



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

تخصص: السمي البصري والتكنولوجيات الجديدة

مخبر الدراسات الاتصالية والإعلامية وتحليل الخطاب



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث موسومة بـ:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الجزائر

تجاه قضية الحراك الشعبي

-دراسة ميدانية على عينة من النخبة الأكاديمية والإعلامية -

إعداد الطالبة:

ريغي خديجة

| أعضاء لجنة المناقشة | | | |
|---------------------|-------------------|-------------------|------------|
| الاسم واللقب | الرتبة | مؤسسة الانتماء | الصفة |
| بلهوارى الحاج | أستاذ | جامعة مستغانم | رئيسا |
| فلاق شبرة صالح | أستاذ | جامعة مستغانم | مقرا |
| العربي بوعمامة | أستاذ | جامعة مستغانم | مقرا ثانيا |
| حمداد صبيحة | أستاذة محاضرة (أ) | جامعة مستغانم | ممتحنا |
| كيجول طالب | أستاذ | جامعة خميس مليانة | ممتحنا |
| شبري محمد | أستاذ | جامعة الجزائر 3 | ممتحنا |

السنة الجامعية 2025/2024

كلمة شكر

أقدم بخالص تشكراتي وتقديراتي إلى:

مشرفي المحترم: الأستاذ الدكتور: فلاق شبرة صالح

وإلى مساعد المشرف المحترم: الأستاذ الدكتور: العربي بوعمامة

على صبرهما وتأطيرهما لي خلال سنوات التكوين في الدكتوراه.

أعضاء لجنة المناقشة الكرام كلّ باسمه ومقامه على تجشّمهم عناء

قراءة الأطروحة

جامعتي التي أفخر بانتسابي لها: جامعة عبد الحميد بن باديس

شكرا لكم جميعا

خطة الدراسة

الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي بين الاعتماد والاستخدام

المبحث الأول: نظرية الاعتماد

- المطلب الأول: نموذج الاعتماد
- المطلب الثاني: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي
- المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة إلى النظرية

المبحث الثاني: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- المطلب الأول: التعبئة السياسية
- المطلب الثاني: تلقي وإنتاج الأخبار
- المطلب الثالث: تشكيل الاتجاهات والآراء

الفصل الثالث: البيئة الافتراضية للرأي العام

المبحث الأول: الفضاء العام الافتراضي

- المطلب الأول: ماهية الفضاء العام الافتراضي
- المطلب الثاني: خصائص الفضاءات الافتراضية الجديدة
- المطلب الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية

المبحث الثاني: حرية التعبير في الفضاء الافتراضي.

- المطلب الأول: الديمقراطية الرقمية
- المطلب الثاني: توظيف الانترنت في ترسيخ حرية التعبير
- المطلب الثالث: أشكال التعبير عن الرأي

الفصل الرابع: الرأي العام الواقعي والرقمي

المبحث الأول: الرأي العام الواقعي

- المطلب الأول: ماهية الرأي العام
- المطلب الثاني: خصائص ومميزات الرأي العام
- المطلب الثالث: تشكيل الرأي العام

المبحث الثاني: الرأي العام الرقمي

- المطلب الأول: ماهية الرأي العام الرقمي
- المطلب الثاني: خصائص ومميزات الرأي العام الرقمي
- المطلب الثالث: تشكيل الرأي العام الرقمي

الفصل الخامس: الحراك الشعبي ومواقع التواصل الاجتماعي: حدود المساهمة في

تشكيل الرأي العام

المبحث الأول: الحراك الشعبي في الجزائر بين الواقع والمواقع

- المطلب الأول: الأسباب الدافعة للحراك
- المطلب الثاني: الحراك في مواقع التواصل الاجتماعي
- المبحث الثاني: اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية لمناقشة مختلف القضايا.

المبحث الثالث: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام نحو

قضية الحراك الشعبي

النتائج العامة للدراسة

خاتمة

مقدمة:

أورد العلامة ابن خلدون في مقدمته الشهيرة بأن الانسان كائن اجتماعي، ولذلك فإن الاتصال والتواصل بينه وبين أقرانه يعتبر ميزة ملاصقة له لا فكاك له منها، وقد تسارعت وتطورت أشكال وأنماط هذا الاتصال عبر الزمن مستفيدة من التطورات المرتبطة بها، فقد أحدثت التطورات المتسارعة في تكنولوجيات الاتصال ثورة كبيرة في المجتمع، تلك التي أطلق عليها ألفين توفلر Alvin Toffler (الموجة الثالثة) ونقلته إلى مرحلة ما بعد المجتمع الصناعي أو مجتمع المعلومات، خاصة مع ظهور شبكة الانترنت عموما ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص التي ساهمت بشكل كبير جدا في ربط الأفراد بعضهم مع بعض على نحو غير مسبوق، وتشكلت معها ما أسماها رينجولد بالجماعات الافتراضية تلك التي تتشكل من أفراد يعيشون في أماكن متفرقة من العالم، يتواصلون مع بعضهم افتراضيا عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الالكتروني، ويجمع بينهم ما يحدث في العالم الواقعي من تفاعلات ولكنها ليست وجهها لوجه⁽¹⁾.

لقد تغيرت مع هذه الجماعات الافتراضية الكثير من أبعديات الإعلام، وأضحت تنافس وسائل الاتصال الجماهيري في مهامها وأضحى لها تأثيرات تضاهي تأثيراتها أو تفوقها أحيانا، خاصة منها ما تعلق بدورها في تشكيل الرأي العام في المجتمع واتجاهاته.

وقد برز دور الرأي العام خاصة مع بروز الإعلام الجديد التفاعلي والتشاركي وبذلك فإن ظاهرة الرأي العام أصبحت ظاهرة إعلامية أكثر منها سياسية أو اجتماعية⁽²⁾.

وفي كثير من المرات كانت تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في حشد الآراء في المجتمع الجزائري تجاه قضية أو قضايا عامة نالت حظها من الاهتمام في صفوف الأفراد، ليس ابتداء من ظاهرة اختطاف الأطفال وليس انتهاء بالحراك الشعبي الذي حظي بمباركة كبيرة وتم تضمينه صراحة في ديباجة الدستور الجديد التي جاء فيها: "يعبر الشعب عن حرصه على ترجمة طموحاته في هذا الدستور بإحداث تحولات

(1) - حلي خضر ساري، التواصل الاجتماعي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 134.

(2) - بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام والسلطة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 215.

اجتماعية وسياسية عميقة من أجل بناء جزائر جديدة، طالب بها سلميا الحراك الشعبي الأصيل"، كما تم ترسيمه كيوم وطني في الجزائر، وإن دل ذلك على شيء فإنما يدل على القيمة الكبيرة التي حظي بها من لدن السلطات العليا في البلاد باعتباره تاريخا يبقى شاهدا على نضالات الشعب الجزائري.

لقد حقق الحراك الشعبي الكثير من المنجزات (وربما الخيبات أيضا حسب آخرين) التي مست عديد المجالات، ولعل أبرزها كان في المجال السياسي، إذ تمخض عنه ولادة دستور جديد وتقليص رئيس الجمهورية لبعض الصلاحيات التي كان يتمتع بها سابقوه، كما نزع عن نفسه لفظة "الفخامة" لتبقى الفخامة كلها للشعب الذي انتفض لكرامته في حراك سلمي أذهل البعيد قبل القريب وأشاد به الكل، كما تم تقليص العهود الرئاسية التي يمكن لرئيس الجمهورية أن يتولاها وتم تحديدها في عهدتين اثنتين فقط، متصلة كانت او منفصلة، ليتاح المجال من بعدها لمختلف الكفاءات والإطارات لتقلد المنصب الأسى في هرم الدولة.

لقد راهن البعض على أن يحيد الحراك الشعبي عن مساره الحقيقي والحضاري وبسليمته التي أشاد بها جميع المتابعين إلى حالة من الفوضى والاستقرار من خلال استغلال نفس مواقع التواصل الاجتماعي التي كانت سببا مساعدا بدرجة كبيرة جدا في ظهوره، وتحاول هذه الدراسة إبراز هذا الدور من خلال وجهة نظر النخبتين الأكاديمية والإعلامية في الجزائر.

ينطلق عدد من الباحثين خلال إجرائهم لدراسة علمية ما، من مجموعة منطلقات تشكل عامل ارتكاز في بناء هيكل الدراسة، وعلى هذا الأساس تنطلق هذه الدراسة من مجموعة منطلقات تراها الباحثة أساسية، أهمها:

- تساهم عدة عوامل ومؤثرات في تشكيل الرأي العام وتتباين فيما بينها حول درجة التأثير والدور الذي تمارسه تجاه أي قضية.
- تعدد الفضاءات التي تشكل بيئة حاضنة لتشكيل الرأي العام بين الواقعية والرقمية.

بناء على ما سبق تم تقسيم الدراسة إلى مقدمة وخمسة فصول، حيث تضمن الفصل الأول منها إجراءات الدراسة المنهجية من الإشكالية بتساؤلاتها الفرعية ثم الفرضيات، وأهمية الدراسة النظرية والتطبيقية، ثم الأهداف التي تريد الباحثة الوصول إليها، ثم مفاهيم الدراسة التي ضمت الآتي: (الحراك، النخبة، الرأي العام، الرأي العام الرقمي) ومنهج الدراسة المعتمد، ثم حدود الدراسة الموضوعية والبشرية والمكانية والزمانية، يعقبها الحديث عن مجتمع وعينة الدراسة التي تم إجراء الدراسة الميدانية عليها، فالأداة المستخدمة، وختاماً بالدراسات السابقة التي أمكن الاستفادة منها.

يليه الفصل الثاني الذي جاء بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي بين الاعتماد والاستخدام" وقد ضم مبحثين ولكل مبحث ثلاثة مطالب، حيث جاء المبحث الأول بعنوان: نظرية الاعتماد، وكان مطلبه الأول بعنوان نموذج الاعتماد، بينما تناول المطلب الثاني موضوع الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في حين جاء المطلب الثالث بعنوان الانتقادات الموجهة إلى النظرية، بينما عالج المبحث الثاني لهذا الفصل موضوعاً متعلقاً بدوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكانت متعلقة بالتعبئة السياسية وتلقي وإنتاج الأخبار (المواطن الصحفي) وتشكيل الاتجاهات والآراء وقد عالجه المطلب الثلاثة على التوالي.

ثم جاء الفصل الثالث بعنوان البيئة الافتراضية للرأي العام وضم هو الآخر مبحثين ولكل مبحث ثلاثة مطالب، حيث تحدث المبحث الأول عن الفضاء العام الافتراضي، وجاء في مطالبه الثلاثة الحديث عن مفهوم الفضاء العام الافتراضي، ثم خصائص الفضاءات الجديدة ثم مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية. بينما عالج المبحث الثاني من هذا الفصل موضوع حرية التعبير في الفضاء الافتراضي، وجاء في مطلبه الأول الحديث عن الديمقراطية الرقمية، ثم الانترنت في خدمة حرية التعبير في مطلبه الثاني، ثم أشكال التعبير عن الرأي في مطلبه الثالث.

بينما جاء الفصل الرابع بعنوان "الرأي العام الواقعي والرقمي" وقد ضم مبحثين ولكل مبحث ثلاثة مطالب أيضا، حيث جاء المبحث الأول بعنوان: الرأي العام الواقعي، وكان مطلبه الأول بعنوان ماهية الرأي العام، بينما تناول المطلب الثاني موضوع خصائص ومميزات الرأي العام في حين جاء المطلب الثالث بعنوان تشكيل الرأي العام، بينما عالج المبحث الثاني لهذا الفصل موضوعا متعلقا بالرأي العام الرقمي، وعالج مطلبه الأول ماهية الرأي العام الرقمي، ومطلبه الثاني خصائص ومميزات الرأي العام الرقمي، ومطلبه الثالث تشكيل الرأي العام الرقمي.

وقد عالج الفصل الخامس موضوع " الحراك الشعبي ومواقع التواصل الاجتماعي: حدود المساهمة في تشكيل الرأي العام" وقد ضم ثلاثة مباحث، حيث جاء عنوان مبحثه الأول: مواقع التواصل الاجتماعي بين الواقع والمواقع، وتحدث مطلبه الأول عن الأسباب الدافعة للحراك، بينما تناول مطلبه الثاني موضوع الحراك في مواقع التواصل الاجتماعي، بينما كان موضوع المبحث الثاني اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية لمناقشة مختلف القضايا، أما مبحثه الثالث فتناول مسألة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام نحو قضية الحراك الشعبي.

ثم ختمت هذه الفصول بتقديم نتائج عامة للدراسة تليها خاتمة وملاحق.

الفصل الأول:

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

تعرف المجتمعات الإنسانية تركيبة معقدة من التفاعلات الإنسانية المباشرة وغير المباشرة بين أفرادها باستخدام مختلف أشكال الاتصال المتاحة، ما ينجم عنها ظهور بعض الظواهر الاجتماعية المتعددة ذات الأبعاد السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو غيرها.

وكثير من تلك الظواهر لم يكن ليسمع عنها أحد في نطاق جغرافي أبعد لولا مواقع التواصل الاجتماعي التي صارت تنقل كل صغيرة وكبيرة عنها إلى ملايين المستخدمين المنتشرين في هذا الفضاء الافتراضي الممتد، فقد وفرت شبكة الانترنت بيئة افتراضية ساهمت في ظهور نمط اتصالي جديد وسريع بين المستخدمين، حيث أسهمت في تسريع نقل الأخبار والمعلومات عن كل ما يحدث في المجتمع من ظواهر اجتماعية متعددة إلى العالم بأسره بالصوت أو الصورة أو بهما معا.

في خضم هذا التحول الرقمي، ورغم التضييقات التي يمكن أن تمارسها الدول على حرية الوصول إلى تلك المواقع، إلا أنه في المقابل ليس بإمكان أي دولة كانت من أن تضع أو تفرض قيوداً أو تحد من النشر—بصفة تامة وكلية—في هذه البيئة الافتراضية، وذلك أحد أسباب اعتماد كثير من الحركات الاحتجاجية في العالم عليها، لذلك صار التكيف ومسايرة تلك الشبكات أمراً حتمياً أملتته الظروف الاجتماعية والتكنولوجية والاتصالية على حد سواء.

وقد أشار كثير من الباحثين إلى الدور المحتمل الذي يمكن أن تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام الوطني أو الدولي تجاه عديد القضايا، بالنظر إلى ما هو حاصل في واقع المجتمعات من ظهور قضايا ومواضيع نالت اهتماماً جماهيرياً واسعاً، كانت في وقت ما حديث الساعة في المنتديات وساحات الحوار الإلكترونية وفي صفحات مختلف مواقع التواصل المعروفة.

إن المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات الأخرى العربية منها والغربية، عرف بروزاً مكثفاً لعديد القضايا التي شهدت استقطاباً كبيراً لأفراده سواء في الفضاءات

الواقعية أو في الفضاءات الافتراضية، ولعل ذلك تعكسه النسب المتزايدة لاستخدام شبكة الانترنت من طرف هؤلاء الأفراد، حيث تشير المواقع المتخصصة في إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الدولي، إلى أن نسبة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر خلال آخر 12 شهرا (من شهر أبريل 2023 إلى شهر أبريل 2024)، قد تصدرها موقع الفايسبوك بنسبة 64.02 % يليه موقع اليوتيوب بنسبة 17.16 %، ثم موقع انستغرام بنسبة 12.57 %، وذلك حسب ما أورده موقع gs.statcounter.com (*)

إن نسب الاستخدام المرتفعة هذه لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة منها موقع الفايسبوك، تعكس بوضوح الأهمية التي صارت تتبوؤها في حياة الأفراد والمستخدمين، لذلك صارت عاملا مهما في تشكيل وعي الأفراد السياسي الذي يساعدهم في تحليل واقعهم المعاش تحليلا منطقيًا بعيدا عن الشعارات والنظرة العاطفية، ومن ثم تشكيل رأي عام حقيقي تجاه مختلف القضايا التي يتم طرحها للنقاش وتستأثر باهتمامهم في وقت من الأوقات.

وتبرز أهمية دراسة الرأي العام في وقتنا الحالي، حتى أصبحت من أهم الدراسات التي تستحوذ على أذهان المفكرين والباحثين في مجال العلوم الإنسانية، ويرجع ذلك إلى قوة تأثير الرأي العام على مسار النشاط الاجتماعي والاقتصادي والسياسي خصوصا في الدول الديمقراطية، ويكاد يجمع الناس على اعتباره قوة هائلة من قوى الديمقراطية⁽¹⁾ لذلك و"منذ القرن التاسع عشر، ارتبطت مسألة الرأي العام ارتباطاً وثيقاً بالسعي إلى قياسه⁽²⁾ لفهم وإدراك اتجاهات الناس وآرائهم نحو كل ما يثير اهتمامهم من قضايا يثار حولها الجدل والنقاش.

(*) - <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/algeria>.

(1) - ميثم حسين الشافعي، دور الرأي العام في الكفاح الدستوري للشعوب، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد السابع، العدد 02، 2009، 157.

(2) - Dominique Reynié, La théorie de l'opinion publique à la recherche d'un nouveau souffle, Hermès, 2001/31, p 22.

من هذا المنطلق تحاول هذه الدراسة البحث في موضوع الرأي العام في الجزائر، وكيفية نشوئه في البيئة الافتراضية، ودور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة في تشكيله تجاه قضية الحراك الشعبي في الجزائر من وجهة نظر النخبتين الأكاديمية والإعلامية.

هذا وقد جاءت إشكالية الدراسة على النحو التالي:

- إلى أي مدى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الجزائر تجاه قضية الحراك الشعبي من وجهة نظر النخبتين الأكاديمية والإعلامية؟

وينبثق عن الإشكالية الرئيسية تساؤلان فرعيان هما:

- ما مدى اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الحراك الشعبي من وجهة نظر النخبتين؟

- ما مدى مساهمة هذا الاعتماد في تشكيل الرأي العام تجاه قضية الحراك الشعبي من وجهة نظر النخبتين؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

تعد الفرضيات إجابات مؤقتة للتساؤلات التي نطرحها في دراستنا هذه، وفي هذا

الصدد قمنا صياغة فرضيتين رئيسيتين هما:

– يعتمد الأفراد بدرجة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية عموما لمناقشة قضية الحراك الشعبي لما تنفرد به من خصائص غير متوفرة في الفضاءات الواقعية.

– تساهم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في تشكيل الرأي العام في الجزائر تجاه قضية الحراك الشعبي.

ثالثا: أهمية الدراسة

إن لكل دراسة علمية في مجالات الرأي العام جوانب من الأهمية تتصف بها - رغم التقارب في ما بينها أحيانا - بالنظر إلى طبيعة الموضوع المدروس من جهة وكذا الأهداف العامة التي يراد الوصول إليها في ما بعد من جهة أخرى، وتتحدد أهمية هذه الدراسة في عدة اعتبارات نظرية وأخرى ميدانية على النحو التالي:

● الأهمية النظرية:

- الاهتمام الواسع بموضوع الحراك الشعبي في وسائل الإعلام الجزائرية والأجنبية على اختلاف أنواعها على مدار عدة أشهر، مما يزيد في احتمال اهتمام ووعي الرأي العام بها.

- تنبثق أهمية هذه الدراسة من حيوية الموضوع الذي تناوله، وهو رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الجزائر تجاه قضية الحراك الشعبي في الجزائر.

- رصد الدور التأييري الذي يمكن أن تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل آراء الأفراد وتوجيه سلوكياتهم.

- الإضافة للتراكم المعرفي، من خلال تزويد المكتبة الجامعية والوطنية والعربية بنسق دراسات تحدد دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه قضية الحراك الشعبي في الجزائر.

● الأهمية التطبيقية:

تبرز الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في النتائج التي يؤمل أن تسفر عنها، والتي قد تساهم في:

- زيادة مستوى وعي الأفراد والمجتمع بصفة عامة بأهمية ودور مواقع التواصل الاجتماعي في عصرنا الحالي.

– التركيز على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وتوجيه الرأي العام وصياغة اتجاهاته.

- رصد اتجاهات النخبتين الأكاديمية والاعلامية نحو الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الجزائر تجاه قضية الحراك الشعبي.

- الاهتمام أكثر باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في محاولة التأثير وتشكيل مختلف الآراء في المجتمع.

إن هذه الدراسة تكتسي أهميتها من بعدين أساسيين: علمي وعملي، وذلك باعتبار أنها تهتم – من جهة – بدراسة موضوع له أهمية كبيرة خاصة في تاريخ مجتمعنا الجزائري المعاصر، من خلال إجراء دراسة ميدانية تحليلية، مبنية على استقراء الواقع مع الأخذ بآراء النخبتين الأكاديمية والاعلامية في ضبط جوانب التأثير وكيفيات تشكيل الرأي العام من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تنبع أهمية الدراسة في كونها اهتمت بأهم وسائل الاتصال شيوعا في السنوات الأخيرة، ويتعلق الأمر بمواقع التواصل الاجتماعي التي تشهد تزايدا مضطردا في أعداد مستخدميها، حسب المعطيات والاحصائيات "فأساس كل محاولة سوسيولوجية علمية هو تلك المعطيات التي يمدنا بها الميدان والمتمثل في المجتمع ومن هنا فغنى المجتمع بالظواهر الاجتماعية هو الدافع الأساسي لتطور البحث السوسيولوجي"⁽¹⁾، أو الإعلامي على حد سواء، وهو من الأهداف التي تسعى الدراسة لتحقيقها.

وتنبع أهمية أي دراسة من عدة جوانب رئيسية، لهذا فإن اختيار موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الجزائر ليكون مجالا بحثيا وتطبيقيا كان لاعتبارات كثيرة منها:

1- أهمية الرأي العام الذي ينشأ في المجتمعات الافتراضية وتأثيراته المحتملة في إعادة تشكيل الواقع.

(1) - عبد القادر لقعج، مرجع سابق، ص 144.

2- أنها محاولة تشخيصية لظاهرة مهمة في المجتمع الجزائري مرتبطة بتشكيل الرأي العام الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

3- معرفة وجهة نظر النخبتين الأكاديمية والإعلامية في تفسير دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الجزائر تجاه قضية الحراك الشعبي باعتبارهم - من المفترض- من صفوة المجتمع ويشكلون قادة رأي فيه.

كما أن هذا النوع من الدراسات له أهمية كبيرة بالنسبة لصانعي القرار في المجتمع، إذ أنها "تساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الضرورية اللازمة لأية عملية تخطيط تستهدف التعرف على مواقف الناس واتجاهاتهم نحو الموضوعات التي تتضمنها عملية التخطيط، وتعكس تصورات ومواقف الرأي العام لصاحب القرار وتوجيهه في المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية".⁽¹⁾

رابعا : أهداف الدراسة

تتعدد أهداف أي دراسة علمية وتباين تبعاً لتعدد تساؤلات الدراسة والغرض الذي يريد الباحث أن يصل إليه في نهاية دراسته الميدانية، لذلك ينبغي أن تكون الأهداف مضبوطة جيداً لأنها تعد بمثابة البوصلة التي تقود الباحث في دراسته، وعلى هذا الأساس ينبغي "على الباحث أن يتذكر دائماً بأن المفتاح الرئيس لبناء تصنيفات ملائمة يكمن في التركيز على هدف الدراسة، ولعل مما يعينه على الحصول على تصنيفات تلبي غرض الدراسة، التأكد من أنها سوف تجيب عن تساؤلات البحث، وسوف تمكنه من اختبار الفرضية أم لا"⁽²⁾، عدا ذلك فستبقى الأهداف بعيدة كل البعد عن إطار الدراسة، ويصعب الوصول إليها وتحقيقها.

(1) - حميد جاعد محسن الدليبي و إدريس عبد القادر اللاتي، أساسيات البحث المنهجي في الدراسات الإعلامية، منشورات جامعة قارونس، بنغازي، 2008، ص ص 97، 98.

(2) - محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها - مجالاتها، ط2، دون دار نشر، 2004، ص 142.

تعد دراسات الرأي العام من الأهمية بمكان، خصوصا تلك التي تبحث في تأثير تكنولوجيا التواصل والنشر في تشكيل اتجاهاته نحو مختلف القضايا السياسية والاجتماعية التي تكون محل أخذ ورد بين مختلف أطراف المجتمع، ولعل من الأهداف الكبرى التي ترصدها هذه الدراسة ما يلي:

- محاولة رصد مدى اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية عموما لمناقشة قضية الحراك الشعبي من وجهة نظر النخبتين.

- محاولة رصد مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الجزائر تجاه قضية الحراك الشعبي من وجهة نظر النخبتين.

وتتفرع عن هذه الأهداف الكبرى، بعض الأهداف الفرعية الأخرى التي لا تقل أهمية عن الأولى، منها ما يلي:

- الكشف عن حجم الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الجزائر.
- الكشف عن تأثير المنصات الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك في تشكيل الرأي العام الرقمي نحو قضية الحراك الشعبي.
- تقصي وجهة نظر النخبتين الصحفية والأكاديمية لدور الفيسبوك في تشكيل الرأي العام في الجزائر باعتبارهم الأقدر على الإفادة في هذا المجال ومن زاويتين مختلفتين.
- الكشف عن أهم العوامل التي تساهم في تشكيل الرأي العام الرقمي في الجزائر.

خامسا : مفاهيم الدراسة

• الحراك Mobility:

الحراك من الحركة، تحرك، يتحرك، تحركا، فهو متحرك، وهو حركة كل مظهر عام من مظاهر النشاط ضد السكون⁽¹⁾، وقد "ظهرت الكلمة للمرة الأولى في القرن السادس عشر لوصف تجمعات الناس التي قُدِّرَ أنها خطيرة. واختصر المصطلح اللاتيني Mobile Vulgus في أواخر القرن السابع عشر بصيغة (Mob) = (الغوغاء) أي الحشد الفوضوي أو الكثرة المتقلبة التي يشكل سخطها خطرا على أرستقراطية الكنيسة أو الدولة... والحراك Mobility هو مصطلح كان يصف آراء الحشود وبعدها سلوك الأفراد، وأخيرا خواص الأشياء"⁽²⁾.

كما يقصد به، "تحرك الشعب ضد الأنظمة السياسية الحاكمة من خلال خروجه إلى الشارع في احتجاجات ومظاهرات للتعبير عن طلباته و تطلعاته المحرومة والمكبوتة، مع صموده في مواصلة الحراك إلى غاية إقرار تغيرات في البنية الإجتماعية والسياسية بما يحقق أهدافهم"⁽³⁾.

• النخبة Elite : "يقصد بهذا المصطلح عادة فئة اجتماعية مكونة من أفراد يشغلون في مجال خدمتهم مراكز مرموقة، سواء تعلق الأمر بالراتب أو النفوذ أو الكفاءة أو الموهبة"⁽⁴⁾

• الرأي العام Public Opinion: هو "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية بالنسبة لموضوع أو أكثر يمس هذه الأغلبية مسًا مباشرا أو يشغل تفكيرها،

(1) - أحمد مختار عمر وآخرون، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 479.

(2) - طوني بينيت، لورانس غروسبيرغ وميغان موريس، مفاتيح اصطلاحية جديدة: معجم مصطلحات الثقافة والمجتمع، ترجمة: سعيد الغانمي، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2010، ص ص 283-284.

(3) - الزهرة بوجفجوف: المعالجة الإعلامية لقضايا الحراك السياسي العربي في الفضائيات الإخبارية- قناتي الجزيرة وفرانس2 أنموذجا . مجلة العلوم الإنسانية الإجتماعية، العدد 44 ، جامعة باجي مختار، عنابة، 2015 ، ص 172 .

(4) - جيل فيريول، معجم مصطلحات علم الاجتماع، ترجمة: أنسام محمد الأسعد، دارومكتبة الهلال، بيروت، 2011، ص 78.

ويحتدم فيه الجدل والنقاش في فترة معينة، ولا يقلل من أهمية هذا الرأي وجود آراء مخالفة لبعض الفئات ذات المصالح المغايرة لمصالح الأغلبية"⁽¹⁾.

- **الرأي العام الرقمي Digital Public Opinion:** هو ما يتم تداوله من أفكار بصفة جماهيرية بين مستخدمي شبكة الانترنت عموماً حول مواضيع محددة وأنية، تنال قسطاً كبيراً من اهتماماتهم، سواء كانت تلك المواضيع ذات طبع سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي أو غيرها، ويكثر حولها الجدل والنقاش في الفضاءات العامة الافتراضية.
- وتجدر الإشارة هنا إلى أننا في هذه الدراسة قد تبيننا مصطلح الرأي العام الرقمي، رغم أن الكثير من المراجع التي تم توظيفها قد تبني أصحابها مفاهيم أخرى على غرار الرأي العام الإلكتروني والرأي العام الافتراضي.

سادساً: منهج الدراسة

تتميز الدراسات العلمية عن غيرها من الدراسات الأخرى باعتمادها على إحدى مناهج البحث العلمي التي تقود الباحث للوصول إلى نتائج علمية ومرضية، مع الأخذ بعين الاعتبار أن لكل دراسة علمية منهجاً خاصاً بها يتلاءم وطبيعة الظاهرة المدروسة، وتعرف مناهج البحث العلمي بأنها "الطرق والمسالك التي تساعد الباحث في حال سلوكها على الوصول لحل قضية ما، أو الحصول على إجابات محددة لأسئلة قائمة للوصول إلى أهداف محددة مسبقاً"⁽²⁾.

إن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تدخل ضمن مجال المنهج المسحي الذي يجمع المعلومات المتعلقة بالدراسة من خلال مسح التراث النظري ذو العلاقة بكيفيات وأساليب مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، ناهيك عن مسح آراء ووجهات نظر عينة النخبتين من خلال الدراسة الميدانية، علماً أن

(1) - محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 180.

(2) - عصام حسن الدليبي وعلي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي: أسسه ومنهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 133.

من بين المواضيع التي يهتم بها منهج المسح الاجتماعي هو دراسة آراء الناس ووجهات نظرهم المختلفة حول أبرز القضايا المثارة مجتمعيا.

سابعاً: حدود الدراسة

- حدود موضوعية: تقتصر الدراسة على رصد آراء النخبين الأكاديمية والاعلامية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الجزائر تجاه قضية الحراك الشعبي.

- حدود بشرية: ضمت عينة دراستنا تنوعا في الإعلاميين والأكاديميين من مختلف المؤسسات الإعلامية (الخاصة والحكومية) وكذا المؤسسات الجامعية ممن استطعنا الوصول إليها.

- حدود مكانية: مع أن الدراسة الميدانية تمت بشكل كبير عن بعد، إلا أن مفردات العينة قد بينت أنها تنتمي لمؤسسات موزعة في مختلف جهات الوطن.

- حدود زمانية: شهدت مرحلة إعداد الدراسة الميدانية عدة انقطاعات لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية، لكن عموما يمكن اعتبار النصف الثاني من عام 2022 موعدا للانطلاق الرسمية في إعداد استمارة الاستبيان في شكلها النهائي وصياغتها الكترونيا وإرسالها لمفردات العينة ثم تحليلها بعد ذلك.

ثامنا : مجتمع وعينة الدراسة

إن محاولة البحث في موضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام من وجهة نظر رجل النخب الأكاديمية والعلمية في الجزائر، يعتبر إجراء غير ممكن التحقيق ويقترّب من الاستحالة، لذلك فإن اعتمادنا على نظام العينات يكون هو الأقرب لأجل الحصول على البيانات الكافية للإجابة عن التساؤلات المطروحة في هذه

الدراسة، ولا يتم ذلك إلا باستخدام أسلوب المعاينة Sampling الذي يعد الإجراء العملي الذي باشرناه أثناء عملية استخراجنا لجزء من مجتمع البحث الأصلي. إنه بالنظر إلى طبيعة مجتمع الدراسة الذي يستحيل حصره أو ضبطه كاملاً، فإني ملزمة باتباع نظام العينات غير الاحتمالية Non-Probability Sampling "ويكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر من قبل الباحث، وحسب طبيعة بحثه، بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة أو أهداف الدراسة المطلوبة"⁽¹⁾.

إن الاعتماد على عينة من النخبتين الأكاديمية والإعلامية يدفعنا إلى اختيار العينة القصدية أو العمدية Purposive Sample "وفيها يتقصد الباحث اختيار عينته بحيث يتحقق في كل منهم شروط معينة، ويعتقد الباحث عند اختياره هذه العينة أنها تمثل المجتمع أفضل تمثيل"⁽²⁾، باعتبار أن هتين الفئتين تعتبران من أكثر الفئات - من وجهة نظرنا الخاصة - فهما ومعايشة ومدارسة لقضية تشكيل الرأي العام عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى كونهما من الطبقة الواعية والمثقفة وعلى احتكاك مباشر بالتطورات التي يشهدها المجتمع وبالتأثيرات الحاصلة فيه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ما يجعلهما يقدمان إجابات تعكس الخبرة التي يتمتعان بها في مجال أعمالهما.

وقد تم التواصل في هذا الشأن بطريقة مباشرة وغير مباشرة مع أكاديميين من عديد الجامعات الجزائرية، مثلما هو عليه الشأن مع النخبة الإعلامية التي تنوعت في انتماءاتها المهنية (سواء حكومية أو خاصة) ما بين صحفيين في صحف وطنية وقنوات تلفزيونية وإذاعات جهوية.

إنه لم يكن من السهل الوصول إلى عدد كبير من مفردات العينة رغم سهولة التواصل الإلكتروني، حيث لم يقم الكثير منهم بالرد على الاستمارات المرسلة إليهم رغم مرور وقت طويل على ذلك، وذلك راجع لعدة اعتبارات قد يكون من بينها انشغالهم المهنية اللامتناهية، وإلا لكان حجم العينة أكبر من ذلك بكثير.

(1) - عامر قنديلعي وإيمان السامرائي، البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 269.

(2) - رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة ناشرون وموزعون، عمان، 2008، ص 173.

بالرجوع إلى حجم العينة فقد تم استقبال ما مجموعه 184 استمارة من النخبتين مع وجود فارق كبير في المفردات بين كل نخبة وأخرى، ولم يتم في المقابل إلغاء أي استمارة تم استقبالها باعتبار أن استمارة الاستبيان الالكترونية لا تتيح للمبحوث عملية إرسالها للباحثة من جديد إلا إذا أجاب عن كامل الأسئلة الإجبارية المطروحة. وقد توزعت مفردات عينة الدراسة على النحو الذي يظهره الجدول الموالي.

الجدول رقم 01: توزيع عينة الدراسة وفق متغيرات النوع، مؤسسة الانتماء، والأقدمية

| المتغير | المجموعات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------------|----------------------------|---------|----------------|
| النوع | ذكر | 116 | 63.04 % |
| | أنثى | 68 | 36.96 % |
| المجموع | | 184 | 100 % |
| مؤسسة الانتماء | مؤسسة جامعية | 148 | 80.43 % |
| | مؤسسة إعلامية | 36 | 19.57 % |
| المجموع | | 184 | 100 % |
| الأقدمية | أقل من 05 سنوات | 44 | 23.91 % |
| | 05 سنوات – أقل من 10 سنوات | 80 | 43.49 % |
| | 10 سنوات فأكثر | 60 | 32.6 % |
| المجموع | | 184 | 100 % |

من المعطيات الواردة في الجدول أعلاه يتضح لنا أن عينة الدراسة تتكون من نسبة كبيرة من الذكور مقارنة بالإناث في متغير النوع بمعدل يفوق 63 %، في مقابل حوالي 37% بالنسبة للإناث، علما أن أغلبية من راسلناهم إلكترونيا هم من فئة الذكور بما توفر لدينا من الايميلات الشخصية والمهنية الخاصة بهم، رغم حرصنا على أن لا يكون فيه تفاوت كبير بين النوعين.

كما يظهر من ذات الجدول أن أغلبية مفردات العينة تنتهي إلى المؤسسات الجامعية بنسبة تجاوزت 80%، مقارنة بمفردات العينة التي تنتهي للمؤسسات الإعلامية على اختلاف أنواعها بنسبة قاربت 20%، وذلك لأننا لا نملك معارف شخصية كثيرة مع الصحفيين من جهة، ناهيك عن عدم توفرنا على إيميلاتهم الشخصية من جهة أخرى، إلا ما استطعنا الوصول إليه من صفحات شخصية لبعض الصحفيين في مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة منها الفايسبوك.

أما في ما يتعلق بمتغير الخبرة المهنية، فقد بينت البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن نسبة من يملكون خبرة أقل من 05 سنوات بلغت حوالي 24 %، بينما بلغت نسبة من يملكون خبرة تتراوح ما بين 05 إلى 10 سنوات أكثر من 43 %، بينما بلغت نسبة من يملكون خبرة تتجاوز 10 سنوات أكثر من 32 %.

وبالنظر لهذا المتغير الهام، فإنه يمكن القول بأن أكثر من 67 % من إجمالي مفردات العينة يملكون خبرة لا تقل عن 05 سنوات، وهي مؤشر جيد نوعا ما، لتقديم هؤلاء لآرائهم حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

تاسعا: أداة الدراسة

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة المشابهة لموضوع هذه الدراسة وبعد الاستفادة من الجانب النظري لها، تبين لنا بأن أداة استمارة الاستبيان ستكون هي الأداة الرئيسية لجمع البيانات من عينة الدراسة المختارة، ناهيك عن الاستعانة بأداة الملاحظة كأداة مساعدة، وتعرف استمارة الاستبيان بأنها "تقنية بحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، تتكون من طرح مجموعة من الأسئلة على المجيبين الذين تم تحديدهم بشكل مناسب، والتي تم تنظيمها في عناوين وعرضها بترتيب مختار"⁽¹⁾، "مع الإشارة إلى أن لجوء البحث إلى الاستمارة لا يكون إرادويا أو اعتباطيا، بل منطوق إجراء البحث سيما مع أهداف الدراسة، هو الذي يوجه نحو تقنية جمع المعطيات"⁽²⁾ وقد تم

(1) - Frédéric Lebaron, La sociologie de A à Z : 250 mots pour comprendre, Dunod, Paris, 2009, p98.

(2) - سعيد سيعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2012، ص156.

الأخذ بالحسبان عدم إمكانية الوصول إلى كل مفردات العينة وجاهايا من أجل تسليمهم الاستبيان ورقيا بسبب انتشارها الجغرافي الواسع، حيث تم إنشاء استمارة استبيان الكترونية كذلك، تم إرسال رابطها عن طريق البريد الإلكتروني والحسابات الشخصية لبعض تلك المفردات في مواقع التواصل الاجتماعي التي ينشطون فيها.

كما أن عملية رصد أكبر عدد ممكن من مفردات العينة من صحفيين وأساتذة جامعيين لم تكن بالعملية السهلة، لذلك فقد استعنا بقائمة موسعة من الايميلات التي سبق وأن راسلها زملاء سابقون، مما ساعدنا في الوصول إلى عدد معتبر من الأساتذة من مختلف جامعات الوطن.

إن لجوءنا إلى تصميم استمارة في شكلها الإلكتروني يجنبنا التكاليف المادية والجهد بالإضافة إلى ربح الوقت، ويمتاز هذا النوع من الاستثمارات بعدة مزايا نذكر بعضها⁽¹⁾:

- سهولة تطبيقه، حيث لا يستغرق تصميمه ووضعه على الانترنت سوى وقت محدود.

- إمكانية التعديل في أسئلة الاستبيان الإلكتروني في أي وقت.

- يتيح للمبحوث ملء الاستبيان وقت ما شاء، ويمكن أن يقوم بذلك على عدة جلسات.

إنه بالرغم من كل تلك المزايا للاستمارة الإلكترونية إلا أنها لا تخلوا في المقابل من بعض العيوب أهمها⁽²⁾:

- صعوبة تمثيل العينة للمجتمع ... (حيث) يمكن أن يكون أعداد من العينة لا يستطيعون استخدام الانترنت، أو لا يمتلكون أجهزة حاسوب أو غير متاحة لهم في أي وقت.

- عدم القدرة على معرفة شخصية المبحوث، وهل تنطبق عليه مواصفات عينة الدراسة أم لا.

(1) - شيماء ذو الفقار زغب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص 124.

(2) - منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص 227، 228.

- يمكن للفرد الواحد الإجابة على أكثر من استبانة.

كما أن استمارة البحث قد خضعت لاختباري الصدق والثبات حيث "إن الثبات يعني ثبات المبحوثين فيما يدلون به من بيانات أو معلومات بعد إعادة سؤالهم مرة أخرى بعد فترة قليلة نسبياً، مع ثبات المتغيرات والظروف المختلفة المحيطة بالمشكلة موضوع البحث، أما صدق الاستمارة فالمقصود به هو كفاءة الاستمارة في قياس ما صممت لقياسه"⁽¹⁾، لذلك فإنه قبل توزيع الاستمارة بشكل رسمي على مفردات العينة قمنا بإعداد استمارة أولية وفق تصورنا للمشكلة البحثية، ثم تم عرضها على بعض المحكمين^(*) من أجل النظر في صلاحيتها المنهجية والعلمية والتطبيقية، ثم تصويبها بناء على ملاحظاتهم عليها.

ولتحقيق الثبات المنشود في كل دراسة علمية قمنا بإعادة توزيع الاستمارة من جديد على جزء صغير من عينة الدراسة قوامها 10 % بعد مرور فترة أسبوع من تلقي الاستمارات الأولى، وقد أمكن التواصل مع هؤلاء من خلال البريد الإلكتروني الذي وضعوه قبل مباشرة عملية الإجابة عن الاستمارة الإلكترونية، وقد بلغ معامل الثبات 0.82 وهي نسبة مقبولة جداً وتدل على ثبات الأداة المستخدمة في هذه الدراسة.

عاشراً: الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة مهمة للغاية لأي باحث في أي حقل معرفي كان، كونها تشكل قاعدة معرفية تساعد في خوض غمار البحث الذي هو بصدد إنجازه، ومادام أن العلم تراكمي، فإن الباحث سينطلق من حيث انتهى سابقوه، حتى يرسم في ذهنه صورة شبه كاملة – ولو مبدئياً على الأقل – عن هذا الموضوع أو ذاك.

فالعلم في أصله عبارة عن بناء معرفي يكمل بعضه بعضاً، لذلك يقال أنه تراكم معرفي عبر الزمن، وتستفيد كل دراسة مما سبقها من دراسات مشابهة في ذات المجال أو

(1) - عبد الله محمد عبد الرحمن ومحمد على البدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2002، ص 378.

(*) - من المحكمين الدكتور عفاش نورين من قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة جيلالي ليايس بسيدي بلعباس والدكتور ساجي علي من قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة عمار ثلجي بالأغواط.

الموضوع، لذلك فإن "الباحثين الذين ينجزون أبحاثاً في إطار مبادئ البحث العلمي لا يبدأون بحثهم أبداً قبل أن يعودوا أولاً إلى الأدبيات المتوافرة ليعلموا ما الذي تم فعله، وكيف تم، وما النتائج التي تم التوصل إليها"⁽¹⁾، حتى ينطلقوا من حيث انتهى غيرهم قبلهم، ناهيك عن محاولة الانفراد بجزئية بحثية مغايرة لتلك التي سبق دراستها من قبل، أو إعادة دراستها مع تغيير في بعض المتغيرات المحيطة بها زمانياً ومكانياً.

من هذا المنطلق فإن هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع الإعلام الجديد ومواقع الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام لمجتمع ما تجاه قضية أو مجموعة قضايا بعينها، وتناولته من زوايا مختلفة، وقد تنوعت هذه الدراسات بين المحلية الجزائرية والعربية، وسوف نستعرض هنا الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز ملامحها، ثم نقدم تعليقا عليها يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف وبيان الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية.

ونود أن نشير إلى أن الدراسات التي سوف نستعرضها جاءت في الفترة الزمنية بين عامي 2012 و 2019، وشملت جملة من الأقطار والبلدان العربية، مما يشير إلى تنوعها الزمني والجغرافي، كما أنها تنوعت بين دراسات منشورة في مجلات علمية محكمة تصدر في دول عربية وأخرى أوروبية وبين أطاريح دكتوراه جزائرية.

وقد تم استعراض الدراسات السابقة التي أمكن الوصول إليها من خلال تقسيمها إلى دراسات منشورة وأخرى غير منشورة معتمدين في ترتيبها على عنصر الحدائة، لنقدم بعض التعقيبات عليها في نهاية عرضها.

(1) - روجرويمر وجوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة: صالح أبو أصعب وفاروق منصور، مراجعة: المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص 61.

أ - الدراسات المنشورة:

1- دراسة للباحثين كرايس وزملائه⁽¹⁾ وهي دراسة نظرية وليست ميدانية، وقد انطلق هذه الدراسة من اشكالية رئيسية مفادها: كيف خرج حراك 22 فبراير من مواقع التواصل وتحول إلى حركة سياسية تهدف على التغيير معتمدة على المزوجة بين الواقع وسلطة المواقع؟

واستهدف الباحثون من خلال هذه الدراسة معرفة مساهمة الاعلام الجديد في انفلات الخبر من الاعلام التقليدي، ومعرفة الدور الذي لعبه الفيسبوك تحديدا في حراك 22 فبراير في الجزائر.

وقد توصل الباحثون إلى عدد من النتائج نرصد منها ما يلي:

- ساهم الاعلام الجديد في خلق هويات افتراضية وتكتل الاشخاص على أساس الانتماء.
- الفيسبوك كان فضاء لكل الفئات المهمشة والمقصية اجتماعيا وسياسيا.
- أظهر حراك 22 فبراير وعيا سياسيا راقيا للمجتمع الجزائري.

2- دراسة للباحث أسامة غازي المدني⁽¹⁾ وقد حاول من خلالها أن يعالج الاشكالية الرئيسية التالية: ما طبيعة الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية؟ وتفرعت عنها بعض الاسئلة الفرعية تتمحور حول أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي، وأهم الموضوعات التي يحرصون على متابعتها فيها، وعن أكثر القضايا أهمية بالنسبة لهم، ثم

(1) - كرايس الجيلالي، مهلول جمال الدين، وربيع زمام، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حراك 22 فبراير: الفيسبوك من التنظير والتأطير إلى المرافقة والاستشراف، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد 8، أغسطس، 2019

(1) - أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية: جامعة أم القرى نموذجا، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد 02، المجلد 03، أوت 2016.

أهم سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة إليهم، مستعينا في ذلك بنظرية الاستخدامات والاشباع، وقد سعت الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف أهمها:

- معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية.
- تعرف القضايا التي يتداولها طلبة الجامعات السعودية في شبكات التواصل الاجتماعي.
- تعرف أسباب ارتياد طلبة الجامعات السعودية شبكات التواصل الاجتماعي.
- توضيح سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل، وتأثيرها في الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية.

وقد خلص الباحث في دراسته إلى نتائج عديدة أهمها:

- أهم أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي هي التعرف على آراء الآخرين.
- تعتبر المناقشات في شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام.
- ساهمت المناقشات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير مواقف اغلبية المبحوثين حول بعض القضايا.

3- دراسة للباحث ابراهيم حسن المرسي⁽¹⁾، وقد انطلق الباحث في دراسته هذه من الإشكالية الرئيسية: ما أنماط تعرض الجمهور السينوي لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الرأي نحو الأحداث الجارية؟ وحاول دراسة هذه الإشكالية من خلال دراسة أنماط هذا التعرض، وأثر اعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي

(1)- ابراهيم حسن المرسي محمد، انماط تعرض الجمهور السينوي لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الرأي العام نحو الأحداث الجارية، مجلة بحوث العلاقات العامة، العدد 08، جويلية / سبتمبر 2015.

وعلاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية في تكوين الرأي نحو الأحداث الجارية، ودرجة هذا الاعتماد ودوافعه ونوع الموضوعات التي يهتم بها الجمهور ويتداولها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، منطلقاً في ذلك كله من نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.

ومن بين الأهداف التي سعت الدراسة إلى تحقيقها نذكر ما يلي:

- دراسة تفاعل الجمهور السينائي مع شبكات التواصل الاجتماعي.
- أهمية الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها إعلاماً بديلاً.
- قياس المتغيرات المؤثرة في دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي.

وقد توصلت الدراسة إلى بعض النتائج نذكر منها:

- زيادة اعتماد الجمهور السينائي على شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي تجاه الأحداث الجارية.
- ارتفاع مستوى الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي.
- تأثرت وسائل الإعلام التقليدية بدرجة كبيرة باعتماد الجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث كلما زاد الاعتماد على تلك الشبكات، كلما قل الاعتماد على وسائل الإعلام.

