاجتماعي ؟
- ما هي طبيعة الأخبار التي تتابعها عبر مواقع التواصل ؟

الاجتماعية ☐ السياسية ☐ الاقتصادية ☐ الرياضية ☐ الثقافية ☐

- كيف تستعمل موقع الفيسبوك ؟ يوميا ☐ في أي وقت ☐ أسبوعيا ☐

❖ **المحور الثاني :**

- هل تستعمل الفيسبوك : لتلقي الأخبار نعم ☐ إرسال و نشر الأخبار لا ☐
- هل ترى أن الفيسبوك فضاء لنقاش القضايا الاجتماعية؟ نعم ☐ لا ☐
- هل ترى أن الفيسبوك أداة لإنتاج المضامين المختلفة من طرف المستخدمين؟ نعم ☐ لا ☐

-اقلب الصفحة-

- هل ترى أن الفيسبوك أو مواقع التواصل الاجتماعي تستطيع التأثير في الرأي العام ؟ نعم لا

❖ **المحور الثالث :** صحافة المواطن وماهيتها

1. هل لديك فكرة عن مدلول مصطلح صحافة المواطن؟ نعم لا
2. إذا كانت إجابتك بنعم ، قدم تعريف مختصر عن صحافة المواطن

.....

كمستخدم لمواقع التواصل الإجتماعي ، هل تستخدم حسابك الشخصي في نقل حدث ما نعم لا

3. هل قمت يوما بتوثيق حدث ما ونشره في حسابك؟ نعم لا
4. هل تقوم بمشاركة(Partage) فيديوهات أو مضامين التي تنشر في الوسائط الاجتماعية؟ نعم لا
5. عند مشاركتك لمضمون معين (سياسي، رياضي، إجتماعي الخ ....) ، هل تهدف إلى : الترويج للمضمون تبني ماجاء في المضمون. المشاركة فقط
7. عند إنتشار قضية بالوسائل التواصل الاجتماعي ، هل يكون لك رأي شخصي حولها ؟ نعم لا لا تهتم
8. إن كان لك رأي ، ماهي أساليبك في تعبير عن هذا الرأي ؟ مشاركة المضمون في حسابك التعليق المباشر

❖ **المحور الرابع:**

قضية أستاذ الشريعة مع الطالبتين في ثانوية معسكر :

1. هل تابعت قضية أستاذ الشريعة مع الطالبتين في ثانوية معسكر؟ نعم لا
2. في أي وسيلة إعلامية تلقيت هذه الحادثة؟ التلفزيون الصحف مواقع التواصل الاجتماعي
3. هل قمت بمشاركة فيديو الأستاذ بعد قرار توقيفه من طرف مدير الثانوية؟ نعم لا
4. هل ترى أن ما قام به الأستاذ بنصحه للطالبتين بإرتداء لباس محتشم من صميم عمله كأستاذ؟ نعم لا
5. إن كنت قد شاركت فيديو الأستاذ ، هل كان ذلك من باب:

✓ التضامن مع الأستاذ تعودك على نشر المضامين الاجتماعية المساهمة في نشر الفيديو للرأي العام

6. كيف تفاعلت مع هذه الحادثة؟ مهتم غير مهتم
7. هل تؤيد ما قام به الاستاذ تجاه الطالبتين؟ نعم لا
8. هل تؤيد ما قام به مدير الثانوية بتوقيف الأستاذ ؟ نعم لا
9. هل كنت من المطالبين بعودة الأستاذ لعمله؟ نعم لا

✓ إن كانت إجابتك بنعم ، كيف عبرت عن ذلك ؟

.....