4- دراسة للباحثة هالة كمال أحمد نوفل⁽¹⁾، وقد انطلقت هذه الدراسة من اشكالية مناقشة وتحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي الشعبي الذي شهده المجتمع المصري من خلال معرفة حجم اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الاعلام البديل العربية البارزة الخاصة بثورة 25 يناير، وبالمضامين التي ينتجها أصحاب ومستخدموا هذه المواقع وأهميتها وكيفية توظيفها، وقد اعتمدت الباحثة على نظرية بناء الاجندة الالكترونية.

وقد سعت الدراسة إلى تحقيق بعض الأهداف منها:

(1) - هالة كمال احمد نوفل، شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي الشعبي: دراسة تحليلية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بثورة 25 يناير، مجلة بحوث العلاقات العامة، العدد 07، أبريل - يونيو، 2015.

- القيام برصد ومتابعة وتحليل وتفسير المضامين الاعلامية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الاعلام البديل العربية الخاصة بثورة 25 يناير، والتي ينتجها المستخدمون.
 - محاولة الكشف عن بعض ملامح الجمهور الثوري ومستخدمي الانترنت وخاصة من الشباب الراض للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.
- ومن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:
- وفرت معظم مواقع التواصل الاجتماعي أشكالاً مناسبة ومحفزة للمستخدمين للمساهمة في تزويدها بالمضامين السياسية عن ثورة 25 يناير.
 - أكثر الأساليب الاقناعية التي استخدمها منتجو هذه النصوص والمضامين على مواقع التواصل الاجتماعي لثورة 25 يناير هي استمالات عاطفية ومنطقية معا.

5- دراسة للباحث محمد زين عبد الرحمن⁽¹⁾ وقد سعى الباحث من خلال دراسته هذه للإجابة عن الإشكالية الرئيسية: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك السياسي لدى جمهور صعيد مصر؟ مستعينا في ذلك بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

وقد استهدفت الدراسة بشكل أساس التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في إعادة صياغة وتفعيل عملية الحراك السياسي في أقاليم مصر تجاه الأحداث السياسية، ورصد تأثير تلك الشبكات على عمليات التحول الديمقراطي.

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة نجد:

(1) - محمد زين عبد الرحمن، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور صعيد مصر، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 04، جويلية - سبتمبر 2014.

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد جمهور صعيد مصر عينة الدراسة على شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى الحراك السياسي لديهم.
- وجود فروق دالة إحصائياً بين جمهور صعيد مصر محل الدراسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي على مقياس الحراك السياسي تبعاً لدرجة الاعتماد على تلك الشبكات.

6- دراسة للباحثين عبد الكريم علي الديبسي وزهير ياسين الطاهات⁽²⁾، وقد حاول الباحثان من خلال هذه الدراسة معالجة الإشكالية المتعلقة بظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها في تشكيل الآراء في الجامعات الرسمية والخاصة في الأردن، معتمدين في ذلك على نظرية الاستخدامات والاشباع، وقد انبثقت عن هذه الإشكالية مجموعة تساؤلات فرعية، نستعرض أهمها في ما يلي:

- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية؟
- ما مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية؟

كما أن هذه الدراسة حاولت تحقيق عدد من الأهداف أهمها:

- التعرف على مدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بين طلبة الجامعات الأردنية، ومعدلات استخدامها.
- الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.
- الكشف عن مدى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات.

(2) - عبد الكريم علي الديبسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 01، 2013.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى بعض النتائج أهمها:

- إن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل مصدرا من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات ينافس وسائل الإعلام التقليدية.
- إن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية.

7- دراسة للباحث زهير عابد⁽¹⁾، وسعى الباحث من خلال دراسته هذه إلى معالجة إشكالية دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي من خلال توظيف نظرية الاستخدامات والشباعات، وقد انبثقت عنها مجموعة تساؤلات فرعية أهمها:

- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغيير السياسي والاجتماعي؟
- ما القضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

ومن بين الأهداف التي سعت الدراسة إلى تحقيقها ما يلي:

- معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية.
- التعرف على القضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد توصلت الدراسة إلى نتيجة عامة مفادها أن مستوى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي كان متوسطا.

(1) - زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي: دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، مجلد 26، العدد 06، 2012.

8- دراسة للباحثة المروة شبل عجيزة⁽¹⁾، حاولت من خلال دراستها هذه أن تعالج إشكالية متعلقة بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الإلكتروني الحديثة في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو ثورة 25 يناير، وذلك من خلال رصد اتجاهات النخبة المصرية لهذا الدور وتقييمها له، وقد قامت بتوظيف نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، كما تعددت الأهداف التي سعت الباحثة إلى تحقيقها منها:

- تحديد مدى اعتماد المبحوثين على وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة كمصدر للمعلومات.
- تحليل اتجاهات المبحوثين نحو دور وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة في ثورة 25 يناير.
- رصد مدى قدرة وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة على التعبئة السياسية للجمهور.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نرصد منها ما يلي:

- استطاعت وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة أن تكون المحرك الرئيس لشدة فتيل الثورة في مصر.
- جاءت اتجاهات المبحوثين نحو دور وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة في الثورة المصرية ايجابية.
- احتل الفايسبوك مكانة كبيرة من خلال الدور الكبير الذي لعبه في الأحداث السياسية بالمنطقة العربية.
- اثبتت وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة قدرتها على التعبئة السياسية للرأي العام.

(1) - مروة شبل عجيزة، تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام الالكترونية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الثورة المصرية، مجلة إعلام الشرق الأوسط، المجلد 08، 2012.

9- دراسة للباحث علي عبد الهادي عبد الأمير⁽¹⁾، وقد بنى دراسته هذه على إشكالية رئيسية تبحث في: ما هي طبيعة الاتجاهات التي يحملها أساتذة الجامعات عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني خاصة خلال الأزمات الأمنية؟

ومن بين الأهداف التي سعت الدراسة إلى تحقيقها هو بيان اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

وقد أظهرت نتائج الدراسة اتجاها محايدا لدى أساتذة الجامعات بشأن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني خلال الأزمات الأمنية.

ب- دراسات غير منشورة:

1- دراسة للباحثة فتيحة بوغازي⁽²⁾، وقد سعت الباحثة من خلال دراستها هذه للإجابة عن بعض التساؤلات المطروحة من قبيل مدى تأثير صحافة المواطن في تشكيل الرأي العام، وإلى أي مدى أصبح لها دورا في زيادة المساهمين في تشكيل قضايا الرأي العام وفي أولويات المجتمع؟ وقد طرحت الباحثة إشكالية دراستها الرئيسية على النحو التالي: إلى أي مدى استطاعت صحافة المواطن تخطي حاجز دوامة الصمت في تشكيل الرأي العام؟ وقد بنت اشكاليته على نظرية دوامت أو لولب الصمت.

(1) - علي عبد الهادي عبد الأمير، اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني إزاء الأزمات الأمنية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32.

(2) - فتيحة بوغازي، صحافة المواطن والرأي العام: دراسة من منظور دوامة الصمت، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، رسالة دكتوراه غير منشورة، 2018.

وقد هدفت هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي :

- دراسة أثر صحافة المواطن في تشكيل الرأي العام.
- رصد التغييرات التي أحدثتها صحافة المواطن باعتبارها تعتمد على أحدث تكنولوجيات الاعلام والاتصال على الرأي العام.
- ومن النتائج التي توصلت إليه هذه الدراسة نذكر ما يلي :
- صحافة المواطن تعتبر وبلا منازع منبرا من منابر حرية التعبير، فقد أتاحت الفرصة أمام كثير من الناس في أرجاء العالم لنشر الأخبار وتوضيح الحقائق ونشر المعلومات من دون أي رقابة مسبقة.
- ساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال الانترنت وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية.
- تمارس شبكات التواصل الاجتماعي تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام.

2- دراسة للباحثة بضيف سوهيلة⁽¹⁾ ، وقد انطلقت الباحثة في دراستها هذه من الاشكال الرئيسي الذي يحاول ايجاد العلاقة بين متغيري الدراسة، وصاغته على النحو التالي: ما هي العلاقة بين شبكة الفاييس بوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري ؟ معتمدة في ذلك على نظريتين اثنتين هما التمثلات الاجتماعية والاستخدامات الاجتماعية.

وقد هدفت الدراسة في شكلها العام إلى معرفة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري، من خلال الكشف عن نصيب الجانب السياسي من الاستخدام الاجتماعي لهذه الشبكة، وعن مكانتها كمصدر

(1) - سوهيلة بضيف، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر: دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفاييس بوك، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، السنة الجامعية 2017-2018.

للمعلومات حول القضايا السياسية، ومعرفة رأي الشباب في الشبكة كفضاء عام للنقاش.

كما توصلت الباحثة من خلال دراستها الميدانية إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- يختلف استخدام الشباب لشبكة الفايسبوك وفقا للمتغيرات السوسيو ديمغرافية.
- يعتبر الفايسبوك مصدرا مكملًا لوسائل الاعلام التقليدية في الحصول على الأخبار حول القضايا السياسية.
- تختلف نظرة الشباب للفايس بوك كفضاء عام للنقاش وتشكيل الرأي العام وفقا للمعطيات السوسيوديمغرافية وميول الشباب للسياسة، ولكن تميل الأغلبية إلى تأثيره المحدود في ذلك.

يمكن أن نخلص بعد هذا العرض للدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية إلى بعض الملاحظات منها:

- تنوعت الدراسات السابقة ما بين دراسات ميدانية وأخرى نظرية (دراسة واحدة فقط نظرية).
- تنوعت جغرافية الدراسات ما بين دراسات محلية جزائرية واخرى عربية.
- تقارب الفترات الزمنية التي انجزت فيها هذه الدراسات، مع الأخذ بعين الاعتبار ان كلها جاءت بعد اندلاع شرارة ما يسمى بـ "ثورات الربيع العربي" التي شكلت مجالًا خصبا للدراسة البحثية.
- بعض هذه الدراسات ركزت على قضية معينة من خلال دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حولها، بينما لم تركز دراسات أخرى على أي قضية وتركت المجالا مفتوحا في دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

- تعددت المقاربات النظرية المعتمدة في الدراسات السابقة بناء على توجهها البحثي ما بين مستخدم لنظرية الاستخدامات والأشباعات، نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، وكذا بناء الأجندة ودوامة الصمت.
- ساعدت الدراسات السابقة الدراسة الحالية في صياغة اشكاليته الرئيسية وتحديد الاطار العام المناسب للدراسة، مع صياغة الفروض البحثية.
- تتفق دراستنا الحالية مع الدراسات السابقة في كونها كلها تناولت موضوع الرأي العام وعلاقة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيله، لكنها في المقابل قد اختلفت معهم في القضية المدروسة المتعلقة هنا بالحراك الشعبي في الجزائر، عدا دراسة واحدة لكنها كانت دراسة نظرية وليست ميدانية.
- تحاول دراستنا الحالية أن ترصد وجهات نظر النخبتي نالاعلامية والاكاديمية في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام باعتبارهم متابعين، ولم تدرس الأفراد العاديين وتأثيرات تلك المواقع في بناء تصوراتهم وتشكيل اتجاهاتهم نحو الحراك، على عكس بعض الدراسات السابقة.

الفصل الثاني:

مواقع التواصل الاجتماعي بين
الاعتماد والاستخدام

المبحث الأول: نظرية الاعتماد Dependency Theory

تعد نظرية الاعتماد أو الاعتماد المتبادل مع وسائل الإعلام إحدى النظريات الإعلامية التي حاولت البحث في تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع وفي العلاقة بين الاتصال والرأي العام، وقد عدها الباحثون ضمن نظريات التأثير غير المباشر أو نظريات التأثير المعتدل حسب تصنيف باحثين آخرين، ويعد الباحثان ميلفين دوفلور وساندرا بول روكيتش من مؤسسي هذه النظرية في بدايات السبعينيات من القرن العشرين وتحديدًا عام 1974، وذلك "عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان (منظور المعلومات) وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام، إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام، أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى"⁽¹⁾، وبينها وبين الأنظمة السائدة في المجتمع خاصة منها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وعلى هذا الأساس سميت نظرية الاعتماد المتبادل بهذا الاسم، وهي بهذا المنطق تتقاطع مع نظرية البنائية الوظيفية في بعض جوانبها.

ويتلخص مفهوم النظرية في "أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير"⁽²⁾ كالأزمات الاجتماعية وظهور الحركات الاجتماعية، كما أن المواقف تلعب دورًا في تحديد نظام وسائل الإعلام الذي يكونه الأفراد لأنفسهم "ففي خلال إحدى الأزمات مثلًا، نكون نظام وسائل الإعلام الذي

(1) - منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص 207.

(2) - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 279.

يخدم الأهداف الشخصية بصورة أفضل، والتي تكون أكثر أهمية في حينها، وعندما تنتهي الأزمة فإننا قد نعود إلى نظم وسائل إعلامنا اليومية"⁽¹⁾، كما في الحالات العادية.

وقد "اعتبر أنصار هذه النظرية أن هناك اعتمادا متبادلا ما بين الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي، وفي هذا الصدد توصلت ساندرنا بول روكيتش إحدى مؤسسات هذه النظرية إلى أن شمولية نظرية الاعتماد ودقتها، تجعلها إحدى النظريات الإعلامية النادرة التي فهمت تأثيرات وسائل الإعلام واستخداماتها"⁽²⁾، المتعددة خاصة أثناء وقوع الأزمات المجتمعية، حيث يلجأ الأفراد عموما إلى وسائل الإعلام الجماهيرية والالكترونية ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي لاشباع فضولهم المعرفي حول ما يجري في المجتمع من أحداث ووقائع، وقد "انطلقت هذه النظرية من منطلق أن استخدام وسائل الإعلام لا يأتي من فراغ ولا بمعزل عن التأثير بالرأي العام الذي تعيش فيه، من منطلق أن قدرة الإعلام تزداد في التأثير عندما تقوم وظائف وسائل الإعلام بأدوارها بكل فعالية واقتدار، والمتمثلة في نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف"⁽³⁾، ويحيل مفهوم (المعلومات) في هذه النظرية بمعناه الواسع والشامل إلى كل ما تبثه وسائل الإعلام من مضامين ورسائل موجهة للجماهير المتلقي.

وتطرح هذه النظرية عددا من الفرضيات هي⁽⁴⁾:

- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة والخبرات السابقة.
- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.

(1) - ملفين ديفلير وساندرنا بول روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992، ص 422.

(2) - بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام والسلطة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 170.

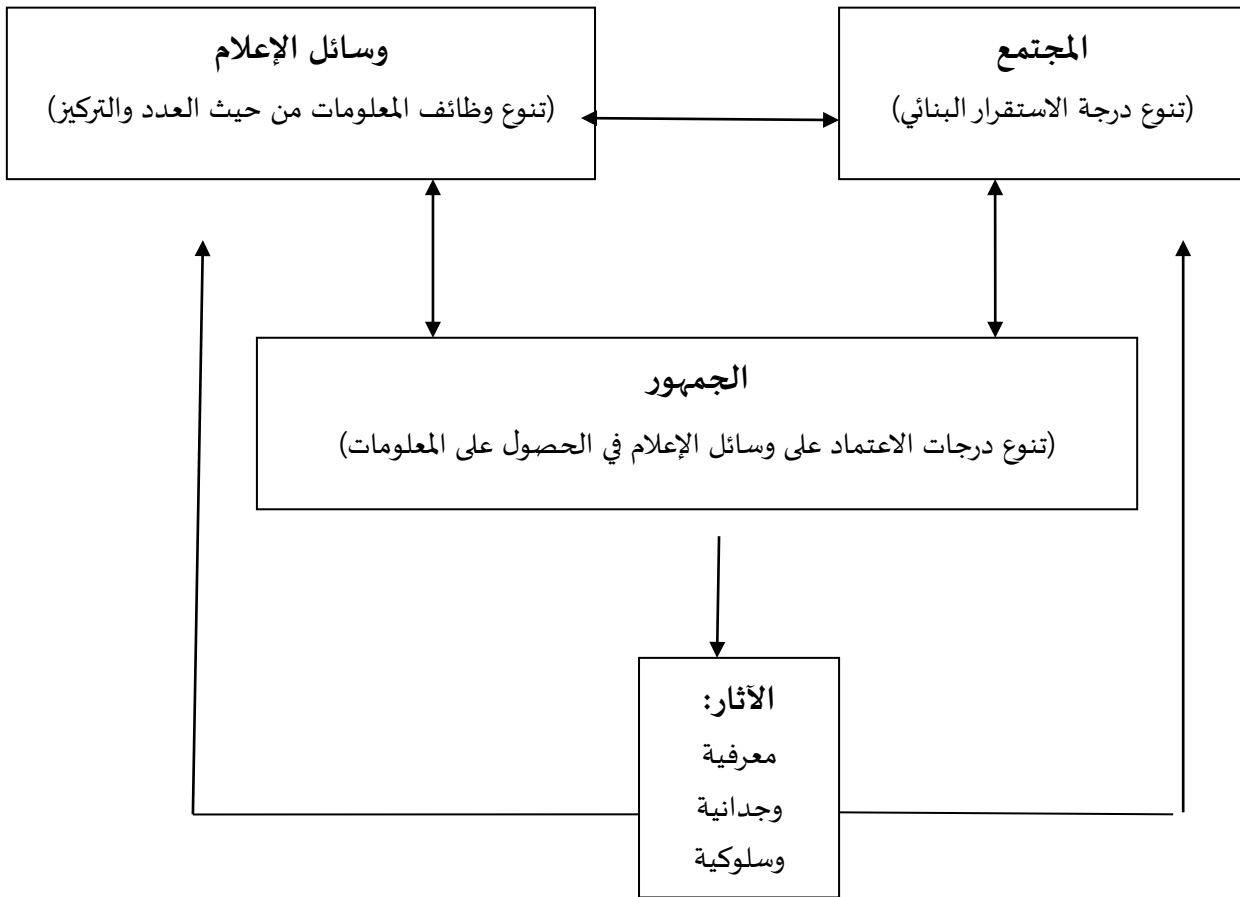
(3) - المرجع نفسه، ص 169.

(4) - منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 213..

- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.

المطلب الأول: نموذج الاعتماد

يعد نموذج الاعتماد هو جوهر هذه النظرية الاعلامية، وقد اقترح مؤسسها النموذج الدال على الاعتماد المتبادل بين كل من وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى، والجمهور، وهو ما يوضحه الشكل التالي⁽¹⁾:



الشكل رقم 01: العلاقات المتبادلة بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور

(1)- حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2007، ص 404.

يشير هذا النموذج إلى وجود علاقات اعتماد متبادلة بين الأطراف الثلاثة، ما يعني أنه لا يمكن لأي طرف أن يستغني عن أي طرف آخر، حيث يقوم أفراد المجتمع بالاعتماد على الوسائل الإعلامية أو مختلف مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة لفهم حقيقة ما يجري في مجتمعهم الذي يعيشون فيه، وهكذا تصبح تلك الوسائل مصادر أساسية لا يمكن الاستغناء عنها في الاثراء المعرفي بالقضايا الحاصلة، "وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم"⁽¹⁾، وهذا شيء واقع ومشاهد، وقد أثبتت بعض الدراسات الغربية أن الأفراد في المجتمع الأمريكي زاد استخدامهم واعتمادهم بشكل كبير على مواقع الانترنت، في محاولة لفهم مجريات ما حدث في هجمات الحادي عشر من سبتمبر التي شكلت نوعاً من أنواع الأزمات التي شهدها المجتمع الأمريكي آنذاك.

وقد أبرز الباحث الجويلي أهم العوامل التي تؤثر في عملية الاعتماد وهي: "طبيعة الجمهور وأهدافه من الاعتماد على وسائل الإعلام، وطبيعة المجتمع ومدى توافر مصادر المعلومات، وطبيعة وتنوع وسائل الإعلام، وطبيعة الوقت أو الظرف الذي يمر به الفرد أو المجتمع، وطبيعة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، وتنوع وسائل الإعلام من حيث النوع والفئة، ومدى انتباه الجمهور لمضمون وسائل الإعلام، وتأثير علاقات الاتصال الشخصي، وتأثير الظروف والعوامل الاجتماعية، وطبيعة المضمون الإعلامي من حيث المحتوى والشكل"⁽²⁾ وكلها عوامل تزيد وتنقص من درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وتتفاوت في ما بينهم حسب ظروف التلقي لكل فرد.

(1) - عبد الرزاق الدليبي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 232.

(2) - عزام علي الجويلي، الإعلام الجماهيري، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 235-236.

هذا وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما⁽¹⁾:

- الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فغن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.
- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.

وهناك عدة أنواع لعلاقات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، أوضحها صاحبا النظرية في الشكل التالي⁽²⁾:

| التسلية | التوجيه | الفهم |
|--|--|---|
| التسلية المنعزلة مثل: الاسترخاء عندما تكون بمفردك أو لديك شيء تفعله بنفسك | توجيه العمل مثل: أن تقرر ماذا تشتري وكيف تلبس ثيابك أو كيف تحتفظ برشاقتك | معرفة الذات مثل: التعلم عن ذات المرء، والنمو كشخص |
| التسلية الاجتماعية مثل: الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأسرة أو الأصدقاء | توجيه تفاعل متبادل مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة | الفهم الاجتماعي مثل: معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها |

الشكل رقم 02: دراسة نمطية لعلاقات الاعتماد على نظام وسائل الإعلام الفردية

(1) - حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 402.

(2) - ملفين ديفليروساندر بول روكيتش، مرجع سابق، ص 418.

وقد قام الباحث الجويلي بشرح الشكل السابق الذي يضم المستويات الثلاثة لعلاقات الاعتماد، وتضم⁽¹⁾:

- الفهم: وينقسم إلى قسمين: فهم ذاتي ويعني فهم الفرد للقيم والمعارف والعادات والمعتقدات الاجتماعية، والتي تسهم في خبراته الشخصية، وفهم اجتماعي ويعني فهم الفرد لوظائف المجتمع الذي يعيش فيه ويوضح مؤسساته المتنوعة.

- التوجيه: وينقسم إلى نوعين: سلوكي ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة بتوجيهه سلوكي من المجتمع لاتخاذ السلوك الملائم لتوقعات وقيم المجتمع، وتوجيه تفاعلي ويعني اكتساب الفرد للمعلومات الخاصة باكتساب مهارات الحوار والتفاعل مع أفراد ومؤسسات المجتمع.

- التسلية: وتنقسم إلى تسلية منعزلة وتعني رغبة الفرد في الترفيه والراحة والهدوء، والبعد عن ضغوط الحياة اليومية.

إن أنظمة الإعلام باعتبارها أنظمة معلومات، تتعدد وتختلف معها حجم المعلومات المتوفرة عن الموضوع المطروح وقراءاته المختلفة وتفسيراته الضمنية، وعلى هذا الأساس "يختلف الأفراد في نظم وسائل الإعلام التي يستخدمونها لأن لهم أهدافا ومصالح مختلفة، ولكن الخصائص التنظيمية والتكنولوجية والمحتويات في وسائل الإعلام المختلفة تقيد في نفس الوقت اختيار الفرد"⁽²⁾، وتتعدد تلك النظم الإعلامية ما بين الصحف والمجلات والقنوات والإذاعات والصحف الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وتتعدد معها طبيعة علاقات الاعتماد التي يقيمونها مع أي وسيلة يختارونها، تماما مثلما يختلفون فيما بينهم حول استخداماتهم لها، فحسب الشكل السابق (رقم 02) فإن هناك من الأفراد من يعتمد على الفهم بدرجة كبيرة وآخرون

(1) - عزام علي الجويلي، مرجع سابق، ص 236.

(2) - ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، مرجع سابق، ص 423.

يعتمدون على التسلية بدرجة أكبر وهكذا الشأن بالنسبة للتوجيه، أي أن الأفراد يتميزون في درجات الاعتماد وفي مستوى التأثير.

في المقابل فإن مستوى التأثير الذي يقع يختلف أيضا بين الأفراد والمستخدمين باختلاف درجة الاعتماد التي يقيمونها للوسيلة الإعلامية التي يختارونها وتلبي حاجياتهم المعرفية والوجدانية، فلا يتوقع حدوث تأثير كبير من وسيلة لا يكاد يعتمد عليها الفرد، كما لا يعني الاستخدام المكثف للوسيلة ازدياد درجة التأثير معه بالضرورة، لأن الاستخدام شيء والاعتماد شيء آخر تماما، فقد يستخدم الفرد وسيلة ما لكنها لا ترقى في نظره إلى درجة الاعتماد وبالتالي يقل أو ينعدم معها مستوى التأثير.

إن العلاقة بين الأطراف الثلاثة التي تشكل عماد هذه النظرية "تختلف من مجتمع لآخر، فبعض المجتمعات تفرض سيطرة على نظامها الإعلامي، بينما تمنح مجتمعات أخرى نظامها الإعلامي قدرا أكبر من القدرة على التأثير في المجتمع، كما أن تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور أيضا تختلف من مجتمع لآخر"⁽¹⁾، تبعا لمتغيرات عديدة تخص الفرد والمجتمع ووسائل الإعلام على حد سواء، وتتعلق تلك التأثيرات المحتملة حسب ميلفين دوفلور وساندرا بول روكيتش في الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية للفرد، وقد لخصها الباحثان حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد في ما يلي⁽²⁾:

الآثار المعرفية Cognitive Effects: تشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقا لنظرية الاعتماد على: كشف الغموض، وتكوين الاتجاهات، وترتيب أولويات الاهتمام، واتساع المعتقدات، والقيم.

(1) - منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2007، ص 127.

(2) - حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط8، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص ص 326-329. بتصرف.

الآثار الوجدانية **Affective Effects**: ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل المشاعر أو العواطف، ويمكن التعرف على آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الآثار، وتضم: الفتور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاعتراب.

الآثار السلوكية **Behavioral Effects**: تنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكيين أساسيين هما التنشيط والخمول.

إن مستويات التأثير المختلفة لوسائل الإعلام لا تتعلق بالجمهور العام فقط، وإنما النخبة أيضا لها نصيبها من ذلك التأثير الواقع، بما أنهم "يساهمون في قيادة الجماهير وتشكيل الرأي العام خاصة في ظل تزايد اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام بوصفها المصدر الرئيسي لاستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المثارة، ويرجع السبب وفقا لنموذج الاعتماد على وسائل الإعلام إلى انحسار خبرات الفرد المباشرة بالقضايا المختلفة"⁽¹⁾، وربط البعض رأيه برأي قائد الرأي من تلك الصفوة.

المطلب الثاني: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي

تعدد التسميات لمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي إذ نجد في أدبيات البحث العديد منها على شاكله مواقع الشبكات الاجتماعية وإعلام المواطن والإعلام الاجتماعي والإعلام البديل والإعلام التشاركي "وتسهم وسائل إعلام الجماهير وأشكال التعبير الجديدة في إنتاج ما وسمه البعض (بإعلام نحن We Media) الذي هو نتاج النشاط التواصلي للأفراد والجماعات، ويشير مصطلح (إعلام نحن) إلى شكل جديد من ممارسة الإعلام يشارك في إنتاج مضامينه المستخدمون أنفسهم"⁽²⁾، كما أن هناك من الباحثين من يوظف مصطلحات كالميديا الجديدة ووسائل الإعلام الجديد، وهنا أشار

(1) - منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 210.

(2) - بشرى جميل الراوي وعبد المحسن الشافعي، إشكالية حرية التعبير والمسؤولية المهنية والاجتماعية للمدونات الالكترونية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 11 - 12، كانون الثاني - أيار 2011، ص 67.

نصر الدين لعباضي إلى وجود خلط كبير في المفهومين الأخيرين، وقد ترتب عن هذا الخلط "التعامل مع مواقع الشبكات الاجتماعية وكأنها وسائل اتصال جماهيرية يطلب منها القيام بما تضطلع به هذه الأخيرة من أدوار، ويقيم نشاطها بالسلم ذاته الذي نقيم به منتجات ووسائل الاتصال الجماهيري، مثل الموضوعية والحياد والمصداقية، ومدى إلزام مستخدمي الشبكات الاجتماعية بمدونات أخلاقية"⁽¹⁾، والحقيقة أنهما نمطان يعملان جنبا إلى جنب مع تفاوت الخصائص بينهما.

وحسب الباحثة نجلاء جابر فإن مفهوم الإعلام البديل Alternative Media من الأفضل اعتماده، باعتبار أن الجمهور قد اتخذ من مواقع التواصل الاجتماعي بديلا عن الوسائل الإعلامية التقليدية⁽²⁾، يستقي منها معلوماته ويشكل وعيه وفكره، رغم أن هذا الطرح البحثي قد عارضه كثيرون لا يعتبرون تلك المواقع بديلا أبدا.

عموما "تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) من أكثر إفرزات الشبكة حدثة وأكثرها شعبية، وشكلت نمطا حديثا من أنماط التواصل الاجتماعي، ووسيطا اجتماعيا فرض نفسه بقوة في الحياة الاجتماعية"⁽³⁾، وهذا مشاهد للعيان في أكثر من مجتمع سواء في عالمنا العربي أو حتى الغربي.

"وكخلاصة النقاش حول مسمى مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن نستنتج مع الفيلسوف الفرنسي إيدغار موران أن ما يسمى بمواقع الشبكات الاجتماعية هي (ماكرو مفهوم)، أي أنه مفهوم واسع جدا ومركزي، يستعين بمفاهيم أخرى حتى يُشَرِّح ويُحدِّد"⁽⁴⁾، ويعطى له المعنى الذي يقصده كل باحث، وفي هذا الصدد "يتساءل ميتشيل ستيفن رئيس قسم الصحافة والاتصال الجماهيري بجامعة نيويورك: هل يتمثل الإعلام الجديد في حالة الانتقال السريع الذي نشهده من مرحلة الكلام المسموع والمكتوب

(1) - نصر الدين لعباضي، وسائط جديدة وإشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، ص 38.

(2) - نجلاء محمد جابر، دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري، دار المعترف للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 320.

(3) - ماجدة خلف الله العبيد، مرجع سابق، ص 160

(4) - نصر الدين لعباضي، مرجع سابق، ص 41.

والمطبوع إلى مرحلة الصورة المشاهدة والملموسة وفق تعبيره: صعود الصورة، انهيار الكلمة؟ أم أنها تعبير عن غير ذلك كله؟⁽¹⁾.

بغض النظر عن كل تلك المفاهيم المشابهة ولا الأسئلة المطروحة بخصوصها، يبقى الأكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تزداد نسب استخدامها بين الأفراد وتزداد معها نسب الاعتماد عليها، وهنا يأتي الحديث عن درجة الاعتماد عليها من طرف المستخدمين.

تناولت نظرية الاعتماد بالشرح والتفصيل علاقات الاعتماد التي يقيمها الجمهور مع وسائل الاعلام الجماهيرية، لكن التطورات المتلاحقة في وسائل الاتصال لا تمنع من إسقاط النظرية على اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي، التي باتت في وقتنا الحالي منافسا قويا لوسائل الاتصال الجماهيرية، لدرجة أن بعض الباحثين اعتبرها إعلاما بديلا، يضاهي بصورة كبيرة ما تقوم به تلك الوسائل من إعلام الجماهير بأخر الاخبار بالكلمة والصوت والصورة والفيديو، وهي كلها ميزات صارت متوفرة بل هي أساس ما تقوم به منصات التواصل الالكتروني، لأن أساس التلقي والاعتماد على أي وسيلة اتصالية تقليدية كانت او الكترونية هو "عندما يتمكن المشاهد أو المستمع أو القارئ، من إشباع فضوله من المعلومات التي تقدمها عن خبر ما جديد وغير معروف، وله أهمية خاصة ومحجوب عن النشر لأسباب مختلفة"⁽²⁾، قد تكون معروفة أو غير معروفة.

إذ يعزز اعتماد الجمهور على الاعلام الجديد التحصيل المعرفي له من خلال الاستخدام المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي، إذ لم يعد بالإمكان بعد اليوم تجاهل دور هذه التطبيقات والمنصات الالكترونية، في ظل التطور المتسارع لها وأخذها حيزا

(1) - عبد الرزاق الدليبي، دور الاعلام في تنشيط الحراك السياسي: شبكات التواصل الاجتماعي انموذجا، في : وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، مراجعة وتحرير: تيسير أبو عرجة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 179.

(2) - فريد حاتم الشحف، الدعاية والتضليل الإعلامي: الأساليب والطرق، دار علاء الدين، دمشق، 2015، ص 50.

مهما من اهتمامات الجمهور⁽¹⁾، الذي تتباين درجات تعرضه لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوياته تبعاً لمتغيرات عديدة منها الدافعية والمضمون المقدم ومدى تلبية احتياجات المستخدمين، ومستويات أفراده الفكرية والعمرية وغيرها.

و"يعتبر تفسير ميلفين ديفليور وروكيتش لاعتماد الجمهور على وسائل الإعلام مجالاً تطبيقياً متميزاً لتأثير الاعتماد على وسائل الاتصال الرقمي، حيث أنهم يفترضون قيام علاقة الاعتماد على دعامين رئيسيتين تتمثلان في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلي حاجاته وتحقيق أهدافه، وكذلك اعتبار نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الأهداف"⁽²⁾، خاصة في أوقات الأزمات الاجتماعية.

من هذا المنطلق فإن المجتمع الجزائري كان قد مرّ بمرحلة استثنائية في بدايات عام 2019 وعاش أزمة ذات طابع سياسي واجتماعي، وهذا ما جعل الأفراد يلجأون إلى مختلف وسائل الاتصال التي تتيح لهم الحصول على مستجدات الوضع، خاصة وأن الحراك الشعبي كان قد مس كل ولايات الوطن في حركة احتجاجية سلمية وغير مسبقة.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أبرز وسائل الاتصال التي اعتمد عليها الأفراد في سبيل إشباع شغفهم المعرفي بالاحتجاجات، بل صار البعض يعتمد عليها كوسيلة اتصال رقمي لنشر أفكارهم وتوجهاتهم بخصوص الحراك الشعبي وفي تشكيل اتجاهات البعض الآخر، وفي نفس الوقت فإن هذه المواقع كانت تعتمد على ما يوجد به المستخدمون المشاركون في الاحتجاجات من صور ومقاطع فيديو وصوتيات، فتؤثر في المقابل في بعض المستخدمين أو غالبيتهم وتشكل وعيهم وتصنع رأيهم، وتشكل الرأي العام في المجتمع كذلك.

(1) - غالب كاظم جواد الدعبي، الاعلام الجديد: اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 159.

(2) - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 307.

إن اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي ينبغي أن ينظر إليه من زاوية مختلفة نوعاً ما، "ونشير في هذا المجال إلى أن⁽¹⁾:

- تختلف الحاجات التي تدعم الاعتماد على هذه المواقع باعتبارها مصادر للمعلومات بتطور المرحلة العمرية ودوافع النمو فيها التي تجعله معتمداً عليها في محاولة فهم الذات والعالم المحيط به.

- تباين الاعتماد على حزم هذه المواقع بتباين أهداف الفئات المتعددة للمستخدمين والزائرين ومصالحهم، مما ينعكس في درجة تفضيلها والاهتمام بها".

يمكن القول نظرياً أن اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي على الأنظمة الأخرى ليس كاعتماد وسائل الإعلام التقليدية، باعتبار أن الأخيرة تتأثر على سبيل المثال بالنظام الاقتصادي من ناحية، وتعتمد عليه في الإعلانات لتحقيق الربح من ناحية أخرى، على عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي تبقى اقتصادياتها لا تشملها كوسيلة وإنما تشمل المواقع والمنصات الإلكترونية التابعة لها، وفي المقابل فإن تلك المواقع تؤثر في النظام السياسي بما تحدثه من تأثيرات سياسية، وفي الوقت نفسه فإنها تعتمد عليه باعتبار أنها معرضة للحجب الكلي في الدولة تماماً مثلما فعلت إيران خلال الاحتجاجات الشعبية فيها، ويبقى "أهم ما أضافته النظرية أن المجتمع يؤثر في وسائل الاتصال، فالنظرية تعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج"⁽²⁾، لا تؤدي أدواراً تجاه مختلف الأنساق الأخرى التي يتشكل منها المجتمع.

(1) - المرجع نفسه، ص 308 - 309.

(2) - مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 227.

وقد تم توظيف هذه النظرية في دراستنا الحالية للاعتبارات التالية:

- رصد إلى أي مدى يعتمد الأفراد والمستخدمون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الحراك الشعبي، وإلى أي حد يصل هذا الاعتماد مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية (خاصة منها التلفزيون)، وما أهداف هذا الاعتماد وتأثيراته عليهم.
- دراسة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تنجم عن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تحصيل المعلومات عن الحراك.
- يشكل الحراك في حد ذاته حدثا استثنائيا تزامن والاستخدام المتنامي لمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، مما شكل نافذة اتصالية سهلت على الأفراد نشر المعلومات وتقصيها بطريقة مباشرة دون وسطاء.

المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة إلى النظرية

إن نظرية الاعتماد كغيرها من النظريات الأخرى لاقت انتقادات كثيرة من طرف البعض، ومن تلك الانتقادات الموجهة لهذه النظرية ما ذكره بعض الباحثين في⁽¹⁾:

- يبالغ نموذج الاعتماد في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة، وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام، واستقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالبا ما تكون محايدة... ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع.

- على الرغم من الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد، فإنه للأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي

(1)- عبد الرزاق الدليبي، مرجع سابق، ص ص 246-247.

تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد، حيث أن الأفراد يتأثروا^(*) بالأصدقاء والمعارف وغيرهم.

ويبقى الانتقاد الكبير الموجه للنظرية متعلقا بما اعتبر أنه تضخيم كبير لدور وسائل الإعلام القوي في التأثير بالنظر لحجم الاعتماد عليها من طرف الأفراد، لكن حسب المدافعين عنها، فإنها في الحقيقة "لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري في أن وسائل الإعلام قوية، لأن الأفراد منعزلون بدون روابط جماعية، والأصح أنها تتصور أن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر معلومات معينة تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية، وذلك علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيدا، زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات وسال الإعلام"⁽¹⁾، زد على ذلك "فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماما، فهي أيضا تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكي تمارس عملها بكفاءة أيضا، ويمكن وصف ذلك بمفهوم الاعتماد المتبادل Interdependence، فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها بعضا"⁽²⁾، حيث يقوم كل طرف بتوفير الحاجيات التي تحتاجها الأطراف الأخرى.

"يضاف إلى ذلك أن هناك حاجة لتطوير عملية التعرف على المصادر التي يحصل منها المواطنون على المعلومات، وهل يعتمدون على قادة الرأي أم على وسائل الإعلام، وما درجة هذا الاعتماد، وما وسائل الإعلام التي يعتمدون عليها في الحصول على معلوماتهم هل هي مصادر محلية أو خارجية"⁽³⁾، وهل مواقع التواصل التي يعتمدون عليها تنشر نقلا مصادر موثوقة أو غير موثوقة.

(*)-الصواب أن يقال (يتأثرون).

(1)- ملفين ديفليروساندرا بول روكيتش، مرجع سابق، ص 420.

(2) - حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 317.

(3) - سليمان سالم صالح، وسائل الإعلام والدبلوماسية العامة، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، 2015، ص 100.

ويسرد الباحث غالب الدعي بعض الانتقادات الموجهة للنظرية، نوجز بعض ما ذكره في ما يلي⁽¹⁾:

"- تأكيدها على ارتباط وسائل الاعلام بالمجتمع، فضلا عن مبالغتها في تأكيد كثافة اعتماد الجمهور على الاعلام الذي ينتج عنه تأثير وتأثر.

- على وفق هذه النظرية فإن الاعتماد على وسائل الاعلام يزيد من التأثيرات المعرفية والسلوكية، إلا أن هذه التأثيرات لا تأتي دائما من وسائل الاعلام، بل تأتي أحيانا من الأصدقاء والمعارف ومصادر أخرى.

- على الرغم من تأكيد هذه النظرية على التأثيرات الناتجة من الاعتماد على النظام الاجتماعي بشكل كامل، إلا أن الدراسات التي أجريت ركزت على تأثيرات وسائل الاعلام في الأفراد وليس في المجتمع

- تنتقد النظرية من ناحية تداخل مصطلح الاعتماد مع التعرض، إذ يتفق عدد من الباحثين على تعريف الاعتماد إجرائيا بالتعرض، لكن نحن ندرك أنه ليس كل من يتعرض إلى وسيلة إعلامية يعتمد عليها".

وهذا أمر مشاهد وملحوظ، فبعض الأفراد لديهم تعرض عرضي لوسائل الاعلام، ومنهم من يتابع وسائل الاعلام تمضية للوقت لا متابعة للمضمون، وهناك أشكال أخرى للتعرض كلها تتنافى والتعرض الذي يفضي للاعتماد.

إنه "رغم منطقية هذه الانتقادات إلا أن الردود عليها بدت أكثر منطقية، فالنظرية تقدم تفسيراً لذلك، حيث أن هناك زيادة في الاعتماد على وسائل الإعلام إبان الأزمات والكوارث وظروف القلق وعدم الاستقرار، وقد أثبتت البحوث والدراسات ذات الصلة

(1)-غالب كاظم جواد الدعي، مرجع سابق، ص ص 161 - 162.

تحقق هذه الفرضية، كما يحسب لأصحاب النظرية الوعي بأهمية التفرقة بين استخدامات وسائل الإعلام وبين الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات⁽¹⁾.

المبحث الثاني: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

مع اتساع رقعة التعبير عن الرأي في الفضاءات الافتراضية وما صاحب ذلك من تطورات هائلة في تكنولوجيات الاعلام والاتصال وثورة الذكاء الاصطناعي، أضحت دوافع المستخدمين في تعاملهم مع مختلف منصات التواصل الاجتماعي متغيرة ومتنوعة، مع الأخذ بعين الاعتبار بأن هذا التنوع مرتبط بعدة متغيرات كالسن والمستوى التعليمي والتنشئة السياسية التي تلقاها كل مستخدم بالإضافة إلى متغيرات أخرى، ويسعى المستخدمون بصفة عامة من وراء هذه الدوافع إلى إشباع جانب من رغباتهم المعرفية و/ أو الوجدانية، ولا تنفك عن أحد المجالات الاجتماعية أو الثقافية أو العلمية أو الترفيهية أو الاقتصادية أو السياسية أو غيرها، وأحيانا تكون مرتبطة بدوافع تواصلية اجتماعية أو سياسية، أو لأجل تلقي وإنتاج الأخبار، أو لتشكيل الاتجاهات والآراء، وهو ما سيتم معالجته في ما يلي.

المطلب الأول: التعبئة السياسية

يعتبر الانسان كائنا اجتماعيا بطبعه وهو في ذلك يميل إلى التواصل مع أقرانه في بيئة اجتماعية تضم أفرادا غير محددین وغير معروفين، وقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعية في تمديد مجال التواصل مع الأفراد الذين يتعذر التواصل معهم وجاهيا في البيئة الواقعية.

تتعدد استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي من طرف المستخدمين عموما بناء على رغباتهم والإشاعات التي يسعون لتحقيقها من هذا الاستخدام، ولعل أكثر الأسباب

(1) - نها عبد المقصود، نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام: الأسس والمنطلقات، المعهد المصري للدراسات، نوفمبر، 2018، ص 07.

الدافعة للاستخدام هي التواصل بين المستخدمين بالدرجة الأولى، فالإنسان يميل للتواصل مع أقرانه، إلا أن الملاحظ أن بعض المستخدمين يميلون للتواصل دون هدف محدد مسبقاً، في ما يمكن تسميته بـ "التواصل من أجل التواصل فقط".

لإن كان الأصل في التواصل أنه مبني على تحقيق هدف محدد أو غرض معين مثلما تشير إليه أبحاث الاتصال، فإن المستخدم يميل لتحقيق إشاعته المعرفية في مختلف المجالات والمواضيع من مواقع التواصل الاجتماعي، كونه لا يستطيع تحقيق ذلك الاشباع من وسائل الاعلام التقليدية او عبر مختلف الفضاءات الواقعية، خاصة منها ما ارتبط بالمجال السياسي.

لقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير جدا في زيادة النزعة السياسية لفئات كثيرة في المجتمع قد تكون خاملة سياسيا والدفع بها للمشاركة والتفاعل مع مختلف الأحداث، وهو ما يؤدي إلى زيادة النشاط السياسي وخلق الرأي العام الجديد باتجاه أحد القضايا وحشد الجمهور وتنظيم الاحتجاجات والتظاهرات⁽¹⁾ وغيرها من المظاهر الاحتجاجية، وقد "اعترف التقرير الذي أصدره خبراء بالمعهد الأمريكي للسلام عام 2010 بأن وسائل الميديا الجديدة لها تأثيرات واضحة على الحياة الاجتماعية والسياسية للمجتمعات المعاصرة"⁽²⁾، وهو ما حصل في كثير من بلدان العالم العربي، بل وفي مجتمعات غربية قبل ذلك أيضا.

فقد تحدث هانيس.غ و ميكائيل.ك في مقال لهما حول الفوز غير المتوقع لدونالد ترامب في انتخابات الرئاسة الأمريكية مشيراً إلى "الدور البارز الذي أداه استثمار وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر...)، والاستعانة ببعض الفتوحات المعرفية (البيانات الضخمة Big Data) في استمالة قاعدة انتخابية عريضة"⁽³⁾ صوتت لصالحه.

(1) - علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 51.

(2) - نور الدين هميسي، الاطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة: قراءة نقدية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد 12، نوفمبر 2014، ص 62.

(3) - هانيس غراسيغير وميكائيل كروغيرس، الإعلام الرقمي ودوره في التحكم بالرأي العام، ترجمة: يوسف أشلجي، مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، 2017، ص 01.

نفس الشيء حدث في بلدان عديدة عربية وغير عربية تم فيها الاستثمار في إمكانات مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة والمنتديات الالكترونية، لأجل التعبئة السياسية للمستخدمين والجماهير عموماً، بغية تحقيق أهداف سياسية آنية أو مستقبلية، مستفيدين في ذلك من سهولة النشر فيها وتوسيع قاعدة المستهدفين خاصة خلال ما يسمى بثورات الربيع العربي و أثناء الحراك الشعبي في الجزائر، فقدره هذه الفضاءات الافتراضية على حشد الجماهير في سرعة قياسية، لا تحتاج أحيانا سوى إلى نشر رسالة إلكترونية أو عرض شريط فيديو مصور، وكذا سهولة التنسيق بين مختلف الجماعات والأفراد المستخدمين والمرتبطين بهذا الفضاء، أتاحت للعشرات من الشباب الجزائري التواصل والالتقاء افتراضيا والتنسيق فيما بينهم لاتخاذ العديد من المواقف السياسية⁽¹⁾.

إذ تعد المنصات الالكترونية فضاء مناسباً لممارسة السياسة حتى بالنسبة لغير المهتمين بالمجال السياسي نسبياً في الحالات العادية، ويعتبرها البعض أنسب مكان في ذلك الوقت -ولا تزال - لممارسة النضال السياسي، بعيداً عن الرقابة الممنهجة وتجاوزاً لكل أساليب الاقصاء والتهميش وتضييق الحريات، فالأجيال الصاعدة حتى وإن كانت تبدو غير مسيسة بالمعنى الايديولوجي المعتاد، فإنها واعية بما فيه الكفاية وتريد التغيير، وتلجأ في ذلك إلى أساليب ووسائل جديدة⁽²⁾.

لقد ساعدت هذه الإمكانيات التقنية لمواقع التواصل الاجتماعي في تحويل الرفض الصامت لشعوب بلدان كثيرة إلى رفض صاخر ممنهج ولو افتراضياً، وتحولت معها المعارضة الأيديولوجية إلى معارضة ميديولوجية مثمرة في ميلاد حركة وعي جديد⁽³⁾، وصار المستخدمون من المحتجين والمتظاهرين يتهافتون على نشر مواد مكتوبة ومصورة من الساحات والميادين إلى ملايين الناس عبر العالم بطريقة غير مباشرة من خلال

(1) - فيصل فرحي، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر: دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي "الاقتدار السياسي" على عينة من الأساتذة الجامعيين، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 03، 2013، ص 247.

(2) - سعد الدين ابراهيم، عوامل قيام الثورات العربية، مجلة المستقبل العربي، ص 134.

(3) - أمينة نبيح، الاتصال الرقمي والاعلام الجديد: موقع facebook نموذجاً، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص 115-116.

شبكات الأخبار العالمية مثل سي إن إن CNN وبي بي سي BBC والجزيرة والعربية⁽¹⁾، وعلى هذا الأساس فقد رأت عديد الأنظمة على أن هذا النوع من الاعلام الذي يمارسه المواطنون في مواقع التواصل الاجتماعي عموما وفي موقع الفايستوك خصوصا يشكل عامل ضغط وخطر عليها، لذلك لجأت سوريا وإيران إلى حظر استخدام الموقع خلال فترات متفاوتة⁽²⁾.

إن تحقيق المستخدمين للتعبئة السياسية لم تكن انطلاقة الأولى من منصات التواصل الاجتماعي رغم أهميتها الكبيرة، لكن سبق وأن تم استخدام الرسائل النصية القصيرة للهواتف النقالة لذات الغرض، تماما مثلما حدث ذلك خلال التعبئة السياسية للانتخابات البرلمانية والرئاسية المصرية عام 2005، وفي تنظيم الاحتجاجات ضد غزو العراق عام 2003، وفي مظاهرات ربيع 2005 في لبنان عقب اغتيال رئيس الوزراء الأسبق رفيق الحريري⁽³⁾.

يمكن القول أن تحقيق التعبئة السياسية قد ساهمت فيه مواقع التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ بسبب قدرتها على كسر الهيمنة المعلوماتية، في عالم افتراضي زالت معه مفاهيم الملكية بمفهومها التقليدي، فلم تعد المعلومة حكرا على أحد أو ملكا له لوحده، ما جعلها عامل ضغط وتوجيه ومنافسة، وأسهمت في ظهور جيل جديد من المستخدمين ليس سهلا توجهمهم وتشكيل وعيهم وآرائهم بسياسات وأساليب وممارسات تجاوزها الزمن.

إن المزايا المتعددة التي أتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي بدء من اعتبارها حقلا للحصول على المعلومات إلى بيئة مساعدة في التعبئة السياسية، قد أسهمت في تعزيز

(1) - محمد قيراط، الرأي العام في عصر الفضاء الرقمي (2)، جريدة الشرق القطرية، السبت 21 رجب 1439 / 07 ابريل 2018، العدد: 10887، ص 27.

(2) - عبد الرزاق الدليبي، دراسات وبحوث في الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 232.

(3) - محمد بهلال، الاعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية: تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية. في: الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم، تحرير: عبد الإله بلقزيز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص 43.

المشاركة الديمقراطية وزيادة اهتمام الأفراد بشؤون بلادهم والانخراط الجماهيري في السياسة، وهو ما لم يكن متاحا بنفس الحجم قبل فترة ليست بالبعيدة.

كما أدت ثورة المعلومات والاتصالات بإفرازاتها المتعددة إلى زيادة مستوى المعرفة والإدراك لدى الجمهور، وتزويده بالتجارب والخبرات والممارسات الإيجابية للمجتمعات الأخرى، فيما يتعلق بقضايا التنمية السياسية والديمقراطية بالمشاركة السياسية وتعزيز روح المواطنة، واحترام حقوق الانسان ومبادئ الشفافية ومحاربة الفساد⁽¹⁾، كما ثبت في الكثير من الدراسات العلمية أن استخدامات الانترنت بصفة عامة والشبكات الاجتماعية بصفة خاصة، قد ساهمت في إيقاظ الوعي العربي⁽²⁾.

عموما، فإن بعض الباحثين يراهن على نجاح هذا النوع من التعبئة السياسية التي تتم في العالم الافتراضي، بالنظر إلى حجم التفاعل بين المستخدمين مع المضامين السياسية، وكذا نشوء رأي عام حول عديد القضايا السياسية كالحراك الشعبي، وبالتالي فحسب هؤلاء الباحثين "يمكن القول أن نجاح التعبئة في العالم الافتراضي يعود إلى الأسباب التالية⁽³⁾:"

- إتقان الشباب لاستعمال التكنولوجيات الحديثة.
- رفض الشباب لهيكل التعبئة التقليدية.
- احتكار النظام السابق وتشويهه للأماكن العامة ووسائل الاعلام.

(1) - عثمان محمد الدليمي، مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص 345.

(2) - فتحي حسين عامر، استطلاعات الرأي العام على الانترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص 20.

(3) - أمينة نبیح، مرجع سابق، ص 117.

المطلب الثاني: تلقي وإنتاج الأخبار

تعد مهمة جمع الاخبار وتصنيفها وترتيبها وتوزيعها ونشرها للجمهور المتلقي من المهام الاصلية والاساسية للصحفي المحترف سواء في الجزائر مثلما ينص عليه قانون الإعلام، او في غيرها من دول العالم حيث يقوم الصحفيون بالتنقل الى مواقع الاحداث والتواصل مع المصادر الرسمية او غير الرسمية ذات الصلة المباشرة او غير المباشرة باي واقعة كانت من أجل كتابة نص اخباري جدير بالنشر والابث والاذاعة عبر مختلف وسائل الاتصال الجماهيرية المتاحة التقليدية منها والالكترونية ونقلها الى الجمهور المستهدف الذي يعد متلقيا يستقي معلوماته عن الاحداث الجارية في مجتمعه المحلي أو الوطني أو حتى الدولي بناء على ما ينقله له صحفيوا ومراسلوا وسائل الإعلام التي تشكل وعيه وتؤطر رؤيته للأحداث.

غير أنه وبتطور تكنولوجيات الاتصال تغيرت معادلة انتاج الاخبار وتعددت اقطابها فلم يعد الصحفيون وحدهم من يقومون بعملية جمع وتوزيع الاخبار ولم تعد الجرائد والقنوات والاذاعات المختلفة هي المصدر الوحيد للحصول على المعلومة، كما "ظهر أن الصحفي لم يعد هو أول من يقوم بوظيفة التأريخ للأحداث، بل أضحي نشطاء الانترنت هم أول من يقومون بهذه الوظيفة حسب جيلمور"⁽¹⁾ من خلال ما ينقلونه من الأحداث الجارية في مختلف الصفحات والحسابات، وارتفاع نسبة متابعتهم، "فنسبة من يتابع الأخبار من منصات التواصل الاجتماعي - حسب إحصاءات قام بها موقع رايتر أكسس WRITER ACCES - قاربت الـ 50 ٪. وفي ظل انتشار الأجهزة الإلكترونية وتطورها المتسارع فإن 56 ٪ يستخدمون هواتفهم الذكية للحصول على الأخبار، بينما يحصل عليها 29 ٪ من خلال الأجهزة اللوحية والحواسيب المحمولة"⁽²⁾، كما أن معظم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يقومون بنشر / أو إعادة نشر عديد المحتويات

(1) - إسماعيل عزام، الرأي العام في قبضة الانترنت، مجلة الصحافة، العدد 01، السنة الأولى، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، الدوحة، ربيع 2016، ص 33.

(2) - عبد الله الرشيد، عالم الأخبار في تويتر وفيسبوك، مجلة الصحافة، العدد 01، السنة الأولى، ربيع 2016، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، الدوحة، ص 34.

الإخبارية في حساباتهم الشخصية والمجموعات والصفحات التي يديروها أو هم مشتركون فيها، من خلال الكتابة والصوت والصورة والفيديو والبث المباشر من مكان الحدث، ما يعطيهم الإحساس بأنهم هم مصدر الخبر الذي يتابعه المستخدمون بل وتتابعه حتى كبريات المؤسسات الإعلامية التي لا تجد بدا من الاعتماد على ما تجود به صفحات المواطنين الصحفيين من فيديوهات في ظل عدم إمكانية تغطية الحدث من طرف مراسلها لأعتبار ما، وهذا من أهم ما تمتاز به تلك الشبكات مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية، إذ تمكن المستخدمين من المشاركة في صنع الخبر والتعليق عليه، ما يعني نهاية مرحلة احتكار صناعة المعلومة في شكله التقليدي الضيق، لينتقل إلى مرحلة أوسع وأشمل ذات انتشار وتأثير كبيرين لم يكن يتصوره أحد قبل عقود من الآن، "وقد حققت هذه المواقع النقلة النوعية في مجال الإعلام واستطاعت في ظرف قصير أن تنافس وبشدة قنوات الإعلام التقليدية، وأن تستقطب الملايين من المستخدمين، فالفايسبوك ذلك الموقع الظاهرة، أثبت في وقت جد وجيز بأن الشبكات الاجتماعية بإمكانها التأثير على إدراك وسلوك مستخدميها⁽¹⁾ وتوجيه اهتماماتهم وتشكيل آرائهم تجاه الوقائع والأحداث التي يهتمون بها، وقد تعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دورا بارزا في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضا لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات"⁽²⁾.

إن تغيير الجمهور للوسائل الاتصالية التي يستقي منها معلوماته و"في ظل هذا التطور الرهيب في عالم الإعلام الرقمي، وبالموازاة تماما مع ارتباط هذا التطور بتطور الإعلام والخبر معه، أصبح عالم الأخبار الرقمي هو الأول من نوعه، وتفوق بذلك على الإعلام المكتوب والمسموع والمرئي، بل إن كل هذه الأنواع بدأت تتجه بشكل متسارع

(1) - دليلة غروبة، الانترنت، الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، عدد 15، السداسي الأول 2013، ص 303.

(2) - صلاح عبد الحميد، الإعلام والثورات العربية، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص 82.

للحاق بالركب ومواكبة هذه الطفرة في عالم الإعلام والأخبار⁽¹⁾، الشيء الذي غير من عادات التلقي التقليدية بالنسبة للجمهور، وتوجهه نحو كل ما هو الكتروني، مستفيدا مما تتيحه شبكة الانترنت من خدمات ومزايا، حيث ساعدت الأخيرة "في ظهور مصادر جديدة ومستحدثة تساعد في التغطية الإخبارية، ومن هذه المصادر بنوك المعلومات والموسوعات والبوابات ومحركات البحث والمواقع الإعلامية المتخصصة والمواقع المؤسسية"⁽²⁾

لقد افرزت هذه التكنولوجيات ظهور نمط جديد من الصحفيين يقومون تقريبا بنفس المهام التي يقوم بها الصحفيون المحترفون وقد اطلق عليهم بعض الباحثين مسمى "المواطنين الصحفيين" الذين يستخدمون مختلف الاجهزة الذكية في نقلهم للوقائع والأحداث، وقد "صاغ مايكل سكادسون مصطلح (المواطن المراقب) لوصف الحالة التي يجمع فيها المواطن المعلومات في عصر تتوفر فيه تلك المعلومات بكثافة"⁽³⁾ أكثر من اي وقت مضى في تاريخ البشرية وقد انتشرت مسميات اخرى عند باحثين آخرين كالصحافة البديلة أو الموازية أو إعلام النحن، و"في كثير من الأحيان على سبيل المثال يستخدم الأشخاص كلمة وسائل الإعلام الاجتماعي لوصف ال user-generated content أو المحتوى المقدم من قبل المستخدمين، وهو المحتوى الذي يقوم المستخدمون بكتابته، ونشره ومشاركته باستخدام أدوات النشر الإلكتروني"⁽⁴⁾، وغيرها من المفاهيم الأخرى المستخدمة، لكن يبقى من أشهرها مصطلح صحافة المواطن.

" هكذا تحولت الحدود بين عالم الميديا التقليدية وتكنولوجيات الاتصال قليلة الحضور، إن لم نقل اختفت نهائيا، نقول هذا رغم أن أغلب مستخدمي شبكة الانترنت

(1) - عبد الله الرشيد، مرجع سابق، ص 34.

(2) - LoicHervouet . « Les journalistes saisis par internet : usages et précautions d'usage » ; les cahiers du journalisme, n° 7, juin 2000, p102.

(3) - ماكس ماكومز وآخرون، الاخبار والرأي العام: تأثير الإعلام على الحياة المدنية، ترجمة: محمد صفوت حسن أحمد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 112.

(4) - مها حامد جنيدى، السوشيال ميديا، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع، دسوق، 2018، ص 05.

ليس لهم الطموح الجارف في أن يصبحوا صحفيين، بل لهم الخلفية في المساهمة الجادة في تقديم مادة إعلامية وإخبارية حول قضايا تعنيهم بشكل مباشر"⁽¹⁾، حيث "تتميز الأخبار التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي عن الأخبار التي تعرضها وسائل الإعلام التقليدية بكونها مشخصة، غير ربحية وتشاركية"⁽²⁾، يساهم الجميع في إثرائها بمزيد من المعلومات التي كانت مغيبة أو غير ظاهرة بشكل جلي، ولهذا السبب اعتبر البعض أن إعلام المواطن "يشكل صدمة تاريخية أو قطيعة في تطور الاتصال والإعلام، فهي باختصار غيرت العلاقة بين الإعلاميين والجمهور، وفتحت آفاقا جديدة أمام البشر في إنتاج وتداول الأخبار والآراء والتفاعل حولها، كما غيرت قواعد العمل في المؤسسات الإعلامية"⁽³⁾ وهذا ما اعترفت به الأمم المتحدة وأكدت في تقرير لها بأنه قد "بات موقروا الأخبار يضمون في صفوفهم اليوم المواطنين الصحفيين وأصحاب المدونات الأفراد، ففي حين قد يفتقر هؤلاء إلى أشكال مؤسسية راسخة من حراسة البوابة الإعلامية، يتعين ان يحصلوا على درجة الحماية نفسها التي يحصل عليها الصحفيون المهنيون، وذلك لمصلحة المجتمع"⁽⁴⁾ وفي ذلك اعتراف اممي بالدور المهم الذي يقوم به هؤلاء من تقديم خدمة للمجتمع من خلال توفير المعلومات لأفراده لدرجة الدعوة لتوفير الحماية لهم اسوة بنظرائهم المحترفين

و"يعمل إعلام صحافة المواطن عبر مجموعة من الأدوات كالمدونات والمنديات ومواقع الشبكات الاجتماعية، باعتبارها منبرا لتوفير بيئة للنقاش والتفاعل وطرح الآراء، خاصة من جانب الفئات العمرية الشابة تجاه مختلف القضايا، وقد بدأت الصورة تتغير مع قدوم هذا الوافد الجديد، فصار هناك مجال للرأي والرأي الآخر"⁽⁵⁾، والأکید

(1) - جمال الزرن، من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الانترنت، في: دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية، عدم وجود السنة، ص 51.

(2) - المرجع نفسه، ص 60.

(3) - محمد شومان، الإعلام: الهيمنة الناعمة وبدائل المواجهة، دار الجمهورية للصحافة، سلسلة كتاب الجمهورية، القاهرة، سبتمبر 2016، ص 148.

(4) - منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، التحدث بأمان: ضمان حرية التعبير في جميع وسائل الإعلام، سان خوسيه، كوستاريكا، 2 - 4 ماي 2013، ص 08.

(5) - ياسين آدم بساطي مصري، صحافة المواطن ومدى قدرتها على التغيير في المجتمعات العربية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 29، السداسي الثاني، 2015، ص ص 99، 100.

"أن مواقع التواصل الاجتماعي فرضت نفسها كوسيط إعلامي واجتماعي جديد، حيث باتت مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة تسيطر على جل وقت مستخدمي الشبكة العنكبوتية بشكل عام والشباب بصورة خاصة"⁽¹⁾، وهذا ما يدفع بعض الباحثين للاعتقاد بـ"أن العصر الحالي والمستقبل سوف تسيطر عليه السلطة الخامسة عبر المنافذ والمواقع الالكترونية المختلفة كالفيسبوك واليوتيوب والمدونات الشخصية وغيرها من أدوات التواصل الالكتروني، وأن ميزان القوة تحول من حراس البوابة في الصحافة التقليدية إلى السلطة الخامسة المتمثلة بالمواطنين"⁽²⁾ الذي لا يجدون أي حرج في نشر أي موضوع كان مادام أنه قد وقع لذلك يشير جمال الزرن إلى أن "أغلب مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يفضل هذه الشبكات كمصدر للأخبار، وذلك لاستقلاليتها عن أجندات المعلنين الذي وقعت في فخه وسائل الإعلام التقليدية"⁽³⁾، والشيء المهم الآخر أيضا هو ارتقاء مواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر مهم للحصول على المعلومة الصحيحة لدى الأفراد عند تضاربها، وتفوقها على كثير من مؤسسات الإعلام التقليدي، وفي ذلك إشارة إلى الأهمية التي صارت تكتسبها صحافة المواطن في وقتنا الحالي، بسبب كونها متحررة من أي شكل من أشكال الرقابة القبلية، ولذلك سماها بعض الباحثين بالإعلام البديل الذي سيزيح يوما ما الاعلام التقليدي من المشهد الإعلامي العام، ومؤشرات ذلك ظاهرة، رغم عدم اتفاقنا مع هؤلاء من حيث المبدأ على فكرة الإزاحة أو الإلغاء.

"إن ظهور الإعلام الرقمي يثير أسئلة حول الدرجة التي تجعل بها المؤسسات الإخبارية المواطنين على دراية ملائمة بقضايا الساعة الرئيسية، إذ يعكس الإعلام الرقمي حيزا لا نهائيا ويحتاج هذا الحيز أن يملأ بمحتوى معين، ونتيجة لذلك يمكن

(1) - ماجدة خلف الله العبيد، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، عدد 26، السداسي الأول 2014، ص 152.

(2) - فاضل محمد البدراني، طالب بحرفياض، فاعلية خطاب السلطات الإعلامية وأثر ذلك في ترسيخ ثقافة المجتمع، مجلة الجامعة العراقية، ع (1/27)، ص 306.

(3) - جمال الزرن، من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الانترنت، في: دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية، السنة، ص 60.

تغطية عدد وافر من القضايا⁽¹⁾ والأحداث بشكل غير محدود ولا نهائي وهو ما يجعل الاختيارات كثيرة أمام المستخدمين لانتقاء ما يهمهم من اخبار وتحليلات تلامس حياتهم اليومية أو مجتمعتهم المحلي الذي يعيشون فيه.

إن الشعبية الكبيرة التي باتت توصف بها مواقع التواصل الاجتماعي دفع ببعض الباحثين من أمثال أريك كولمان وغيره الكثير للتساؤل "لماذا بلغت شعبية وسائل الإعلام الاجتماعي عنان السماء إلى هذا الحد؟ إن هذه الشعبية الجارفة نتجت عن قدرتها على مساعدة الناس على تجنب عدم استيعاب المعلومات"⁽²⁾، وفي قدرتها على رفع مستوى الوعي الجمعي والمعرفي لأفراد المجتمع وفي صقل فكرهم وتشكيل آرائهم من خلال نشرها لمختلف الأحداث المهمة.

المطلب الثالث: تشكيل الاتجاهات والآراء

يحتل موضوع الاتجاهات مكانة هامة في كل العلوم الإنسانية والاجتماعية بتخصصاتها المختلفة تقريبا، حيث تتقاسم دراسته عدة علوم خاصة في علم النفس وعلم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي والعلوم السياسية والاعلام، وذلك لكونه مرتبطا بالإنسان كذات وفرد في المجتمع.

وتقوم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال استخدام الأفراد لها بصورة منتظمة إلى مساهمتها في تشكيل اتجاهاتهم وآرائهم نحو مختلف القضايا التي تثير اهتمامهم ومن ثم إلى تبني سلوك معين، يعكس ذلك الاتجاه، فما هي الاتجاهات؟

تعد الاتجاهات حالة من الاستعدادات الذهنية التي مرت على الفرد في الماضي نتيجة لما عايشه في حياته من تجارب أو ظروف مختلفة، وتؤثر تلك الاستعدادات تأثيرا

(1) - ماكس ماكومز وآخرون، مرجع سابق، ص 193.

(2) - إريك كولمان، الجدوى الاقتصادية لوسائل الاعلام الاجتماعي: كيف تغير وسائل الإعلام الاجتماعي طريقتنا في الحياة والعمل، مكتبة جرير، الرياض، 2014، ص 15.

موجها لاستجابات الفرد نحو كل القضايا والمواقف، ويكون هذا الاتجاه الذي كونه الفرد إما إيجابيا (تأييدا أو معارضة) أو سلبيا (لامبالاة)⁽¹⁾، كما تعبر الاتجاهات عن استعدادات الفرد وميوله التي اكتسبها في حياته اليومية وتؤثر في سلوكه وتصرفاته، وهي تركيب عقلي ونفسي تحدثه الخبرة المتكررة له ويمتاز بالثبات والاستقرار النفسي⁽²⁾ في الغالب، وهي تكتسب من خلال أساليب التنشئة الاجتماعية، لذلك فهي تؤثر في تصرفات الفرد وسلوكياته.

كما يعرفها البعض بأنها "استعداد أو نزوع مسبق للاستجابة بطريقة معينة نحو الموضوع المعطى أو الموقف، فقد ذهب كل من كاتز Katz و استوتلند Stotland إلى أن الاتجاه هو ميل الفرد لتقييم موضوع أو رمز بطريقة معينة"⁽³⁾، بينما عرفها معجم المصطلحات الإعلامية بأنها "حالة استعداد عقلي كونته التجارب أو الظروف التي مرت بالفرد في الماضي، ويؤثر هذا الاستعداد تأثيرا توجيميا على استيعاب الفرد لجميع المواقف والأشياء، ويرتبط الاتجاه بتأهب الفرد واستعداده لأن يتأثر بمثير ما في موقف من المواقف فيتصرف تصرفا معيناً"⁽⁴⁾ وفق ذلك.

"يقول روزنبيرق وروكيش أن التعريف الشائع للاتجاه أو الموقف هو منطلقات للاستجابة التلقائية بطريقة محددة تجاه صنف من الأشياء، ويؤكد هذه الحقيقة كامبيل وروكيش إذ يقولان بأن معظم الباحثين يتفقون على أن الاتجاه أو الموقف هو عبارة عن منطلق موجود مسبقا للاستجابة للمثيرات التي قد يواجهها الفرد"⁽⁵⁾، ولأن الاتجاه له علاقة بذات الفرد فهو شيء كامن فيه لا يعرف مدلوله إلا صاحبه، على عكس الرأي الذي يأتي جهرا يتم الإعلان عنه للغير.

(1) - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 23.

(2) - يسرا حسني عبد الخالق، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، 2015، ص 40.

(3) - السيد علي شتا، قياس الاتجاهات الاجتماعية: نموذج التحليل العاملي في البحوث الاجتماعية، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2002، ص ص 18-19.

(4) - محمد جمال الفار، مرجع سابق، ص 06.

(5) - سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام والمنظور الإسلامي، مؤسسة الرسالة، دون مكان نشر، دون سنة نشر، ص 87.

يمكن التمييز بين اتجاهات الفرد النفسية وبين آرائه بناء على المكونات التي يتشكل منها كل منهما، حيث تتضمن الاتجاهات ثلاثة مكونات مرتبطة أساساً بالعاطفة والميول والمعرفة، على عكس الآراء التي لا تتضمن إلا مكوناً واحداً فقط مرتبطاً بالمعرفة⁽¹⁾. فبينما يتضمن المكون الوجداني أو العاطفي كل المشاعر النفسية التي يبديها الفرد تجاه الموضوع من انجذاب أو نفور، فإن المكون المعرفي يضم كل المعلومات والمعطيات التي يعرفها الفرد عن الموضوع الذي شكل اتجاهه نحوه، وكذا القيم التي يصدرها نحوه، تلك التي لها علاقة بالصحة والخطأ أو بالصواب والانحراف⁽²⁾، ويشير باحثون آخرون في مجال الاتجاهات على أنها تتكون من عناصر ثلاثة أساسية لها علاقة تحديداً بالبعد الذهني العقلي، والنفسي والسلوكي، حيث "يتكون الاتجاه أو الموقف من محتويات عقلية وأخرى عاطفية بحكم ارتكازه على المعتقدات التي يغلب على بعضها أن تكون عقلية وعلى الأخرى أن تكون عاطفية، وهي متداخلة ويقوي بعضها بعضاً"⁽³⁾، كما تتعدد معها عوامل تشكيلها.

تتعدد عوامل تشكيل الاتجاهات لدى الأفراد والمجتمعات، وقد اختلف الباحثون في رصد العامل الأساس في ذلك تبعاً لاختلاف مشاربهم العلمية والبحثية، ولا تكاد تخرج تلك العوامل عن البعدين النفسي أو الاجتماعي، حيث أن "اتجاهات الأفراد تتشكل وفقاً للمعلومات التي يتعرضون لها، فإذا كان الناس لا يعرفون شيئاً عن نوع معين من الأحداث والقضايا العامة، فلا يتوقع أن يكون لديهم اتجاهات نحو هذه الأحداث أو القضايا"⁽⁴⁾، فالعلم بالشيء ومعرفته أساس لبني اتجاه نحوه، و"ترتبط عملية تكوين الاتجاهات إما بمؤسسات وجهود تلقائية كتلك التي ترتبط بالأسرة أو جماعات الرفاق، وإما بجهود مخططة ومقصودة بهدف إحداث تغيير محسوب وعن وعي، وذلك من خلال استخدام وسائل الاتصال، مؤسسات لإعادة تعليم وتدريب أفراد

(1) - محمد محمد البادي، مدخل إلى دراسة الرأي العام، ط2، دار المهندس للطباعة والنشر، دمايط، 2006، ص95.

(2) - السيد محمد خير وآخرون، تغيير الرأي العام وعلاقته بالاتجاه نحو الجريمة، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 1987، ص ص 24، 25.

(3) - سعيد إسماعيل صيني، مرجع سابق، ص 88.

(4) - جمال الديبي حياصات، الرأي العام وتحديات المجتمع المعاصر، دار المستشارون للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 94، 95.

المجتمع"⁽¹⁾، كما يتم ذلك من خلال استغلال مواقع التواصل الاجتماعي، التي تعد من أحدث ما جاءت به التطورات المتلاحقة في تكنولوجيات الاتصال، حيث شكلت ثورة نوعية لها تأثيرها في التواصل بين الأفراد والجماعات افتراضيا، وفي نشر الأخبار وتقريب التصورات مع الآخر، كما يتم من خلالها قياس الاتجاهات وتقييم الاستجابات⁽²⁾ بالنسبة لمختلف المواضيع والقضايا.

لقد غدت مواقع التواصل الاجتماعي أحد أكثر الفضاءات الافتراضية تعبيرا للتعددية في معناها الواسع، وما إقبال المستخدمين عليها إلا علامة على ذلك، حيث يجد المستخدم في صفحاتها المهمة بالقضايا العامة تعددا وتنوعا في الآراء السياسية والفكرية⁽³⁾، التي تساعده في صقل اتجاهاته وأفكاره وتشكيل وعيه، "إلا أنه إذا كان الأفراد غير مدركين وواعين للأحداث، فإنه ليس من المتوقع أن يهتموا بها، فالإدراك والوعي والمناقشة تقود إلى بلورة الآراء، وغالبا ما تقود إلى اتفاق جماعي في الرأي بين الجمهور"⁽⁴⁾، مع احتمالية وجود آراء مخالفة لهم.

"إن كثيرا من وسائل الإعلام وأدوات التواصل الاجتماعي تستهدف الشباب باعتبارهم مكونا حيويا في الرأي العام والمؤثر في اتجاهات المجتمع نحو كثير من القضايا الهامة والمحورية، لذا تجد وسائل الاتصال الجماهيري مسارات متعددة وحيوية تؤدي إلى تشكيل الوعي والتوجيه نحو قضايا الشباب الهامة"⁽⁵⁾ خاصة منها ما تلامس حياتهم اليومية وتمسهم ومصالحهم مسا مباشرا.

إن ارتباط تشكيل الاتجاهات بوسائل الاتصال الحديثة بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي، لا يعني بالضرورة أن الفرد لم تكن لديه اتجاهات مسبقة قبل تعرضه لتلك

(1) - عبد الغفار رشاد قصبي، الرأي العام والتحول الديمقراطي في عصر المعلومات، مكتبة الآداب، القاهرة، 2004، ص 111.

(2) - علي جروه، فضاء الديمقراطية، دون دار نشر، دون دولة، 2013، ص 63.

(3) - جمال زرن، الإعلام العمومي والتعددية: من أجل شبكة مؤشرات التعددية الإعلامية، أشغال الملتقى الدولي "وسائل الإعلام العمومية العربية وعمليات التحول الديمقراطي"، ص 48.

(4) - عبد الناصر أحمد جرادات ولبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 78.

(5) - جمال الدبعي حياصات، مرجع سابق، ص 79.

الوسائل، وإنما تعمل تلك الوسائل على تدعيمها وتثبيتها أو تعمل على تعديلها وتغييرها كلياً، لكن ذلك لا يتم إلا من خلال وجود عوامل تؤثر في ذلك، حيث "أن تغير المستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي لأفراد المجموعة قد يجعلهم يعيدون النظر في آرائهم وأفكارهم وتنطبع اتجاهاتهم بالإطار الاجتماعي والاقتصادي والثقافي الجديد"⁽¹⁾، فالإنسان ابن بيئته ومن الطبيعي أن يحاول التكيف معها ومع المستجدات الحاصلة فيها.

إن سعي وسائل الاتصال بما فيها مواقع ومنصات التواصل الاجتماعي لتشكيل أو تعديل أو تغيير اتجاهات الافراد نحو الأحداث والقضايا الراهنة، يظهر بجلاء أهمية الاتجاهات ودراستها، وهذا ما ذهب إليه كثير من الباحثين، وهم في سعيهم لدراستها يرجون تحقيق أمرين مهمين هما:

- تفسير السلوك الآني للأفراد: وذلك لأن السلوك يكون في الغالب متوافقاً مع اتجاهات الفرد، ففهم اتجاه الفرد أو الجماعة نحو موضوع معين من شأنه أن يعطي لنا انطباعاً لفهم وتفسير السلوك الحالي الذي يمارسه.
- التنبؤ بالسلوك المستقبلي: فإذا كان اتجاهه مؤيداً لشيء ما، فإن من المتوقع بشدة أن يسلك سلوكاً يؤكد فيه ذلك التأييد، فلو كان الفرد لديه اتجاهاً مؤيداً للانتخابات فإنه من المتوقع أن يذهب للانتخاب، ونفس الشيء ينطبق على معارضة الشيء.

إن دراسة الباحثين للاتجاهات مرده بالإضافة إلى ما سبق بيانه آنفاً، إلى أن الاتجاهات لها مجموعة من الوظائف التي تساعد صاحبها في حياته اليومية وتفاعله مع غيره وبيئته، وفي هذا الاطار يلخص تريانديس Triandis وظائف الاتجاهات في ما يلي⁽²⁾:

(1) - عبد الناصر أحمد جرادات ولبنان هاتف الشامي، مرجع سابق، ص 79.

(2) - سعيد إسماعيل صيني، مرجع سابق، ص 93.

- تساعد الانسان على إدراك العالم من حوله من خلال تبسيط المعلومات المعقدة حول البيئة التي يعيش فيها.
- يحمي بها الفرد كرامته من خلال تمكين نفسه من تجنب كل ما هو غير سار.
- تساعد الفرد على التكيف مع عالمه المعقد الذي يحيا فيه.
- تساعد الفرد على التعبير عن قيمه التي يؤمن بها.

الفصل الثالث:

البيئة الافتراضية

للرأي العام

المبحث الأول: الفضاء العام الافتراضي

يعد الفضاء أو المجال العمومي من أبرز المصطلحات التي نالت حظها من الدراسة والبحث في علم الاجتماع بالدرجة الأولى، وفي بعض الميادين المعرفية الأخرى ذات الصلة، لارتباطه بكل ما له علاقة بحياة الفرد اليومية، سواء منها ما تعلق بعلاقته بوسائل الإعلام أو السلطة السياسية، وصولاً لإبداء الرأي "وبقدر ما يزداد استقلال النسق الإعلامي ودمقرطة الحياة السياسية وفاعلية عمليات الاستطلاع، ويتوافر الفضاء العمومي الذي يتحرك فيه الفاعلون الاجتماعيون والسياسيون والإعلاميون بحرية، ويتبادلون النقاش بطريقة عقلية ليتشكل الرأي المنور حول القضايا الجوهرية، تتوافر الشروط الضرورية لإنجاز مهمات الحكم الرشيد والتنمية البشرية الناجعة"⁽¹⁾، والمواطنة الصالحة.

المطلب الأول: ماهية الفضاء العام الافتراضي

أشار بعض الباحثين إلى أن "قراءة أو إعادة قراءة يورغان هابرماس غالباً ما تكون "تمريئاً إلزامياً" لأي بحث في علوم الاعلام والاتصال يتعامل مع مسائل الخطاب والاتصال العام"⁽²⁾، وذلك لشمولية دراساته من جهة، والمفاهيم ذات المعنى الواسع التي أتى بها وخاصة منها مفهوم "الفضاء العام".

يعد مفهوم الفضاء العام من أبرز المصطلحات ذات البعد الفلسفي والسوسيولوجي التي أخذت حيزاً كبيراً من النقاشات العلمية على مدار عقود ولا زالت إلى الآن، ويعتبر الفيلسوف الألماني "يورغان هابرماس Habermas" هو أول من صاغ المصطلح ونحت معناه، وقد عرفه بأنه "مجتمع افتراضي أو خيالي، ليس من الضرورة تواجده في مكان معروف أو مميز، فهو يتكون في الأساس من مجموعة من الأفراد لهم

(1) - محمد شلي، تبادل الفرص والقيود بين السياسة والإعلام وأثره في العملية السياسية، مجلة المستقبل العربي، ص 40.

(2) - Zineb Benrahhal Serghini et Céline Matuszak, « Lire ou relire Habermas : lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien », Études de communication, 2009/32, p.33-49.

سمات مشتركة يجتمعون بعضهم ببعض كجمهور، لكي يقوموا بوضع وتحديد احتياجات المجتمع من الدولة، ويعتبر المجال العام مصدرا لتكوين الرأي العام⁽¹⁾، حول مختلف المواضيع التي تهتم الأفراد في مجتمعهم الذي يعيشون فيه، ويضم الفضاء العام حسب هابرماس الصالونات والمقاهي والحدائق العامة وغيرها من الأماكن التي يشغلها عموم الناس.

بتعبير آخر فإن "الفضاء العام هو أولاً وأخيراً فضاء يتم فيه تبادل المعلومات حول الموضوعات العامة التي بدورها تشكل الرأي العام، لكن فكرة الفضاء العام تتضمن فيما تتضمنه صيغة مثالية للمشاركة الجماهيرية"⁽²⁾، لذلك لطالما اعتبر الفضاء العام ذلك المجال الذي تتم فيه النقاشات الحرة حول مختلف القضايا التي تهتم الناس فيبدون فيها آراءهم بكل حرية، ويعلقون عليها وفق ما تمليه عليهم مصالحهم الشخصية وتوجهاتهم الذاتية، وانتماءاتهم الشخصية والمرجعية التي يستندون إليها، و"يرى يورغان هابرماس أن الفضاء العمومي نشأ في نهاية القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر، وهو يعني بالفضاء العمومي المجال الذي تمارس فيه عمليات النقد والنقاش العام في المسائل السياسية التي تهتم المجتمع"⁽³⁾، وبذلك "يتضمن مفهوم المجال العام الذي طوره هابرماس أحكاماً قيمية تتفق تماماً مع المثل الليبرالي الذي بموجبه يكون المجال العام "مجال ممارسة التفكير العام"⁽⁴⁾.

وقد "أظهر هابرماس بشكل جيد للغاية في كتابه الفضاء العام كيف حدث التحول خلال القرن الثامن عشر، من المجال العام الذي يهيمن عليه تمثيل السلطة

(1) - مالفى عبد القادر وتواتي فاطمة الزهراء، الفضاء العمومي والإعلام الجديد، مجلة الصورة والاتصال، العددان 5 و 6، سبتمبر 2013. مكتبة الرشاد للطباعة والنشر، سيدي بلعباس، ص 35.

(2) - نبي ميلور، الصحافة العربية الحديثة المشكلات والتوقعات، ترجمة: منذر محمود محمد، العبيكان للنشر، الرياض، 2012، ص 154.

(3) - الصادق الحمامي، المجال الإعلامي العربي: إرهابات نموذج تواصل جديد، في: الإعلام وتشكيل الرأي العام والقيم، تحرير وتقديم: عبد الإله بلقزيز، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (69)، بيروت، 2013، ص 103-104.

(4) - Gingras, Anne-Marie, Médias et démocratie: le grand malentendu, 2e éd, Presses de L'université du Québec, Québec, 2006, p 13.

الملكية، إلى الفضاء العام البرجوازي، حيث يمكن للعقل أن يتحدى السلطة"⁽¹⁾، لذلك فإنه يرى بأن المجال العام "يتشكل ويتكون من خلال إتاحة ساحات ومنتديات للنقاش في القضايا السياسية تعنى وتعمل على إعادة تنظيم وبلورة الآراء المعروضة بشأن القضايا وترشيحها وفق جدارتها، ووفق ما تحظى به من اهتمام عام من قبل المشاركين في النقاش"⁽²⁾، وقد توسعت هذه الرؤية الهابرماسية كثيرا لمفهوم المجال العام خاصة بفعل وجود تغيرات هيكلية في أشكال الاتصال الحالية، ما أسهم في توسع مفهوم "الفضاء العمومي" بعد ذلك ليشمل فضاءات افتراضية أكثر انتشارا، تشكل شبكة الانترنت قاعدتها الأساسية، "والشبكة Network هنا باتت وكأنها تمثل الفضاء العام الرقمي الجديد، وذلك باعتبارها تعبيراً عن تصاعد الديمقراطية الرقمية...إننا إزاء توسع هائل للمجال العام لم تعرف البشرية مثيلاً له منذ اكتشاف المطبعة، وهو مجال يتسع أفضقه لباقي المجالات، لاسيما للفئات التي كانت عرضة للإقصاء والتهميش"⁽³⁾ والانعزالية، مع تجريدها من حق التعبير عن آرائها في مختلف الفضاءات العمومية التقليدية.

في الواقع هناك عدم اتفاق تام بين الباحثين بخصوص مدى قدرة الفضاء الافتراضي على تشكيل الفضاء العام وفق المعنى الذي كان يروج له هابرماس، وبرزت إزاء هذه الاشكالية رؤيتان بحثيتان متناقضتان، لخصهما الباحث حلمي خضر سامي في ما يلي⁽⁴⁾:

أ- قدرة الفضاء الافتراضي على بناء مجال عام: يرى المدافعون عن هذا الاعتقاد بأن الفضاءات التقليدية هي فضاءات مختنقة ومقيدة ومنضبطة وخاضعة لسيطرة الدولة ورقابتها، مما يحول إلى حد كبير دون تشكيل الهيئة العامة المكونة للمجال العام داخل الأطر التقليدية المعروفة.

(1) - Jean Sgard, Naissance de l'opinion publique, L'homme et la nature, vol. 7, 1988.

(2) - عادل عبد الصادق، الفضاء الالكتروني والرأي العام: تغير المجتمع والأدوات والتأثير، سلسلة قضايا إستراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس 2011، ص 08.

(3) - خالد جمال عبده، الإعلام البديل على الانترنت: فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2016، ص 84.

(4) - حلمي خضر ساري، التواصل الاجتماعي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص ص 142 - 143.

ب - عدم قدرة الفضاء الافتراضي على تشكيل مجال عام: يذهب المدافعون عن وجهة نظرهم بالقول بأن الفضاء السايبري هو فضاء خيالي، وهذا يعني انه لا يتوافق مع طبيعة المجال العام القائمة على التفاعل الاجتماعي بين مختلف الأفراد الخصوصيين.

إنه مع تطور تكنولوجيات الاتصال والتواصل الحديثة، وما أتاحتها من فضاءات افتراضية واسعة وغير محدودة للنقاش وتبادل الآراء بكل حرية بعيدا عن الرقابة الرسمية والضغوطات التي يمكن أن تمارس على أصحاب الفكر، فقد أصبح هذا النوع من الفضاءات الافتراضية ملجأ لكثير من المستخدمين على شبكة الانترنت وخاصة منهم المحرومون من حق إبداء الرأي في الفضاءات التقليدية أو الذين يخافون تبعات الجهر بآرائهم فيها، حيث "يمثل هذا الفضاء الافتراضي للتعبير ملاذا للخطابات المناوئة للخطاب الرسمي، فقد سُمح للفاعلين الاجتماعيين بنشر آرائهم والتعبير عن مشاعر غضبهم ورفضهم الوضع المتنازع عليه القابل للتغيير"⁽¹⁾، وقد ساعد هذا الأخيرة في "ظهور مجال عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية هايبرماس إلى حد كبير، حيث يمارس فيه الكتاب والمواطنون حريتهم في مناقشة القضايا العامة ومعارضة النظم السياسية التي ينتمون إليها، وهو ما يطلق عليه البعض الفضاء المعلوماتي Cyber Space"⁽²⁾ الذي يضم كمًا هائلا من المعلومات التي لا تنضب عن كل المواضيع التي تشغل بال الناس في المجتمع، خاصة مع بروز مواقع التواصل الاجتماعي وما أتاحتها من مساحات افتراضية غير مقيدة، يكون فيها المستخدمون هم صناع الخبر والرأي والمعلقون عليه على حد سواء، وقد أدت تلك المواقع "أدوارا محورية في تحدي أشكال التواصل الكلاسيكية التي تفرضها السلط السياسية والثقافية والاقتصادية، وطرق انتقال المعلومة وتداولها، ويرجع أثر ذلك إلى الأهمية التي اكتسبتها هذه الوسائط التفاعلية لدى المجتمعات الانتقالية Transitional Societies"⁽³⁾، خاصة مع توسع نطاق الربط والولوج

(1) - عيسى مزاح، التنديد والاحتجاج عبر شبكات التواصل الاجتماعي: نحو تجديد أشكال المشاركة السياسية في الجزائر، مجلة عمران، المجلد 7، العدد 27، 2019، ص 55.

(2) - خالد جمال عبده، مرجع سابق، ص ص 81-82.

(3) - أحمد عتيق، شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة التوافقية في مجتمعات هجينة: قراءة في دور منصة تويتر في قطر، مجلة عمران، المجلد 07، العدد 28، 2019، ص 92.

واستخدام شبكة الانترنت لدى قطاعات كبيرة من أفراد تلك المجتمعات "وهي بهذا تشكل فضاء عموميا افتراضيا يتعدى الخصائص النمطية التقليدية كالإطار الزمني والمكاني، واقتصرها على النخبة في المجتمعات البرجوازية، وزيادة درجة الحرية للأفراد المنتمين لهذا الفضاء بإتاحة إمكانيات واسعة للتعبير، إضافة إلى ظهور ممارسات اتصالية وإعلامية حديثة الكل فيها مرسل ومستقبل"⁽¹⁾، دون معرفة شخصية بالضرورة فيما بينهم، إذ إنه في الفضاءات الافتراضية "لا يوجد بالضرورة معرفة بين المشاركين في المجال العام ببعضهم البعض، ولكن لديهم إدراك وفهم القضية أو الاهتمام أو أحداث معينة أو التعبير عن وجهة نظر تجاه المجتمع أو العالم، ويمكن لأي شخص أن يشارك بآرائه أو مساهماته، بعد أن ساعدت وسائل الإعلام الجديد في الخروج من النطاق الخاص إلى المجال العام الأوسع والأكثر استقطابا للعديد من الأفراد"⁽²⁾ والمستخدمين وخاصة منهم فئة الشباب، "وعلى نقيض من ذلك يرى العديد من الباحثين أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة يمكن أن تساهم في تشتت المجال العمومي وتحوله إلى مجموعة فضاءات منغلقة على نفسها"⁽³⁾ تكون أقرب إلى الفضاءات الخاصة منها إلى الفضاءات العامة.

بغض النظر عن كل تلك الآراء، يمكن التأكيد بأن "الادعاء بأن الإنترنت قد عملت على إحياء المجال العام يعد موضوعا متأصلا الآن في أدبيات الإنترنت وفي النقاشات العامة حول الشبكة، وذلك نظرا للطبيعة التفاعلية والتشاركية التي تتيحها تطبيقاتها"⁽⁴⁾ بشكل آني وفوري متجاوزة بذلك حدود الزمان والمكان وحساسية المواضيع خاصة منها ذات الطابع السياسي، "ومع ظهور التكنولوجيا الرقمية واستخدامها الواسع، انتقلت السياسة إلى الفضاءات الافتراضية، ليصبح الحديث ممكنا عن قوى حزبية وسياسية

(1) - مالفى عبد القادر وتواتي فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 34.

(2) - عادل عبد الصادق، مرجع سابق، ص 07.

(3) - مصطفى ثابت، الفضاء العمومي الافتراضي مجال جديد لحرية التعبير والممارسة الديمقراطية، مجلة الحوار المتوسطي، المجلد 10، العدد 1، مارس 2019، ص 351.

(4) - خالد جمال عبده، مرجع سابق، ص 80.

افتراضية، قادرة على إتاحة العديد من المعطيات التي تزكي الديمقراطية⁽¹⁾، في ظل مجال عام افتراضي "أصبح يقدم بوصفه مجالاً عاماً حقيقياً نافياً المجال السياسي التقليدي، وبكونه يتميز بفاعلية شديدة قادرة على إنتاج حالة إجماع على قيم ورموز سياسية معينة"⁽²⁾.

في ختام الحديث عن الفضاء العام الافتراضي، و"في ظرف اكتسى فيه العالم الافتراضي طابعاً مثالياً جعل الكثيرين يعتقدون أن هذا العالم لا يخضع للقوانين، لكن سرعان ما أدرك الجميع، مثلما يؤكد "ميشال فان" مدير الإعلام بصحيفة لو دوفوار الكندية، أن العالم الافتراضي هو جزء لا يتجزأ من العالم الواقعي، وأن شبكة الانترنت لا يمكن أن تشكل جزيرة معزولة تقف بمنأى عن قوانين العصر"⁽³⁾ ومقتضيات الواقع.

المطلب الثاني: خصائص الفضاءات الافتراضية الجديدة

تعتبر الفضاءات الافتراضية شبيهة بالفضاءات الواقعية من حيث كونها مجالاً وحيزاً للتعبير عن الرأي لكن في شكله الرقمي، غير أنها في المقابل تتميز عنها في طبيعتها ونمط التعبير فيها، حيث "يتميز الفضاء العمومي الافتراضي ببعض الخصائص عن الفضاء التقليدي وفق المستويات التالية: إعادة تشكيل الحدود بين العام والخاص، أشكال جديدة من الفعل الاجتماعي، جماليات جديدة، المستخدم المبتكر، نخب جديدة"⁽⁴⁾، وهذه النخب ليست بالضرورة تلك التي اعتاد الأفراد متابعتها في مختلف وسائل الاتصال الرسمية، حيث كانت تُغيب بعض النخب الأخرى عمداً عن الجمهور، "تلك النخب التي كانت مهمشة في الإعلام التقليدي والفضاءات الواقعية، وجدت من الفضاء العمومي الافتراضي مجالاً لإنتاج خطابات متنوعة حشدت بها تأييد الرأي العام

(1) - المرجع نفسه، ص 76.

(2) - عبد المجيد رمضان، الديمقراطية الرقمية كآلية لتفعيل الديمقراطية التشاركية (حالة الجزائر)، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 16، جانفي 2017، ص 80.

(3) - نصر الدين لعياضي، الاتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل، مرجع سابق، ص 166.

(4) - هواري حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015، ص 228.

الافتراضي، فاتحة بذلك الباب على مصراعيه لنقاش عام يتسم بحرية الرأي والتعبير⁽¹⁾، دون حواجز اتصالية تعيق وصول الرسالة إلى الجمهور المخاطب.

كما أوجدت لنا هذه الفضاءات قادة رأي جدد ومؤثرون جدد استغلوا الامكانيات الاتصالية التي تتوفر عليها شبكة الانترنت للتموقع وتعزيز مكانتهم بين المستخدمين، فهي "تمثل في حد ذاتها مجالا سياسيا وإعلاميا عاما يمكن لكافة المستخدمين المشاركة فيه بأرائهم ووجهات نظرهم، بالإضافة إلى تقييم أداء الدولة وانتقاد سلطات الحكومة أو الدعوة إلى احتجاج عام أو التعبئة من أجل حركة اجتماعية أو إصلاحية"⁽²⁾، ويتم ذلك كله من خلال النقاشات وتبادل الرؤى عبر مختلف المنصات الالكترونية المعروفة، حيث "أصبحت تتشكل بفضل شبكة الانترنت فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة أمكنة افتراضية، في مجال عام يتشكل عن طريقه نوع من الحوار التشاركي ذا الطابع الحر، لا تقيده سلطة معينة، وبدون حدود وتاريخ، إذ يتعامل المستخدمون مع هذه الفضاءات بعدّها أمكنة ذات طابع ثقافي يكون الحوار والتواصل أساسها"⁽³⁾، وهو الركن الأساسي لقيام رأي عام حقيقي وفعال.

كما أن من خصائص هذه الفضاءات الجديدة "أن مهامها متعددة، وتوجهاتها متنوعة وليست أحادية، وأن جمهورها متعدد الشرائح والفئات، وأن ساحة انتشارها مفتوحة"⁽⁴⁾ ورحبة لكن للمستخدمين فقط، إذ لا تتاح إمكانية التعبير في هذا النوع من الفضاءات لمن ليست له إمكانية الولوج لشبكة الانترنت، أو لعدم امتلاكه لحساب في إحدى مواقع الشبكات الاجتماعية، وهو ما يجعل من الرأي الذي ينشأ فيها مقتصرًا فقط على المستخدمين دون غيرهم من الأفراد.

كما أن هؤلاء المستخدمين تتفاوت درجات تفاعلهم مع مختلف المضامين التي تستأثر باهتمامهم، فكما أن هناك المستخدم الخامل الذي لا ينتج وعيا ولا معرفة لغيره

(1) - مصطفى ثابت، مرجع سابق، ص 352.

(2) - خالد جمال عبده، مرجع سابق، ص 83.

(3) - مؤيد السعدي، الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد، منشورات ألفا للوثائق، قسنطينة، 2019، ص 198.

(4) - حارث عبود ومزهر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 152.

هناك في المقابل مستخدمون واعون وفاعلون بدرجة كبيرة جدا، وهنا "يجب عدم التقليل من أهمية انتشار المستخدمين الفاعلين الذين يمكن لأعمالهم أن تساعد في تشكيل الفضاء الالكتروني والذين يتشكلون بدورهم عن طريق تفاعلهم ضمن الفضاء الالكتروني"⁽¹⁾، الذي لا يقصي أي أحد في تفاعله مع مختلف الأحداث سواء بتأييد أو معارضة أو وقوف على الحياد، وهذا من "أهم ما يميز الانترنت كوسيلة إعلامية عن وسائل الإعلام الأخرى، هو إتاحة الانترنت للأدوات التفاعلية التي تمكن من حدوث تفاعل بين الجمهور والقائم بالاتصال"⁽²⁾، بطريقة فورية ومباشرة، وبين المستخدمين بعضهم مع بعض كذلك.

في مقابل ذلك كله، فقد "أسهمت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ووسائل الإعلام الجديد في التأسيس لمفهوم (المواطنة الافتراضية) كركن مهم في ترسيخ الديمقراطية الرقمية، وصار الحديث متداولاً عن المواطن الالكتروني الذي ينشط عبر الفضاء الافتراضي ويتفاعل معه"⁽³⁾، ربما أكثر من تفاعله مع ما يتم نشره وإذاعته في وسائل الاتصال التقليدية، لكون المستخدم يبحث عن التفاعلية الفورية التي يجدها في مثل هذه الفضاءات دون غيرها، مما يجعله يحس وكأنه شريك في صناعة وإنتاج الأخبار والتعليق عليها، والمشاركة في كل ما يهم مجتمعه المحلي.

لقد أتاحت هذه الفضاءات الافتراضية بما تملكه من ميزات التنسيق والتواصل السريع والفعال بين جموع المستخدمين، إمكانية حشد البعض تجاه موضوع أو قضية بعينها من خلال نشرها عن طريق فيديوهات قصيرة أو طويلة يتم تصويرها عبر الهواتف الذكية ثم تنزيلها في موقع الفايسبوك لتنال حظها من التعليقات المؤيدة أو الراضية أو الساخرة، وهذه السرعة الكبيرة في التفاعل المرتبط بالقضية ساعدت كثيرا من المستخدمين في دعم وتعزيز اتجاهاتهم الفكرية والسياسية، أو تغييرها في بعض

(1) - مؤيد السعدي، مرجع سابق، ص 218.

(2) - John E.Newhagen and Sheizaf Rafaeli, « why Communication Researches should Study the Internet ? » ; journal of Communication, Vol 64, N° 03, winter 1998 , p 20.

(3) - منال قدواح، الإعلام الجديد: خطوات واعدة نحو بروز مفهوم جديد للديمقراطية وآليات ممارستها رقمياً، مجلة العلوم الانسانية، مجلد ب، عدد 43، جوان 2015، ص 236.

الأحيان، وفي تشكيل الرأي العام والتأثير فيه من خلال استخدام بعض الأساليب مثل "الانحياز لبعض الآراء وإبرازها للجمهور، والتركيز عليها بأكثر من طريقة سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، والاحتفاء بها، والحديث عن ايجابياتها، والتقليل من شأن سلبياتها، وفي المقابل تقوم بتشويه الآراء الأخرى، وإبراز سلبياتها وتضخيمها، وافتعال الإشكالات حولها، ويصل الوضع أحيانا لحد تجاهل تلك الآراء وحجمها عن الجمهور"⁽¹⁾.

وإجمالاً يمكن تلخيص أهم الخصائص التي تتمتع بها الفضاءات الافتراضية ومواقع التواصل الاجتماعي في ما يلي⁽²⁾:

- سهولة الاستخدام وسهولة التعامل مع الموقع.

- مجانية الاشتراك وإتاحته للجميع بدون تمييز.

- السقف العالي من المصدقية في إتاحة المعلومات.

- إمكانية وضع محددات للمعلومات والمستخدمين.

بينما يشير الباحث عبد الرزاق الدليبي إلى مجموعة مميزات أخرى وهي⁽³⁾:

- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتحطم فيها الحدود الدولية.

- التفاعلية: فالفرد فيها مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية في الاعلام القديم.

- التنوع في الاستخدام: يستخدمها الطالب للتعلم والعالم لبث علمه، والكاتب للتواصل مع القراء.

- سهولة الاستخدام

- توفير والاقتصادية: اقتصادية في الجهد والوقت والمال.

(1) - عادل عبد الصادق، مرجع سابق، ص 13.

(2) - حارث عبود ومزهر العاني، مرجع سابق، ص 144.

(3) - عبد الرزاق الدليبي، صناعة الاعلام العالمي المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 101.

كما يشير باحثون آخرون لبعض الخصائص التي تمتاز بها الفضاءات الافتراضية منها⁽¹⁾:

- تتميز المجتمعات الافتراضية بأنها جماعات مصالح، لأنها تتشكل بفعل المصالح والاهتمامات المشتركة.

- تتميز هذه المجتمعات بالعالمية، إذ يشارك فيها أفراد من كل أنحاء العالم.

- لا يوجد تقارب جغرافي بين أفرادها، ولا وقت حقيقي.

- تتميز بأنها مجتمعات مؤقتة وليست دائمة، إذ أنها ممكن أن تزول في أي وقت وخاصة إذا تناقص عدد أفرادها.

ورغم كل هذه الخصائص فإن من أكثر الخصائص أهمية هي توفيرها للمستخدمين مساحات أكبر للتعبير عن الرأي بكل حرية، والتعبير عن اتجاهاتهم الحقيقية دون خوف، خاصة وأنه يمكنهم النشر من خلال هويات غير حقيقية وتلك ميزة أخرى لا تقل أهمية عن الأولى.

المطلب الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية

"إن المجال العمومي الوطني عرف توسعا عموديا بظهور الفضاء العمومي الافتراضي الذي تجلّت من خلاله شخصيات وأحداث وقضايا من الحياة اليومية والاجتماعية والحياة السياسية والثقافية كانت محجوبة عن المجال العمومي التقليدي"⁽²⁾، يعتبر مفهوم الفضاء الافتراضي أو الرقمي من المفاهيم التي واكبت ظهور وتطور تكنولوجيايات الاتصال ابتداء من النصف الثاني من القرن العشرين، وقد استخدمه وليام جيسون لأول مرة في روايته الرومانسيون الجدد التي نشرها في أمريكا عام 1984، حيث ينشئ الناس حسبه عالما هو ليس مكانا واقعيا، كما أنه في المقابل

(1) - عثمان محمد الدليبي، مرجع سابق، ص 102.

(2) - الصادق الحمادي، الميديا الجديدة والمجال العمومي: الإحياء والانبعاث، مجلة الاذاعات العربية، ص 19.

ليس فضاء حقيقيا، بل هو مكان وهمي أو خيالي⁽¹⁾، وقد كان مرتبطا حينها بالحاسوب في بداياته الأولى، كما يعرفه آخرون بأنه "تلك البيئة الافتراضية التي تعمل بها المعلومات الالكترونية والتي تتصل عن طريق شبكات الكمبيوتر، كما يعرف بأنه ذلك المجال الذي يتميز باستخدام الالكترونيات والمجال الكهرومغناطيسي لتخزين وتعديل أو تغيير البيانات عن طريق النظم المتصلة والمرتبطة بالبنية التحتية الطبيعية"⁽²⁾، وهو بذلك يعد بيئة غير فيزيائية تأتي في موازاة البيئة الواقعية، مع وجود بعض أوجه التشابه والاختلاف بينهما.

إن من أهم سمات هذه البيئة الافتراضية هو السرطان السريع للمعلومة تلقينا واستلاما، في ظل عدم وجود مالك لها بالمعنى التقليدي للتملك "وجاء ذلك من خلال وسيط الفضاء الالكتروني وما أتاحه من أدوات الرأي والتعبير التي تميزت بالتنوع، وسهولة الاستخدام، وضعف الرقابة التقليدية عليها مثل غرف الدردشة والمجموعات البريدية واستطلاعات الرأي الالكترونية والمدونات وغيرها"⁽³⁾ من المنصات والوسائط الالكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية، أو ما اصطلح على تسميته البعض بالإعلام أو الميديا الجديدة التي تعد بمثابة "فضاء تواصل بديل ومواز وفريد، تتشكل فيه أنماط جديدة من التفاعل والتعبير، والمضامين تحولت في سياق سانح إلى قوة سياسية وثقافية فاعلة في المجتمع وقادرة على تغييره"⁽⁴⁾، في ظل عدم قدرة الحكومات التامة على السيطرة عليها من حيث النشر والانتشار، رغم محاولات حجها وتضييق الوصول للمستخدمين إليها، كما "يعتبر استعمال وسائط الإعلام الجديد قبل كل شيء انخرطا في العولمة، وهو تموقع في فضاء افتراضي يصبح هو بمثابة المجتمع الشبكي الذي ينتهي إليه الفرد، ومن سمات هذا المجتمع الافتراضي هو انصهار الأفراد في منظومات شبكات

(1) - سميشي وداد، منتديات الحوار الالكترونية في الجزائر: تميز في تقديم الخدمة العمومية وقدرة على استمالة جمهور الطلبة، مجلة الحكمة، العدد 25، السداسي الثاني 2013، ص 172.

(2) - عادل عبد الصادق، مرجع سابق، ص 06.

(3) - الأميرة سماح خرج عبد الفتاح، الإعلام وتشكيل الإحساس بالخطر الجمعي: أزمات المجتمع المصري نموذجا، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2012، ص 42.

(4) - الصادق الحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي: الإحياء والانبعاث، مرجع سابق، ص 15.

الاتصال دون قيد، ومن سماته أيضا نبذ الإقصاء وتحرر الفرد من كل القيود التي تحول دونه ودون الانخراط في منظومة اجتماعية ما⁽¹⁾، دفعته إليها رغبة أو حاجة نفسية أو معرفية تمسه مسا مباشرا، وتحقق له رغبة أو مصلحة ذاتية، وقد تحولت بفعل ذلك "إلى أفضل الفضاءات تجسيدا للتعددية، وما الإقبال عليها إلا علامة على ذلك، يجد المتصفح بالبحث أو ضمن قائمة الأصدقاء أو في مختلف الصفحات المهتمة بقضايا الشأن العام تعددا في الآراء الفكرية والسياسية"⁽²⁾، خاصة في البلدان العربية حيث "ازداد اللجوء إليها كأداة للتعبئة، كما تعدّ أداة مهمة في زيادة وعي الأفراد وتوسيع آفاقهم، خاصة في ظل ظهور فاعلين جدد (المدونين)، وبداية تشكل فضاء عام جديد"⁽³⁾، يمتاز باللامحدودية في النشر في ظل بروز "نخب الكترونية جديدة" وجدت ضالتها في تلك البيئة الافتراضية، لتنشر آراءها وأفكارها وخطاباتها، لكن وكما يقول بعض الباحثين "لا يجب أن نهتم بمحتويات الخطابات التي تبثها مواقع الشبكات الاجتماعية فقط، بل يجب التركيز على عمليات استخدامها وتوظيفها، فهناك فرق بين الاستخدام والاستهلاك"⁽⁴⁾، تماما مثلما هناك فرقا بين المتابعة والاتباع.

"إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات"⁽⁵⁾، وهذا ما دفع البعض للاعتقاد بأننا "نعيش اليوم في عصر وسائل التواصل الاجتماعي، إن الفايسبوك وتويتر وجوجل ولينكد إن، جميعها أمثلة على التحول السريع في حياة الناس، في التفاعلات والهويات والنقاشات والآراء، إلى

(1) - رضا مثناني، الإعلام الجديد وتوطين المعرفة في المنطقة العربية: الحلقة المفقودة، مجلة الحكمة، العدد 28، السداسي الأول، الجزائر، 2015، ص 268.

(2) - جمال زرن، مرجع سابق، ص 48.

(3) - محمد بهلال، مرجع سابق، ص 26.

(4) - نصر الدين لعياضي، وسائط جديدة وإشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، ص 47.

(5) - ابتسام دراجي، آليات وأشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الالكترونية الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد أ، عدد 47، جوان 2017، ص 268.

ساحة جديدة يختلط فيها العام بالخاص، وإلى مشاع اجتماعي رقمي واسع، ويجري هذا التحول على نطاق واسع وغير مسبوق⁽¹⁾، وقد يزداد هذا التحول تطورا وتعقيدا مع توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.

إذ أن وسائل التواصل الاجتماعي ومنصاته كالمدونات والشبكات الاجتماعية مثل الفايسبوك والتويترو وغيرها أضحت تمثل فضاءات حديثة وجديدة يتردد عليها الكثير من الأفراد والمستخدمين، وبالتالي صارت تمثل مصدرا للكثير من التصورات التي يحملها هؤلاء عن العالم من حولهم⁽²⁾، حيث قاومت وسائل الإعلام البديلة المجال العام المتحكم فيه، وقامت بفتح فضاءات التفاعل التلقائي الذي تستطيع فيه الجماهير أن تمثل نفسها⁽³⁾ بنفسها وتعبّر عن تطلعاتها الحقيقية بعيدا عن أي ضغوطات يمكن أن تمارس عليها.

المبحث الثاني: حرية التعبير في الفضاء الافتراضي

تعتبر حرية الرأي والتعبير من أهم حقوق الإنسان الدولية التي نصت عليها المواثيق والمعاهدات الأممية، ولأهميتها الأساسية في حياة الأفراد فقد تم تخصيص يوم عالمي للاحتفاء بهذا الحق في 03 ماي من كل عام، "وتعني حق الأفراد في التعبير عما يعتنقون من أفكار دون أن يكون في ذلك مساس بالنظام العام وحقوق الآخرين، وهي حق أساسي للإنسان، وإن كان تفسير معنى حرية التعبير يختلف اختلافا من دولة

(1) - السير ديفيد أومانند، جيبي بارتليتو كارل ميلر، استخبارات وسائل التواصل الاجتماعي، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية: دراسات علمية، العدد 125، أبو ظبي، 2014، ص 09.

(2) - الصادق رايح، وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمات: نماذج عملية ورؤى مستقبلية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، عدد 15، السداسي الأول 2013، ص 12

(3) - ستيفن كولمان و كارين روس، الإعلام والجمهور، ترجمة: صباح حسن عبد القادر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص72.

لأخرى، ومن فترة تاريخية لأخرى في الدولة نفسها⁽¹⁾، تبعا لمعطيات ومغيرات عديدة جدا، لعل من أهمها مدى تمتع تلك الدول بالجو الديمقراطي، وإتاحته لشعبها.

المطلب الأول: ممارسة الديمقراطية في الفضاء الافتراضي

إن الديمقراطية كمفهوم وممارسة تركز على مجموعة من الأسس التي تعتبر لصيقة بها، ولا يمكن الفصل بينها بأي حال، مثل حرية الصحافة والفكر وحرية الرأي والتعبير عنها بكل وسائل النشر المتاحة للأفراد، وأغلب هذه الحقوق مدونة في دساتير معظم الدول بغض النظر عن مستوى الديمقراطية فيها فعليا، "ويذهب سفيان بن حميدة^(*) إلى أن هذه القوانين تكتسب أهمية نسبية، ففي الدول التي تحترم فيها المؤسسات، ويتمتع فيها المواطن بضمانات دستورية حقيقية، فإن هذه النصوص تجد لها صدى حقيقيا في الواقع المعيش، أما في الدول الأخرى، فإن هذه النصوص لا تكتسب إلا طابعا سياسيا رمزيا"⁽²⁾، لكنها أبعد ما تكون عن تحقيقها في الواقع، وهذا ما قد ينعكس بالسلب كذلك على مستوى الديمقراطية الممارسة في الفضاءات الافتراضية، أو ما يسميها البعض بـ "الديمقراطية الالكترونية أو الرقمية"، رغم أن بعض الباحثين يرون أن الحديث عن الديمقراطية الرقمية وما يرتبط بها من مفاهيم أخرى كالأمة الرقمية أو الرأي العام الرقمي لا يزال في مرحلته المبكرة، وتفتقر فيها الكتابات إلى صياغة نظرية محكمة، أو أسس امبريقية دقيقة"⁽³⁾.

إن الديمقراطية الرقمية توفر فرصا عديدة متاحة لدعم وتعزيز ما يعرف بالتحول الديمقراطي في المجتمعات المتغيرة، حسب تعبير صامويل هانتنغتون S.Huntington عالم السياسة الأمريكي وتتجلى حسبه هذه الفرص على مستوى العملية والمضمون⁽⁴⁾، أو على مستوى الشكل والمحتوى، إذ تعرف البشرية تطورات

(1) - بسام المشاقبة، الرقابة الإعلامية: دراسة مقارنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 52.

(*) - صحفي تونسي.

(2) - عبد الحليم موسى يعقوب، حرية التعبير الصحفي في ظل الأنظمة السياسية العربية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص 62. نقلا عن: سفيان بن حميدة، حرية الرأي والتعبير: قراءة في المفهوم ص 15.

(3) - عبد الغفار رشاد قصبي، مرجع سابق، ص 266.

(4) - منال قدواح، مرجع سابق، ص 235.

متسارعة جدا في وسائل وتكنولوجيات الاعلام والاتصال من جهة مع ثراء المحتوى والنقاش الجاد الذي يجرى فيها بما أتاحتها من إمكانيات هائلة في التعبير عن الرأي بكل سهولة ويسر.

"يصطدم تطبيق مبادئ الديمقراطية الرقمية بتحديات كثيرة في الدول النامية على وجه الخصوص، حيث لا تؤمن بعض النظم السياسية في هذه الدول بحقوق الاتصال وحرية التعبير والتعددية في مجال الإعلام والمشاركة الجماهيرية الفاعلة في رسائل الاتصال"⁽¹⁾، حيث لا تزال عقلية الحجر والمنع والتقييد السائدة في الفضاءات الواقعية تلقي بظلالها على الممارسات المنتهجة في العالم الافتراضي.

إن "انحسار محيط الحرية في الواقع الفعلي جعل من الفضاء الإلكتروني واقعا بديلا تحول مع وجود الشبكات الاجتماعية من كونه واقعا افتراضيا إلى واقع حقيقي خاصة في ظل الافتراضات الأساسية التي قام عليها الفضاء الإلكتروني من حيث التفاعل كنتيجة أساسية للتجانس في الاهتمامات والميول والاتجاهات"⁽²⁾، والآراء والسلوكيات، تجاه القضايا التي يهتم بها المستخدمون ويتقاسمون الاهتمام بها، لدرجة أن "صار الحديث في بعض القضايا السياسية الحساسة الداخلية أمرا مستساغا، بعدما كان الحديث فيها ضربا من المستحيل، لقد صارت قضايا الفساد السياسي والمالي حديث المجالس والمنتديات العامة، وزادتها حدتها انخراط الشباب في المجال العام الافتراضي"⁽³⁾ بقوة كبيرة، والاحصائيات الدالة على ذلك خير دليل، "وقد دفع صعود أعداد مستخدمي المواقع الاجتماعية المراقبين والخبراء إلى توقع أن يصبح التفاعل في ساحات الشبكات الاجتماعية أكثر من التفاعل في الساحات الواقعية بنسبة تقارب

(1) - عبد المجيد رمضان، مرجع سابق، ص 80.

(2) - مالكي زوهير وزين الدين كادي، دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي، مجلة الصورة والاتصال، العددان 5 و 6، سبتمبر 2013. مكتبة الرشاد للطباعة والنشر، سيدي بلعباس، ص 67.

(3) - نورين عشاش، استطلاعات الرأي العام في المجتمع بين التصديق والتشكيك، المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية،

المجلد 09، العدد 03، ديسمبر 2018، ص 212.

60%⁽¹⁾، وربما تزيد النسبة عن ذلك مستقبلا في ظل الانتشار المتزايد لتلك المواقع من جهة وازدياد أعداد المستخدمين وتوسع شبكة الانترنت من جهة أخرى.

لذلك يعتقد البعض أن "المواطنين هم الذين يخلقون الأمة الرقمية الجديدة، ويكُونون الرأي العام الرقمي، ويصيغون في ممارساتهم الديمقراطية الرقمية، وهؤلاء المواطنون لديهم بالضرورة القدرة على استخدام تطبيقات وأدوات الاتصال الحديثة وتكنولوجيا المعلومات المتقدمة"⁽²⁾، وبإمكانهم التفاعل مع مختلف المواضيع والقضايا التي تهتم مجتمعاتهم أو بلادهم.

تعتبر المواضيع ذات الطابع السياسي من أبرز القضايا التي يهتم بها كثير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعيين، ويتناقشون فيها و"يحصلون المؤشرات الدالة على ربح [قضية*] سياسية أو خسارتها وينشرونها على صفحاتهم كي تكون موضوع النقاش العام، مثل هذا النقاش شكل الفضاء العام الافتراضي الذي يقترّب من حيث الدلالة إلى الفضاء العمومي بالمفهوم الهبرماسي"⁽³⁾، رغم اختلافهما في المقابل في بعض الخصائص، حيث أن الفضاء العام يخص جميع الأفراد دون استثناء، بينما الفضاء الافتراضي يخص المستخدمين فقط دون غيرهم، مما يقصي بقية أفراد المجتمع، "وتتأسس نظرية الفضاء العمومي في نسختها الجديدة على تحديد نطاق الإمكانيات التي يمكن ان تقوم بها مواقع الشبكات الاجتماعية في توفير مساحة للنقاشات العامة والجماعية وتيسير إمكانية إيجاد أرضية يقوم على أساسها رأي عام فعال في بيئة افتراضية تتيح لجميع المستخدمين التعليق والتفاعل مع ما يطرح للنقاش من قضايا تمس الأغلبية مسا مباشرا أو تمس مصالحهم، وذلك من خلال منتديات الحوار الجماعية والمدونات والصفحات الشخصية، والمجموعات التي يتم انشاؤها في مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة، وخاصة منها الفايسبوك، وذلك في ما يتعلق بالشؤون

(1) - ابتسام دراجي، مرجع سابق، ص 272.

(2) - عبد الغفار رشاد قصيبي، الرأي العام والتحول الديمقراطي في عصر المعلومات، مكتبة الآداب، القاهرة، 2004، ص 265.

(*) - الكلمة غير واردة في أصل كلام المؤلف، ربما تكون سقطت سهوا لأن المعنى بدونها ناقص.

(3) - مالفى عبد القادر، استخدامات الشبكات الاجتماعية كفضاءات عمومية في صناعة الحدث، مجلة الصورة والاتصال، مكتبة الرشد للطباعة والنشر، سيدي بلعباس، عدد 09 - 10، سبتمبر 2014، ص 46.

الاجتماعية أو السياسية على وجه التحديد، حيث يجتمع هؤلاء المستخدمون "في مجتمع مفتوح غير مقيد يسمح بعرض الآراء والأفكار وتبادل الحوارات من دون قيود السلطة عليها، مثل المنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية"⁽¹⁾ ذات الاستخدام والانتشار الواسعين، ويتناقشون فيها حول المواضيع السياسية من سياسيين وغيرهم، وينتقدون فيها سياساتهم وممارساتهم في الشأن العام، مما قد يسبب ضغطا وإحراجا لهم.

يقول Kriesi كريسي في كتابه Mobilizing Public Opinion in Audience Democracies أن الفاعلين السياسيين الرسميين حينما يشعرون بالضغط الكبيرة التي يمارسها عليهم الإعلام والرأي العام والاستطلاعات، "فإنهم يلجأون إلى صوغ استراتيجيات مضادة تقلص من تلك القيود، وتتضمن هذه الاستراتيجيات المضادة: نقل المشكلات وتحويلها إلى مواقع أخرى، ونقل النقاشات إلى مجالات ثانوية، واستبعاد القضايا الساخنة من الفضاء العمومي أو تقليص الاهتمام بها"⁽²⁾، ومحاولة تكوين رأي عام منساق أو منقاد لها، لعلمها أن "هذا النوع من الرأي العام يكون دائما عرضة لتقبل الشائعات وعادة يستغلهم رجال السياسة والأحزاب وأعدائهم، وهم في الغالب يمكن إقناعهم دون مناقشة وتفسير وتحري، فهم أشبه بالقطيع يسوقه الرأي العام القائد والمؤثر"⁽³⁾، بسبب قلة الوعي والمعرفة بالموضوع، رغم ما يمتاز به المكان الافتراضي من استبعاد عنصر الخوف من التعليق والمناقشة، إذ أن "من بين مزايا المكان الافتراضي هو نهاية فوبيا المكان، إن الخوف من المكان دليل على تملكنا لمكان آخر، وعندما ندخل في منظومة المكان الافتراضي نصبح لا نخشى شيئا بحكم عدم قدرتنا على تملك الافتراضي باعتباره فضاء، لذلك وصفت شبكة الانترنت كفضاء افتراضي بأكثر الأمكنة تحررية، وعدم مقدرة أي طرف إمتلكها"⁽⁴⁾، بالمعنى الكلاسيكي

(1) - مؤيد السعدي، مرجع سابق، ص 157.

(2) - محمد شلي، مرجع سابق، ص 40.

(3) - ياسر حمزة، تزوير الانتخابات جريمة ضد الإنسانية: دراسة تطبيقية على الانتخابات المصرية، دار ميريت، القاهرة، 2011، ص 287.

(4) - هواري حمزة، مرجع سابق، ص 226.

للامتلاك أو السيطرة عليها وعلى محتوياتها بشكل كامل، على عكس وسائل الاتصال الجماهيرية، إذ "بعد تطور الشبكة ونموها لم يعد هناك مالك لها، واختفى مفهوم التملك ليحل محله ما أصبح يسمى بمجتمع الانترنت"⁽¹⁾، الذي يسمح بممارسة حياة ديمقراطية رقمية.

إن من أهم الآثار المترتبة عن الثورة الرقمية والتكنولوجية في الحياة الديمقراطية بصفة عامة، هو رجوع الأخيرة لصيغتها المباشرة، حيث تمارس في الفضاء الافتراضي من طرف المستخدمين بشكل مباشر، يستطيع من خلالها المتلقون والمستخدمون التفاعل بكل حرية ودون قيود مسبقة مع أي مضمون إعلامي مهما كان مصدره أو مضمونه، وهو ما ساهم بدوره -كذلك- في بلورة مفهوم "المواطنة الافتراضية" أو "المواطنة الرقمية" باعتبارها أحد الأسس التي تقوم عليها الديمقراطية الافتراضية، وصار شائعا الحديث الآن عن المواطن الإلكتروني الذي يعتبر الفضاء الافتراضي الحيز الذي ينشط من خلاله ويمارس فيه ديمقراطيته بكل حرية.

لقد أضحت ممارسة الديمقراطية في مختلف الفضاءات الرقمية أو الافتراضية أو الإلكترونية واقعا لا يمكن القفز عليه، بل ينبغي للأفراد والجماعات والأنظمة أن تتقبله باعتبار جزء لا يتجزأ من الحياة السياسية اليومية، وهذا ما دفع البعض للاعتقاد بأنه "قد أصبحت الديمقراطية الإلكترونية أمراً حتمياً لا هروب منه، إنه يحدث بالفعل والأفضل لنا أن نتقبل ذلك، وأن نتعايش معه، كما يجب أن نُعلم أنفسنا على نحو أفضل؛ حتى نتمكن من اتخاذ القرارات السليمة، لم يعد فرض القيود على سلطة الشعب خياراً قابلاً للتطبيق لقد جعل الإنترنت منه خياراً عفا عليه الزمن"⁽²⁾.

يمكن اعتبار هذا النمط الجديد من ممارسة الديمقراطية - في وقتنا الحالي - حقا وواجبا في الوقت ذاته، يمارسها المستخدمون كحق مكتسب، وكواجب عليهم من ناحية

(1) - فتحي حسين عامر، مرجع سابق، ص 131.

(2) - مارك بالنافز، ستيفاني هيميلرمك وبريان شوسميث، نظريات ومناهج الاعلام، ترجمة: عاطف حطبية، القاهرة، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2017، ص 273.

المشاركة السياسية الافتراضية "ومع تزايد المقبلين على ممارسة الديمقراطية الرقمية في الجزائر، تزايد مخاوف التضييق على حرية التعبير والرأي التي تمارسها السلطة على النشطاء والمدونين"⁽¹⁾، خاصة خلال البدايات الأولى للحراك الشعبي.

المطلب الثاني: توظيف الانترنت في ترسيخ حرية التعبير

تعتبر شبكة الانترنت بما تتيحه من فضاءات واسعة للتعبير، أحد أبرز الوسائل الاتصالية أهمية في تاريخ البشرية، بالنظر للمزايا الاتصالية العديدة التي تمنحها للمستخدمين، وأهمها التحرر من رقابة السلطة، لذلك اعتبر البعض ظهورها بأنه "أضعف بيروقراطية الدولة لصالح القوى السياسية وهيئات المجتمع المدني، من خلال قضائه على احتكار المعلومات، وضمانه لانسيابها بحرية لا يمكن التحكم فيها، فظهور الإعلام الإلكتروني إيذان ببداية تحرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، وهو تحرر مزدوج يشمل حرية الإرسال وحرية الاستقبال"⁽²⁾، وحرية النشر وإعادة النشر والتعليق بالكتابة والصورة والصوت، والفيديو، بما يحقق التفاعلية لأقصى درجة ممكنة، التي تعد من أهم السمات التي تميزت فيها شبكة الانترنت عن الوسائل التقليدية الأخرى، وتتضمن التفاعلية التخاطب الفوري Chatting وخدمات البريد الإلكتروني E-Mail، حيث يمكن للقارئ التعليق على الأخبار والمواضيع والمقالات التي يقرأها عبر شبكة الانترنت، ويتفاعل معها عن طريق إبداء رأيه⁽³⁾، بالإضافة إلى إمكانات اتصالية أخرى تعزز من التواصل الإنساني المباشر وإن كان عبر الفضاء الافتراضي.

حيث يرى أستاذ الاتصال في جامعة إنديانا الأمريكية الباحث جون بافيليك John V.Pavilik في مقال له بعنوان: (الرسول هو وسائل الإعلام: وسائل إعلام جديدة،

(1) - عبد المجيد رمضان، مرجع سابق، ص 82.

(2) - عبير الرحباني، الاعلام الرقمي (الالكتروني)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 151.

(3) - عبير الرحباني، مرجع سابق، ص 139.

قواعد جديدة)، أن شبكة الانترنت تشكل تحديا كبيرا وضخما لمؤسسات الإعلام التقليدية، وهو تحد يساعد الجمهور من جهة ويعيد تحديد دور الصحفيين في المجتمع من جهة أخرى⁽¹⁾.

وتبقى المواجهة مفتوحة بين ما تقدمه الشبكة من إمكانيات وبين ما تؤسس له وسائل الاتصال التقليدية، فليس هناك من وسيلة قادرة على التحكم كليا وإقامة الحواجز أمام السيل الجارف من الرسائل التي تتدفق عبر هذا الفضاء الافتراضي، كما أن أعداد مستخدمي الشبكة في ازدياد مضطرد، وتغري مواقع تواصل اجتماعي عديدة مثل موقع الـ (Facebook) الشباب للانضمام والتعامل معها من دون حدود⁽²⁾، نظرا للامتيازات الاتصالية التي تتمتع بها.

إن هذ الامتيازات جعلت من الشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات على شبكة الانترنت من أكثر وأهم الوسائل التي تعد بيئة صالحة لدعم وتعزيز حرية التعبير، لذا يمكن القول بأن الانترنت قد منحت كل الأفراد في كل المجتمعات وسيلة يمكنهم من خلالها نشر ما يعتقدونه من آراء، وكذا نشر الأخبار والأحداث بسرعة ودقة فائقتين، قد تكون في أحيان كثيرة وقت حدوثها، وذلك كله دون انتظار تصريح من السلطات⁽³⁾

وفي السياق ذكر تقرير للشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان بعنوان (خصم عنيد: الانترنت والحكومات العربية) أن "الحكومات العربية حاولت وتحاول أن تفرض سيطرتها على الانترنت وتطوعه لإرادتها، ولكنها فشلت.. فسعت جاهدة لإخضاعه والسيطرة عليه عبر حجب بعض المواقع تارة، أو حبس كتابه ومستخدميه تارة"⁽⁴⁾، خاصة إذا ما تم تصنيفهم على اعتبار أنهم من الصفوة أو قادة الرأي الذين يؤثرون في غيرهم، من خلال الأخبار التي يتداولونها بلغة جريئة وصریحة، والتي تكون غالبا

(1) - محمود علم الدين. تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحف، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص ص 283، 284.

(2) - صباح ياسين، الإعلام حرية في انهيار، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2010، ص 40.

(3) - محمد الطاهر وآخرون، الانترنت في خدمة حرية التعبير، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان ومركز تونس لحرية الصحافة، القاهرة، دون سنة نشر، ص 132.

(4) - بشرى جميل الراوي وعبد المحسن الشافعي، مرجع سابق، ص 65.

محجوبة بالكامل عن النشر والبيث في وسائل الاتصال الرسمية، أو تكون مبتورة السياق ومجزأة في أحسن أحوال نشرها.

وقد "سلّط اليوم العالمي لحرية الصحافة في واشنطن لعام 2011 الضوء على حرية التواصل، فركّز على وسائل الإعلام الحديثة مثل المدونات وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي كعوامل للتغيير"⁽¹⁾، وجاءت القرارات الدولية مؤكدة ذلك في نفس السياق، حيث يؤكد "القرار A/HRC/REC/20/8 الذي اعتمده مجلس حقوق الإنسان في 16 تموز/ يوليو (جويلية) 2012 تأكيده بشأن تعزيز التمتع بحقوق الإنسان على شبكة الانترنت وحمايتها، فإنه يتعين على الحقوق نفسها التي يتمتع بها الناس خارج نطاق شبكة الانترنت، أن تحترم ضمن نطاق شبكة الانترنت، وبخاصة حرية التعبير"⁽²⁾، لكن ينبغي أن يؤخذ بعين الاعتبار أيضا "أن حماية الحق في حرية التعبير عبر شبكة الانترنت لا يحتاج فقط وضع سياسات خاصة بهذه الشبكة تحترم حقوق الإنسان، بل يحتم أيضا إيجاد بيئة تكفل حماية حرية التعبير بوجه عام"⁽³⁾، سواء وسائل الإعلام أو الفضاءات العامة أو في مختلف فضاءات التعبير والتواصل الرقمية.

إن "شبكة الانترنت تمثل ساحة قادرة على الوصول إلى كل فرد - أو كل فرد لديه جهاز كمبيوتر - ويمكن أن تعمل على تعزيز المجادلات والحوارات دون الإشارة إلى العنصر أو الجنس أو العرق أو الطبقة الاجتماعية أو الجنسية"⁽⁴⁾ أو أي عامل آخر من شأنه الإشارة إلى المستخدم، فهي تتعامل مع الجميع على قدر المساواة ودون تمييز، لذلك يرى البعض أنه "لا بد من الاعتراف بأن هذه التكنولوجيا ساهمت في توسيع هامش الحرية الذي يتمتع به الأفراد في الوطن العربي، وفي حفز المشاركة والممارسة

(1) منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، التحدث بأمان: ضمان حرية التعبير في جميع وسائل الإعلام، سان خوسيه، كوستاريكا، 2-4 ماي 2013، ص 04.

(2) - منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، مرجع سابق، ص 08.

(3) - أحمد محمد صالح، إنثوغرافيا الانترنت وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، طبعة الكترونية، دون سنة نشر، دون مكان نشر، ص 512.

(4) - جين تشابمان ونك نوتول، الصحافة اليوم، تر: أحمد المغربي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 81.

السياسية"⁽¹⁾، وزيادة الوعي الاجتماعي والسياسي للأفراد بالقضايا والشؤون العامة التي تهمهم، حيث أن "شبكة الانترنت العالمية جعلت الوصول للمعلومات والمعرفة لا تحتاج لأكثر من لمسة زر، وما يتبع ذلك من الاطلاع على ثقافات ومعلومات وعادات وسلوكيات جديدة لم يعرفها شبابنا من قبل"⁽²⁾.

إن "لدى الانترنت نزعة وميولا ديمقراطية، فهي منتدى وساحة شاسعة تشجع العديد من الناس على التفاعل مع بعضهم البعض، فالشبكة تجعل من الممكن للمواطنين حول العالم المشاركة على الملأ في حوار عام، وهيكلها وبنيتها غير المركزية يساعد الأفراد على تجنب وتجاوز كل بوابات الرقابة"⁽³⁾، والتعبير بكل أريحية دون الأخذ بإذن أو موافقة أحد قبل النشر أو التعليق على أي موضوع -إلا في حدود ضيقة جدا^(*)- ولا يلتزم فيها المستخدم بأي التزامات في الغالب، إذ أن "قدرة المدونين على إفشاء المعلومات لقطاع عريض من المتلقين، وموقعهم خارج نطاق الإعلام السائد، هما نقطتان من أهم نقاط قوتهم، فهم لا يدينون بالفضل لأحد، ينشرون المعلومات يشيرون إليها ويعلقون عليها وفقا لمعاييرهم الخاصة المميزة"⁽⁴⁾، لكن هذه الحرية في إبداء الآراء مهما اتسعت فإن لها بعض الضوابط التي تقيدها، "إن استعارة مفهوم حرية إبداء الرأي من المفهوم الغربي إلى المفهوم الإسلامي يؤدي إلى خلط في المفاهيم، فالإسلام حدد مجموعة ضوابط لإبداء الرأي، وربط بين حق إبداء الرأي وبين واجبات المسلم"⁽⁵⁾ في حياته اليومية.

(1) - محمد بنهال، مرجع سابق، ص 52.

(2) - اسماعيل محمد الزبود، علم الاجتماع، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 159.

(3) - أحمد محمد صالح، مرجع سابق، ص 489.

(*) - إن الحديث عن عدم وجود بوابات للرقابة على شبكة الانترنت أمر غير صحيح، فكثير من المواقع والمجموعات الالكترونية لا تتيح للمستخدمين إمكانية التعليق أو النشر إلا بعد إطلاع الأدمن على مضمون ذلك التعليق أو المنشور، وترجع له حرية السماح او عدم السماح لذلك المضمون بالظهور، وهذا نوع من أنواع البوابات المستخدمة في شبكة الانترنت.

(4) - نزهة حنون، المدونات الالكترونية فضاء لحرية الرأي والتعبير: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري جامعة قسنطينة 3، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 01، العدد 44، ديسمبر 2015، ص 120.

(5) - فراس محمد إبراهيم، مراعاة الرأي العام في ضوء السنة النبوية، دار النفاثس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 71.

"ويستند أصحاب الرأي المؤيد للتطور التكنولوجي في مجال المعلومات والاتصال إلى أن هذه الثورة سوف توفر مساحة هائلة من الحرية، حيث أن كل الثقافات يتاح لها فرصة التعبير عن نفسها والدفاع عن مبادئها، وأن المجموعات الصامتة الآن سوف يصل صوتها إلى الناس عبر وسائل الإعلام الجديد"⁽¹⁾، وخاصة تلك المواقع الاجتماعية التي تعرف رواجاً كبيراً جداً بين المستخدمين الشباب، وقد "أدى التطور الذي شهده عالم الإنترنت إلى تغيير في سلوك استخدامنا لوسائل الإعلام"⁽²⁾ التقليدية، لدرجة أن الكثير من الشباب المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي صار يأخذ كل معلوماته عن الأحداث اليومية في مجتمع أو وطنه من خلال ما يوجد به "المواطنون الصحفيون" من منشورات يومية في مختلف الصفحات والمجموعات الإلكترونية، هي عبارة عن أخبار مختصرة لمجمل الوقائع ذات الاهتمام المشترك بين الغالبية، ولم يعودوا يتابعوا أصلاً وسائل الاتصال الجماهيري، أو قلّ اعتمادهم عليها في أحسن الأحوال.

لكن بقدر ما أتاحت شبكة الإنترنت من فرصة التعبير عن الرأي في فضاء إلكتروني مفتوح لجميع المستخدمين، إلا أنه في المقابل -وأحياناً- "لا يمكن للصوت الفردي أن يعلو كثيراً في ظل توجه أغلب المواقع والمدونات لوجود فكرة أو رأي بارز يسيطر على أعضائها، وحتى في حالة وجود آراء مختلفة تتوجه لمدونات ومواقع أخرى مضادة حفاظاً على روح الانسجام والتوافق في المجموعة"⁽³⁾، وهذا ما أشارت إليه الباحثة إيليزابيث نيومان في نظريتها الإعلامية "لولب الصمت".

من جهة أخرى فإن الاحتفاء المبالغ فيه بالفتوحات المعرفية التي تتيحها شبكة الإنترنت لمستخدميها قد يقودنا للتسليم بالضرورة إلى أن كل ما ينشر فيها نافع ومفيد، ويقدم إضافة نوعية للأفراد والمجتمعات، ومن هذا المنطلق يتساءل آيدن وايت Aidan White في مقال له بعنوان: (وسائل إعلام جديدة، صداع جديد: هل الإنترنت هو حقاً

(1) - محمد محسن العامري وعبد السلام محمد السعدي، الإعلام والديمقراطية في الوطن العربي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 206.

(2) - آرثر آسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع، ترجمة: صالح خليل أبو إصبع، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 386، مارس 2012، ص 130.

(3) - ياسين آدم بساطي مصري، مرجع سابق، ص 81.

القوة الديمقراطية التي يصورونها كذلك؟)، ثم يجيب بالقول بأن هناك جانبا مظلما في ثورة المعلومات، فالكثير مما هو متاح منها على الانترنت حامل أو ممل وغير موثوق به وتافه⁽¹⁾.

المطلب الثالث: أشكال التعبير عن الرأي

إن تطور تكنولوجيا التواصل الإنساني وما أتاحتها المنصات الالكترونية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من أدوات للتعبير عن الرأي، يعتبر قفزا على الضغوطات المفروضة على نشر المعلومة، حيث "أصبحت السيطرة على المعلومات لا مركزية، وظهر إعلام جديد خارج السيطرة التقليدية للدولة، وجاء ذلك من خلال وسيط الفضاء الافتراضي وما أتاحه من أدوات الرأي والتعبير التي تميزت بالتنوع، وسهولة الاستخدام، وضعف الرقابة التقليدية عليها"⁽²⁾ من طرف الدولة والمؤسسات الرسمية التابعة لها.

وقد أتاحت الفضاءات الافتراضية وجود أشكال عديدة من التعبير عن الاتجاهات والآراء، قد يكون بعضها نسخة الكترونية من نمطها التقليدي، في حين هناك أشكالا أخرى يتميز بها هذا الفضاء دون غيره، من خلال النشر وإعادة النشر والتعليق ونشر الصور والفيديوهات، ناهيك عن أنواع أخرى من أشكال التعبير كالمعارضة الالكترونية والعصيان المدني الالكتروني، والعرائض الالكترونية من خلال جمع التوقيعات الالكترونية، والدعوة للخروج للشارع تنديدا بما يجري في الواقع، وقد "ساعد التدوين الالكتروني العديد من الأفراد على الخروج من الرقابة والسيطرة التي كانت تمارس عليهم وتحرمهم من التعبير عن آرائهم وتوجهاتهم الفكرية والدفاع عنها، إضافة إلى

(1) - محمود علم الدين، مرجع سابق، ص 286.

(2) - الأميرة سماح خرج عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 42.

محاولة إقناع الآخرين بها"⁽¹⁾. تماما مثلما حدث قبيل وأثناء الحراك الشعبي في الجزائر، وكما قال أحدهم أن "الكتابة تخيف السلطة"⁽²⁾، فإن التدوين بدوره كنوع من أنواع الكتابة الالكترونية له وقع كبير على المستخدمين، ما دفع بعض الأنظمة العربية كمصر على سبيل المثال لاعتقال عشرات المدونين الذين كانوا ينشطون خلال "الثورة المصرية" في اطار ما يسمى بثورات الربيع العربي.

لقد أخذت الاشكال التعبيرية الجديدة عن الرأي من طرف المستخدمين شكل التكتل الجماعي، من خلال انضمام المستخدمين الذين يؤمنون بقضية ما إلى "فضاءات الدردشة (Chat) والحوار (Forum de Discussion) ويتمثل المبدأ العام الذي يميز هذه الفضاءات في أن أفرادا تجمعهم شواغل وهواجس مشتركة، يقررون الإئتلاف ضمن مجموعة افتراضية، ليتحدثوا ويتناقشوا ويتبادلوا الآراء حول موضوع ما، فيشكلون بهذا المعنى جماعة (Communauté) يتواصل أعضاؤها أفقيا حيث إن كل عضو هو في الوقت ذاته باثّ وملتق"⁽³⁾، حيث "تقوم فضاءات الحوار الجماعي - الافتراضية- على منطق الديمقراطية في المشاركة - إلى حد ما - بالتواصل ما بين الجمهور"⁽⁴⁾، لتتحقق بذلك التفاعلية بينهما، حيث "إن الظاهرة المتنامية للدخول على المواقع العنكبوتية (Blogs) تؤدي إلى تآكل الفرق بين المنتجين والمستهلكين لوسائل الإعلام، وحتى بين الصفوة والمجتمع الأوسع"⁽⁵⁾، من الفاعلين غير الرسميين.

لقد أخذ التعبير الالكتروني عن الرأي صورا وأشكالا عديدة في الجزائر وعالمنا العربي عموما، خاصة منها ذات الطابع السياسي، حيث يعتقد بعض الباحثين أن "التعليقات في الانترنت والمدونات والمواقع الالكترونية على مواقع الحكومات العربية وزعمائها بالقول والرسم والكاريكاتور والتنكيت والشعر، فقد أصبحت عبارة عن

(1) - ليندة ضيف، المحتوى الرقمي العربي على شبكة الانترنت: المدونات الإلكترونية أنموذجا، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، عدد 26، السداسي الأول 2014، ص 238.

(2) - Robert Escarpit, Thèse de communication et pratiques politiques, édition le seuil, 1981, p 113.

(3) - الصادق الحمامي، المجال الإعلامي العربي: إرهابات نموذج تواصل جديد، مرجع سابق، ص 108.

(4) - ماجدة خلف الله العبيد، مرجع سابق، ص ص 162 - 163.

(5) - أندريا بريس وبروس ويليامز، البيئة الإعلامية الجديدة، ترجمة: شويكارزكي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 35.

معارضة موازية، إنها معارضة رقمية وسمها إن شئت معارضة إلكترونية⁽¹⁾ تتم في مختلف منصات ومواقع التواصل الاجتماعي، وقد "ساهمت الشبكات الاجتماعية منذ ظهورها إلى كسر الحواجز التقليدية للفضاء العمومي والتي تشكلها وسائل الإعلام التقليدية، ومع توسع استعمال الإعلام الإلكتروني بدأت نواة الفضاء العمومي الافتراضي تتشكل تدريجيا لتبلغ ذروة التبلور مع توسع استخدام الفايسبوك واليوتيوب بشكل أساسي"⁽²⁾، في مقابل نوع من التضيق الحكومي الممارس على وسائل الاعلام التقليدية حسب ما يراه البعض.

فقد خنقت السيطرة الحكومية على وسائل الإعلام أي أصوات أخرى، لذلك كانت الجزائر - على سبيل المثال - تحتل دائما مراكز متأخرة جدا في مقياس حريات الصحافة في العالم سنويا حسب تصنيف منظمة مراسلون بلا حدود، "غير أن النقلة النوعية التي بددت هذه السيطرة تمثلت في شبكة الانترنت بما أتاحتها من تسهيلات في التواصل السريع بين الأفراد والجماعات والقوى المختلفة داخل البلدان العربية وخارجها"⁽³⁾ وخاصة أثناء حدوث الأزمات والحركات الاحتجاجية، بل "لم يستخدم فضاء الانترنت لغرض حشد الجماهير للتظاهر والاحتجاج السياسي فحسب، بل اعتبر وسيلة ناجعة لتجميع الآراء والأفكار خلف موضوع أو فكرة واحدة ومحاولة إيصالها إلى أكبر عدد ممكن من الناس سواء كانوا مناهضين أو مؤيدين لها، بحكم ما يتيح هذا الفضاء من سهولة في الاتصال والتواصل وفي وقت قياسي"⁽⁴⁾.

وقد "شهد الفضاء الإلكتروني انطلاق العديد من حملات الرأي للضغط في قضايا عامة، ومن ذلك أن حركة 6 نيسان / أبريل الناشطة على الساحة المصرية هي في الأصل وليدة دعوة إلى الإضراب في هذا اليوم أطلقها إحدى الفتيات عبر الانترنت

(1) - محمد لعقاب، المواطن الرقمي كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط 2، الجزائر، 2013، ص 57.

(2) - هواري حمزة، مرجع سابق، ص 228.

(3) - الأميرة سماح خرج عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 42.

(4) - فيصل فرحي، مرجع سابق، ص 248.

وسرعان ما تفاعلت معها قطاعات واسعة من الجماهير، خصوصاً من فئة الشباب⁽¹⁾، ومن ناحية أخرى هناك "كثير من القضايا في الجزائر كان فيها الرأي العام أكثر جرأة في التعبير عن موقفه خاصة في القضايا الاجتماعية ذات البعد الوطني، إذ لا يخفى مطالبات كثير من مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية بضرورة إعدام مختطفي الأطفال...أو في حالات الرفض لاستغلال الغاز الصخري"⁽²⁾، "كما أن من الآليات التي ينتهجها مرتادوا الفضاء الإلكتروني في التأثير على الرأي العام، الانحياز لبعض الآراء وإبرازها للجمهور، والتركيز عليها بأكثر من طريقة سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، والاحتفاء بها، والحديث عن إيجابياتها، والتقليل من شأن سلبياتها، وفي المقابل تقوم بتشويه الآراء الأخرى، وإبراز سلبياتها وتضخيمها، وافتعال الإشكالات حولها، ويصل الوضع أحياناً لحد تجاهل تلك الآراء وحجبها عن الجمهور"⁽³⁾، ويتبنى كل تلك القضايا التي يتم طرحها عبر الشبكة من يطلق عليهم بالمواطنين الصحفيين، "علماً أن الكثير منهم لا يرجوا من نشاطه الكسب المادي، وإنما هدفه الأساسي هو عرض وجهة نظره والتعبير عنها، واستمالة الناس نحوها لتأييدها، وهذه الفئة لا تجعل من المستوى التعليمي أو العملي أو الحالة الاجتماعية عائقاً في سبيل التعبير عن آرائها وتوضيح مواقفها من القضايا المختلفة"⁽⁴⁾، التي يتم إثارتها عبر الشبكة.

(1) - أحمد يوسف أحمد وآخرون، كيف يصنع القرار في الأنظمة العربية؟، تحرير وتنسيق: نيفين مسعد، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2010، ص 24.

(2) - نورين عشاش، مرجع سابق، ص ص 211، 212.

(3) - عادل عبد الصادق، مرجع سابق، ص 13.

(4) - ياسين آدم بساطي مصري، مرجع سابق، ص 92.

الفصل الرابع:

الرأي العام الواقعي والرقمي

المبحث الأول: الرأي العام الواقعي

لقد أضحى الرأي العام في وقتنا المعاصر قوة لا يستهان بها في المجتمعات المحلية والدولية، كنتيجة حتمية لتطور تكنولوجيات الاتصال وازدياد نسبة التعليم وارتفاع مستوى الوعي، وتكتل الأفراد والجماعات ضمن أيديولوجيات مختلفة، ناهيك عن الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تعيشها كل دولة، والنظم الإعلامية التي تنتهجها، لذلك عدّه البعض بأنه " عبارة عن مجموعة من المؤشرات الإحصائية التي تشهد على حالة الرأي وتمارس ضغطاً مستمراً على قرارات الحكومة"⁽¹⁾ وسياساتها.

والرأي العام في المجتمع كما ينشأ بطريقة عفوية بعد بروز قضية ما للسطح ذات اهتمام جماهيري كبير، فإنه في المقابل يمكن أن يتم صناعته عمداً من طرف دوائر أنظمة الحكم والمؤسسات التابعة لها من وسائل الإعلام ونخبة وغيرها، ويكون في هذه الحالة موجهاً بطريقة تؤدي الغرض من ايجاده.

فما هو مفهوم الرأي العام؟ وما هي مميزاته وخصائصه؟ وكيف يتم تشكيله؟

المطلب الأول: ماهية الرأي العام

يعد الرأي العام ظاهرة اجتماعية صحية تنبئ عن وجود أفراد لهم ارتباطاً بمجتمعهم وقضاياها التي تظهر فيه من فترة لأخرى، وهو كمفهوم مرتبط بمفاهيم أخرى ذات صلة به كالإرادة العامة و"الجمهرة والقطيع وأحاديث ومناقشات الناس غير المعلنة التي لا تصل إلى مرحلة تكوين الرأي العام"⁽²⁾، بالإضافة إلى مفاهيم أخرى تؤدي نفس المعنى والمدلول للرأي العام "إرادة الشعب وصوت الشعب والرأي الغالب والجماهير

(1)- Alice Goheneix, « De l'espace public comme concept à l'opinion publique comme fait social », *Raisons politiques* 2005/3 (no 19), p. 5-7.

(2) - صابر حارص، إشكاليات الإعلام في التأثير على الرأي العام، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 07.

ورأي الجماهير وعامة الناس وآراء الرعية وفكر الجماعة، جميعها مفاهيم ومصطلحات تؤدي بمضامينها إلى فكرة الرأي العام⁽¹⁾ ومعناه الدلالي.

كما "ينتمي الرأي العام إلى الظواهر الاجتماعية التي تبدو بديهية، لكن يصعب تحليلها، فكلما توجه الرأي العام نحو الدقة العلمية، لقه الغموض من حيث طريقة تكوينه وأبعاده وتبعاته"⁽²⁾ وتأثيراته، "ولكي نعلم معنى الرأي العام، لنأخذ كلمة عام التي تشير إلى المسائل والمصالح أو الشؤون التي يشترك نوعا ما في الاهتمام بها كل الأعضاء البالغين في جماعة أو أمة. أما الرأي يعني عقيدة أو اقتناعا أكثر قابلية للإثبات وأشد قوة من مجرد إحساس أو انطباع"⁽³⁾، ومعلوم أن الرأي مرتبط بالفكر ومستوى التعليم، وبالتالي فإنه من المنطقي أن يتفاوت الناس فيما بينهم في تبني الآراء والاقتناع بها، فلكل فرد وجهة نظر معينة يؤمن بها ويدافع عنها، ولا يتم فرض الرأي عليه بالإكراه، وعلى هذا الأساس نادرا ما يتفق جميع أفراد المجتمع على رأي واحد إلا في بعض القضايا التي تلقى الإجماع التام، وما عدا ذلك فإن الآراء تتفاوت بين التأييد والمعارضة مع اختلاف شدتهما، ومن يبقى على الحياد.

"ويشير مصطلح الرأي العام إلى الجمهور الراشد في مجتمع من المجتمعات، والذي يكون له رأي في قضية عامة تهمة"⁽⁴⁾ بغض النظر عن طبيعتها، ويعرفه البعض بأنه "رأي جمهور الأمة أي أكثرها وأغلبها، فإذا رأى معظم الأفراد رأيا واحدا في حدث من الأحداث أو مسألة من المسائل، أو في ناحية من نواحي الحياة الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية اعتبر ذلك رأي الأمة جمعاء في هذا الموضوع"⁽⁵⁾، ويعتبره البعض الآخر بأنه "جملة آراء جمهور معين، أو هو الجماعة التي يشترك أعضاؤها في بعض الاهتمامات أو

(1) - جمال الدبيحي حياصات، الرأي العام وتحديات المجتمع المعاصر، دار المستشارون للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 94.

(2) - عبد الرحمن عمار، الصورة والرأي العام: السلطة الخامسة - دراسة سيميولوجية، منشورات بغدادية، الجزائر، دون تاريخ نشر، ص 12.

(3) - مصطفى عبد القادر، تسويق السياسة والخدمات، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2002، ص 54.

(4) - عصام سليمان الموسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط 7، إتراف للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 217.

(5) - حمد عبد الرؤوف بهنسي، الرأي العام في الإسلام، ط 2، مؤسسة الخليج العربي، القاهرة، 1987، ص 15.

الآراء العامة، حيث تشمل هذه الآراء التفضيلات العامة والاتجاهات والعادات الجمعية والعرف⁽¹⁾ والتقاليد وكل ما هو متعارف عليه بين أفراد المجتمع الواحد.

في الحقيقة "إن الرأي العام لا يمثل رأي جماعة بأكملها فحسب، ولكنه يمثل الإرادة الواعية للجماعة كلها، مما يجعل الرأي العام في جماعة معينة يستند إلى قوة معنوية ومادية ضخمة وقادرة، فهو ليس رأياً لفظياً فقط، وإنما هو رأي يحمل في مضمونه عناصر ذاتية، بها يستطيع أن يفرض نفسه"⁽²⁾ وتوجهه على الأنظمة ومؤسسات الدولة والمجتمع ككل، "فالرأي العام في مجتمع وزمن معيشي ما هو إلا وجهة نظر الأكثرية العامة من الشعب أو القلة الواعية منه تجاه قضية أساسية يفترض لها أن تتم في أجواء ديمقراطية (جدل ونقاش) حتى يتحقق الهدف المطلوب، لأن الجماعة تستطيع عن طريق المناقشة أن تكون فكرة صحيحة وتتخذ موقفاً واضحاً من المشكلة المطروحة"⁽³⁾، على عكس ما إذا كانت أجواء الحوار والمناقشة معدومة أو ضيقة لأبعد حد، فإن ذلك من شأنه أن يندثر رأياً عاماً مزيفاً وغير فعال.

حقيقة إن هناك تعريفات كثيرة جديدة مقدمة لمفهوم الرأي العام، وتهدف خريطة الخلافات هذه، والتي حكم عليها بالضرورة أن تظل غير مكتملة، إلى أن تكون دليلاً بقدر ما هي تذكير بأهمية هذه الكتابات للتفكير المعاصر في الرأي العام.⁽⁴⁾ وتأثيراته على مستوى الأفراد والجماعات.

ويبقى أحسن تعريف مقدم للرأي العام من يعرفه بأنه "الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية بالنسبة لموضوع أو أكثر يمس هذه الأغلبية مساً مباشراً أو يشغل بالها، ويحتدم فيه الجدل والنقاش في فترة معينة ولا يقلل في أهمية هذا الرأي وجود آراء

(1) - مصحح الصالح، الشامل: قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، 1999، ص 430.

(2) - محمد محمد البادي، مرجع سابق، ص 89.

(3) - محمد مصطفى كمال، الإعلام الدولي والرأي العام: الدعاية السياسية- أساليب الإقناع- الدعاية الرمادية، دار المهمل اللبناني، بيروت، 2012، ص 22.

(4) - Loïc Blondiaux, Les théories contemporaines de l'opinion publique: un retour aux « classiques » ? HERMÈS 31, 2001,p13.

مخالفة لبعض الفئات ذات المصالح المغايرة لمصالح الأغلبية"⁽¹⁾، فقد جمع هذا التعريف كل مميزات الرأي العام المعتبرة عند الباحثين باعتباره ظاهرة ديناميكية وحيوية، "ومع انتشار التعليم وتنامي الوعي وشيوع قيم الديمقراطية وثقافتها، وتطور وسائل الإعلام والاتصال والمعلوماتية وانتشار استخدام الانترنت، فإن الرأي العام أصبح اليوم قوة فاعلة تتفاعل مع الأحداث تتأثر بها وتؤثر فيها بل وتصنعها في بعض الأحيان"⁽²⁾، هذه القوة التي يتمتع بها الرأي العام تعتمد على طبيعة المجتمع وأنظمتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة فيه، لذلك يقال "إن الرأي العام في أي مجتمع من المجتمعات صورة عاكسة لخصائصه الحضارية والفكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية، ولا يمكن لرأي عام أن يتكون دون أن ترتسم عليه مقومات مجتمعه من دين وتقاليد وتجارب وتراث وخرافات، وما يصله من ثقافة الدول الأخرى وحضارتها"⁽³⁾، وهويتها.

إن الرأي العام يضم عددا من المكونات والأسس التي يقوم عليها، وعموما فهو ينطوي على خمسة أركان رئيسية هي⁽⁴⁾ :

الركن الاول: وجهة نظر الاغلبية

الركن الثاني: وجود قضية عامة تهم غالبية المجتمع

الركن الثالث: ان يكون الرأي العام في زمن معين حتى يتمكن تجنب التداخل الزمني

الركن الرابع: المناقشة والجدل

الركن الخامس: تحقيق الصالح العام.

(1) - خالد اللحام، صناعة الرأي العام، دار النفائس للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2007، ص 60.

(2) - حسين علي إبراهيم الفلاحي، أهمية صحافة الانترنت في تكوين الرأي العام: دراسة في طبيعة إسهامات صحافة الانترنت في عملية تكوين الرأي العام، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، العدد 01، مارس 2012، ص ص 294-295.

(3) - رشيد حمليل، الحرب والرأي العام والدعاية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 121.

(4) - علي كنعان، مرجع سابق، ص 39.

وفي نفس السياق تقريبا، يقول هينيدي إن هناك خمسة عوامل في الرأي العام:⁽¹⁾

الأول: هو وجود قضية تعبر عن موقف معاصر يوجد عليه خلاف.

الثاني: وجود مجموعة من الأشخاص ذوي علاقة بالقضية - الناس في الرأي العام.

الثالث: مجموعة المعتقدات، وهي مجموع الآراء لأعضاء العامة عن القضايا.

الرابع: لا بد أن تكون الآراء قد تم التعبير عنها، سواء بالكلمات الكتابية أو الأفعال مثل التظاهر.

الخامس: لا بد أن يمثل العامة المهتمون بالموضوع عدداً كبيراً.

المطلب الثاني: خصائص ومميزات الرأي العام

تتعدد الخصائص والمميزات التي يتمتع بها الرأي العام باعتباره ظاهرة مجتمعية، بين التركيز على تمظهراته وتكوينه وبين طبيعته وتأثيراته، وتعددت بذلك رؤى الباحثين لتلك الخصائص وتقاطعت في أخرى، ومن بين تلك الخصائص⁽²⁾:

- إنه يعبر عن حالة فكرية أو وجهة نظر جماعية ظاهرة أو كامنة، تمحورت حول حدث معين وتكونت بفعل مؤثرات إعلامية متعددة.

- إنه استجابة لمنهات معينة او استجابة لوقائع معينة تكون في الغالب أحداثا وليست مجرد أقوال.

- إن هناك نوعين من الرأي العام: الستاتيكي والديناميكي (الثابت والمتحول).

- لا يمكن الركون إلى الرأي العام ما لم تسنده وقائع وتوفر له الحقائق، إضافة إلى حرية المناقشة والابتعاد عن الديماغوجية.

(1) - مارك بالنافز، مرجع سابق، ص 186.

(2) - هاني الرضا ورامز عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2013، ص 26.

وقد ذكر الباحث مصطفى كافي خصائص أخرى أوجزها فيما يلي⁽¹⁾:

- يتقلب الرأي العام بسرعة ويتأثر بالأحداث اليومية أكثر من أي شيء آخر.

- يتميز الرأي العام بحساسية شديدة للأحداث الهامة.

- الرأي العام القائم على العواطف والرغبات يتغير بشدة مع الأحداث بخلاف الرأي

القائم على الحقائق والمعلومات الذي لديه القدرة على مواجهة الأحداث.

إن الرأي العام القائم على الحقائق والوقائع والشواهد هو الذي يطلق عليه

مسمى الرأي العام المنطقي او الواقعي، وفي هذه الحالة يصعب – ولا نقول يستحيل -

تغيير آراء الأشخاص إلى وجهة نظر أخرى مخالفة لما يعتقدونه، بالنظر إلى البراهين

المنطقية التي يستندون إليها لتدعيم حجتهم في تبني الرأي، على عكس الرأي العام

القائم على العواطف والرغبات دون أدلة، حيث يسهل تغيير آراء الناس في هذه الحالة

إلى الرأي المخالف، من خلال تقديم الدلائل والشواهد.

ومن خصائص الرأي العام أيضا⁽²⁾:

- الرأي العام اصطلاح شامل يتضمن العديد من الآراء.

- الرأي العام يختلف في درجة العمق والقوة

- الرأي العام ظاهرة متغيرة

- الرأي العام سهل التبلور

- يتشكل الرأي العام بواسطة الزعماء والقادة.

(1) - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 29.

(2) - المرجع نفسه، ص ص 27-28.

في الحقيقة فإن الرأي العام لا يتشكل بواسطة الزعماء والقادة فحسب - رغم أهميتهم في بعض المجتمعات -، وإنما تتعدد عوامل تشكيله وتنوع وتتفاوت في درجة تأثيرها من مجتمع لآخر، وهذا محور حديث العنصر الموالي من هذا الفصل.

كما توجد خصائص أخرى يتميز بها الرأي العام منها⁽¹⁾:

- الرأي العام يمثل مدى واسعاً بين المعارضة والتأييد.

- الرأي العام يختلف في درجة العمق والقوة.

- يختلف الرأي العام في درجة الثبات.

إن هذه الخصائص تبرز المساحة الفاصلة بين طرفي الرأي المتناقضين وهما التأييد والمعارضة، إذ بينهما تختلف درجة وشدة التأييد مثلما تختلف أيضاً درجة وشدة المعارضة، وهو ما يتم قياسه من خلال عدة أساليب أشهرها مقياس ليكرت لقياس الاتجاهات.

وقد ذكر ابن عوف حسن أحمد خصائص أخرى للرأي العام نذكر منها ما يلي:⁽²⁾

- كلما ازدادت درجة التعليم والوعي والادراك لأبعاد القضية أو الموضوع محل النقاش زادت قوة الرأي العام وصعب خداعه.

- يتقرر الرأي العام على أساس المصالح الذاتية ولا يبقى منفصلاً مدة طويلة إلا إذا أحس الناس أن مصالحهم الذاتية في خطر.

- يضعف الرأي العام نحو قضية معينة نتيجة قلة اهتمام الجماعة بهذه القضية.

- يصبح الرأي العام في الأوقات الحرجة أكثر حساسية بالنسبة لكفاءة وقدرة قادته وأكثر استعداداً للاعتماد عليهم في تحمل المسؤولية.

(1) - عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص 127.

(2) - ابن عوف حسن أحمد، الرأي العام: مفهومه وأساليبه قياسه، دار أمواج للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص ص 54-55.

- لا يستقر الرأي العام حتى تصبح الأحداث على درجة من الوضوح أمام الجمهور المهتم بالقضية المثارة.

إن من الباحثين من تحدث عن قوانين الرأي العام كبديل عن الخصائص والمميزات، وفي هذا الشأن توصل كانتريل من خلال دراسات تستند إلى الاستقصاءات إلى ما أسماه بالقوانين، ويمكن تلخيصها فيما يلي⁽¹⁾:

- إن الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للأحداث الهامة.

- إن الأحداث هي التي تقرر اتجاه الرأي بصفة عامة أكثر مما تفعله الألفاظ والخطب، إلا إذا كانت تلك الخطب نفسها هي أحداث هامة.

- إن الناس يكونون أقل معارضة للقرارات الخطيرة الحاسمة التي يتخذها زعيمهم إذا كانوا يثقون فيه.

- عندما يتوفر للشعب في الدولة الديمقراطية فرص التعليم والاعلام والوقوف دائما على الحقائق فإن الرأي العام يكون صلب العود ناضج الفكر والفهم.

كما تحدث كانتريل عن أن الرأي العام قابل للتغيير ولا يبقى ثابتا على اتجاه واحد، وذلك راجع لإمكانية تغير آراء الأفراد نتيجة ما أسماها بالرغبة والهوى، لذلك يعتقد البعض بأن التقلب يعتبر أحد الميزات الهامة في الرأي العام إضافة إلى التبرير والابدال والتعويض والاسقاط والتطابق، وسيتم تناولها في النقاط التالية⁽²⁾:

- التقلب: الرأي العام ظاهرة متغيرة فالناس لا يثبتون على حال واحد، ويغيرون آراءهم في الأشخاص أو الاحداث بين حين وآخر.

- التبرير: التبرير هو محاولة تعديل السلوك بأسباب منطقية يقبلها العقل، مع أن الأسباب الحقيقية انفعالية.

(1) - سعيد إسماعيل صيني، مدخل إلى الرأي العام والمنظور الإسلامي، مؤسسة الرسالة، دون مكان نشر، دون سنة نشر، ص ص 26

- 27.

(2) - محمد عبد الملك المتوكل، مدخل إلى الاعلام والرأي العام، ط2، دون دارنشر، صنعاء، 2005، ص 147 ص 148.

- الإبدال والتعويض والاسقاط: قد يعتري الجمهور قلق لسبب معين من الأسباب، وحين لا يستطيع توجيه غضبه نحو السبب الأصيل، فإنه يلجأ إلى عملية الابدال كالقيام بالتظاهر أو الاضراب أو غيره.

- التطابق أو الاتفاق: وهي حالة ميل الفرد إلى الاتفاق مع رأي المجتمع حتى ولو اختلف ذلك مع قناعاته الحقيقية.

ويشرح عاطف العبد خاصيتي الابدال والتعويض والتطابق السابقتين اللتين يعدهما هو الآخر من المبادئ العامة التي يمكن استخلاصها من خصائص الرأي العام⁽¹⁾:

- إن الرأي العام الفعلي هو محاولة للتقليل من التصادم أو القلق أو خيبة الأمل، وعندما يصعب التغلب على الظروف التي أدت إلى هذا التصادم أو القلق أو خيبة الأمل يلجأ الرأي العام لعملية التبرير أو الابدال أو التعويض.

- يتحقق التطابق والاتفاق بالنسبة للرأي العام عندما يعزو بعض الناس مصادر معارفهم واتجاهاتهم إلى الآخرين (عملية الاسقاط)، او عندما يفترض بعض الناس أن اتجاهاتهم ومعارفهم هي نفسها اتجاهات ومعارف الآخرين (عملية التقمص)، أو عندما يكون لدى الناس جميعا نفس المعلومات المتشابهة بصورة عامة (عملية التبسيط).

إنه بمراجعة مجمل التعريفات والمفاهيم التي قدمها الباحثون لمفهوم الرأي العام يمكننا أن نوجز بعض الخصائص فيما يلي:

- أن الرأي العام ظرفي أي أنه محدود زمانيا ولا يدوم لفترة طويلة إلا فيما ندر، ثم لا يلبث حتى يتلاشى بطريقة عفوية.

- ان الأصل في الرأي العام هو ما يتم الجهر به علانية، لكن يمكن أن يكون أحيانا كامنا لظروف قاهرة تمنعه من الجهر.

(1)- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه: الأسس النظرية - الجوانب المنهجية - النماذج التطبيقية - التدريبات العملية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص ص 85-86.

- الرأي العام قائم على المناقشات الحرة بين مختلف مكونات المجتمع.
- الرأي العام له قوة تأثيرية على المجتمع والدولة، وقادر على المساعدة في اتخاذ القرارات أو تعديلها أو تغييرها أو إلغائها.

المطلب الثالث: تشكيل الرأي العام

إن مسألة تشكيل الرأي العام من الأمور المعقدة التي لا تتبع طريقا واحدة دائما، وإنما تتعدد طرائق التشكيل وتختلف باختلاف القضايا ومدى أهميتها بالنسبة للجمهور، وقد اختلفت المسميات بين الباحثين في توصيف العملية بين تشكيل الرأي العام أو تكوينه أو صناعته أو صياغته، وكلها مدلولات لفظية تفيد في ظاهرها معنى واحدا، لكنها تختلف فيما بينها - أحيانا - اختلافا جوهريا.

فتشكيل الرأي العام يأتي في الأصل عفويا بين الجماهير، فتتحد فيه آراؤهم وتتفق على موقف واحد تأييدا أو معارضة تجاه موضوع ذو أهمية كبيرة بالنسبة إليهم في زمن من الأزمنة، ثم سرعان ما يزول ذلك الرأي العام بزوال أسباب ظهوره، أو من خلال بروز قضية جديدة ورأي عام جديد على أنقاض الأول، لكن مدلول (صناعة) الرأي العام قد يفيد معنى آخر غير الذي تم ذكره آنفا، حيث قد يوحي المفهوم بأن الرأي العام هنا يظهر بشكل متعمد غير عفوي، أي أنه يكون مرتبطا بمصالح من أوجده، وله مصلحة في ايجاده سواء عرفها البعض أو لم يعرفها، وله غرض معين يريد تحقيقه خلف آراء الجماهير، ولا يتحقق ذلك - غالبا - إلا إذا كان أفراد المجتمع يبنون آراءهم بالعاطفة أكثر من التحليل المنطقي والعقلاني للأحداث.

إن الرأي العام لا يفرض على الجماهير فرضا، بل هو تعبير إرادي وهو رد فعل واستجابة لمثيرات معينة في المجال السلوكي للجماعة، ويؤكد ذلك Trotski حيث يقول " إن البعض يتهمنا بخلق الرأي العام عند الجماهير، وهذا الاهتمام غير صحيح وكل ما

هنالك أننا نحاول صياغته وهذا يعني أن الرأي العام يظهر بصورة تلقائية فما إن تظهر مشكلة أو قضية تمس مصالح الجماهير واهتماماتهم سرعان ما يتبلور لهذه الجماهير رأي نطلق عليه الرأي العام⁽¹⁾.

لقد اعتبر هابرماس "أن الرأي العام يمكن أن يظهر إلى الوجود تحديدا عندما يتواجد الجمهور الذي يفكر بطريقة عقلانية مسبقا، والرأي العام لديه هو الرأي المتناغم لمجموعة خاصة من المواطنين الذين يعملون في المجال العام، وهو ما لم تكن سلطة الدولة لها علاقة به"⁽²⁾ ولا في إيجاده، لذلك إن الرأي العام الحقيقي والفعال الذي ينشأ في أي مجتمع كان، يستلزم وجود مستوى معين من الثقافة والوعي لدى أفراداه وتدني مستويات الأمية لديه، حتى يكون رأيا واقعيًا ومنطقيًا، وهو ما قد تتوافر أسسه في المجتمعات المتقدمة أكثر من غيرها إذ أن "أبحاث الاتصال أكدت علميا أن الرأي العام في المجتمعات المتخلفة أو البدائية يطغى عليها الجانب العاطفي عكس المجتمعات المتقدمة التي يكون رأيها العام أكثر منطقية وعقلانية"⁽³⁾، كما يساهم مستوى الفكري للأفراد في تغيير رأيهم كلما طرأت جديد على الموضوع، حيث "أن تغير المستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي لأفراد المجموعة قد يجعلهم يعيدون النظر في آرائهم وأفكارهم وتنطبع اتجاهاتهم بالإطار الاجتماعي والاقتصادي والثقافي الجديد"⁽⁴⁾، مستعينين في ذلك بمختلف العوامل التي تسهم في تشكيل الآراء.

إن عملية تشكيل الرأي العام "من العمليات المعقدة وذلك لصعوبة الإلمام بجوانبها المختلفة، ويتكون الرأي العام نتيجة تفاعل بين مجموعة من العناصر الفسيولوجية والوظيفية والاجتماعية والنفسية تمارس كل منها أثرها على الفرد"⁽⁵⁾ والاتجاهات التي يتبناها تجاه الموضوع المطروح للنقاش، ومن ثم على الرأي الذي

(1) - علي كنعان، مرجع سابق، ص 51.

(2) - جين تشابمان ونك نوتول، مرجع سابق، ص 80.

(3) - رشيد حمليل، مرجع سابق، ص 138.

(4) - عبد الناصر أحمد جرادات ولبنان هاتف الشامي، مرجع سابق، ص 79.

(5) - يوسف حجيم الطائي وعلي عبودي نعمه الجبوري، الرأي العام والإعلام الحديث: خطط وقياس، دار الأيام، عمان، 2016، ص

يتخذ اتجاهه، ناهيك عن متغيرات أخرى خاصة منها ذات الطابع السياسي، ليتشكل لنا في الأخير الرأي العام الجماهيري.

معلوم أن الرأي العام ينشأ "عندما يكون هناك موضوع أو مسألة تتطلب الانتباه العام وتكون من الأهمية والحيوية بالقدر الذي يدفع العديد من الناس للمناقشة فيها، واتخاذ موقف معين من شأنها"⁽¹⁾ بتأييدها أو معارضتها ودفع الأفراد الذين لم يتخذوا موقفا بعد لتبني نفس رأيها، لكن الموضوع الذي ينشأ ويستوعي كل هذا الاهتمام الجماهيري لم يأت من فراغ، فهناك عوامل عديدة تساهم في تشكيل الرأي حوله منها ما تعلق ب"الثقافة والتعليم، الأسرة والتنشئة، الدين، الأحداث المهمة، القيادة، وسائل الإعلام والاتصالات، المناقشات الجماعية، الشائعات، الحالة الاجتماعية والاقتصادية، الأساطير والخرافات"⁽²⁾، وكلها عوامل تتباين درجة تأثيرها من مجتمع لآخر، فقد يكون الدين عاملا أساسيا ومحوريا في مجتمع ما، لكنه في المقابل قد لا يكون ذا أهمية بالنسبة لمجتمعات أخرى التي تكون للقيادة أو الشائعات فيها الدور الكبير في دفع الناس لتبني رأي معين.

كما عدد تشارلز كولي المهتم بقضية الرأي العام عوامل أخرى، "حيث ذهب إلى القول بأن النظام الاجتماعي يميل إلى تكوين شكل العقل العام والذي لا يختلف في طبيعته عن الرأي العام، فاللغة والحكومة والمسجد والقوانين والعادات والأسرة والتعليم والصناعة بمختلف أشكالها، كلها نظم تعمل على تشكيل الرأي العام"⁽³⁾، كما أضاف باحثون آخرون عوامل أخرى تساعد على تشكيل الرأي العام لا تقل أهمية عن الأسباب التي تم ذكرها سابقا، كالجماعات المرجعية Reference Groups التي ينتهي إليها الأفراد من جمعيات ونقابات عمالية ومهنية وأحزاب سياسية، و"منذ زمن أثبتت التجارب أن الطريقة الأكثر فعالية للتأثير في الرأي العام، هي الاستناد إلى مرجعية ذات مصداقية"⁽⁴⁾، ناهيك عن عوامل أخرى مثل "الزعماء والنخب في المجتمع، تأثير وسائل

(1) - محمد محسن العامري وعبد السلام محمد السعدي، مرجع سابق، ص 77.

(2) - نبيلة عبد الكريم الشرجي، علم النفس الاجتماعي: رؤية معاصرة، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 267.

(3) - طه عبد العاطي نجم، الإعلام والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2013، ص 106.

(4) - فريد حاتم الشحف، مرجع سابق، ص 54.

الإعلام والشائعات، التربية والتعليم والتجارب الإنسانية والحضارية، والظروف الحالية والمستقبلية، والأوضاع الثقافية والسياسية والمهنية والاقتصادية والاجتماعية⁽¹⁾ وكل ما له علاقة بصورة مباشرة أو غير مباشرة في التأثير على الاختيارات الفكرية للأفراد والجماعات.

من جهة أخرى "يحد العالم بوردو Burdeau تسعة عوامل تشترك في تكوين الرأي العام وهي: نشأة المشكلة أو الموضوع، إدراك المشكلة، الاستطلاع بالمناقشة، بروز المقترحات والبدائل لحل المشكلة، صراع الآراء، تبلور الآراء، تقارب الآراء، الاتفاق الجماعي، السلوك الجماعي"⁽²⁾، الذي يعتبر باكورة تبني الرأي لكن ليس دائما، فليست كل الآراء تنتهي بالضرورة إلى تبني سلوك معين.

لكن يبقى أهم عامل في تشكيل الرأي العام هي وسائل الاعلام التقليدية وخاصة منها الصحف والقنوات الفضائية من خلال ما تنشره وتبثه من مواد فكرية تخاطب بها الفكر والعقل وتسعى لبلورة آراء المتلقين من القراء والمشاهدين، حيث "يمثل الإقبال على وسائل الإعلام المرتبة الثالثة للإنسان بعد العمل والنوم"⁽³⁾، وهو ما يعكس درجة الاهتمام التي تتمتع بها بين الأفراد.

إن اختلاف عوامل تشكيل الرأي العام من جهة وتقاطع المفهوم مع عدة حقول معرفية من جهة أخرى، هي التي جعلت الباحثين يختلفون بدورهم في تركيزهم على محور معين ضمن عملية تشكيل الرأي، حيث "إن باحثي علم الاتصال يركزون على أهمية الدور الإعلامي في تشكيل الرأي العام، بينما يركز باحثوا السياسة على أهمية الحرية والديمقراطية والوعي بطبيعة الصراع بين الطبقات الاجتماعية المختلفة في تشكيل الرأي العام، ويركز الاجتماعيون على أهمية حصيلة الخبرات الاجتماعية لدى الأفراد ودور النسق القيمي الاجتماعي في تشكيل الرأي العام"⁽⁴⁾.

(1) - علي بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص 94.

(2) - رفيق سكري، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، 2012، ص 38.

(3) - Daniel Cornu ; Ethique de l'information ,Coll. Que-sais-je ? Presses Universitaires de France,1997, p03.

(4) - محمد ابراهيم عبد الله، مهدي ملا محمد، الدعاية السياسية وأثرها في تشكيل الرأي العام، مجلة جامعة بابل، المجلد 20، العدد

إن تعدد عوامل تشكيل الرأي العام، لا ينفي أنه بالإمكان التلاعب به وتغييره، حيث "أجمع الباحثون والدارسون للرأي العام أن من أهم الأساليب التي تؤدي إلى تغييره ما يلي: أسلوب التكرار، وأسلوب الإثارة العاطفية، وأسلوب عرض الحقائق، وأسلوب تحويل انتباه الجماهير، وأسلوب افتعال الأزمات، وأسلوب إثارة الرعب"⁽¹⁾، ويكون ذلك من خلال ما يلي:

- أسلوب التكرار: حيث يتم تكرار عرض قضية جديدة على الجمهور أو المجتمع المستهدف بشكل متكرر لدفعه لتشكيل رأي عام جديد، والدفع بهم للتخلي عن الرأي العام الأول.

- "أسلوب الإثارة العاطفية: يستخدم لتغيير اتجاهات الرأي العام بإثارة عواطف الناس ودغدغة مشاعرهم بمجموعة كبيرة من الوعود الكاذبة المخادعة وبقليل من الحقائق.

- أسلوب تحويل انتباه الجمهور: ويعتمد هذا الأسلوب على إثارة الاهتمام بموضوع ثانوي آخر غير موضوع الاهتمام السائد بين الناس لغرض تحويل انتباههم عن الموضوع السائد والذي يفترض أن يسود الاهتمام به إلى الاهتمام بالموضوع الثانوي"⁽²⁾.

- أسلوب عرض الحقائق: وفيه يتم عرض الشواهد والأدلة على صحة الموضوع الذي يتم طرحه للجماهير لتبني رأي حوله، ومحاولة اقناعه من خلال استخدام الاستمالات العقلية والمنطقية التي لا تقبل النقد.

- أسلوب افتعال الأزمات: وهو نوع آخر من الأساليب الذي تلجأ إليه بعض الأنظمة التي تعيش تحت الضغط، فتلجأ لصرف نظر الرأي العام عن القضية الأساس، إلى قضية أخرى يتم افتعالها عمدا لتخفيف الضغط عن نفسها.

(1) - رشيد خضير، دور الإعلام الإخباري العربي في تشكيل الرأي العام أثناء الأزمات: دراسة في الآليات والأساليب، مجلة البحوث والدراسات، العدد 19، السنة 12، 2015، ص ص 180-181.

(2) - نبيلة عبد الكريم الشرجي، مرجع سابق، ص 271.

- أسلوب إثارة الرعب: هذا النوع من الأساليب يعتمد على استخدام استمالات التخويف التي يراد بها إثارة رعب الناس نتيجة تبنيهم لرأي عام معين، وأن مآلات وتأثيرات ذلك الرأي ستكون وخيمة عليهم وعلى مجتمعاتهم، وهذا لدفعهم لتغيير آرائهم نحو الرأي الذي تتبناه السلطة الحاكمة.

إن كل هذه الأساليب المستخدمة من أجل تغيير آراء الناس، وتحويل الرأي العام والانحراف به نحو تبني موقف آخر تجاه القضايا والأحداث، لدليل على القوة التي يكتسبها والتأثير الذي يمكن أن يمارسه باعتباره قوة فعالة في المجتمع، "وأصبح حقيقة لا يمكن إغفالها، وله من القوة والخطورة ما لا يمكن تجاهلها، مما استوجب الاهتمام به كثيرا وبطرق دراسته والعوامل التي تؤثر فيه، ويؤكد ذلك أبراهام لنكولن بقوله: لا شيء يتفق مع الرأي العام، ولا شيء يستطيع النجاح من دونه"⁽¹⁾.

بناء على تلك القوة والفعالية التي يفترض أن يتمتع بها الرأي العام، ثمة بعض الباحثين من يتساءل عن "ما هو دور الرأي العام في المجتمع تجاه تحقيق المصالح العامة؟ وما مظاهر قوة تدخل الرأي العام في أنظمة الحكم المختلفة؟ ثم ما هي آثار هذا التدخل وفرض الإرادة العامة للشعب المتمثلة في الرأي العام؟"⁽²⁾، وهي أسئلة واقعية ومشروعة تطرح لفهم أعمق لظاهرة الرأي العام وتأثيراته المجتمعية.

(1) - عبد الناصر أحمد جرادات ولبنان هاتف الشامي، مرجع سابق، ص 77.

(2) - علي بسيوني، الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة وتأثيره في نظم الحكم، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية،

2014، ص 283.

المبحث الثاني: الرأي العام الرقمي

يبدو أن عالمنا المعاصر قد صار لكل شيء فيه جانبا تقليديا كلاسيكيا، وآخر إلكترونيا أو رقميا، وذلك راجع إلى انتشار الرقمنة في كل مناحي الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات على حد سواء، وهذا ما انعكس حتى على بيئات العمل وأماكن إبداء الآراء والمناقشات تجاه مختلف القضايا التي تطرأ، وتكون محل اهتمام أعداد كبيرة من الناس، وهو ما ينطبق على مسمى "الرأي العام الرقمي".

المطلب الأول: ماهية الرأي العام الرقمي

شكل تطور تكنولوجيات الاعلام والاتصال مرحلة مفصلية في تاريخ وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، وبات الاعتماد على شبكة الانترنت أمرا محتما تغيرت معه أساليب الإعلام وامتد ذلك إلى التأثير على الجمهور المتلقي، "لقد انتهى عهد التلقي السلبي بالنسبة لشبكة الانترنت، إلى حدّ أن هنالك من يتحدث عن نهاية الجمهور، أي نهاية العلاقة العمودية التي يكون فيها الجمهور مجرد متلقي سلبي"⁽¹⁾، لا يستطيع التفاعل مع المضامين ولا إبداء الرأي والتعليق عليها وفق قناعاته الخاصة، في تغييب واضح للفكر.

لقد أفرزت هذه التطورات في منظومة شبكة الانترنت ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية (Face book – Twitter) وغيرها الكثير من المواقع الاجتماعية التي اكتسبها المستخدمون الذين يعدون بالملايين، حيث استطاعت تلك الشبكات "أن تلعب دور الإعلام البديل بنجاح وكان دورها بارزا في التوجيه والتأثير على صناعة الرأي العام العربي وتوفيرها لوسائل سهلة سريعة آمنة من أجل التبادل الحر للمعلومات والآراء متحديا كل أنواع الرقابة"⁽²⁾، التي كانت تفرض من قبل على وسائل الإعلام التقليدية.

(1) - نزار بشير جديد، الإعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الالكترونية، دار الإحصار العلمي، عمان، 2015، ص 161.

(2) - مالكي زوهير وزين الدين كادي، مرجع سابق، ص 66.

ويعد مفهوم الرأي العام الرقمي من المفاهيم الحديثة التي نشأت في ظل وجود بيئة افتراضية، يقوم فيها المستخدمون بمناقشة مختلف القضايا والمواضيع التي تحظى باهتمامهم في زمن من الأزمنة، سواء منها ما تعلق بالجانب السياسي أو الاجتماعي أو الاقتصادي أو حتى الرياضي، وذلك من خلال النشر والتعليق والتعليق بالكتابة والصورة و الفيديو عبر مختلف الفضاءات التي تتيحها لهم شبكة الانترنت، وقد عرفه البعض بأنه "كل (فكرة- اقتراح- رأي - مشاركة) أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين، أو تدافع عن أيديولوجية بعينها أو تنبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة"⁽¹⁾، بين جميع المستخدمين باختلاف اطيافهم وايدولوجياتهم.

كما يمكن تعريف الرأي العام الرقمي بأنه "كل رأي أو فكرة يشارك فيها عدد كبير من الأفراد - لا يقل العدد عن نصف مليون - عبر العالم المتخيل، عالم الانترنت، يؤمنون بها، ويسعون إلى تحقيقها على أرض الواقع لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة"⁽²⁾، رغم ان تحديد عدد معين كنصف المليون ليكون أساسا لوجود رأي عام الكتروني قد لا يكون صحيحا بالضرورة حسب كثير من الباحثين، لأن العبرة ليست دائما بكثرة من يتبنون الرأي الواحد، بقدر ما تكون العبرة بالتأثير والفاعلية التي تكون لهؤلاء حتى وإن كان عددهم قليلا مقارنة بغيرهم.

من التعريفين المقدمين للرأي العام الرقمي يمكن تقديم تعريف للمفهوم بأنه كل رأي يتبلور في مختلف الفضاءات الافتراضية التي تتيح التعبير عن الرأي سواء كانت منتديات الكترونية او غرف دردشة أو مواقع شبكات اجتماعية حول مواضيع ذات أهمية آنية بالنسبة للجماهير المستخدم، ويتبلور ذلك الرأي من خلال التعليقات المكتوبة أو الصوتية أو المرئية أو بهم جميعا.

(1) - علي كنعان، مرجع سابق، ص 67.

(2) - فتحي حسين عامر، مرجع سابق، ص 130.

مع ذلك، فإن حدوث الأجماع التام في الرأي العام الرقمي ليس ممكن الحدوث دائماً، فوجود آراء متباينة ومختلفة عن الرأي السائد يعتبر أمراً شائعاً وعادياً، فلا يمنع وجود أقلية تتبنى الرأي المخالف من تشكل رأي عام الكتروني يتبلور حول فكرة معينة، يتم تدعيمها والدفاع عنها بمختلف الحجج والبراهين.

"إن موضوع الرأي العام الإلكتروني محوره قضية أو موضوع معين يهم الجمهور، ومن ثم يفترض أن نكون بصدد قضية أو موضوع محدد تهتم به المجموعة المشاركة، سواء كانت هذه المجموعة شعباً أو فئة معينة كالشباب مثلاً، ويعيرون هذه القضية انتباههم واهتمامهم من خلال تأثيرها فيهم بشكل مباشر لمساسها بمصالحهم أو ظروف حياتهم أو عقيدتهم"⁽¹⁾، فيتبادلون فيها المناقشات الفكرية و/أو العاطفية، وفق طبيعة الحوار والمناقشة التي تتم بينهم حول القضية، لذلك يمكن القول بأن الرأي العام الرقمي لا يتشكل من رأي مستخدم واحد لا غير، وإنما هو اشتراك مجموعة كبيرة من المستخدمين تقاطعت أفكارهم واتجاهاتهم ومصالحهم واقتنعوا بصحة الرأي الذين يتبنوه سواء تأييداً أو معارضة، ليصاغ في النهاية مفهوم الرأي العام الذي يتشكل في الفضاء الافتراضي.

هذا "ويرتبط تكوين الرأي العام الإلكتروني بمتغيرين أساسيين"⁽²⁾:

– مستوى التعليم.

- تواجد شبكة للاتصالات وخدمات الانترنت المتوفرة"، ناهيك عن القضية محل المناقشة والتي يتم تشكيل رأي عام الكتروني حولها.

"إن العصر الحالي والمستقبل سوف تسيطر عليه السلطة الخامسة عبر المنافذ والمواقع الإلكترونية المختلفة كالفيسبوك واليوتيوب والمدونات الشخصية وغيرها من أدوات التواصل الإلكتروني، وأن ميزان القوة تحول من حراس البوابة في الصحافة

(1) - متعب بن شديد بن محمد الهماش، قياس الرأي العام الإلكتروني، ندوة إدارة وتطوير أداء مراكز قياس الرأي العام، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الشارقة، نوفمبر 2008، ص 91.

(2) - سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 125.

التقليدية إلى السلطة الخامسة المتمثلة بالمواطنين⁽¹⁾، الذين يشكلون رأياً عاماً إلكترونياً.

المطلب الثاني: خصائص ومميزات الرأي العام الرقمي

تتعدد مميزات وخصائص الرأي العام الرقمي، تبعا للتأثيرات التي يمكن أن يحدثها في الواقع الافتراضي وحتى في الواقع المادي، ويتسم الرأي العام الرقمي بعدد من المميزات تتمثل في⁽²⁾:

- يساهم الرأي العام الإلكتروني في دعم القرارات مما يساهم في نجاحها أو معارضتها فتنفشل في تحقيق الهدف الذي اتخذت من أجله.
- اختصار المسافات الاتصالية مع مختلف أنحاء العالم.
- تحقيق التقارب الثقافي مع المجتمعات الأخرى في العالم.
- تحسين مستوى الخطاب والحوار بين أفراد المجتمع وإبداء الآراء من دون خوف أو وجل.
- معرفة آراء واتجاهات وطريقة تفكير الآخرين تجاه عدد من القضايا المهمة ذات المساس المباشر بأفراد المجتمع خاصة القضايا الأمنية والاقتصادية.
- يساهم في تحقيق التواصل مع أفراد المجتمعات الأخرى من النخبة والمثقفين وصناع القرار، من خلال شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

(1) - فاضل محمد البدراني وطالب بحرفياض، مرجع سابق، ص 306.

(2) - علي عبد الهادي عبد الأمير، مرجع سابق، ص 119.

كما ذكر بعض الباحثين خصائص أخرى للرأي العام الرقمي يتصف بها، منها ما أسماه الباحث متعب بن شديد بالسمات الذاتية للرأي العام الإلكتروني، وتتكون مما يلي⁽¹⁾:

– الانتشار والوصول.

– سهولة قياس اتجاهاته.

– يتفاعل مع غالبية المواضيع التي تهتمه.

– تجدد الرأي العام الإلكتروني.

– انخفاض التكلفة.

– خصوصية المبحوث (المستطلع).

– النزاهة".

رغم تعدد السمات والخصائص التي يتمتع بها الرأي العام الرقمي، إلا أنه يمكن القول ان اهم سمة فيه هو أن المحتوى المتضمن فيه سواء كان مادة مكتوبة أو صوتية او مرئية يصنعه الزوار والمستخدمون دون غيرهم، كما أن المستخدمين بمقدرتهم الاختيار والتحكم في المحتوى المعروض ومتابعته في أي وقت كان، أي أنهم يتحكمون في ظروف التعرض للمحتوى المنشور.

لكن مع كل تلك السمات، فإن الرأي العام الرقمي له في المقابل إيجابيات وسلبيات عديدة، وكغيره من الظواهر الاتصالية الأخرى، اختلفت رؤى الباحثين – أيضا- في تبيان آثاره بين مرحب بها ومستهجن، وتعددت التعليقات عليه بين الإيجاب والسلب.

(1) - متعب بن شديد بن محمد الهماش، مرجع سابق، ص ص 92.93.

فبالنسبة لوجهة النظر المتفائلة، فإن الرأي العام الرقمي قد حقق عوائد وآثاراً إيجابية تجاه الأفراد والمجتمع، وتتمثل تلك العوائد في ما يلي:⁽¹⁾

– يساعد الأفراد على تكيفهم مع مجتمعهم والتواصل فيما بينهم من خلال شبكة الانترنت والتقنيات الأخرى.

– يحدث القناعة لديهم تجاه بعض الآراء المطروحة والتي تلبى احتياجاتهم المعنوية.

– تحسين مستوى الخطاب والحوار بين أفراد المجتمع وإبداء الآراء دون خوف أو وجل.

– يمكنهم من معرفة موقف من حولهم تجاه أي قضية مطروحة عبر التقنية الالكترونية وشبكة الانترنت.

– معرفة طريقة تفكير الآخرين حيال القضايا المختلفة".

رغم الإيجابيات الكثيرة التي يتمتع بها الرأي العام الرقمي، إلا أنه لا يخلوا من بعض السلبيات التي تمنع من انتشاره أكثر، أو تعميمه على كامل المجتمع، عكس الرأي العام التقليدي، فاستطلاعات الرأي العام على سبيل المثال يمكن تعميم نتائجها على كامل المجتمع بالنظر إلا أن كامل الأفراد لهم الحق في إبداء الرأي، على عكس استطلاعات الرأي العام الرقمي التي لا يمكن تعميم نتائجها على كامل المجتمع بالنظر إلى أن نتائج الاستطلاع تخص فقط المستخدمين، وبالتالي يتم اقصاء غير المستخدمين، وواقع المجتمع يقول بأن هناك فئات كثيرة لا يمكنها الولوج إلى مختلف الفضاءات الافتراضية ككبار السن مثلاً.

أما في الناحية المقابلة المتشائمة، فإن "من عوائق وسلبيات الرأي العام الالكتروني ما يلي⁽²⁾ :

– اقتصره على مستخدمي شبكة الانترنت وحائزي التقنيات الالكترونية الأخرى فقط.

(1) - متعب بن شديد بن محمد الهماش، مرجع سابق، ص 94.

(2) - المرجع نفسه، ص 95.

– قد يكون أحيانا متعارضاً مع الثوابت الأساسية في المجتمع مثل الدين والعادات وغيرها.

– يصعب في بعض الأحيان معرفة الجمهور ونوعيته.

– عدم ثقة بعض الجماهير بنتائج الرأي العام الإلكتروني لوجود بعض الثغرات التقنية".

ناهيك عن سلبيات أخرى ذكرها باحثون آخرون، منها انتشار الأخبار الكاذبة والمزيفة أو المفبركة Fake News التي تجد بيئة خصبة لها في تلك الفضاءات الافتراضية، باعتبار أن النشر الإلكتروني غير مقيد ولا يحتاج لترخيص من هيئة معينة، حيث بإمكان أي مستخدم أن ينشر ما يشاء في أي موضوع يشاء وفي أي وقت يشاء دون حدود مانعة أو قيود رادعة، ولعل هذه الخاصية هي التي كانت سبباً في التحريض بين المستخدمين على إقامة الثورات وتغيير الأنظمة السياسية الحاكمة "ولم تستخدم الشبكة للتأثير على مستخدميها والتحريض والدعوة إلى قيام الثورات فقط، ولكن أيضاً لتشكيل رأي عام جديد تجاه قضية ما، وقد يبدو هذا الرأي لكثير من الناس غير ظاهر لأنه يكون في البداية رأي عام كامن^(*) سرعان ما ينشط ويطالب بالتغيير"⁽¹⁾.

إن أهم التحديات التي تطرح أمام تشكيل الرأي العام الرقمي هي الفجوة الرقمية الموجودة في المجتمعات وبين الدول، وتفاوت الأفراد في استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة، ما نتج عنه تفشي ظاهرة الأمية الرقمية، التي تعد مانعاً لكثير من الأفراد من ولوج عديد الفضاءات الافتراضية التي يمكن من خلالها تقديم الرأي الأخص به تجاه ما يطرح فيها من نقاشات عن مختلف المواضيع.

(*) – "الرأي العام الكامن: وهو الرأي العام غير الظاهر وغير المعبر عنه، ويحدث في مجتمعات الحكم الدكتاتوري، ويتحول إلى رأي عام ظاهر في حالة ازدياد وشدة اتجاه الناس نحو مشكلة معينة إلى درجة لا يستطيعون كتمانها، وكذلك في حالة رفع الموانع الاجتماعية أو القانونية التي كانت تحول دون التعبير عن الرأي كموافقة الدولة أو تشجيعها على ظهور آراء معينة لم يكن يتاح لها الظهور". انظر: يسرا حسني عبد الخالق، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، 2015، ص 44.

(1) - إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر: وسائله - مهاراته - تأثيراته - أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، الدوحة، 2014، ص

المطلب الثالث: تشكيل الرأي العام الرقمي

تعد مسألة تشكيل الرأي العام الرقمي لما لها من أهمية خاصة، محور اهتمام عديد الباحثين، بالنظر للمرونة التي يتمتع بها هذا النوع من الرأي العام، واقتصاره على الفضاءات الافتراضية الموجودة في الشبكة، حيث "أصبحت تتشكل بفضل شبكة الانترنت فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة أمكنة افتراضية تتحدث عبر غرف الحوار والدرشة بدون حدود وبدون تاريخ، وتعامل مع هذه الفضاءات بعدّها أمكنة ذات شحنة ثقافية يكون الحوار والتواصل أساسها"⁽¹⁾، بين جميع المستخدمين في شتى المواضيع،

إن الرأي العام الرقمي الذي يتكوّن عبر شبكة الانترنت، لا تسهم في تشكيله مواقع الشبكات الاجتماعية فقط، بل مواقع الصحف وغرف الدردشة والمنتديات الالكترونية وغيرها، وتختلف درجات تأثير كل نمط من هذه الأنماط وفق أهمية الموضوع والجمهور المستهدف، وفي هذا الصدد أشارت نتائج عديد الدراسات الميدانية إلى مدى مساهمة تلك الأنماط في تشكيل الرأي العام الرقمي، وبدور المستخدمين في ذلك، إذ أن "كل شخص الآن لديه هاتف محمول حديث يمكنه التقاط وتسجيل الأحداث اليومية التي تمر به ويثبثها عن طريق الانترنت... ويشارك الآخرين في مطالعتها والتعليق عليها، بل تطوير وإضافة موادهم الإعلامية الخاصة، ونحن هنا أمام أبرز تجليات ما بعد التفاعلية المتمثلة بانتهاء عصر السيطرة المهنية فضلا عن السياسية والاقتصادية على العملية الإعلامية"⁽²⁾، وفي كثير من الأحيان يتم توثيق الحدث على المباشر من خلال ما توفره أجيال الانترنت في الهواتف الذكية من إمكانية إجراء بث مباشر على مختلف مواقع الشبكات الاجتماعية، "ويسجل لهذه الشبكات كسر احتكار المعلومة، كما أنها شكلت عامل ضغط على الحكومات والمسؤولين، ومن هنا بدأت تتجمع وتتجاوز بعض

(1) - نجلاء محمد جابر، مرجع سابق، ص 315.

(2) - بشرى جميل الراوي وعبد المحسن الشافعي، مرجع سابق، ص 68.

التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات، تحمل أفكارا ورؤى مختلفة، متقاربة أو موحدة أحيانا⁽¹⁾ حسب طبيعة كل موضوع.

لقد "أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ثورة جديدة من نوع آخر في نقل الأخبار والمعلومات، حيث أصبحت هذه المواقع بمثابة وسائل إعلام يعتمد عليها الكثير في الحصول على الأخبار وإبداء الآراء ومعرفة ما يجري حول العالم في أسرع وقت، وذلك لتمييزها في سرعة نقل المعلومة وإيصالها إلى عدد كبير من الجمهور"⁽²⁾، وهذه الخاصية هي التي جعلت بعض الباحثين يطلق عليها مسمى (الاعلام البديل)، ما أهلها لتكون عاملا مهما جدا في تشكيل وتكوين الآراء والاتجاهات نحو مختلف القضايا التي تقوم بتغطية أحداثها، خاصة وأن متابعتها الآنية للأحداث لا يتم مراقبتها مسبقا أو تعديلها وفقا لأجندات معينة مثلما هو عليه الحال في وسائل الاتصال التقليدية، إنما المستخدمون ينشرون ما يرونه واقعا في الميدان بدون مقص الرقيب في فضاءات افتراضية "تقلص فيها سلطة حارس البوابة لصالح سلطة المواطن العادي الذي تحول من مجرد متلقي إلى فاعل ومساهم في صناعة وإنتاج المضامين الإعلامية ومشاركتها والتفاعل معها من جهة، وتشكيل رأي عام إلكتروني وتعبئته من جهة أخرى"⁽³⁾، وصناعة وعي جمعي قادر على التحليل.

"ولا شك أن دور الشبكات الاجتماعية، ومن بينها الفيسبوك في نحت الوعي المعاصر بديل معقول من التواصل الإنساني المباشر، وقد أثبتت الكثير من الوقائع والدراسات مدى تأثير هذه الشبكات في وعي الإنسان وتصرفاته، ولعل السبب الأول في ذلك يعود إلى التفاعل مع الآخرين، والإطلاع السريع على الأحداث العالمية"⁽⁴⁾، التي تجد انتشارا واسعا لها في تلك المنصات الالكترونية، وتجد إقبالا عليها من طرف المستخدمين ربما أكثر من غيرها من المواقع الإخبارية، وفي هذا الصدد "تشير إحصائيات

(1) - يوسف حجيم الطائي وعلي عبودي نعمه الجبوري، مرجع سابق، 150.

(2) - بوبكر بوعزيز، مصادر الخبر الصحفي: من وكالة الأنباء إلى الفيس بوك، مجلة آفاق للعلوم، عدد 7، مارس 2017، ص 161.

(3) - نفيسة نايلي، سلمى مساعدي، الرأي العام في الجزائر بين الصحافة الالكترونية وصحافة المواطن: دراسة تحليلية من خلال قضية إضراب الأطباء المقيمين، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، 02 (02)، ديسمبر 2019، ص 290.

(4) - فاضل محمد البدراني، الأخلاقيات والإعلام، مجلة المستقبل العربي، العدد 385، ص 64.

موقع أليكسا alexa.com المتخصص في ترتيب المواقع بحسب نسبة تصفحها، إلى أن موقع الفيسبوك يأتي في المرتبة الثانية بعد محرك البحث الشهير قوقل، وقبل موقع عرض ملفات الفيديو يوتيوب⁽¹⁾.

و"رغم أن نشاط هذه الشريحة من الجماهير التي تمثل الرأي العام الإلكتروني، ينحصر داخل هذا العالم التخيلي، فالأمر لا يتعدى وسيلة جيدة للتواصل والنقاش وتبادل الآراء، أو لعمليات التثقيف ونشر الوعي... إلا أن الأمر تعدى مؤخرا ذلك الواقع التخيلي بتحول الشبكة إلى ساحة للفعل المدني والتعبوي في أرض الواقع"⁽²⁾، من خلال تشكيل رأي عام إلكتروني حول قضية معينة تتم مناقشتها وتكون محل اهتمام قطاعات واسعة جدا من المستخدمين، وتحول ذلك الرأي إلى سلوك.

إن تحول الرأي العام إلى سلوك في الواقع ممكن الحدوث حسب ما تقتضيه القضية التي تشكل الرأي العام حولها، وفي ذلك يستعين المستخدمون بقيادة الرأي والصفوة والنخبة الجديدة التي تصدرت المشهد في الفضاءات الافتراضية لقدرتها على التواصل والتأثير، وذلك لاضفاء مزيد من الاقناع والشرعية على الرأي السائد، هذه النخبة الجديدة "هم عبارة عن أفراد مهمشون في الإعلام التقليدي لم يجدوا مكانا في الفضاءات الواقعية فكان الفيسبوك فضاءهم البديل بإنشاء صفحات تتعاطى مع الأخبار بطريقة شعبية وتنتج خطابات شعبية استطاعت من خلالها اكتساب شعبية كبيرة على الفيسبوك تسيطر على الرأي العام الافتراضي وتدير النقاش من خلاله"⁽³⁾.

إنه بالرغم من كل ما قيل عن تشكيل الرأي العام الرقمي وأهميته ومميزاته، فإن هناك سؤالا مشروعا يطرحه بعض الباحثين حول "ما مدى مصداقية الرأي الإلكتروني، وهل يعبر بصدق عن فئات بعينها، ويمكن قياسه بشكل دقيق؟"⁽⁴⁾، تماما مثلما هو عليه الحال مع الرأي العام في الواقع، ونعتقد أن الإجابة عن ذلك ليست

(1) - عبد الرزاق الدليهي، مرجع سابق، ص 234.

(2) - يوسف حجيم الطائي وعلي عبودي نعمه الجبوري، مرجع سابق، ص 147.

(3) - هوارى حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015، ص 229.

(4) - أحمد شاهين، الإعلام والرأي العام، مؤسسة طبعة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 270.

بالأمر السهل، ولا بالشيء الذي تكون اجابته صارمة، بل الامر أعقد من كل ذلك، لتداخل عدة متغيرات أبرزها ذات الطابع التقني، فمما هو شائع في عالم مواقع التواصل الاجتماعي أنه بإمكان المبرمجين تصميم برمجيات خاصة وحسابات وهمية بملايين المتابعين الوهميين التي تنشر أخبارا معينة وصناعة ترندات وهاشتاغات مزيفة من أجل تضليل المستخدمين ودفعم لتبني الرأي المنشور، وبالتالي يتشكل رأي عام رقمي غير حقيقي، وهذا الأمر هو الذي يجعل من قضية الحكم على مصداقة الرأي الرقمي من عدمه أمرا بالغ الصعوبة والتعقيد.

الفصل الخامس:

الحراك الشعبي ومواقع التواصل

الاجتماعي: حدود المساهمة في

تشكيل الرأي العام

المبحث الأول: الحراك الشعبي في الجزائر بين الواقع والمواقع

سبق وأن شهدت الجزائر الكثير من الاحتجاجات في تاريخها المعاصر، إذ لم تكن بداياتها من الحراك الشعبي، فقد سبقته الكثير من الحركات الاحتجاجية طوال عقود وعلى فترات متباعدة نسبيا، ولعل الكثير من الجزائريين يستذكرون أحداث أكتوبر 1988 التي تعد أول سابقة في تاريخ الحركات الاحتجاجية، رغم أنه لم توجد حينها مواقع تواصل اجتماعي يتم التنسيق فيها بين المتظاهرين، ولا وسائل إعلام خاصة تقوم بتغطية الأحداث، ومع بداية العقد الثاني من الألفية الجديدة اتسعت رقعة ما سمي حينها "باحتجاجات الزيت والسكر" التي شكلت رفضا شعبيا عارما لارتفاع الأسعار حينها، ما اضطر السلطة لاتخاذ إجراءات فورية لاحتواء الأزمة.

بمرور الوقت ومع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها بين الأفراد، صار اللجوء إلى الاحتجاج أيسر بشكل كبير بفعل التواصل الآني والمباشر بين مختلف الفاعلين، والتنسيق فيما بينهم "ولعل قضية إضراب الأطباء المقيمين في الجزائر التي انطلقت في شكل إضراب عن العمل مع بداية شهر جانفي 2018، إحدى أبرز هذه القضايا التي اعتمدت على صحافة المواطن للتعريف بقضية الأطباء ومطالبهم"⁽¹⁾، ونفس الأمر بالنسبة للاحتجاجات الراضية لاستغلال الغاز الصخري في الصحراء الجزائرية.

لكن يبقى الحراك الشعبي هو أبرز تلك الاحتجاجات الشعبية التي عرفتها البلاد، ليس لأنه مرتبطا بقضية اجتماعية أو اقتصادية، وإنما لارتباطه بقضية سياسية بالدرجة الأولى، ما يوحي بوجود نوع من الوعي السياسي المتزايد لدى فئات واسعة من الشعب، غذتها مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية عموما.

(1) - نفيسة نايلي وسلوى مساعدي، مرجع سابق، ص 291.

المطلب الأول: الأسباب الدافعة للحراك

مبدئياً "الحراك الشعبي هو انتفاضة شعبية من أجل تحقيق مطالب مشروعة تكفلها كل المواثيق والقوانين الدولية"⁽¹⁾، رغم الفوارق بين مصطلحي الحراك والانتفاضة، "وسميت حراكا بفتح الحاء بدل الثورة أو الانتفاضة كونها تدل على حركة كلية وشاملة لمختلف فئات وشرائح المجتمع، والتي تسعى لنقله نوعية بطبيعة الحكم السياسي والنظام الاجتماعي"⁽²⁾.

ويتم تقسيم الحراك لعدة أنواع حسب بعض الباحثين منها⁽³⁾:

الحراك الشعبي: هو سلسلة من التفاعلات التي تجري بين الحكام وأفراد من المجتمع يمثلون قاعدة شعبية تفتقد إلى التمثيل الرسمي.

الحراك الثوري: هو كل تحرك في المجتمع يؤدي إلى قيام تغيير فجائي في السلطة، وقد يستعمل فيه قدرا معيناً من القوة والعنف.

الحراك السياسي: هو كل نشاط أو تفاعل (فردى أو جماعى) داخل الدولة أو خارجها، يهدف به فاعلوه إلى جني ثمار سياسية معينة أو بلوغ أهداف محددة.

حسب الباحث خير الدين حسيب، فإن هناك أربعة عوامل تعمل كمجموعة متكاملة، وأن تزامنها والتقاءها سويًا يؤثر مباشرة في احتمال قيام انتفاضة شعبية أو عمل اجتماعى شعبى يهدف إلى التغيير، بينما يحول غياب أي من تلك العناصر دون تحقيق ذلك، أو على الأقل تقل فرص احتمال وقوعه، وهذه العناصر الأربعة حددها في: كسر حاجز الخوف، وأن تكون الانتفاضة ذات طبيعة سلمية، وأن توفر الحد الأدنى من

(1) - أحمد عبد الحكيم بن بعطوش، وأمنية شابي، العمل التطوعي للنوع الاجتماعي في الحراك الشعبي الجزائري، مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، الجزائر، العدد 6، جوان، 2019، ص 10-11.

(2) - فطيمة سامح، دور الفساد المالي والإداري في انبثاق الحراك الشعبي في الجزائر، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 07، العدد 03، 2019، ص 35.

(3) - حيدور حاج بشير، أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية: دراسة مقارنة-جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2016-2017، ص 89.

التماسك الاجتماعي ومشاعر مشتركة من الوحدة الوطنية، وأخيرا موقف الجيش من التمرد الشعبي المدني⁽¹⁾، وهي عوامل قد اجتمعت كلها لصالح قيام حراك شعبي عارم في الجزائر لم يسبق له مثيل.

حيث يعتبر الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر في 22 فيفري من عام 2019 حدثا فارقا في تاريخ الجزائر المعاصر يؤرخ لمرحلتين زمنييتين منفصلتين، بين مرحلة ما قبل الحراك، ومرحلة ما بعد الحراك، فقد كان حدثا هاما لم يسبق أن وقع مثله سابقا، فقد كان حراكا غير مخطط له، ولم يكن منظما أو مهيكل وفق هرمية معينة، ولم يكن هناك ناطقون باسمه، بل كان عفويا لأقصى درجة، أبان فيه الشعب الجزائري عن مستوى كبير من الوعي والمسؤولية بشهادة الجميع، بعدما كانت له اتجاهات مسبقة اتجاه ما يجري في الحياة السياسية في البلاد، تحول بعدها إلى رأي صريح تم التعبير عنه في مختلف الفضاءات العمومية والخاصة، وعبّر الفضاءات الافتراضية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي كانت منبرا للجدال والنقاش في القضايا السياسية، وقد كان إفصاح الرئيس الأسبق عبد العزيز بوتفليقة عن نيته للترشح إلى عهدة خامسة تواليها، النقطة التي أفاضت الكأس وتحولت معها اتجاهات وآراء عموم الشعب إلى سلوك معبر عنه من خلال سلسلة احتجاجات أسبوعية متواصلة، طابعها السلمية وامتدت لأكثر من عام كامل، توجت في الأخير بفضل مشروع التمديد، والانتقال إلى مرحلة جديدة من تاريخ الجزائر، مع إقرار انتخابات رئاسية جديدة.

يرى البعض أن نشوء الحراك الشعبي بسبب العهدة الخامسة كسبب رئيس، لم يكن السبب الأوحده فقط بل غذته عوامل أخرى عديدة، فقد شهدت الحياة السياسية في البلاد نوعا من العفن والطغيان والفساد السياسي، و"ما كان لهذا الفساد الصغير

(1)- راجع في ذلك: خير الدين حسيب، الربيع العربي نحو آلية تحليلية لأسباب النجاح والفضل، مجلة المستقبل العربي، بيروت، 2012،

Petty Corruption على المستويات الدنيا من البيروقراطيات العربية أن ينتشر، إلا لأن الفاسدين والمفسدين في المستويات الوسيطة يعضون البصر عنه، وما كان للأخيرين أن يكونوا كذلك، إلا لأن المستوى الأعلى، أي النخبة الحاكمة غرقت في الفساد أيضا وهو ما يسمى بالفساد الكبير Grand Corruption " (1)، وهذا ما جعل الكثير من الشباب يعزف عن الانخراط والمشاركة في الحياة السياسية، وتراكت نتائجه فيما بعد حتى بلغت حد خروج الشعب إلى الشارع.

لذلك فقد شكل الحراك فرصة حقيقية لإصلاح ما يمكن إصلاحه في الحياة السياسية، وقد انعكس ذلك فيما بعد من خلال تدليل العقبات أمام الشباب الراغب في ولوج عالم السياسة، وترغيبه في المشاركة السياسية الفاعلة ولو في صفوف المعارضة النزيهة، كما كان الشأن كذلك في قضية تشكيل الأحزاب السياسية والانخراط فيها.

لقد حاول الشعب الذي خرج بعشرات الآلاف في مختلف ولايات الوطن نقل مطالبه المشروعة إلى السلطة آملا في أخذها بعين الاعتبار لتحقيق غد أفضل، وقد عكست تلك المطالب واقعه المعاش وتطلعاته المستقبلية، وشاركت فيه فئات اجتماعية مختلفة بطريقة سلمية وحضارية وبنسق عال ومتواصل لاسماع صوتهم للسلطة الحاكمة آنذاك بضرورة الإصلاح وتنحية الزمرة الفاسدة أو ما صار يسمى لاحقا "بالعصابة".

لقد كان للحراك الشعبي مطالب سياسية وانطلقت شرارته الأولى بعد نهاية العهدة الرابعة للرئيس الجزائري الراحل عبد العزيز بوتفليقة، وإعلانه (نيتته) الترشح لعهدة رئاسية خامسة في الانتخابات التي كان مقررا إجراؤها في أبريل 2019، لتبدأ موجة من الاحتجاجات الأسبوعية عقب صلاة الجمعة امتدت لأكثر من عام كامل وتوقفت في مارس 2020 بسبب جائحة كورونا، تخللها ميلاد مظاهرات خاصة بطلبة

(1) - سعد الدين ابراهيم، مرجع سابق، ص 131.

الجامعات وكانت يوم الثلاثاء من كل أسبوع، ناهيك عن ظهور حركات احتجاجية فتوية أخرى كالتي قام بها الصحفيون على سبيل المثال.

لقد أبان الحراك الشعبي عن تواصل بين المستخدمين ذو طابع سياسي، له علاقة بتبعات ما بعد الإعلان عن ترشح الرئيس الجزائري الأسبق عبد العزيز بوتفليقة لعهد رئاسية خامسة، وما استتبع ذلك من مظاهرات حملت شعارات سياسية تدور حول الانتخابات وتسيير المرحلة اللاحقة، وقد استمر حتى بعد إعلان الرئيس الأسبق تقديم استقالته رسمياً من رئاسة البلاد يوم 02 أفريل 2019، إذ "أن الرسائل الاجتماعية التي جرى إيصالها والاستراتيجيات الخطابية التي اتبعت أعادت صوغ الغضب ليأخذ وجهة الاحتجاج السياسي... وهذا ما يشي ببزوغ بوادر واعدة بالوعي بالواقع وبحركية تغيير الوضع القائم"⁽¹⁾، نحو الأفضل.

عموماً، ما يمكن ملاحظته على الحراك الشعبي في الجزائر من خصائص، قد لخصه بعض الباحثين من خلال ما يلي⁽²⁾:

- ما ميزه أنه حراك شبابي، وعاد الحديث بقوة عن هذا الجيل الشباب ودوره السياسي فهو الذي استعمل مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك خصوصاً) لتعبئة الرأي العام وتداول الأخبار والأحداث عن مجريات الحراك.

- يضم مختلف فئات المجتمع، من نخبة وفئات شعبية مختلفة.

- سلمية الحراك و الخروج الكبير والمتلاحم للمتظاهرين.

- سعيه للتعبير عن تغيير أنماط الحياة المعاصرة، والتحديات والمشاكل التي يفرزها الواقع الجديد بكل تعقيداته.

(1) - عيسى مراح، مرجع سابق، ص 68.

(2) - امين، سمير، الحركات الاجتماعية في العالم العربي، مركز البحوث العربية والافريقية، القاهرة، 2006، ص 12.

المطلب الثاني: الحراك في مواقع التواصل الاجتماعي

"يعد الفرد ملازما بصفة لصيقة لوسائل الإعلام الرقمي والجديد في فترات التغيير والاستقرار، ويعتبر الإعلام الرقمي في هذه الفترات بديلا استراتيجيا يشبع احتياجات الجمهور⁽¹⁾ ورغباته المختلفة، خاصة إذا ما تعرض للتضييق والاضطهاد ففي عام 2006 لما انتفض الشعب الإيراني في العاصمة طهران وبعض المدن الإيرانية الأخرى ضد ما أسموه بالتزوير في الانتخابات، تعاملت معهم قوات الأمن بالقوة المفرطة، كما قامت الحكومة بحجب بعض المواقع الإلكترونية التي كانت تزيد في حماسة الشباب^(*) ثم بقطع شبكة الانترنت بعد ذلك عن المتظاهرين الذين كانوا يتواصلون فيما بينهم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لعلمها لجماهيرية تلك المواقع وتأثيراتها المحتملة على أمن البلاد.

وفي الجزائر أظهرت مختلف أنماط الإعلام الرقمي قدرتها على تشكيل اتجاهات الشباب بمختلف اهتماماته السياسية من معرفة ونقاشات ومشاركة سياسية بالنظر لما تبثه من أخبار ومواضيع سياسية تؤثر بشكل إيجابي على وعيهم وفكرهم السياسي وطريقة فهمهم للأوضاع المعاشة⁽²⁾، وتستخدم شبكات الناشطين السياسيين والاجتماعيين الشبكة العنكبوتية لعرض معارضة واقعية وخلق أماكن بديلة لمناقشة قضايا أهملت من قبل الصفوة والنخبة ووسائل الإعلام التقليدية⁽³⁾

في الجزائر ظهرت عدة حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، لعبت دورا بارزا ومهما في إثارة قضايا تهم الرأي العام الوطني، وتخص الانشغالات اليومية التي تهم المواطنين⁽⁴⁾، وقد "تعزز استخدام الفايسبوك أثناء موجة الاحتجاجات التي شهدتها

(1) - بودادة أحمد، دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب في الجزائر، مجلة المعيار، مجلد 232 العدد 46، مارس 2019، ص 513.

(*) - لتجاوز هذا الحجب المفروض لجأ المحتجون إلى بعض التقنيات مثل استخدام VPN.

(2) - بودادة أحمد، مرجع سابق، ص 514.

(3) - أندريا بريس وبروس ويليامز، مرجع سابق، ص 36.

(4) - عبد المجيد رمضان، مرجع سابق، ص 81.

بعض المدن الجزائرية (احتجاجات الزيت والسكر) أين تحول إلى منصة للتناطح الفكري والجدال السياسي من خلال نشر مقالات وصور وفيديوهات ونصوص صغيرة ساخرة، وأصبح بذلك الفايسبوك فضاء يعكس تعدد الرؤى والآراء والاتجاهات المختلفة⁽¹⁾ للمستخدمين.

إن الإعلام الجديد هو الذي تصدى هذه المرة لتغطية هذه الحوادث ونقلها بالخبر والصورة إلى ملايين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت والصحف الالكترونية التي لا تخضع لقوانين الرقابة الرسمية ولا تتلقى تعليماتها من موظفي الإعلام الرسمي في هذه البلدان⁽²⁾، حيث استثمر هؤلاء الشباب أدوات الإعلام الجديد من مواقع إلكترونية، أطلق عليها مواقع التواصل الاجتماعي مثل (الفيس بوك والتويتر) إضافة إلى (الموبايل) من أجل تحقيق التواصل وبث الأفكار والصور والمعلومات، واستثمارا لما تتيحه هذه الوسائل من حرية التعبير في أكثر صورها تأثيرا، وهي توفر لغة مشتركة وتناقش هموما مشتركة⁽³⁾، حيث تحولت تلك الشبكات إلى منابر ومساحات حرة، يطرح من خلالها المستخدمون الجزائريون قضايا متنوعة سياسية، اجتماعية، اقتصادية، في محاولة منهم لإيجاد فضاءات تعبيرية بديلة وموازية عن الفضاءات الرقابية الأخرى التي تتيحها المؤسسات الإعلامية الرسمية⁽⁴⁾، التي سلطت عليهم نوعا من الاقصاء والتهميش.

ومعلوم أن الإعلام الرسمي موجه من طرف الدولة باعتباره جهازا أيديولوجيا يخدم خطاب السلطة بمفهوم الفيلسوف ألتوسير مع تهميشه لفئات اجتماعية واسعة، لذلك أضحت الفضاءات الاتصالية البديلة وأهمها مواقع التواصل الاجتماعي هي الوعاء أو الوسيط الذي يلجأ إليه الكثير من المهتمين للتعبير عن آرائهم، وتكوين

(1) - هواري حمزة، مرجع سابق، ص 229.

(2) - تيسير أحمد أبو عرجة، الاتصال وقضايا المجتمع، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2013، ص 95.

(3) - المرجع نفسه، ص 94.

(4) - نفيسة نايلي وسلوى مساعدي، مرجع سابق، ص 290.

فضاء عام للنقاش متحرر من الهيمنة الاجتماعية والسياسية للسلطة⁽¹⁾، وقد شهدت العلاقة بين الاعلام - بما فيه الخاص - ونشطاء الحراك الشعبي ارتباكا كبيرا وتباينا في المواقف، وخلق حالة من التوتر بين الصحفيين والمتظاهرين في الشارع، وظهرت دلالات تهم الاعلام بالانحياز والتضليل للسلطة والخضوع للاملاءات⁽²⁾، فكان لا بد من الانحياز نحو صحافة المواطننة.

لقد ظهرت أثناء الحراك الشعبي العديد من الصفحات الفيسبوكية التي اهتمت بنقل ادق تفاصيل الحراك من صور وفيديوهات، خاصة من مظاهرات الجزائر العاصمة باعتبارها أضخم تظاهرة في كامل البلاد، ناهيك عن الولايات الكبرى الأخرى، ويتم تناقل تلك الاخبار والتعليق عليها بين المستخدمين، وقد لاقت تلك الصفحات إقبالا وتفاعلا كبيرين، وقد لجأ مسيروا تلك الصفحات إلى التغطية المباشرة والآنية للاحتجاجات وبنها على شبكة الانترنت من خلال مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة منها عبر خاصية Facebook Live بالإضافة إلى مقاطع الفيديو المسجلة والصور الملتقطة، وهي كلها عوامل ساهمت بشكل أو بآخر في استمالة أعداد كبيرة من المتابعين والمشاهدين، بل وأضحت مادة دسمة لكبريات القنوات الاخبارية ووسائل الإعلام العربية منها والأجنبية.

وقد اتسم الحراك على مواقع التواصل الاجتماعي بخطاب غضب المواطنين والمستخدمين المتدخلين في موضوعات تهتم بأخبار البلاد السياسية والاجتماعية، وتناقش المستجدات على شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر الضغوطات الناجمة من تعليقات وردود أفعال القراء على الخط⁽³⁾، لذلك يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد أخذت موقعا رائدا في سياق تحرير الأفراد من مختلف أشكال الاستبداد

(1) - هواري حمزة، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015، ص 222.

(2) - فتيحة زماموش، الاعلام وسؤال الحراك في الجزائر، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد 09، نوفمبر 2019، ص 442.

(3) - عيسى مراح، مرجع سابق، ص 55.

والتسلط السياسيين، والحد من ثقل الجهاز البيروقراطي، وتوجيه الرأي العام بشكل سلس وفعال⁽¹⁾، وقد شجعت اليك ريس، مستشارة هيلاري كلينتون وزيرة الشؤون الخارجية الأمريكية السابقة، الشبكة العنكبوتية بأنها تشي غيفارا القرن 21⁽²⁾.

إن توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في يوميات الحراك الشعبي ملاحظ بشكل لافت لكل المتابعين، وتأثيراتها في الميدان والواقع السياسي لا ينكرها أحد، وفي المقابل لا يمكن اعتبارها أيضا العامل الأساس والأوحد للتغيير في المجتمع، لكنها بلا شك تعتبر عاملا مهما في تهيئة متطلبات التغيير في المجتمع عن طريق تكوين الوعي وتعزيزه في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم⁽³⁾.

وفي رأي محمد شومان فإنه "لا يمكن للإعلام الجديد أو القديم صنع ثورات، وإنما الظلم الاجتماعي وأسباب كثيرة يدركها الناس هي في الواقع التي تصنع الثورات"⁽⁴⁾، "وهذا ما ذهبت إليه تشارلي بيكيت مدير مركز بوليس للأبحاث في لندن قائلة: مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت لا تخلق ثورات، بل يخلقها القهر والغضب والحكام المستبدون"⁽⁵⁾.

(1) - يوسف أزروال وليلى لعجال، دور الإعلام الجديد في صناعة التغيير السياسي بالوطن العربي، مجلة العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، العدد 01، أكتوبر 2017، ص 68.

(2) - نهي بلعيد، تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة اتحاد الاذاعات العربية، 2016، ص 13.

(3) - ابراهيم جابر السيد، الإعلام والمجتمع، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، 2015، ص 37.

(4) - محمد شومان، مرجع سابق، ص 128.

(5) - ابراهيم إسماعيل، مرجع سابق، ص 232.

المبحث الثاني: اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية لمناقشة مختلف القضايا.

أضحت مواقع التواصل الاجتماعية والفضاءات الافتراضية عموما ساحة رحبة للنشر المرتبط بشتى المواضيع التي تستهوي المستخدمين من جهة، أو تلك المرتبطة بأحداث راهنة ومستجدة في البيئة المحيطة بهم، وعليه تم وضع مجموعة من المؤشرات لقياس درجة اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي لمناقشة مختلف القضايا التي تشغل بالهم في الوقت الراهن، والجداول أدناه تقدم لنا نظرة عن اتجاهات النخبتين الأكاديمية والإعلامية حول الموضوع:

الجدول رقم 02: طبيعة القضايا التي يتابعها المستخدم الجزائري بكثرة في مواقع التواصل الاجتماعي

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|-------------------|---------|----------------|
| السياسية | 64 | 14.29 % |
| الاقتصادية | 24 | 05.36 % |
| الاجتماعية | 116 | 25.89 % |
| الدينية | 36 | 08.04 % |
| الرياضية | 92 | 20.54 % |
| قضايا أخرى متنوعة | 36 | 08.03 % |
| حسب أهمية كل قضية | 80 | 17.86 % |
| المجموع | 448 | 100 % |

يظهر من الجدول رقم 02 أن أكثر القضايا التي يهتم بها المستخدم الجزائري في مواقع التواصل الاجتماعي هي تلك المرتبطة بالجانب الاجتماعي بنسبة قاربت 26 % ما يمثل أكثر من ربع الاجابات، تليها في المرتبة الثانية القضايا ذات الطابع الرياضي بنسبة

ناهزت 21 %، ثم القضايا السياسية في المرتبة الثالثة بنسبة تجاوزت 14 %، ثم تأتي القضايا الدينية في المرتبة الرابعة بنسبة تجاوزت 08 % بقليل، لتأتي أخيرا القضايا الاقتصادية بأضعف نسبة قدرت بحوالي 05%، في حين ذكر مبحوثون آخرون بأن هناك قضايا أخرى يهتم بها المستخدم غير تلك المذكورة آنفا كالمواضيع الفنية وأخبار المشاهير وغيرها وبلغت نسبتهم حوالي 08 %.

كما زعم حوالي 18% من المبحوثين بأن المستخدم لا يميل إلى نوع معين من القضايا يدمن متابعته، وإنما يرجع منطلق المتابعة إلى الأهمية الآنية للموضوع المطروح بغض النظر عن طبيعته سياسيا كان أو اقتصاديا أو اجتماعيا أو فنيا أو ترفيهيا.

يبدو جليا من البيانات المقدمة أعلاه، بأن القضايا ذات الطابع الاجتماعي هي التي يغلب على المستخدم متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن إرجاع ذلك إلى حساسية هذا النوع من المواضيع التي تلامس الحياة اليومية لأي شخص، وتأثيرها الوجداني الكبير في نفوس المستخدمين خاصة إذا ما تم تقديمها في قوالب تأثيرية، كما أن الفرد المستخدم كائن اجتماعي بطبعه ويميل لمتابعة ما يرتبط بحياته وبيئته الاجتماعية اليومية.

الجدول رقم 03: الفضاء الأنسب للأفراد للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم بكل حرية

| النسبة المئوية | التكرار | الاختيارات |
|----------------|---------|------------------------|
| 08.7 % | 16 | الفضاء العام الواقعي |
| 91.3 % | 168 | الفضاء العام الافتراضي |
| 100 % | 184 | المجموع |

تظهر المعطيات الواردة في الجدول رقم 03 أن الفضاء العام الافتراضي يعد أكثر الفضاءات مناسبة للأفراد للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم بكل حرية بنسبة مطلقة فاقت

91%، بينما أشارت أقلية ضئيلة جدا من المبحوثين تجاوزت 08 % بقليل بان الفضاء العام الواقعي هو الفضاء المناسب لها للتعبير عن الرأي.

- "فانحسار محيط الحرية في الواقع الفعلي جعل من الفضاء الالكتروني واقعا بديلا تحول مع وجود الشبكات الاجتماعية من كونه واقعا افتراضيا إلى واقع حقيقي خاصة في ظل الافتراضات الأساسية التي قام عليها الفضاء الالكتروني من حيث التفاعل كنتيجة أساسية للتجانس في الاهتمامات والميول والاتجاهات"⁽¹⁾.

كما انه يمكن القول بأن ثقافة الخوف والتعبير عن الرأي قد بدأت تتلاشى قليلا او قلت حدتها على الأقل خاصة بعد انطلاق شرارة ما يسمى بأحداث الربيع العربي، وأضحى المستخدمون يجدون في الفضاءات الافتراضية ملجأ وأرضية ينطلقون منها في التعبير عن آرائهم تجاه مختلف المواضيع التي تستأثر باهتمام كبير من طرف أفراد المجتمع وتحريض الغير على تبنيها، وهو ما أطلق عليه بعض الباحثين "بالمواطنة النشطة".

الجدول رقم 04: مدى تطابق آراء المستخدمين التي ينشرونها في مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية معينة، مع تلك التي يعتقدونها في الواقع

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| نعم | 12 | 06.5 % |
| لا | 172 | 93.5 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

تظهر البيانات الموجودة في الجدول رقم 04 أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين فاقت 93% تعتبر أن ما ينشره المستخدمون من آراء في مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية معينة، يتطابق فعليا مع تلك الآراء التي يتبنونها في الواقع، بينما أشارت نسبة

(1) - فتحي حسين عامر، مرجع سابق، ص22.

قليلة جدا تجاوزت 6% بقليل بأنه ليس هناك تطابق بالضرورة بين ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي وما يتم البوح به في الواقع بخصوص مختلف القضايا المثارة للنقاش.

ويمكن إرجاع ذلك إلى كون إبداء الآراء في البيئة الافتراضية يتم بصفة شخصية ودون رقيب من أحد، سواء تم ذلك من خلال الاسم الحقيقي للشخص أو باسم مستعار، على عكس إبداء الآراء في البيئة الواقعية التي قد يجد فيها الفرد نفسه محاطا ببعض المعوقات التي تمنعه من إعلان رأيه صراحة.

وتتعدد تلك المعوقات ما بين معوقات نفسية أو جسدية، فقد يتعرض الفرد إلى مضايقات نفسية أو تفاديا لعزلة اجتماعية، أو خوفا من مضايقا أكبر تصل إلى حد الاعتداء الجسدي، وكل هذه المعوقات على اختلاف أنواعها، تكاد لا تذكر حين إبداء الرأي في البيئة الافتراضية، ما يجعل المستخدم في راحة أكبر مقارنة بغيره.

الجدول رقم 05: مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مناسباً لمناقشة أبرز القضايا الراهنة

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| نعم | 128 | 69.6 % |
| لا | 56 | 30.4 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يتضح من الجدول رقم 05 أن نسبة كبيرة من مفردات العينة قاربت نسبتها 70% تعتبر أن مواقع التواصل الاجتماعي تشكل فضاء مناسباً لمناقشة أبرز القضايا الراهنة، على خلاف بعض المبحوثين الذي تجاوزت نسبتهم 30% بقليل ممن لا يرون فيها ذلك الفضاء المناسب.

إن هذه النتائج تؤيد ما جاء في بيانات الجدول رقم 04 من كون الفضاء الافتراضي يعد بيئة مثالية لإبداء الآراء في مختلف المواضيع وخاصة منها ذات الطابع السياسي، بالنظر إلى أن المستخدم فيها يشعر بنوع من "الأمان" تجاه ما يكتب أو ينشر أو يعلق، بغض النظر عن طبيعة الموضوع الذي يتجاذب المستخدمون الرأي حوله.

ولعل الإمكانيات الاتصالية والتفاعلية التي تتميز بها تلك المواقع كغيرها من منصات التواصل الاجتماعي، ومناخ الحرية الكبير الذي تتمتع به من أهم العوامل التي تجذب المستخدمين لمناقشة مختلف المواضيع مهما كانت درجة حساسيتها، ومحاولة تشكيل رأي عام توافقي حولها.

الجدول رقم 06: مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي من أدوات تشكيل الوعي لدى المستخدمين

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| نعم | 164 | 89.1 % |
| لا | 20 | 10.9 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يتضح من الجدول رقم 06 أن نسبة كبيرة من مفردات العينة فاقت نسبتها 89% تعتبر أن مواقع التواصل الاجتماعي أداة مهمة من أدوات تشكيل الوعي لدى الأفراد المستخدمين، بينما خالفهم الرأي حوالي 11 % بزعمهم بأن تلك المواقع لا تعتبر من أدوات تشكيل الوعي.

الواقع أن أدبيات البحث في مواقع التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية عموما تجمع على اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي بما تتيحه من إمكانيات ضخمة في النشر والاستفادة من محتوياتها من أقدر الوسائل على صناعة الوعي بل وتزييفه أحيانا،

ولا ينكر أي باحث هذا الدور المحوري لها، بناء على تجارب ووقائع ميدانية أثبتت فيها تلك المواقع جدارتها بل وتفوقها أحيانا على وسائل الإعلام التقليدية التي كانت تصنف إلى وقت قريب بأنها أكبر صانع للوعي بدون منازع

الجدول رقم 07: مدى ثقة المستخدمين في الأخبار المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|--------------|---------|----------------|
| اعتقد ذلك | 104 | 56.5 % |
| لا اعتقد ذلك | 80 | 43.5 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يتضح من البيانات الواردة في الجدول رقم 07 أن نسبة لا بأس بها من المبحوثين تعدت 56 % ترى أن المستخدمين يثقون في الأخبار المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين رأى أكثر من 43 % منهم بأن المستخدمين لا يثقون في تلك الأخبار.

وقد بينت عديد الدراسات بأن هناك الكثير من المستخدمين من يميلون إلى الحصول على تفاصيل الأخبار من شبكة الانترنت عموما بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي، لأنها تتيح لهم خيارات عديدة في تحليل تلك الأخبار من وجهات نظر مختلفة، على عكس وسائل الإعلام التقليدية التي قد تنشر تفسيراً واحداً أو على الأقل لن تستفيض في نشر كل تفاصيل الأخبار.

وما يؤيد هذه النتيجة، هو ما توصلت إليه إحدى الدراسات من أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكثر مصداقية كمصدر للأخبار بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة،

وذلك في تناولها للأحداث السياسية المصرية⁽¹⁾، كما في دراسة أخرى خلص كيوسيس إلى أن أخبار الانترنت تحتل مرتبة أعلى لدى الجماهير من حيث المصدقية من أخبار التلفزيون التقليدي، ولكنها تحتل مرتبة أقل في المقابل من الصحف اليومية، وقد وجد شويجر نتائج مماثلة في ألمانيا⁽¹⁾، وفي فرنسا تقدمت مواقع التواصل الاجتماعي ومحركات البحث على وسائل الإعلام التقليدية في نسبة الحصول على الأخبار⁽²⁾.

الجدول رقم 08: درجة الثقة لما يتم تداوله من أخبار على مواقع التواصل الاجتماعي

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|-------------------|---------|----------------|
| درجة عالية جدا | 00 | 00 % |
| درجة عالية | 56 | 30.43 % |
| محايد | 68 | 36.96 % |
| درجة منخفضة | 52 | 28.26 % |
| درجة منخفضة جدا | 08 | 04.35 % |
| ليس هناك ثقة أبدا | 00 | 00 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يتبين مما هو وارد في الجدول رقم 08 أعلاه أن هناك تفاوتاً كبيراً بين المبحوثين في تقدير درجة ثقة المستخدمين لما يتم تداوله من أخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث صرح أكثر من 30% من المبحوثين بأن هناك درجة عالية للثقة، في حين اعتبر أكثر من 28% منهم بأن هناك درجة منخفضة للثقة، واعتبرت أقلية منهم تجاوزت 04% بأن هناك درجة منخفضة جداً للثقة، بمعنى أن هناك حوالي 33% أي

(1) - عمرو محمد محمود عبد الحميد، اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة النهضة، بني سويف (جمهورية مصر العربية)، 2016.

(1) - ماكس ماكومز وآخرون، مرجع سابق، ص 62.

(2) - عبد الحفيظ الهرقام، كيف تتفاعل عربياً مع هيمنة المنصات الرقمية العالمية؟، العدد 04، مجلة الاذاعات العربية، 2021، ص

ثلث مفردات العينة تعتقد بأن درجة الثقة تتراوح بين المنخفضة والمنخفضة جداً، بينما لم يبد حوالى 37 % من المبحوثين أي درجة لتقدير الثقة واختاروا الحياد.

من الناحية الإحصائية فإنه لا توجد فروق بين إجابات المبحوثين إذا ما قارنا نسبة من يقدرين درجة الثقة بأنها عالية مع نسبة من يعتقدون بأنها ضعيفة أو ضعيفة جداً، باعتبار أن العبرة بتجاوز نسبة الفروق 05 % حتى تكون لها دلالة إحصائية، حيث "يرى De singly Francois أنه يتم اعتبار عدد من متكافئين إذا كان الفرق بينهما يساوي 5 نقاط أو أقل (مثلاً 10.39 % تكافئ 15.25 %)، كما يرى أن القراءة (المقارنة) تتم بين النسب التي تفوق 5 نقاط في الفرق"⁽¹⁾.

الجدول رقم 09: أسباب اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر الحصول على المعلومات

| النسبة المئوية | التكرار | الاختيارات |
|----------------|---------|---|
| 26.32 % | 80 | توفير المعلومات الكافية عن الموضوع المطروح |
| 13.16 % | 40 | دعمها وتعزيزها لقناعات واتجاهات المستخدمين |
| 06.58 % | 20 | معالجتها للمواضيع بكل نزاهة وحيادية |
| 36.84 | 112 | حصريّة تقديمها للمعلومات غير المتوفرة في وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى |
| 17.1 % | 52 | أسباب أخرى |
| 100 % | 304 | المجموع |

يوضح الجدول رقم 09 أسباب اعتبار المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول القضايا التي تطرأ في المجتمع، حيث أشار حوالى 37% من

(1) - سعيد سبعون، مرجع سابق.

المبحوثين إلى أن تلك المواقع تتميز بخاصية فريدة وهي حصريّة تقديمها للمعلومات التي تكون غير متوفرة أحيانا في وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، في حين أشار أكثر من 26% منهم أن السبب يعود لكونها توفر المعلومات الكافية عن الموضوع المطروح، بينما تحدث أكثر من 13% أن السبب راجع لكونها تدعم وتعزز قناعات واتجاهات المستخدمين المسبقة، وركزت نسبة قليلة من المبحوثين تجاوزت 6% أنها تعالج المواضيع بكل نزاهة وحيادية، في حين عدّد حوالي 17% أسبابا أخرى متعددة .

من المنطقي جدا أن نشهد غياب بعض الأخبار أو قلة المعلومات عنها في وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة بالنظر إلى أنه يكاد يكون من شبه المستحيل أن تغطي وسائل الإعلام التقليدية كل صغيرة وكبيرة تحدث في المجتمع بامتداداته الجغرافية الواسعة، وهذا النقص تكمله مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ما ينشره فيها المستخدمون أو "المواطنون الصحفيون" كما يسميهم بعض الباحثين، وهذا الشيء هو الذي يجعل من تلك المواقع ملاذ المستخدمين للحصول على تفاصيل أكثر عن واقعة معينة، وهذه العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي في جزئية نشر الأخبار كانت محل دراسات بحثية بخصوص المسمى الحقيقي لتلك المواقع هل هي إعلام بديل عن الإعلام التقليدي مادام أنه باستطاعتها أن تنشر الأخبار تماما مثلما تفعل الوسائل الجماهيري؟ فتلغيه من الساحة الإعلامية تماما، أو هي إعلام مُكَمَّل للنقص الذي يطرأ على الإعلام الجماهيري، أو أن لكلا النوعين مسار خاص به ونمط لا يمكنه أن يلتقي أبدا مع الطرف الآخر؟

بعيدا عن هذا النقاش الأكاديمي، يبقى من المشاهد في وقتنا الراهن أن كبريات المحطات التلفزيونية ووكالات الأنباء في العالم باتت تستعين في كثير من الأحيان بما ينشره المستخدمون في مواقع التواصل الاجتماعي حول عديد الأخبار المحلية والعالمية التي عجزت تلك الوسائل عن تغطيتها أو رصد وقوعها، وهذا يدل بما لا يدع مجالا

لشك على أن مواقع التواصل الاجتماعي أضحت جزء لا يتجزأ من المشهد الإعلامي حتى ولو لم تكن مؤسسات إعلامية بالمفهوم الكلاسيكي.

هذه الخاصية الفريدة في تلك المواقع جعلت منها مصدر ثقة بالنسبة للمستخدمين في بحثهم عن المعلومة الكاملة بكل جوانبها، بالنظر لاستقلاليتها عن أي جهة رسمية تؤطر المعلومة المنشورة فيها أو تبتز جانباً من جوانبها لتعطيها معنى آخر، وقد أيدت ذلك عدة دراسات عربية ومنها إحدى الدراسات المصرية التي أكدت الأهمية التي اكتسبتها مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر مهم للحصول على المعلومة مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية بخصوص تناول الأحداث السياسية المصرية⁽¹⁾.

الجدول رقم 10: مدى تشكيل مواقع التواصل الاجتماعي للرأي العام نحو قضايا سابقة

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| نعم | 180 | 97.82 % |
| لا | 04 | 02.18 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

تظهر البيانات الواردة في الجدول رقم 10 أن الغالبية العظمى من المبحوثين أشارت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قامت بتشكيل الرأي العام نحو قضايا سابقة، وذلك بنسبة قاربت 98 %، في حين تحدثت نسبة ضعيفة جداً من المبحوثين تجاوزت 02 % بقليل أن تلك المواقع لم تقم أبداً بتشكيل الرأي العام مسبقاً نحو أي قضية من القضايا.

(1) - عمرو محمد محمود عبد الحميد، مرجع سابق، 2016.

لا يخفى على أحد الأدوار المهمة التي باتت تؤديها هذه المواقع الاجتماعية في تشكيل الرأي العام وتأليبها، وهو ما حصل في الجزائر وكثير من المجتمعات العربية والغربية.

فتورات ما سمي بالربيع العربي كان وقودها تلك المواقع وما ينشره فيها المدونون والمواطنون الصحفيون من مواد مرئية أو مسموعة أو مكتوبة، ساهمت في إشعال الغضب الشعبي تجاه السلطات الحاكمة في تلك الدول، والمحاولة الانقلابية الفاشلة ساهم في وأدها رواد مواقع التواصل، بل قد ازدادت شهرة موقع Face Time أكثر بعد استخدام الرئيس التركي رجب طيب أردوغان له في اتصاله الأول بشعبه عبر وسائل الاعلام عقب الساعات الأولى للانقلاب.

نفس الشيء بالنسبة في الجزائر حيث ساهمت تلك المواقع في تشكيل رأي عام معارض مناهض للعهد الخامسة للرئيس الأسبق، وممهدا لانطلاق شرارة الحراك الشعبي.

الجدول رقم 11: مدى اعتبار المناقشات التي تجري في مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| نعم | 144 | 78.26 % |
| لا | 40 | 21.74 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

حسب المعطيات الموجودة في الجدول رقم 11 يتضح أن نسبة كبيرة من المبحوثين فاقت 78% تعتبر أن المناقشات التي تجري في مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام، في حين رأى أكثر من 21 % أنها لا تعتبر كذلك.

إن من أهم الميزات التي تمتاز بها مواقع التواصل الاجتماعي تلك المتعلقة بإتاحة النقاشات الحرة، في إطار تفاعلية آنية بين جميع المستخدمين من دون استثناء، ولعل هذه الخاصية هي التي تجذب المستخدمين أكثر نحو التفاعل مع المواضيع في هذه الفضاءات الافتراضية، حيث يسعى أصحاب الصفحات إلى جذب أكبر عدد ممكن من التفاعل وهو غاية في حد ذاته بالنسبة لهم، إذ تقاس شعبية الموضوع والصفحة بأعداد المتفاعلين معهم، على عكس وسائل الاعلام التقليدية على سبيل المثال التي يكون فيها التفاعل مقيدا وأحيانا منعدما وغير آني، بسبب وجود حراس بوابات كثيرون، كما أن سياساتها التحريرية وخطها الافتتاحي وملكيته لا تحبذ وجود تفاعل مباشر خاصة في بعض المواضيع الحساسة.

إن هذه النقاشات التي تجرى في مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من أسباب تشكيل الرأي العام، لأن هذا الأخير من شروط نشوئه وجود نقاش وجدال بين الأفراد حول الموضوع الذي يثير اهتمامهم ويمس بمصالحهم المباشرة أو غير المباشرة، وهو ما يكون أكثر سهولة ويسرا في المنصات الرقمية حسب عينة الدراسة.

الجدول رقم 12: مدى احتمالية تشكيل مواقع التواصل الاجتماعي للرأي العام بناء على زيادة حجم الاستخدام

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| نعم | 156 | 84.78 % |
| لا | 28 | 15.22 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يظهر من البيانات الواردة في الجدول رقم 12 حول مدى احتمالية تشكيل مواقع التواصل الاجتماعي للرأي العام بناء على زيادة حجم الاستخدام، أن نسبة كبيرة من الباحثين ترى ذلك بنسبة قاربت 85 %، بينما رأت العكس النسبة المتبقية التي تجاوزت 15 % بقليل.

من البديهي أن الفرد عن تعرضه لأي وسيلة اتصالية كانت، سواء في الاعلام التقليدي أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي فإنه سيتعرض إلى سيل كبير جدا من المعلومات حول الموضوع الذي يشغله فإنه سيأخذ فكرة ولو مبسطة عنه، ومع تزايد حجم تعرضه للبحث في ذات الموضوع فإنه مداركه ستتوسع أكثر من أي وقت سبق، وتزايد معها احتمالية تشكيل اتجاه نحوه سواء بالتأييد أو المعارضة، ومن ثم يتم التصريح بذلك الرأي، وهكذا الشأن بالنسبة إلى جميع المستخدمين، ليتشكل لنا في النهاية رأي عام حول موضوع معين.

ومع ذلك فإن هذا لا يعني أبدا أن هؤلاء الأفراد ليس بإمكانهم أيضا تكوين وتشكيل آرائهم بناء على المطالعات والقراءات الخاصة بعيدا عن الفضاءات الافتراضية، أو من خلال التأثير بقيادة الرأي من النخبة، لكن تبقى - حسب مفردات العينة - أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكي الرأي العام كلما زاد منسوب تعرض المستخدمين لها.

الجدول رقم 13: مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي كبديل عن وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل الرأي العام

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| نعم | 144 | 78.26 % |
| لا | 40 | 21.74 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يظهر من الجدول رقم 13 أن غالبية المبحوثين تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي كبديل عن وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل الرأي العام بنسبة أكثر من 78 %، بينما اعتبر الباقون الذين قاربت نسبتهم 22 % أن مواقع التواصل لا يمكنها أن تكون بديلا عن وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل الرأي العام.

على المستوى التنظيري فإن بعض الباحثين اعتبر أن مواقع التواصل الاجتماعي في علاقتها بوسائل الاعلام التقليدي تعتبر إعلاما بديلا بالنظر للوظائف والممارسات التي تشبه تماما تلك التي تقوم بها وسائل الاعلام - رغم عدم موافقة آخرين على ذلك -، لكن على عينة الدراسة الحالية فإن اعتبارها مواقع التواصل بأنها إعلام بديل راجع إلى أن الكثير من المستخدمين وبخاصة منهم فئة الشباب يميلون إلى متابعة الأخبار ومستجدات الأحداث من مختلف المنصات الاجتماعية بالصوت والصورة بعيدا عن التأطير الاخباري لها من طرف الاعلام التقليدي وتحليلاته المعمقة، زد على ذلك سهولة الولوج إلى تلك المواقع من خلال الهواتف الذكية في أي مكان يتواجد فيه الشخص.

كما أن المستخدمين باتوا يميلون إلى متابعة إحاطة شاملة عن الحدث في فيديوهات قصيرة تبثها مواقع التواصل بعيدا عن الاطالة المعهودة في وسائل الاعلام، لذلك لجأت هذه الأخيرة إلى استخدام هذا النوع من الفيديوهات في صفحاتها الرسمية.

الجدول رقم 14: اتجاه العينة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| ايجابي | 64 | 34.78 % |
| محايد | 88 | 47.83 % |
| سلي | 32 | 17.39 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يتبين من البيانات المسجلة في الجدول رقم 14 أن حوالي 35 % من مفردات العينة لها اتجاه ايجابي نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، بينما قرابة 18 % من العينة لها اتجاه سلبي، بينما فضل ما يقرب من 48 % من العينة التزام الحياد حيال دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

لو استثنينا من العينة من وقفوا على الحياد، فإنه يمكن القول بأن أغلبية أفرادها لديهم اتجاهات إيجابية بخصوص دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، وذلك بالنظر لما يعايشوه في حياتهم اليومية، والقضايا الكثيرة التي حشدت المتابعات والتفاعلات الضخمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فظاهرة اختطاف الأطفال، وقضية استغلال الغاز الصخري، وإضراب الأساتذة والأطباء وغيرها الكثير، كلها قضايا ساهمت فيها تلك المواقع بشكل أو بآخر في تشكيل الرأي العام حولها.

ومن الناحية النظرية أيضا، مادام أن تلك المواقع تمارس نوعا من الإعلام غير المؤسسي، من خلال نقل الأحداث فور وقوعها وإتاحة إمكانية التعليق عليها والتفاعل معها، فمن المنطقي مع ذلك أن تشكل رأيا عاما حول أي موضوع يتم تداوله بكثرة بين المستخدمين، حالها كحال وسائل الاتصال الجماهيرية.

المبحث الثالث: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام نحو قضية الحراك الشعبي

كثير من الباحثين عالج من خلال الدراسات السابقة المطروحة هنا وغيرها، موضوع مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات والآراء نحو عديد المواضيع، المثار حولها الجدل والنقاش خاصة في البيئة الرقمية، ونقوم هنا بوضع مجموعة من المؤشرات لقياس مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام نحو قضية الحراك الشعبي، والجداول أدناه تقدم لنا معطيات ميدانية عن اتجاهات النخبتين الأكاديمية والإعلامية حول الموضوع:

الجدول رقم 15: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكل الحراك الشعبي.

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| نعم | 164 | 89.13 % |
| لا | 20 | 10.87 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يُظهر الجدول رقم 15 أعلاه إجابات المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكل الحراك الشعبي، حيث أشارت الغالبية العظمى منهم بنسبة فاقت 89 % بأن تلك المواقع ساهمت بشكل كبير في ذلك، في حين أشارت أقلية قاربت 11 % فقط، بأن الحراك الشعبي لم تسهم في تشكّله مواقع التواصل الاجتماعي.

كثير من المتابعين من الصحفيين والمحللين وغيرهم قد عبروا عبر كتاباتهم وتصريحاتهم لوسائل الاعلام بأن المحرك الأساس في تشكل الحراك الشعبي في الجزائر كانت مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة منها موقع الفايسبوك الذي يحظى بشعبية كبيرة بين سائر المواقع الاجتماعية الأخرى المشابهة.

فقد تم استخدام الموقع من طرف نشطاء الحراك وسائر المحتجين لنقل مشاعر الغضب لديهم تجاه السلطة الحاكمة آنذاك، عبر منشورات تحريضية ضد رموز النظام السابق ممن يتهمون بأن أيادهم ملطخة بالفساد سواء من السياسيين أو رجال الأعمال البارزين، وأحيانا عبر منشورات تهكمية وسخرية، كما تم استغلال الإمكانيات التي تتوفر عليها تلك المواقع في نقل التظاهرات الشعبية على المباشر عن طريق كاميرات هواتفهم الذكية، لتلقى التفاعل والمتابعة وإعادة نقل البث لفئات أوسع من المتابعين الافتراضيين داخل البلاد وخارجها.

الجدول رقم 16: قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على التعبئة الجماهيرية خلال فترة الحراك

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|-----------------|---------|----------------|
| قدرة كبيرة | 140 | 76.09 % |
| قدرة متوسطة | 44 | 23.91 % |
| قدرة ضئيلة | 00 | 00 % |
| ليس لها أي قدرة | 00 | 00 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يتبين من الجدول رقم 16 أن أكثر من ثلاثة أرباع المبحوثين قالوا بأن قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على التعبئة الجماهيرية خلال فترة الحراك كبيرة وذلك بنسبة تجاوزت 76 % بقليل، في حين أشار ما يقرب من 24 % منهم بأن لها قدرة متوسطة في ذلك.

الذي يمكن استنتاجه من الجدول أعلاه أن كل المبحوثين يعتقدون بأن مواقع التواصل الاجتماعي قدرة على التعبئة الجماهيرية خلال فترة الحراك، لكن اختلفوا فقط في شدة هذه القدرة بين القوية أو المتوسطة، بينما لم ينكر أي مبحوث منهم إطلاقاً وجود هذه القدرة أو أشار إلى ضعفها، وفي ذلك اعتراف بالأهمية والمكانة التي اكتسبتها تلك المواقع في صفوف المستخدمين والشباب باعتبارهم الغالبية الكبيرة في احتجاجات الحراك الشعبي.

الجدول رقم 17: مدى اعتبار ما يتم نشره في مواقع التواصل الاجتماعي حول الحراك يعبر فعلاً عن آراء المستخدمين.

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| نعم | 84 | 45.65 % |
| لا | 100 | 54.35 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يتبين من الجدول رقم 17 أعلاه أن نسبة كبيرة من المبحوثين قالت بأن ما يتم نشره في مواقع التواصل الاجتماعي حول الحراك الشعبي لا يعبر فعلاً عن آراء المستخدمين وذلك بنسبة تجاوزت 54 % بقليل، في حين أشار ما يقرب من 46 % منهم بعكس ذلك.

ما يمكن ملاحظته من النتائج المرصودة في الجدول أنها تبدو متقاربة نوعاً ما، حيث أن مفردات العينة التي لا تعتبر أن الآراء التي يتم تداولها حول الحراك في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي تعبر بالضرورة عن توجهات المستخدمين، قد تعتقد بأن هناك منشورات عكسية أيضاً ومتداولة من طرف خصوم الحراك ومعارضيه سواء من مؤيدي السلطة أو غيرهم، أو أن لهذه الفئة من العينة اعتقاداً بأن الكثير من المستخدمين قد ينساقون فقط وراء الرأي الذي يرون الجماهير تتبناه، حتى لا يظهروا بمظهر المعارضين للحراك، ويكون الرأي الحقيقي في هذه الحالة غير مععلن.

الجدول رقم 18: اتجاه مفردات العينة بشأن لجوء المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومة الصحيحة المتعلقة بالحراك

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|---------|----------------|
| أوافق بشدة | 24 | 13.04 % |
| أوافق | 104 | 56.52 % |
| محايد | 40 | 21.74 % |
| لا أوافق | 12 | 06.52 % |
| لا أوافق بشدة | 04 | 02.17 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يتضح من المعطيات الواردة في الجدول رقم 18 أن أكثر من نصف مفردات العينة أشارت في اتجاهها بشأن لجوء المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومة الصحيحة المتعلقة بالحراك، بأنها تتفق على هذا الأمر، حيث بلغت نسبتهم أكثر من 56 %، ووافق بشدة على ذلك أكثر من 13 % منهم، بينما لم يتفق بشأن ذلك قرابة 07 % ولم يوافق بشدة على ذلك حوالي 02 % فقط، في حين أبدى قرابة 22 % حيادهم.

إن من أبدوا اتفاقهم بخصوص لجوء المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومة الصحيحة المتعلقة بالحراك، بغض النظر عما إذا كان اتفاهم ذلك بشدة أو بدون شدة، فإنه ستتجاوز نسبتهم 68 %، بينما الذين لم يوافقوا على هذا الطرح، بغض النظر عما إذا كان عدم اتفاقهم ذلك بشدة أو بدون شدة، فإن نسبتهم تقلّ عن 09 %.

الجدول رقم 19: درجة اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات المتعلقة بالحراك الشعبي

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|-----------------|---------|----------------|
| درجة عالية جدا | 48 | 26.09 % |
| درجة عالية | 100 | 54.35 % |
| محايد | 28 | 15.22 % |
| درجة منخفضة | 08 | 04.34 % |
| درجة منخفضة جدا | 00 | 00 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يظهر من البيانات الواردة في الجدول رقم 19 تباين إجابات المبحوثين بخصوص درجة اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات المتعلقة بالحراك الشعبي، حيث أشار أكثر من 54 % من المبحوثين أن المستخدمين يحصلون بدرجة عالية على معلوماتهم المتعلقة بالحراك من مواقع التواصل الاجتماعي، بينما من يصفون درجة الاعتماد تلك بأنها عالية جدا ما يفوق 26% بقليل، في حين أن نسبة ضئيلة منهم فقط من رأت أن درجة الاعتماد هي منخفضة، ولا يوجد من أشار من أفراد العينة من أن تلك الاعتمادية هي منخفضة جدا، في المقابل فضّل أكثر من 22 % من المبحوثين الحياد في إجابتهم عن السؤال.

وقد توافقت هذه النتيجة مع نتيجة أخرى توصلت إليها الباحثة هالة عبد الله أحمد حيث قال 50% من أفراد عينتها أنهم يعتمدون على الوسائل الإعلامية الحديثة

في تحصيل المعلومات السياسية، في مقابل 40 % يعتمدون على الوسائل الإعلامية التقليدية⁽¹⁾.

الجدول رقم 20: اتجاه عينة الدراسة نحو دوافع اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك

| المجموع | | شدة الاتجاه | | | | | | | | | | العبارات |
|---------|-----|---------------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|----------|
| ك | % | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| | | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | |
| 184 | 100 | 00 | 00 | 04.89 | 09 | 00 | 00 | 29.89 | 55 | 65.22 | 120 | 1 |
| 184 | 100 | 35 | 19.02 | 35 | 19.02 | 27 | 14.68 | 72 | 39.13 | 15 | 08.15 | 2 |
| 184 | 100 | 53 | 28.8 | 39 | 21.19 | 06 | 03.26 | 42 | 22.83 | 44 | 23.91 | 3 |
| 184 | 100 | 00 | 00 | 05 | 02.72 | 00 | 00 | 76 | 41.3 | 103 | 55.98 | 4 |
| 184 | 100 | 06 | 03.26 | 15 | 08.15 | 00 | 00 | 52 | 28.26 | 111 | 60.33 | 5 |
| 184 | 100 | 18 | 09.79 | 53 | 28.8 | 38 | 20.65 | 47 | 25.54 | 28 | 15.22 | 6 |

من خلال الجدول رقم 20 أعلاه تم طرح مجموعة من الدوافع لقياس اتجاهات النخبة نحو دوافع اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك، وقد تباينت آراء العينة بخصوص اتجاههم نحوها بين الموافقة بشدة وعدم الموافقة بشدة، وبين كل عبارة وأخرى.

أما بخصوص العبارة الأولى والمتعلقة بأن مواقع التواصل تتيح إمكانية التعبير عن الرأي بكل حرية، فقد أظهرت البيانات أن الأغلبية الساحقة من المبحوثين كان اتجاههم إيجابياً، حيث تجاوزت نسبة من يوافقون بشدة على ذلك 65 %، تليها الذين يوافقون على ذلك بنسبة اقتربت من 30 %، بينما قاربت نسبة من لا يوافقون 05 %، بينما جاءت بقية الاتجاهات منعدمة الاختيار.

(1) - هالة عبد الله أحمد، دور الإعلام الجديد في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 07، السادس الأول 2016، ص 199.

تؤكد هذه الأرقام على الأهمية الكبيرة التي باتت تحتلها مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد والمستخدمين اليومية، بالنظر إلى الإمكانيات الاتصالية التي تمتاز بها والتي تجعلهم يُقبلون ويُدمنون استخدامها، والمرتبطة أساسا بمجال الحرية الأوسع الذي تسمح مقارنة بأي وسيلة اتصال أخرى متاحة للاستخدام، وهذه الخاصية تم استغلالها واستثمارها بشكل كبير جدا خلال فترة الحراك الشعبي، سواء من حيث التعبئة الجماهيرية أو من خلال توثيق حيثيات الحراك وتفصيله الدقيقة، عبر الهواتف الذكية المربوطة بشبكة الانترنت.

أما بخصوص العبارة الثانية والمتعلقة بأن مواقع التواصل يعتمد عليها المستخدمون لأنها سهلة الاستخدام، فقد وافقت على هذا الرأي نسبة من المبحوثين تجاوزت 39 %، تليها من لم وافقوا على ذلك ومن لم يوافقوا بشدة بنسب متساوية تجاوزت حد 19 % بقليل، ثم من كانوا على الحياد بنسبة قاربت 15%، وأخيرا من وافقوا بشدة على هذا الرأي بنسبة ضعيفة لم تتجاوز 8% بكثير.

بقراءة وتحليل هذه الأرقام نجد أن غالبية المبحوثين كانت مع الاتجاه الموافق أو المؤيد لاعتبار اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل لكونها سهلة الاستخدام وذلك بنسبة فاقت 47 %، وهي دلالة واضحة على الجماهيرية الكبيرة التي باتت تميز هذا النمط من الوسائط الاتصالية، فلا هي تحتاج لمعرفة تقنية كبيرة لاستخدامها، ولا هي بالمواقع المعقدة التي تحتاج مستوى معين من التعليم أو المعرفة، وإنما هي مواقع سهلة ويسيرة، ويمكن استخدامها بهويات غير حقيقية، كما تتيح إمكانية فتح أكثر من صفحة أو مجموعة لمن أراد ذلك، وبالتالي فهي تتيح إمكانيات اتصالية فريدة من نوعها، يستغلها الأفراد والشباب خلال فترة الحراك الشعبي بما يخدم مصالحهم وتوجهاتهم.

أما بخصوص العبارة الثالثة والمتعلقة بأن مواقع التواصل يعتمد عليها المستخدمون من أجل متابعة منشورات بعض النخب الخاصة بالحراك، فقد جاءت النتائج متعادلة تقريبا بين اتجاهين نقيضين (الموافقة وعدم الموافقة)، حيث قال حوالي 29 % من المبحوثين بأنهم لا يوافقون بشدة على ذلك، تليها من يوافقون بشدة على

ذلك بنسبة قاربت 24 %، ثم من يوافقون بنسبة ناهزت 23 %، ثم في مرتبة موالية من لا يوافقون على هذا الرأي بنسبة فاقت 21%، وأخيرا من اختاروا الحياد بنسبة لم تتجاوز كثيرا حاجز 03 %.

وتعكس هذه الأرقام المتعلقة بهذا العنصر تباينا واضحا في اتجاهات الباحثين، ورؤية غير موحدة بين الجميع، فالبعض يعتبر مواقع التواصل منصة سانحة للمستخدمين من أجل متابعة منشورات بعض النخب المحسوبة على الحراك والمؤيدة له، ومتابعة تحليلاتهم السياسية والاجتماعية لمجريات الأمور، والتواصل المباشر معهم في المجال الافتراضي أو من خلال نزولهم للميدان، والبعض الآخر من أفراد العينة لا يرى أن من أسباب اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك هو متابعة منشورات بعض النخب، لأن أصل الحراك لما نشأ كان عفويا ودون تأطير فكري ولا مرجعي من أي شخصية كانت، بل كان هبة شعبية وبقي كذلك، رغم أن الكثير من المحسوبين على النخبة قد تبنوا القضية فيما بعد، وركزوا جهود النشر الإلكتروني في صفحاتهم الرسمية على التحليل والاستنباط والاستقراء.

أما بخصوص العبارة الرابعة فقد كانت فيها النتائج تتجه في مسار واحد تقريبا، إذ تعتقد الأغلبية الساحقة من المبحوثين بأن النشر غير المقيد في مواقع التواصل الاجتماعي، هو أحد أسباب اعتماد المستخدمين عليها خلال فترة الحراك، حيث بلغت نسبة من يوافقون بشدة على ذلك حوالي 56 %، تليها من يوافقون على ذلك بنسبة جاوزت 41 %، ثم بنسبة ضعيفة جدا بلغت قرابة 03 % فقط من لم يوافقوا على ذلك، بينما انعدمت نسبة بقية الاتجاهات.

ليس هناك خلافا في أن النشر في الفضاء الافتراضي عموما وفي مواقع التواصل خصوصا متاح للجميع، ودون قيود أو شروط أو ضوابط مسبقة غالبا، مع عدم وجود بيروقراطية لحراس البوابة كما في شكلها التقليدي، وإن كان ذلك ليس على إطلاقه، مع الإقرار بوجود بعض الاستثناءات التي يمكن أن ترصد هنا أو هناك، إلا أن ذلك لا

يقلل من أهمية تلك المواقع في أنها كانت أحد أسباب اعتماد المستخدمين عليها خلال فترة الحراك.

أما بخصوص العبارة الخامسة، فقد اتجهت آراء أغلبية المبحوثين إلى موافقتهم بشدة على اعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد مصدر ثقة بالنسبة للمستخدمين، لذلك فإنهم يعتمدون عليها خلال فترة الحراك، وذلك بنسبة فاقت 60 %، تليها من يوافقون على ذلك بنسبة جاوزت 28 %، ثم من لا يوافقون على ذلك بنسبة تجاوزت حاجز 08 % بقليل، ونسبة أقل بكثير لمن لم يوافقوا بشدة على ذلك بنسبة فاقت 03 % فقط، مع عدم تسجيل أي اتجاه بالحياد.

هذه المعطيات تعطي دلالة واضحة ومؤشرا كبيرا على المكانة التي أضحت تحتلها هذه المواقع في حياة الأفراد اليومية، وفي مصادر حصولهم على المعلومة والمعرفة على حد سواء، خاصة خلال الأزمات أو الاضطرابات أو الحراك الاجتماعي، وقد يكون لهذه الثقة تأثيرا عكسيا على مستوى الثقة الذي يقدمونه تجاه وسائل الاتصال التقليدية، التي أصبحت مكانتها كمصدر للمعلومة الصحيحة محل شك، خاصة بعد تغطيتها السطحية والتجاهل الذي تم إبدائه من طرف القنوات الحكومية والخاصة على حد سواء ليوميات الحراك (عدا بعض التغطيات المباشرة خلال الأسابيع الأولى للحراك)، هذا الأمر دفع بالمستخدمين الشباب ليكونوا مواطنين صحفيين يهتمون بنقل أدق تفاصيل الحراك وحيثياته لجميع المتابعين صوتا وصورة، بل كان فيه نوع من التنافس الخفي بين المستخدمين في إظهار جماليات الحراك وضخامته كُلاً في ولايته ومنطقته، ما جعل الإقبال عليها يتعاظم، والثقة فيها تزداد أكثر من أي وقت مضى.

أما بخصوص العبارة السادسة، فقد تماثلت تقريبا اتجاهات العينة حول اعتبار مناقشة أخبار الحراك مع مستخدمين آخرين كأحد الدوافع الأساسية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمستخدمين، حيث بلغت من لا يوافقوا على هذه العبارة حوالي 29 %، تليها بنسبة قريبة من وافقوا على ذلك بأكثر من 25 %، ثم من تبناوا

اتجاهها محايدا تجاوزت نسبتهم 20%، ثم من وافقوا بشدة على تلك العبارة، بنسبة تجاوزت 15%، تليها أخيرا من لم يوافقوا بشدة بنسبة قاربت 8%.

بالنظر إلى عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين الاتجاهين (الموافقة وعدم الموافقة) أي أن نسبة الاختلاف لم تتجاوز 5% بينهما، فإنه يمكن القول بأن عينة الدراسة لم يكن لها رأي غالب هذه المرة تجاه أحد العبارات المطروحة، ويعكس اختلافا في الرؤى فيما بينها، بين من يرى أن المناقشة والجدال حول أخبار الحراك لتشكيل رأي عام هو أحد الدوافع لاستخدام تلك المواقع، وبين رافض غير مؤيد لهذه الرؤية.

الجدول رقم 21: تقييم تغطية مواقع التواصل الاجتماعي في نقل يوميات الحراك مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيري

| النسبة المئوية | التكرار | الاختيارات |
|----------------|---------|--|
| 86.96 % | 160 | تفوق مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الاتصال الجماهيري |
| 02.17 % | 04 | تفوق وسائل الاتصال الجماهيري على مواقع التواصل الاجتماعي |
| 10.87 % | 20 | لم تتفوق أي وسيلة على الأخرى |
| 100 % | 184 | المجموع |

يتضح من المعطيات الواردة في الجدول رقم 21 أعلاه والمتعلق بتقييم تغطية مواقع التواصل الاجتماعي في نقل يوميات الحراك مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيري، أن الغالبية العظمى من المبحوثين تشير إلى تفوق مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الاتصال الجماهيري في تلك المهمة وبنسبة قاربت 87 %، بينما أشارت نسبة قليلة جدا منهم تجاوزت 02 % بقليل بأن وسائل الاتصال الجماهيري قد تفوقت على مواقع

التواصل الاجتماعي في نقل يوميات الحراك، بينما رأت النسبة المتبقية التي قاربت 11 % من أنه لم تتفوق أي وسيلة على الأخرى.

الجدول رقم 22: العوائد التي تترتب عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك

| النسبة المئوية | التكرار | الاختيارات |
|----------------|---------|-------------------------------------|
| 32.41 % | 140 | التعبير الحر عن رأيهم في الحراك |
| 10.19 % | 44 | كسب ثقة المستخدمين الآخرين وتأييدهم |
| 25 % | 108 | المطالبة بوقف العهدة الخامسة |
| 26.85 % | 116 | المطالبة بمحاسبة المسؤولين الفاسدين |
| 05.55 % | 24 | عوائد أخرى مختلفة |
| 100 % | 432 | المجموع |

يتبين من البيانات الواردة في الجدول رقم 22 والمتعلقة بالعوائد التي تترتب عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك تقارباً نسبياً في إجابات المبحوثين، حيث أشار أكثر من 32 % منهم أن التعبير الحر عن رأيهم في الحراك هو أبرز عائد لاستخدامهم لتلك المواقع، بينما أكد قرابة 27 % أن أكبر عائد بالنسبة لهم هو المطالبة بمحاسبة المسؤولين الفاسدين، وبنسبة قريبة بلغت 25 % أكدت أن عائدتها يتمحور حول المطالبة بوقف العهدة الخامسة، وبنسبة أقل رأى حوالي 10 % من المبحوثين أن عائدتهم يعود على كسب ثقة المستخدمين الآخرين وتأييدهم، بينما أشارت القلة القليلة التي تجاوزت 05 % إلى عوائد أخرى متنوعة غير تلك المذكورة آنفاً.

الجدول رقم 23: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي خلال تغطية أخبار الحراك

| النسبة المئوية | التكرار | الاختيارات |
|----------------|---------|---|
| 26.09 % | 48 | نشر الشائعات والأخبار الكاذبة Fake News |
| 13.04 % | 24 | تشويه وتحريف الحقائق |
| 15.22 % | 28 | إثارة الفتن |
| 21.74 % | 40 | إطلاق التهم والقذف والتشهير وتصفية الحسابات |
| 15.22 % | 28 | سلبيات أخرى متعددة |
| 08.7 % | 16 | لم تكن لديها سلبيات |
| 100 % | 184 | المجموع |

تُظهر البيانات الواردة في الجدول رقم 23 أعلاه والمتعلقة بسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي خلال تغطية أخبار الحراك من وجهة نظر المستخدمين، أن هناك تقريبا ملحوظا في إجابات المبحوثين، حيث أكد أكثر من 26 % من المبحوثين أن أكبر سلبيات تلك المواقع هي نشر الشائعات والأخبار الكاذبة أو ما اصطلح على تسميتها إعلاميا Fake News، تليها السلبية المتعلقة بإطلاق التهم والقذف والتشهير وتصفية الحسابات بنسبة قاربت 22 %، ثم سلبية إثارة الفتن التي أشار إليها ما يربو عن 15 % من المبحوثين، وبدرجة أقل سلبية تشويه وتحريف الحقائق بنسبة تجاوزت 13 % بقليل.

بينما أشار ما يفوق عن 15 % من الذين شملتهم الدراسة إلى وجود سلبيات أخرى غير تلك المذكورة، بينما اعتقدت النسبة المتبقية من المبحوثين التي قاربت 09 % من أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تشهد أي سلبيات خلال نشرها لأخبار الحراك.

الجدول رقم 24: اتجاه عينة الدراسة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك

| المجموع | | شدة الاتجاه | | | | | | | | | | العبارات |
|---------|-----|---------------|----|----------|----|-------|----|-------|----|------------|-----|----------|
| | | لا أوافق بشدة | | لا أوافق | | محايد | | أوافق | | أوافق بشدة | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 100 | 184 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 15.76 | 29 | 84.24 | 155 | 1 |
| 100 | 184 | 07.06 | 13 | 27.17 | 50 | 01.09 | 02 | 34.24 | 63 | 30.44 | 56 | 2 |
| 100 | 184 | 19.02 | 35 | 33.7 | 62 | 12.5 | 23 | 22.83 | 42 | 11.95 | 22 | 3 |
| 100 | 184 | 08.15 | 15 | 20.65 | 38 | 0.54 | 01 | 27.72 | 51 | 42.94 | 79 | 4 |
| 100 | 184 | 32.07 | 59 | 38.04 | 70 | 01.63 | 03 | 10.33 | 19 | 17.93 | 33 | 5 |
| 100 | 184 | 03.26 | 06 | 13.59 | 25 | 00 | 00 | 47.82 | 88 | 35.33 | 65 | 6 |

من خلال الجدول رقم 24 أعلاه تم طرح مجموعة من العبارات لقياس اتجاهات النخبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك، وقد تباينت آراء العينة بخصوص اتجاههم نحوها بين الموافقة بشدة وعدم الموافقة بشدة، وبين كل عبارة وأخرى.

أما بخصوص العبارة الأولى والمتعلقة بأن مواقع التواصل تعتبر مصدرا جيدا للحصول على أخبار الحراك بالنسبة للمستخدمين، فقد أظهرت البيانات أن كل المبحوثين كان اتجاههم إيجابيا نحو ذلك بنسبة مطلقة وتامة (100%)، حيث فاقت نسبة من يوافقون بشدة على ذلك 84 %، تليها الذين يوافقون على ذلك بنسبة اقتربت من 16 %، بينما جاءت بقية الاتجاهات منعدمة الاختيار.

إن الاتفاق التام بين المبحوثين على اعتبار مواقع التواصل مصدر جيدا ومهما للمستخدمين للحصول على آخر الأخبار والمعلومات عن الحراك الشعبي، يؤكد على الأهمية التي باتت تكتسبها كمصدر من مصادر الحصول على المعلومة الآنية واللحظية،

لتنافس بذلك مصادر المعلومات التقليدية، مما يزيد من مصداقيتها وموثوقيتها أكثر لدى المستخدمين والأفراد عموماً، مع الأخذ بعين الاعتبار أنه في بعض مراحل الحراك ساءت العلاقة -نسبياً- بين الحراكين وبين الصحفيين الذين تم اتهامهم بتجاهل الحراك وإدارة ظهورهم له.

أما بخصوص العبارة الثانية والمتعلقة بأن دور مواقع التواصل خلال فترة الحراك يتمثل في اتخاذ المستخدمين الشباب لها كوسيلة لتوثيق المظاهرات، فقد وافقت على ذلك أغلبية المبحوثين بنسبة تجاوزت 34 %، تليها من وافقوا بشدة على ذلك بأكثر من 30 %، ثم من كانوا غير موافقين بنسبة تجاوزت 27 % بقليل، تليها من لا يوافقون بشدة على ذلك بحوالي 07 %، تليها في المرتبة الأخيرة من كانوا على الحياد بنسبة ضعيفة جداً فاقت 01 % بقليل.

لقد تكوّنت شبه قناعة لدى قطاعات كبيرة من الشباب خلال فترة الحراك بأنهم هم من يحملون أمانة نقل وتوثيق كل ما يحدث خلال الحراك، من مظاهرات وفعاليات جانبية ثقافية أو فكرية، ونقل صورة إيجابية عنه إلى العالم، لذلك من النادر أن تجد حدثاً ما مرتبطاً بالحراك -ولو كان بسيطاً- لم توثقه كاميرات الهواتف الذكية التي يلوح بها المتظاهرون كل يوم جمعة، مع الأخذ بعين الاعتبار أنه في الجهة المقابلة لا يمكن لوسائل الإعلام الجماهيرية أن تغطي كل كبيرة وصغيرة عن الحراك مهما امتلكت من وسائل ومعدات.

أما بخصوص العبارة الثالثة والمتعلقة بأن دور مواقع التواصل خلال فترة الحراك يتمثل في كونها تؤدي دوراً ضاعطاً على المسؤولين، فقد جاءت النتائج مغايرة نوعاً ما للتوقعات، إذ أشارت غالبية الاتجاهات المرصودة من عينة الدراسة، إلى أنها لا توافق على ذلك بنسبة تجاوزت 33 % تليها من يوافقون على ذلك بنسبة قاربت 23 %، ثم من لا يوافقون على ذلك بشدة بنسبة تجاوزت بقليل 19 %، ثم في مرتبة لاحقة يأتي من كانوا على الحياد، وفي الأخير بلغت نسبة من كانوا موافقين بشدة على تلك العبارة حوالي 12 %.

مع كل التأثيرات والوظائف التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي، وما ينشره فيها المستخدمون من منشورات ذات طابع سياسي رافض للوضع القائم، إلا أن ذلك - حسب اتجاهات عينة الدراسة- لا يعتبر بأي حال من الأحوال بأنها تؤدي دورا ضاغطا على المسؤولين السياسيين، بقدر ما هي وسيلة فقط للتنفيس عن الآراء السياسية والاتجاهات الفكرية والأيدولوجية، ومساحة لتفريغ ذلك الكبت الذي يعاني منه بعض المستخدمين، لأن تلك المنشورات كانت موجودة قبل الحراك وستبقى دائما، ولن تشكل عامل ضغط مادامت محصورة في عالم افتراضي ما لم تخرج إلى أرض الواقع، مثلما جسده الحراك الشعبي.

أما بخصوص العبارة الرابعة والمتعلقة بأن دور مواقع التواصل خلال فترة الحراك يتمثل في كونها استخدمت وسيلة لتبادل الآراء والاتجاهات بين المستخدمين، فقد أشارت البيانات في الجدول إلى أن الغالبية العظمى من المبحوثين كانت اتجاههم إيجابيا بأكثر من 70%، موزعين بين موافق بشدة بقرابة 43% وموافقين فقط بأكثر من 27%، بينما من كانوا غير موافقين فقد تجاوزت نسبتهم 20%، تليها من لم يوافقوا بشدة بأكثر من 08%، بينما لم تبلغ عتبة 01% من كانوا محايدين.

هذه الأرقام تعطي انطبعا بأن مواقع التواصل الاجتماعي من خلال استغلالها من طرف المستخدمين خلال فترة الحراك، قد كان لها دورا تعبويا، كما كانت ساحة للجدال والنقاش الذي يقتضيه نشوء الرأي العام الإلكتروني، من خلال تبادل الآراء والاتجاهات والأفكار بين كل شرائح الحراكين، بمختلف مستوياتهم الفكرية والثقافية والأيدولوجية، وذلك باعتبار الفضاء الإلكتروني الرحب يُسهل من مهمة النشر والتعليق، ويتم من خلالها توظيف مختلف أنواع الاستمالات لتحقيق أكبر قدر ممكن من الإقناع.

أما بخصوص العبارة الخامسة والمتعلقة بأن دور مواقع التواصل خلال فترة الحراك يتمثل في كونها تعتبر بديلا عن وسائل الاتصال الرسمية وغير الرسمية، فقد كانت النتائج مفاجئة، باعتبار أن غالبية المبحوثين كان اتجاههم سلبيا نحو ذلك بأكثر

من 70%، موزعين بين غير موافقين بنسبة أكثر من 38%، وغير موافقين بشدة بأكثر من 32%، تليها من يوافقون بشدة بحوالي 18%، تليها من يوافقون بأكثر من 10%، وفي مرتبة أخيرة من كانوا محايدين بنسبة ضعيفة تجاوزت 01% فقط.

رغم أن المهام التي يقوم بها مستخدموا مواقع التواصل الاجتماعي في الفضاء الإلكتروني خلال فترة الحراك تشبه تماما مهام أي صحفي يقوم بجمع وإعداد ونشر المعلومة لعموم المتلقين، ما جعل قطاعات واسعة من الأفراد يستغنون بتلك المعلومات عن غيرها التي تنشرها وسائل الاتصال الإعلامية الحكومية أو الخاصة، إلا أن مفردات العينة لا تعتقد بأن دور تلك المواقع يمكن أن يكون بديلا عن تلك الوسائل بأي حال من الأحوال.

حقيقة الأمر أن العلاقة الوظيفية بين مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام التقليدية اختلف فيها الباحثون، فمنهم من اعتبرها نوعا من الإعلام البديل خلال فترة الحراك حيث يقوم "مواطنون صحفيون" بإمداد المستخدمين بكل معلومة يحتاجون إليها عن الحراك وغيره، وهو ما ترفضه عينة الدراسة اعتباره كذلك، ومنهم من اعتبر أن ما تقوم به نوعا من الامتداد والتعاون في إيصال المعلومة مع وسائل الاعلام التقليدية وليس بديلا عنها، والمستفيد في النهاية هو المستخدم والمشاهد والقارئ والمستمع.

أما بخصوص العبارة السادسة والمتعلقة بأن دور مواقع التواصل خلال فترة الحراك يتمثل في كونها ترفع الوعي السياسي للمستخدمين، فقد اتجهت آراء غالبية المبحوثين اتجاهها إيجابيا بأكثر من 83%، موزعين بين الموافقة بحوالي 48%، تليها من كانوا موافقين بشدة بأكثر من 35%، تليها وبنسبة بعيدة من لا يوافقون بأكثر من 13%، ثم من لا يوافقون بشدة بنسبة تجاوزت 03%، مع انعدام وجود مبحوثين وقفوا على الحياد.

يمكن حسب عينة الدراسة اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي بالنظر لما تقوم به من فعل تعبوي خلال فترة الحراك، أنها كانت تقوم أيضا بفعل توعوي سياسي

للمستخدمين عموماً، وللمنخرطين فعلياً في الحراك وفعالياته، فمن لم يكن مهتماً بالمجال السياسي قبل الحراك أضحى له اهتماماً به من خلال مختلف المنشورات التي تجود بها تلك المواقع، وبالتالي ازداد وعيه أكثر وزاد اهتمامه كذلك، خاصة أنه - آنذاك- تم طرح الكثير من القضايا والاشكالات السياسية المتعلقة بتعديل الدستور، ومنصب نائب رئيس الجمهورية التي تقتضي نوعاً من الشرح والتبسيط الذي كانت تؤديه الكثير من المنشورات لسياسيين وغيرهم.

الجدول رقم 25: مدى إخفاء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لآرائهم بخصوص الحراك عن باقي المستخدمين المخالفين

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|--------------|---------|----------------|
| اعتقد ذلك | 156 | 84.78 % |
| لا اعتقد ذلك | 28 | 15.22 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يتبين من الأرقام الموجودة في الجدول رقم 25 الخاصة بمدى إخفاء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لآرائهم بخصوص الحراك عن باقي المستخدمين المخالفين، ان الغالبية العظمى من المبحوثين تعتقد أنه فعلاً يلجأ بعض المستخدمين إلى إخفاء آرائهم عن البقية بنسبة لامست حد 85 %، بينما رأت عكس ذلك نسبة من المبحوثين تجاوزت 15 % بقليل.

من جهة أخرى "يرى الباحثون أن أفراد الجماعة الذين يخفون دوافعهم ولا يكشفون عن اتجاهاتهم الحقيقية إزاء قضية معينة، ويستخدمون في التعبير عن حاجاتهم آراء مخالفة بدرجات متفاوتة، لا يمكنهم تشكيل رأي عام لأن آرائهم مضللة، ويشترط في الرأي أن يكون موضوعياً أي قائماً على عنصر المعرفة فقط"⁽¹⁾، ومعلوم أن

(1) - رشيد حمليل، مرجع سابق، ص 119.

الرأي الشخصي للفرد يختلف عن رأيه الخاص، فالأول يتم الإفصاح عنه والتصريح به علنا أمام الملاء دون خوف من تبعات ذلك الرأي، على عكس الرأي الخاص الذي يجد الفرد نفسه في حرج أو خوف أو موقف يمنعه من إبداء رأيه علنا، وبالتالي فهو يميل للاحتفاظ به لنفسه، ولا يجرؤ على إعلانه إلى غاية زوال المانع من ذلك.

الجدول رقم 26: مدى عكس مواقع التواصل الاجتماعي لاتجاهات الرأي العام نحو الحراك.

| الاختيارات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| نعم | 144 | 78.26 % |
| لا | 40 | 21.74 % |
| المجموع | 184 | 100 % |

يتضح مما هو موجود في الجدول رقم 26 أعلاه المتعلق بمدى عكس مواقع التواصل الاجتماعي لاتجاهات الرأي العام نحو الحراك، أن أكثر من ثلاثة أرباع العينة ترى بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعكس فعلا اتجاهات الرأي العام نحو الحراك الشعبي، وذلك بنسبة تجاوزت 78 %، بينما اظهر ما نسبته حوالي 22 % من المبحوثين الآخرين أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تعكس بالضرورة اتجاهات الرأي العام الموجودة فعلا والمتعلقة بالحراك الشعبي.

إنه بالنظر إلى الإمكانيات الاتصالية التي تملكها مواقع التواصل الاجتماعي، والشعبية الجارفة لها في صفوف الأفراد والشباب على وجه الخصوص، فإنهم يجدون فيها الملجأ والفضاء الأنسب لطرح آرائهم واتجاهاتهم نحو مختلف القضايا، بما في ذلك المتعلقة بالحراك الشعبي، ويتبادلون من خلالها الأفكار والتصورات وسيناريوهات

المرحلة والتأثيرات المحتملة والمتوقعة لهذه الاحتجاجات على المستويين الرسمي والشعبي، لذلك فإن هذه المواقع حسب عينة الدراسة تعكس اتجاهات الرأي العام نحو الحراك، بالنظر إلى مجمل ما يتم تداوله فيها، مادام أن حرية النشر فيها مضمونة ولا تحتاج لتصريح أو إذن من أحد، باعتبار أنها ليست مؤسسات قائمة بذاتها كحال مؤسسات الاعلام التقليدية.

النتائج العامة للدراسة

بعد تحليل المعطيات المقدمة من طرف المبحوثين في إجاباتهم عن استمارة الاستبيان المقدمة لهم، يمكن استخلاص بعض النتائج التي توصلت إليها الباحثة والمتعلقة بالمحورين الأول والثاني.

النتائج المتعلقة بالمحور الأول: اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية لمناقشة مختلف القضايا

- يهتم المستخدم الجزائري في مواقع التواصل الاجتماعي بعدد القضايا، لكن يبقى أكثر ما يهتم به هي تلك القضايا المرتبطة بالجانب الاجتماعي، لارتباطها الوثيق بحياته اليومية.
- إن الفضاء العام الافتراضي يعد أكثر الفضاءات مناسبة للأفراد للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم بكل حرية ودون قيود أو شروط، بالنظر إلى المزايا الاتصالية العديدة التي يتمتع بها.
- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الفضاء الأمثل للمستخدمين للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم نحو مختلف القضايا التي تشغل بالهم.
- إن ما ينشره المستخدمون من آراء في مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية معينة، يتطابق فعليا مع تلك الآراء التي يتبنونها في الواقع.
- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مناسباً لمناقشة أبرز القضايا والمواضيع الراهنة، ذات الاهتمام الجماهيري الواسع، تماما مثلما أشارت إليه دراسة سابقة للباحث كرايس وزملائه^(*) الفيسبوك كان فضاء لكل الفئات المهمشة والمقصية اجتماعيا وسياسيا.
- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة مهمة من أدوات تشكيل الوعي لدى الأفراد والمستخدمين على حد سواء.

(*)- راجع هذه الدراسة ص 29.

- إن المستخدمين يثقون في الأخبار المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويصدقونها.
- إن المستخدمين يثقون بدرجة عالية لما يتم تداوله من أخبار على مواقع التواصل الاجتماعي.
- يعتبر المستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي أنها تعتبر مصدرا من مصادر الحصول على المعلومات حول القضايا التي تطرأ في المجتمع، وذلك راجع إلى أن تلك المواقع تتميز بخاصية فريدة وهي حصرية تقديمها للمعلومات التي تكون غير متوفرة أحيانا في وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى.
- إن مواقع التواصل الاجتماعي سبق لها وأن قامت بتشكيل الرأي العام نحو قضايا معينة.
- تعتبر المناقشات التي تجري في مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام.
- كلما ازداد حجم الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي كلما ازدادت في المقابل احتمالية تشكيلها للرأي العام.
- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي كبديل عن وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل الرأي العام.
- لمفردات العينة اتجاه ايجابي نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام.

ما يمكن استخلاصه عموما من نتائج المحور الأول أن المبحوثين في أغلبهم يميلون إلى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية بصفة عامة، مجالا مهما لا يمكن تجاهله، بل هو المكان الأفضل للتعبير عن آراء المستخدمين السياسية والاجتماعية نحو مختلف القضايا المهمة والتي تقع ضمن دائرة اهتماماتهم الشخصية، وذلك لعدة اعتبارات، لعل من أبرزها الميزات الاتصالية التي تتمتع بها تلك المواقع

مقارنة مع أي وسيلة اتصالية أخرى، ولعل هذا التوجه نحو الفضاء الرقمي قد يكون على حساب الفضاء الواقعي ووسائل الاتصال التقليدية الأخرى.

النتائج المتعلقة بالمحور الثاني: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام نحو قضية الحراك الشعبي

- كان لمواقع التواصل الاجتماعي دورا في تشكل الحراك الشعبي.
- إن لمواقع التواصل الاجتماعي قدرة كبيرة على التعبئة الجماهيرية خلال فترة الحراك.
- لا يمكن بالضرورة اعتبار مضمون ما يتم نشره في مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوع الحراك يعبر فعلا عن آراء المستخدمين.
- يلجأ المستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومة الصحيحة المتعلقة بالحراك، خاصة إذا كان فيه تناقضا للأخبار.
- إن المستخدمين يعتمدون بدرجة عالية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات المتعلقة بالحراك.
- تتفوق مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الاتصال الجماهيري بشأن تغطية ونقل يوميات الحراك.
- إن التعبير الحر للمستخدمين عن آرائهم في الحراك هو أبرز عائد لاستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي خلال تلك الفترة.
- إن أكبر سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي خلال تغطية أخبار الحراك هي نشر الشائعات والأخبار الكاذبة أو ما اصطلح على تسميتها إعلاميا Fake News.
- يلجأ بعض المستخدمين إلى إخفاء آرائهم بخصوص الحراك عن باقي المستخدمين المخالفين لهم في الرأي.

- إن مواقع التواصل الاجتماعي تعكس فعلا اتجاهات الرأي العام نحو الحراك الشعبي.

ما يمكن استخلاصه عموما من نتائج المحور الثاني أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر في وقتنا الراهن من أهم العوامل في تشكيل اتجاهات الرأي العام للمستخدمين بصفة عامة، وخاصة منها تلك المتعلقة بالمواضيع ذات البعد الوطني، وذلك من وجهة نظر الإعلاميين والأساتذة، رغم وجود بعض التحديات المرتبطة بذلك وخاصة منها، تشكيل رأي عام إلكتروني مزيف.

ولعل الواقع يكون سندا وحجة لهذا الاعتقاد بسبب وجود عدة شواهد من دراسات ميدانية محلية وإقليمية ودولية، أثبتت بأن تلك المواقع أضحت تنافس وسائل الاتصال التقليدية في تشكيل الآراء والاتجاهات، بل ربما قد تكون العامل الأول في ذلك، بسبب كثرة المستخدمين وتزايد أعدادهم سنويا، ولطبيعة فئة الشباب الغالبة على نسب المستخدمين مقارنة بأي فئات عمرية أخرى.

خاتمة

في ختام هذه الدراسة التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الجزائر تجاه قضية الحراك الشعبي من وجهة نظر النخبتين الأكاديمية والإعلامية، نشير إلى أن الرأي العام كظاهرة اجتماعية متعددة الأبعاد، تتفاوت وتتباين وتتعدد طرق وأساليب وكيفيات تشكيله من مجتمع لآخر، ومن قضية لأخرى.

إن البحوث والدراسات المتعلقة بالرأي العام الرقمي تعكس لنا بجلاء الأهمية التي يكتسبها في عالم رقمي متشابك ومتداخل، يصعب معه أحيانا تحديد القضية الأكثر أهمية بالنسبة للمستخدمين، وعلى أي أساس يعتبر موضوع ما هو الذي يستحوذ على اهتمامات غالبيتهم أو أعداد كبيرة منهم على الأقل، في ظل خوارزميات يمكن لها أن تتحكم في المحتويات المنشورة عبر مختلف الحسابات وتجعل منها "تراند" يجوب الفضاء الافتراضي، رغم أنه في واقع الأمر قد لا يعدو ذلك المحتوى مجرد موضوع هامشي لا يرقى لأن يكون في مستوى تشكيل رأي رقمي حوله.

فالمجتمع التقليدي الذي تقل فيه نسب استخدام التكنولوجيا ونسب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لا نتوقع أن ينشأ فيه رأي عام رقمي، على عكس المجتمعات المفتوحة على تكنولوجيات التواصل فإن نشوء آراء عامة فيها يكون متوقعا بدرجة كبيرة جدا، حيث تلعب الأمية الرقمية عاملا لا يمكن التغاضي عنه، وكذا المستوى الفكري والتعليمي لهؤلاء المستخدمين، لذلك قد تجد أحيانا نسبة صغيرة من المستخدمين تتبنى رأيا معيناً، قد يكون لها تأثير كبير حتى في الأغلبية الصامتة.

لذلك فإن الحديث عن إطلاق مسمى "الرأي العام الرقمي" بعد ظهور قضية معينة تكون محل نقاش واسع بين المستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي لا يمكن ربطه بالضرورة في اعتقادنا بأعداد المستخدمين، كأن يكون أكثر من النصف الإجمالي لهم يتبنون اتجاهها معينة تجاه تلك القضية - كما تشير إلى ذلك بعض كتابات الباحثين عند تعريفهم للرأي العام الرقمي -، لأنه يكاد يكون من شبه المستحيل أن تعدد أعداد المستخدمين الاجمالي بشكل دقيق جدا (خاصة لدى الباحثين الذين لا تتوافر لديهم معطيات إحصائية دقيقة)، ناهيك عن أن نسب الاستخدام غير ثابتة بالمطلق، ومن

هذا المنطلق فإنه ليس بالاستطاعة تحديد نسبة (النصف) التي يتم على أساسها تحديد الأغلبية.

زد على ذلك فإن موضوعي "الرأي العام الرقمي" و"أغلبية المستخدمين" المؤيدة لوجهة نظر معينة، يطرحان إشكالية أخرى عويصة متعلقة بالحسابات المزيفة والوهمية والروبوتات المبرمجة التي تدير آلاف الحسابات عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، مثلما اصطلح على تسميته "الذباب الالكتروني"، حيث بإمكان تلك الحسابات الموجهة أن تنشر محتويات تشير إلى تبنيها وجهة نظر معينة في الموضوع المطروح للنقاش ما يرجح كفة ذلك الرأي ويظهر وكأنه هو الرأي الغالب وبالتالي ينعكس ذلك على توجه الرأي العام الرقمي، كما بإمكانه كذلك أن يعدل أو يغير من الاتجاه المخالف الذي يتبان مستخدمون حقيقيون وفق آلية دوامة الصمت التي جاءت بها النظرية، حيث يميل بعضهم إلى إخفاء آرائهم الحقيقية المخالفة في خضم موجة من المنشورات "المبرمجة" التي تظهر وكأنها لمستخدمين آخرين، وبالتالي ينعكس ذلك على الرأي السائد في تلك الفضاءات الافتراضية.

إن بروز عوامل جديدة لتشكيل الرأي العام بالإضافة إلى وسائل الاعلام الجماهيرية المعروفة، دليل واضح على أن الرأي العام يعد ظاهرة بإمكانها التكيف مع جميع الوسائط الاتصالية، وقد "قال أحد المسؤولين الامريكين: أنه كان يُنظر في السابق إلى وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية وشبكة الانترنت باعتبارها وسائل مختلفة عن بعضها البعض، ولكن الآن نراها شيئاً واحداً، فهي مجرد أدوات ولا تختلف الرسالة التي تقدمها باختلاف الأداة، إنما هي رسالة واحدة تستخدم أدوات متعددة للوصول إلى جماهير مختلفة"⁽¹⁾، لتشكيل رأي عام في شكله التقليدي أو الرقمي لمؤيد أو المعارض لهذه القضية أو تلك.

لكن ذلك لا يعني أبداً أن دور وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل الرأي العام قد يغيب أو يقل بفعل الانتشار والاستخدام الواسعين لمواقع التواصل الاجتماعي في

(1)- مكتب صحفي مسؤول في العصر الرقمي، مكتب برامج الاعلام الخارجي، وزارة الخارجية الامريكية، سلسلة كتببات، 2012، ص50.

صفوف أفراد المجتمع في الجزائر، حتى نتجاوز مسألة أن تلك المواقع أضحت بديلا عن وسائل الاعلام التقليدية، حيث تبدو الحدود اليوم بين الوسائل الجديدة والقديمة في عالم الاتصال تسير نحو الإنمحاء، وسيكون المستقبل لوسائل الاتصال الهجينة التي تدمج أنماط الاتصال المختلفة: المكتوبة والسمعية والسمعية البصرية، مستفيدة في ذلك من القديم المدغم في الجديد⁽¹⁾.

وانطلاقا مما توصلت إليه الدراسة من نتائج فإنه يمكن القول بأن فرضيتي الدراسة قد تحققتا بشكل كبير جدا، حيث تبين لنا بأن الأفراد يعتمدون بدرجة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية عموما لمناقشة قضية الحراك الشعبي لما تنفرد به من خصائص غير متوفرة في الفضاءات الواقعية، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أسهمت بشكل كبير جدا في تشكيل الرأي العام في الجزائر تجاه قضية الحراك الشعبي.

(1) - نصر الدين لعياضي، البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وأقول الأفق النظري، في كتاب: وسائل الاتصال بين الإرسال والتلقي، منشورات مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الاعلامية والثقافية في الجزائر، الجزائر، 2015، ص ص 14 - 15.

ملاحق الدراسة

الملحق رقم: 01

نموذج من استمارة الاستبيان

نموذج لاستمارة الاستبيان



جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الاعلام والاتصال



زملائي زميلاتي الأساتذة والباحثين والإعلاميين/ تحية طيبة وبعد:

في إطار الدراسة الميدانية التي نحن بصدد إنجازها والتي تخص أطروحة دكتوراه
الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص "السمعي البصري والتكنولوجيات
الجديدة" وموضوعها: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الجزائر
تجاه قضية الحراك الشعبي من وجهة نظر النخبتين الأكاديمية والإعلامية"، فأني أضع بين
أيديكم هذه الاستمارة رجاء أن تجيبوا عليها بكل تأن.
علما أن البيانات التي يتم تجميعها من هذه الاستمارة ستخضع للدراسة العلمية
البحثة، وستكون في سرية تامة تبعا لما تقتضيه الأمانة في البحث العلمي.
وشكرا لكم على حسن تعاونكم معنا.

إشراف: أ.د. فلاق شبرة صالح
مساعد مشرف: أ.د. بوعمامة العربي

إعداد الطالبة: ربيغي خديجة

السنة الجامعية 2023 / 2024

البيانات الأولية :

- 1 - الجنس: ذكر أنثى
- 2 - مؤسسة الانتماء: مؤسسة جامعية أو بحثية
مؤسسة إعلامية
- 3- الأقدمية: أقل من 05 سنوات
05 سنوات - أقل من 10 سنوات
10 سنوات فأكثر

المحور الأول: اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية لمناقشة مختلف القضايا.

4- ما هي طبيعة القضايا التي يتابعها المستخدم الجزائري بكثرة في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- السياسية الاقتصادية الاجتماعية
- الدينية الرياضي قضايا أخرى متنوعة
- حسب أهمية كل قضية

5- أي الفضاءين -من وجهة نظرك - يستطيع من خلاله الأفراد والمستخدمون التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم بكل حرية؟

- الفضاء العام الواقعي الفضاء العام الافتراضي

6- هل آراء المستخدمين التي ينشرونها في مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية معينة، هي نفسها التي يعتقدونها في الواقع؟

- نعم لا

نموذج لاستمارة الاستبيان

7- هل يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مناسباً لمناقشة أبرز القضايا الراهنة؟

نعم لا

8- هل يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي من أدوات تشكيل الوعي لدى المستخدمين؟

نعم لا

9- هل تعتقد أن الأخبار المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي تحظى بثقة المستخدمين في الجزائر؟

أعتقد ذلك لا أعتقد ذلك

10- ما هي درجة الثقة التي يمكن الوثوق بها لما يتم تداوله من أخبار في مواقع التواصل الاجتماعي؟

درجة عالية جداً درجة عالية محايد درجة منخفضة درجة منخفضة جداً ليس هناك ثقة أبداً

11- ما هي أسباب اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر الحصول على المعلومة بالنسبة للمستخدمين؟

توفير المعلومات الكافية عن الموضوع المطروح
 دعمها وتعزيزها لقناعات واتجاهات المستخدمين المسبقة
 معالجتها للمواضيع بكل نزاهة وحيادية
 حصريّة تقديمها لبعض المعلومات غير المتوفرة في وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى
أسباب أخرى أذكرها

نموذج لاستمارة الاستبيان

12- هل هناك قضايا سابقة استطاعت فيها مواقع التواصل الاجتماعي أن تشكل الرأي العام في الجزائر نحوها؟

نعم لا

13- هل يمكن اعتبار المناقشات التي تجري عبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام؟

نعم لا

14- هل تعتقد أنه كلما زاد حجم الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي زادت احتمالية تشكيل الرأي العام من خلاله؟

نعم لا

15- هل يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي بديلا عن وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل الرأي العام؟

نعم لا

16- ما هو اتجاهك نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام؟

ايجابي محايد سلبي

المحور الثاني: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام نحو قضية الحراك الشعبي

17- هل كان لمواقع التواصل الاجتماعي دورا في تشكل الحراك الشعبي؟

نعم لا

18- ما هي في رأيك قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على التعبئة الجماهيرية خلال فترة الحراك؟

قدرة كبيرة قدرة متوسطة ليس لها أي قدرة قدرة ضئيلة

نموذج لاستمارة الاستبيان

19- هل ترى أن مضمون ما يتم نشره في مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوع الحراك يعبر عن آراء المستخدمين فعلا؟

نعم لا

20- إذا تناقضت الأخبار بشأن أحداث الحراك اليومية، فإن المستخدمين يلجأون إلى مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومة الصحيحة بدرجة كبيرة، ما رأيك؟

أوافق بشدة أوافق
 محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

21- ما هي درجة اعتماد المستخدمين في الجزائر على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات المتعلقة بالحراك الشعبي؟

درجة عالية جدا درجة عالية
 درجة منخفضة درجة منخفضة جدا

22- ما هو اتجاهك نحو دوافع اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك؟

| لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق بشدة | الدوافع |
|---------------|----------|-------|-------|------------|---|
| | | | | | تتيح إمكانية التعبير عن الرأي بكل حرية |
| | | | | | سهولة استخدامها |
| | | | | | متابعة منشورات بعض النخب الخاصة بالحراك |
| | | | | | النشر فيها غير مقيد |

نموذج لاستمارة الاستبيان

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---------------------------------------|
| | | | | | تعد مصدر ثقة بالنسبة للمستخدمين |
| | | | | | مناقشة أخبار الحراك مع مستخدمين آخرين |

23- كيف تقيم تغطية مواقع التواصل الاجتماعي ليوميات الحراك مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيرية؟

- تفوق مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الاتصال الجماهيرية
- تفوق وسائل الاتصال الجماهيرية على مواقع التواصل الاجتماعي
- لم تتفوق أي وسيلة على الأخرى

24- ما هي العوائد التي يحصل عليها المستخدمون من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك؟

- التعبير الحر عن رأيهم في الحراك
- كسب ثقة المستخدمين الآخرين وتأييدهم
- المطالبة بوقف العهدة الخامسة
- المطالبة بمحاسبة المسؤولين الفاسدين ومحاكمتهم
- عوائد أخرى مختلفة

25- ما هي في رأيك سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي – إن وجدت - خلال الحراك؟

- نشر الشائعات والأخبار الكاذبة Fake News
- تشويه وتحريف الحقائق
- إثارة الفتن
- مجال خصب لإطلاق التهم والقذف والتشهير وتصفية الحسابات

نموذج لاستمارة الاستبيان

لم يكن لها سلبيات خلال فترة الحراك

..... سلبيات أخرى أذكرها

26- ما هو اتجاهك نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك؟

| لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق بشدة | |
|---------------|----------|-------|-------|------------|---|
| | | | | | اعتبرت مصدرا جيدا للحصول على أخبار الحراك |
| | | | | | استخدمت كوسيلة توثيق للمظاهرات |
| | | | | | استخدمت كوسيلة ضغط على المسؤولين |
| | | | | | استخدمت كوسيلة لتبادل الآراء والاتجاهات |
| | | | | | بديلا عن وسائل الإعلام التقليدية الرسمية وغير الرسمية |
| | | | | | ترفع الوعي السياسي للمستخدمين |

27- هل تعتقد أن هناك من يخفي رأيه (بخصوص الحراك) في مواقع التواصل الاجتماعي خوفا من موجة تعليقات ضده من باقي المستخدمين الذين يخالفونه الرأي؟

لا اعتقد ذلك اعتقد ذلك

28- هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي عكست -فعلا- اتجاهات الرأي العام نحو الحراك؟

لا نعم

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. باللغة العربية:

أولاً: المعاجم والقواميس

1. أحمد مختار عمر وآخرون، معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
2. جيل فيريول، معجم مصطلحات علم الاجتماع، ترجمة: أنسام محمد الأسعد، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2011.
3. الصالح مصبح، الشامل: قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، 1999.
4. الفار محمد جمال، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

ثانياً: الكتب

5. أبو عرجة تيسير، الاتصال وقضايا المجتمع، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2013.
6. أبو الحسن منال، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي: النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2007.
7. أحمد ابن عوف حسن، الرأي العام: مفهومه وأساليبه قياسه، دار أمواج للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
8. أحمد أحمد يوسف وآخرون، كيف يصنع القرار في الأنظمة العربية؟، تحرير وتنسيق: نيفين مسعد، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2010.
9. إسماعيل إبراهيم، الإعلام المعاصر: وسائله - مهاراته - تأثيراته - أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، الدوحة، 2014.
10. إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
11. البادي محمد محمد، مدخل إلى دراسة الرأي العام، ط2، دار المهندس للطباعة والنشر، دمياط، 2006.
12. بالنافز مارك، هيميلرمك ستيفاني وشوسميث بريان، نظريات ومناهج الاعلام، ترجمة: عاطف حطبية، القاهرة، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2017.
13. بسيوني علي، الرأي العام مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة وتأثيره في نظم الحكم، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 2014.
14. بريس أندريا وويليامز بروس، البيئة الإعلامية الجديدة، ترجمة: شويكار زكي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
15. بهنسي محمد عبد الرؤوف، الرأي العام في الإسلام، ط 2، مؤسسة الخليج العربي، القاهرة، 1987.
16. تشابمان جين ونوتول نك، الصحافة اليوم، ترجمة: أحمد المغربي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
17. جابر نجلاء محمد، دراسة تحليلية في الإعلام الجماهيري، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
18. الجبور سناء محمد، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
19. الجحني علي بن فايز، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006.
20. جديد نزار بشير، الإعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الالكترونية، دار الإعصار العلمي، عمان، 2015.

قائمة المراجع

21. جرادات عبد الناصر أحمد والشامي لبنان هاتف، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
22. جروه علي، فضاء الديمقراطية، دون دارنشر، دون مكان نشر، 2013.
23. الجوبلي عزام علي، الإعلام الجماهيري، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
24. جنيدي مها حامد، السوشيال ميديا، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع، دسوق، 2018.
25. حارص صابر، إشكاليات الإعلام في التأثير على الرأي العام، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
26. حمزة ياسر، تزوير الانتخابات جريمة ضد الإنسانية: دراسة تطبيقية على الانتخابات المصرية، دار ميريت، القاهرة، 2011.
27. حمليل رشيد، الحرب والرأي العام والدعاية، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
28. حياصات جمال الدبعي، الرأي العام وتحديات المجتمع المعاصر، دار المستشارون للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
29. الحيزان محمد بن عبد العزيز، البحوث الإعلامية: أسسها - أساليبها - مجالاتها، مكتبة الملك فهد الوطنية، ط2، 2004.
30. خيري السيد محمد وآخرون، تغيير الرأي العام وعلاقته بالاتجاه نحو الجريمة، المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، 1987.
31. الدليبي حميد جاعد محسن واللافي إدريس عبد القادر، أساسيات البحث المنهجي في الدراسات الإعلامية، منشورات جامعة قارونوس، بنغازي، 2008.
32. الدليبي عثمان محمد، مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
33. الدعبي غالب كاظم جواد، الاعلام الجديد: اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
34. الدليبي عبد الرزاق محمد، صناعة الإعلام العالمي المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
35. الدليبي عبد الرزاق، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
36. الدليبي عبد الرزاق، دراسات وبحوث في الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
37. الدليبي عبد الرزاق، دور الاعلام في تنشيط الحراك السياسي: شبكات التواصل الاجتماعي انموذجا، في: وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، مراجعة وتحليل: تيسير أبو عرجة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
38. الدليبي عصام حسن، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
39. ديفليز ملفين وروكيتش ساندر بول، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992.
40. الرحباني عبير، الإعلام الرقمي (الالكتروني)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
41. الرضا هاني وعمار رامت، الرأي العام والإعلام والدعاية، ط2، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2013.

قائمة المراجع

42. الزرن جمال، من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الانترنت، في: دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية، دون سنة النشر.
43. الزيود اسماعيل محمد، علم الاجتماع، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
44. ساري حلي خضر، التواصل الاجتماعي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
45. سبعون سعيد، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2012.
46. السعدي مؤيد، الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد، منشورات ألفا للوثائق، قسنطينة، 2019.
47. سكري رفيق، الرأي العام بين القوة الناعمة والقوة الخشنة، المؤسسة الحديثة للكتاب، بيروت، 2012.
48. سمير امين، الحركات الاجتماعية في العالم العربي، مركز البحوث العربية والافريقية، القاهرة، 200.
49. السيد ابراهيم جابر، الإعلام والمجتمع، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، 2015.
50. شاهين أحمد، الإعلام والرأي العام، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
51. شتا السيد علي، قياس الاتجاهات الاجتماعية: نموذج التحليل العاملي في البحوث الاجتماعية، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2002.
52. الشحف فريد حاتم، الدعاية والتضليل الإعلامي: الأساليب والطرق، دار علاء الدين، دمشق، 2015.
53. الشرجي نبيلة عبد الكريم، علم النفس الاجتماعي: رؤية معاصرة، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
54. صالح أحمد محمد، إثنوغرافيا الانترنت وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والسياسية، طبعة الكترونية، دون سنة نشر، دون مكان نشر.
55. صالح سليمان سالم، وسائل الإعلام والدبلوماسية العامة، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، 2015.
56. صباح ياسين، الإعلام حرية في انهيار، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2010.
57. صيني سعيد إسماعيل، مدخل إلى الرأي العام والمنظور الإسلامي، مؤسسة الرسالة، دون مكان النشر، دون سنة النشر.
58. الطائي يوسف حجيم والجبوري علي عبودي نعمه، الرأي العام والإعلام الحديث: خطط وقياس، دار الأيام، عمان، 2016.
59. الطاهر محمد وآخرون، الانترنت في خدمة حرية التعبير، الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان ومركز تونس لحرية الصحافة، القاهرة، دون سنة نشر.
60. عامر فتحي حسين، استطلاعات الرأي العام على الانترنت، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
61. العامري محمد محسن والسعدي عبد السلام محمد، الإعلام والديمقراطية في الوطن العربي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
62. عبد الحميد صلاح، الإعلام والثورات العربية، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
63. عبد الحميد محمد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
64. عبد الخالق يسرا حسني، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، 2015.
65. عبد الرحمن عبد الله محمد والبدوي ومحمد على، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2002.
66. العبد عاطف عدلي، مدخل إلى الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.

67. العبد عاطف عدلي، الرأي العام وطرق قياسه: الأسس النظرية - الجوانب المنهجية - النماذج التطبيقية - التدريبات العملية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
68. عبد العاطي نجم طه، الإعلام والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2013.
69. عبد الفتاح الأميرة سماح خرج، الإعلام وتشكيل الإحساس بالخطر الجمعي- أزمات المجتمع المصري نموذجاً، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2012.
70. عبد الفتاح علي، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
71. عبد المقصود نها، نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام: الأسس والمنطلقات، المعهد المصري للدراسات، نوفمبر، 2018.
72. عبده خالد جمال، الإعلام البديل على الانترنت: فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2016.
73. عبود حارث والعاني مزهر، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
74. العزاوي رحيم يونس كرو، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة ناشرون وموزعون، عمان، 2008.
75. عمار عبد الرحمن، الصورة والرأي العام: السلطة الخامسة - دراسة سيميولوجية، منشورات بغدادية، الجزائر، دون سنة النشر.
76. غراسيغير هانيس وكروغيريس ميكائيل، الإعلام الرقمي ودوره في التحكم بالرأي العام، ترجمة: يوسف أشلحي، مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، 2017.
77. قصبي عبد الغفار رشاد، الرأي العام والتحول الديمقراطي في عصر المعلومات، مكتبة الآداب، القاهرة، 2004.
78. قنديلجي عامر والسامرائي ايمان، البحث العلمي الكمي والنوعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
79. كافي مصطفى يوسف، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
80. كمال محمد مصطفى، الإعلام الدولي والرأي العام: الدعاية السياسية- أساليب الإقناع- الدعاية الرمادية، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2012.
81. كنعان علي، الرأي العام بين النظرية والتطبيق، دار الأيام، عمان، 2015.
82. كولمان إريك، الجدوى الاقتصادية لوسائل الإعلام الاجتماعي: كيف تغير وسائل الإعلام الاجتماعي طريقتنا في الحياة والعمل، مكتبة جرير، الرياض، 2014.
83. كولمان ستيفن وروس كارين، الإعلام والجمهور، ترجمة: صباح حسن عبد القادر، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
84. لعقاب محمد، المواطن الرقمي كيف ساعدت تكنولوجيا المعلومات الثورات العربية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط 2، الجزائر، 2013.
85. لعباضي نصر الدين، الاتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل، العدد 86، دائرة الثقافة والإعلام، الشارقة، 2015.
86. لعباضي نصر الدين، وسائط جديدة وإشكاليات قديمة: التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية.
87. لقعج عبد القادر (تنسيق وتقديم)، علم الاجتماع والمجتمع في الجزائر: أية علاقة؟ دار القصبة، الجزائر، 2004.
88. اللحام خالد، صناعة الرأي العام، دار النفائس للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2007.

قائمة المراجع

89. ماكومز ماكس وآخرون، الأخبار والرأي العام: تأثير الإعلام على الحياة المدنية، ترجمة: محمد صفوت حسن أحمد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
90. المتوكل محمد عبد الملك، مدخل إلى الإعلام والرأي العام، ط2، دون دار نشر، صنعاء، 2005.
91. محمد إبراهيم فراس، مراعاة الرأي العام في ضوء السنة النبوية، دار النفاثس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
92. المزاهرة منال هلال، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
93. المزاهرة منال هلال، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014.
94. المشاقبة بسام عبد الرحمن، الإعلام والسلطة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
95. المشاقبة بسام، الرقابة الإعلامية: دراسة مقارنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
96. مصطفى عبد القادر، تسويق السياسة والخدمات، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2002.
97. مكايي حسن عماد والسيد ليلى حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط8، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
98. مكايي حسن عماد والعبد عاطف عدلي، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 2007.
99. الموسى عصام سليمان، المدخل في الاتصال الجماهيري، ط7، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
100. ميلور نهى، الصحافة العربية الحديثة المشكلات والتوقعات، ترجمة: منذر محمود محمد، العبيكان للنشر، الرياض، 2012.
101. نبيح أمينة، الاتصال الرقمي والإعلام الجديد: موقع facebook نموذجاً، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
102. ويمر روجر ودومينيك جوزيف، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة: صالح أبو أصبع و فاروق منصور، مراجعة: المنظمة العربية للترجمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013.
103. يعقوب عبد الحليم موسى، حرية التعبير الصحفي في ظل الأنظمة السياسية العربية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2003.

ثالثاً: الدوريات العلمية

104. ابراهيم سعد الدين، عوامل قيام الثورات العربية، مجلة المستقبل العربي.
105. أحمد هالة عبد الله، دور الإعلام الجديد في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 07، السداسي الأول 2016.
106. أزروال يوسف ولعجال ليلى، دور الإعلام الجديد في صناعة التغيير السياسي بالوطن العربي، مجلة العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، العدد 01، أكتوبر 2017.
107. أوماند السير ديفيد، ميلر جيبي بارتليتو كارل، استخبارات وسائل التواصل الاجتماعي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية: دراسات علمية، العدد 125، أبوظبي، 2014.
108. البدراني فاضل محمد، وفيات طالب بحر، فاعلية خطاب السلطات الإعلامية وأثر ذلك في ترسيخ ثقافة المجتمع، مجلة الجامعة العراقية، ع (1/27).
109. بلعيد نهى، تطور استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة اتحاد الاذاعات العربية، 2016.

قائمة المراجع

110. بوجفجوف الزهرة، المعالجة الإعلامية لقضايا الحراك السياسي العربي في الفضائيات الإخبارية- قناتي الجزيرة وفرانس2 أنموذجا . مجلة العلوم الإنسانية الإجتماعية، العدد 44 ، جامعة باجي مختار عنابة، 2015.
111. بودادة أحمد، دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب في الجزائر، مجلة المعيار، مجلد 232، العدد 46، مارس 2019.
112. بوعزيز بوبكر، مصادر الخبر الصحفي: من وكالة الأنباء إلى الفيس بوك، مجلة آفاق للعلوم، عدد 7، مارس 2017.
113. بن بعطوش أحمد عبد الحكيم وشابي أمنية، العمل التطوعي للنوع الاجتماعي في الحراك الشعبي الجزائري، مجلة المقدمة للدراسات الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، الجزائر، العدد6 ، جوان 201.
114. ثابت مصطفى، الفضاء العمومي الافتراضي مجال جديد لحرية التعبير والممارسة الديمقراطية، مجلة الحوار المتوسطي، المجلد 10، العدد 1، مارس 2019.
115. حسيب خير الدين، الربيع العربي نحو آلية تحليلية لأسباب النجاح والفضل، مجلة المستقبل العربي، بيروت، 2012 .
116. الحمامي الصادق، الميديا الجديدة والمجال العمومي: الإحياء والانبعاث، مجلة الإذاعات العربية، دون عدد، دون سنة النشر.
117. حمزة هواري، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015.
118. حنون نزهة، المدونات الالكترونية فضاء لحرية الرأي والتعبير: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري جامعة قسنطينة 3، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 01، العدد 44، ديسمبر 2015.
119. خضير رشيد، دور الإعلام الإخباري العربي في تشكيل الرأي العام أثناء الأزمات: دراسة في الآليات والأساليب، مجلة البحوث والدراسات، العدد 19، السنة 12، 2015.
120. الدبيسي عبد الكريم علي والطاهات زهير ياسين، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية و الاجتماعية، المجلد 40، العدد 01، 2013.
121. دراجي ابتسام، آليات وأشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الالكترونية الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد أ، عدد 47، جوان 2017.
122. رابع الصادق، وسائل التواصل الاجتماعي وإدارة الأزمات: نماذج عملية ورؤى مستقبلية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، عدد 15، السداسي الأول 2013.
123. الراوي بشري جميل والشافعي عبد المحسن، إشكالية حرية التعبير والمسؤولية المهنية والاجتماعية للمدونات الالكترونية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 11 – 12، كانون الثاني – أيار 2011.
124. الرشيد عبد الله، عالم الأخبار في تويتر وفيسبوك، مجلة الصحافة، السنة الأولى، العدد 01، الدوحة، 2016.
125. رمضان عبد المجيد، الديمقراطية الرقمية كآلية لتفعيل الديمقراطية التشاركية (حالة الجزائر)، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 16، جانفي 2017.

قائمة المراجع

126. زماموش فتيحة، الاعلام وسؤال الحراك في الجزائر، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد 09، نوفمبر 2019.
127. سامح فطيمة، دور الفساد المالي والإداري في انبثاق الحراك الشعبي في الجزائر، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 07، العدد 03، 2019.
128. سميثي وداد، وسائل الإعلام الجديد أي تأثير؟ إلى أي مدى؟ مقارنة تحليلية متعددة الأبعاد، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 21، ديسمبر 2015.
129. الشافعي ميثم حسين، دور الرأي العام في الكفاح الدستوري للشعوب، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد السابع، العدد 02، 2009.
130. شلبي محمد، تبادل الفرص والقيود بين السياسة والإعلام وأثره في العملية السياسية، مجلة المستقبل العربي، دون سنة النشر.
131. ضيف ليندة، المحتوى الرقمي العربي على شبكة الانترنت: المدونات الإلكترونية أنموذجا، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، عدد 26، السداسي الأول 2014.
132. عابد زهير، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي: دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، مجلد 26، العدد 06، 2012.
133. عبد الأمير علي عبد الهادي، اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني إزاء الأزمات الأمنية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 32، دون سنة النشر.
134. عبد الرحمن محمد زين، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور صعيد مصر، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 04، جويلية - سبتمبر 2014.
135. عبد الله محمد ابراهيم، ومحمد مهدي ملا، الدعاية السياسية وأثرها في تشكيل الرأي العام، مجلة جامعة بابل، المجلد 20، العدد 03، 2012.
136. العبيد ماجدة خلف الله، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على العلاقات الاجتماعية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، عدد 26، السداسي الأول 2014.
137. عتيق أحمد، شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة التواصلية في مجتمعات هجينة: قراءة في دور منصة تويتر في قطر، مجلة عمران، المجلد 07، العدد 28، 2019.
138. عجيزة مروة شبل، تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الثورة المصرية، مجلة إعلام الشرق الأوسط، المجلد 08، 2012.
139. عزام إسماعيل، الرأي العام في قبضة الانترنت، مجلة الصحافة، العدد 01، السنة الأولى، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير، الدوحة، 2016.
140. عشاش نورين، استطلاعات الرأي العام في المجتمع بين التصديق والتشكيك، المجلة المغربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، المجلد 09، العدد 03، ديسمبر 2018.
141. غروبة دليلة، الانترنت، الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، عدد 15، السداسي الأول 2013.
142. الفلاحي حسين علي ابراهيم، أهمية صحافة الانترنت في تكوين الرأي العام: دراسة في طبيعة إسهامات صحافة الانترنت في عملية تكوين الرأي العام، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإنسانية، العدد 01، مارس، 2012.

143. قدواح منال، الإعلام الجديد: خطوات واعدة نحو بروز مفهوم جديد للديمقراطية وآليات ممارستها رقميا، مجلة العلوم الانسانية، مجلد ب، عدد 43، جوان 2015.
144. كرايس الجيلالي، مهلول جمال الدين، وربيع زمام، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حراك 22 فبراير: الفيسبوك من التنظير والتأطير إلى المرافقة والاستشراف، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد 8، أغسطس، 2019.
145. مالفى عبد القادر وتواتي فاطمة الزهراء، الفضاء العمومي والإعلام الجديد، مجلة الصورة والاتصال، العددان 05 - 06، سبتمبر 2013.
146. مالفى عبد القادر، استخدامات الشبكات الاجتماعية كفضاءات عمومية في صناعة الحدث، مجلة الصورة والاتصال، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر، سيدي بلعباس، عدد 09 - 10، سبتمبر 2014.
147. مالكي زوهير وكادي زين الدين، دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي، مجلة الصورة والاتصال، العددان 5 و 6، سبتمبر 2013. مكتبة الرشاد للطباعة والنشر، سيدي بلعباس.
148. مثناني رضا، الإعلام الجديد وتوطين المعرفة في المنطقة العربية: الحلقة المفقودة، مجلة الحكمة، العدد 28، السداسي الأول، الجزائر، 2015.
149. محمد ابراهيم حسن المرسي، انماط تعرض الجمهور السينواوي لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الرأي العام نحو الأحداث الجارية، مجلة بحوث العلاقات العامة، العدد 08، جويلية / سبتمبر 2015.
150. المدني أسامة غازي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية: جامعة أم القرى نموذجا، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد 02، المجلد 03، أوت 2016.
151. مراح عيسى، التنديد والاحتجاج عبر شبكات التواصل الاجتماعي: نحو تجديد أشكال المشاركة السياسية في الجزائر، مجلة عمران، المجلد 7، العدد 27، 2019.
152. مصري ياسين آدم بساطي، صحافة المواطن ومدى قدرتها على التغيير في المجتمعات العربية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 29، السداسي الثاني، 2015.
153. نايلي نفيسة ومساعد سلمي، الرأي العام في الجزائر بين الصحافة الالكترونية وصحافة المواطن: دراسة تحليلية من خلال قضية إضراب الأطباء المقيمين، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 02، العدد 02، ديسمبر 2019.
154. نوفل هالة كمال احمد، شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي الشعبي: دراسة تحليلية لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بثورة 25 يناير، مجلة بحوث العلاقات العامة، العدد 07، أبريل - يونيو، 2015.
155. الهرقام عبد الحفيظ، كيف نتفاعل عربيا مع هيمنة المنصات الرقمية العالمية؟، العدد 04، مجلة الاذاعات العربية، 2021.
156. هميسي نور الدين، الاطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة: قراءة نقدية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد 12، نوفمبر 2014.

قائمة المراجع

رابعاً: الرسائل الجامعية

157. بضيف سوهيلة، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر: دراسة في تمثالات واستخدامات الشباب لشبكة الفايبر بوك، أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، السنة الجامعية 2017-2018.
158. بوغازي فتيحة، صحافة المواطن والرأي العام: دراسة من منظور دوامة الصمت، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، أطروحة دكتوراه غير منشورة، 2018.
159. حيدور حاج بشير، أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية: دراسة مقارنة-جامعة محمد خيضر، بسكرة، السنة الجامعية 2016-2017.
160. عبد الحميد عمرو محمد محمود، اتجاهات الرأي العام المصري نحو مصداقية القنوات التلفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا السياسية. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة النهضة، بني سويف (جمهورية مصر العربية)، 2016.
161. فرحي فيصل، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر: دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي "الاقتدار السياسي" على عينة من الأساتذة الجامعيين، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 03، 2013.

خامساً: السلاسل

162. آسا بيرغر آرثر، وسائل الإعلام والمجتمع، ترجمة: صالح خليل أبو إصبع، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 386، مارس 2012.
163. البدراني فاضل محمد، الأخلاقيات والإعلام، في: الإعلام وتشكيل الرأي العام والقيم، تحرير وتقديم: عبد الإله بلقزيز، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (69)، بيروت، 2013.
164. بنهلال محمد، الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية: تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية، في: الاعلام وتشكيل الرأي العام والقيم، تحرير وتقديم: عبد الإله بلقزيز، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (69)، بيروت، 2013.
165. الحمامي الصادق، المجال الإعلامي العربي: إرهابات نموذج تواصل جديد، في: الإعلام وتشكيل الرأي العام والقيم، تحرير وتقديم: عبد الإله بلقزيز، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (69)، بيروت، 2013.
166. شومان محمد، الإعلام: الهيمنة الناعمة وبدائل المواجهة، دار الجمهورية للصحافة، سلسلة كتاب الجمهورية، سبتمبر 2016.
167. عادل عبد الصادق، الفضاء الالكتروني والرأي العام: تغير المجتمع والأدوات والتأثير، سلسلة قضايا إستراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، مارس 2011.

سادساً: التقارير الدولية

168. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، التحدث بأمان: ضمان حرية التعبير في جميع وسائل الإعلام، سان خوسيه، كوستاريكا، 2 - 4 ماي 2013.

سابعاً: المؤتمرات العلمية

- 169.الزرن جمال، الإعلام العمومي والتعددية: من أجل شبكة مؤشرات التعددية الإعلامية، أشغال الملتقى الدولي "وسائل الإعلام العمومية وعمليات التحول الديمقراطي"، دون سنة.
- 170.الهماش متعب بن شديد بن محمد، قياس الرأي العام الإلكتروني، ندوة إدارة وتطوير أداء مراكز قياس الرأي العام، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الشارقة، نوفمبر 2008.

ثامنا: الجرائد

- 171.قيراط محمد، الرأي العام في عصر الفضاء الرقمي (2)، جريدة الشرق القطرية، السبت 07 ابريل 2018، العدد: 10887.

تاسعا: المواقع الإلكترونية

172. <https://gs.statcounter.com>

II. باللغة الأجنبية:

أولا: الكتب

173. Daniel Cornu ; Ethique de l'information ,Coll. Que-sais-je ? Presses Universitaires de France,1997
174. Frédéric Lebaron, La sociologie de A à Z : 250 mots pour comprendre, Dunod, Paris, 2009.
175. Robert Escarpit, Thèse de communication et pratiques politiques, édition le seuil, 1981.
176. Gingras, Anne-Marie, Médias et démocratie: le grand malentendu, 2e éd , Presses de L'université du Québec , Québec , 2006, p 13.

ثانيا: الدوريات العلمية

177. Alice Goheneix, « De l'espace public comme concept à l'opinion publique comme fait social », *Raisons politiques* 2005/3 (no 19), p. 5-7.
178. Dominique Reynié, La théorie de l'opinion publique à la recherche d'un nouveau souffle, Hermès, 2001/31, p 21-27.
179. E.Newhagen John and Rafaeli Sheizaf, « why Communication Researches should Study the Internet » ; journal of Communication, Vol 64, N° 03, winter 1998.
180. Jean Sgard, Naissance de l'opinion publique, L'homme et la nature, vol. 7, 1988, p. 1-11.
181. Loïc Blondiaux, Les théories contemporaines de l'opinion publique: un retour aux « classiques » ?, Hermès, 2001/31,p13. (11-20)
182. LoicHervouet . « Les journalistes saisis par internet : usages et précautions d'usage » ; les cahiers du journalisme, n° 7, juin 2000.
183. Zineb Benrahhal Serghini et Céline Matuszak, « Lire ou relire Habermas : lectures croisées du modèle de l'espace public habermassien », *Études de communication*, 2009/32, p.33-49.

فهرس الجداول والأشكال

أولاً: فهرس الجداول

| رقم الجدول | عنوان الجدول | الصفحة |
|------------|--|--------|
| 01 | توزيع عينة الدراسة وفق متغيرات النوع، مؤسسة الانتماء، والأقدمية | 24 |
| 02 | طبيعة القضايا التي يتابعها المستخدم الجزائري بكثرة في مواقع التواصل الاجتماعي | 137 |
| 03 | الفضاء الأنسب للأفراد للتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم بكل حرية | 138 |
| 04 | مدى تطابق آراء المستخدمين التي ينشرونها في مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية معينة، مع تلك التي يعتقدونها في الواقع | 139 |
| 05 | مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي فضاء مناسباً لمناقشة أبرز القضايا الراهنة | 140 |
| 06 | مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي من أدوات تشكيل الوعي لدى المستخدمين | 141 |
| 07 | مدى ثقة المستخدمين في الأخبار المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 142 |
| 08 | درجة الثقة لما يتم تداوله من أخبار على مواقع التواصل الاجتماعي | 143 |
| 09 | أسباب اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات | 144 |
| 10 | مدى تشكيل مواقع التواصل الاجتماعي للرأي العام نحو قضايا سابقة | 146 |
| 11 | مدى اعتبار المناقشات التي تجري في مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام | 147 |
| 12 | مدى احتمالية تشكيل مواقع التواصل الاجتماعي للرأي العام بناء على زيادة حجم الاستخدام | 149 |
| 13 | مدى اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي كبديل عن وسائل الاتصال الجماهيري في تشكيل الرأي العام | 150 |
| 14 | اتجاه العينة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام | 151 |
| 15 | دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكّل الحراك الشعبي | 152 |
| 16 | قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على التعبئة الجماهيرية خلال فترة الحراك | 153 |
| 17 | مدى اعتبار ما يتم نشره في مواقع التواصل الاجتماعي حول الحراك يعبر فعلاً عن آراء للمستخدمين. | 154 |
| 18 | اتجاه مفردات العينة بشأن لجوء المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومة الصحيحة المتعلقة بالحراك | 155 |
| 19 | درجة اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات المتعلقة بالحراك الشعبي | 155 |
| 20 | اتجاه عينة الدراسة نحو دوافع اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك | 157 |
| 21 | تقييم تغطية مواقع التواصل الاجتماعي في نقل يوميات الحراك مقارنة بوسائل الاتصال الجماهيري | 161 |
| 22 | العوائد التي تترتب عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك | 162 |

فهرس الجداول والأشكال

| | | |
|-----|---|----|
| 163 | سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي خلال تغطية أخبار الحراك | 23 |
| 164 | اتجاه عينة الدراسة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الحراك | 24 |
| 168 | مدى إخفاء مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لأرائهم بخصوص الحراك عن باقي المستخدمين المخالفين | 25 |
| 169 | مدى عكس مواقع التواصل الاجتماعي لاتجاهات الرأي العام نحو الحراك. | 26 |

ثانيا: فهرس الأشكال

| رقم الشكل | عنوان الشكل | الصفحة |
|-----------|---|--------|
| 01 | العلاقات المتبادلة بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور | 43 |
| 02 | دراسة نمطية لعلاقات الاعتماد على نظام وسائل الإعلام الفردية | 45 |

فهرس المحتويات

| الصفحة | المحتويات | الرقم |
|--|--|----------------|
| 08 | مقدمة | |
| الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة | | |
| 13 | إشكالية الدراسة وتساؤلاتها | أولا |
| 15 | فرضيات الدراسة | ثانيا |
| 16 | أهمية الدراسة | ثالثا |
| 18 | أهداف الدراسة | رابعا |
| 20 | مفاهيم الدراسة | خامسا |
| 21 | منهج الدراسة | سادسا |
| 22 | حدود الدراسة | سابعا |
| 22 | مجتمع وعينة الدراسة | ثامنا |
| 25 | أداة الدراسة | تاسعا |
| 28 | الدراسات السابقة | عاشرا |
| الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي بين الاعتماد والاستخدام | | |
| 41 | نظرية الاعتماد | المبحث الأول |
| 43 | نموذج الاعتماد | المطلب الأول: |
| 48 | الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي | المطلب الثاني: |
| 53 | الانتقادات الموجهة إلى النظرية | المطلب الثالث: |
| 56 | دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي | المبحث الثاني |
| 56 | التعبئة السياسية | المطلب الأول: |
| 61 | تلقي وإنتاج الأخبار | المطلب الثاني: |
| 66 | تشكيل الاتجاهات والآراء | المطلب الثالث: |
| الفصل الثالث: البيئة الافتراضية للرأي العام | | |
| 73 | الفضاء العام الافتراضي | المبحث الأول |
| 73 | ماهية الفضاء العام الافتراضي | المطلب الأول: |
| 78 | خصائص الفضاءات الافتراضية الجديدة | المطلب الثاني: |
| 82 | مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية | المطلب الثالث: |
| 85 | حرية التعبير في الفضاء الافتراضي | المبحث الثاني |
| 86 | ممارسة الديمقراطية في الفضاء الافتراضي | المطلب الأول: |
| 91 | توظيف الانترنت في ترسيخ حرية التعبير | المطلب الثاني: |
| 96 | أشكال التعبير عن الرأي | المطلب الثالث: |

| الفصل الرابع: الرأي العام الواقعي والرقمي | | |
|--|---------------------------|----------------|
| 101 | الرأي العام الواقعي | المبحث الأول |
| 101 | ماهية الرأي العام | المطلب الأول: |
| 105 | خصائص ومميزات الرأي العام | المطلب الثاني: |

| | | |
|--|---|----------------|
| 110 | تشكيل الرأي العام | المطلب الثالث: |
| 116 | الرأي العام الرقمي | المبحث الثاني |
| 116 | ماهية الرأي العام الرقمي | المطلب الأول: |
| 119 | خصائص ومميزات الرأي العام الرقمي | المطلب الثاني: |
| 123 | تشكيل الرأي العام الرقمي | المطلب الثالث: |
| الفصل الخامس: الحراك الشعبي ومواقع التواصل الاجتماعي: حدود المساهمة في تشكيل الرأي العام | | |
| 128 | الحراك الشعبي في الجزائر بين الواقع والمواقع | المبحث الأول |
| 129 | الأسباب الدافعة للحراك | المطلب الأول: |
| 133 | الحراك في مواقع التواصل الاجتماعي | المطلب الثاني: |
| 137 | اعتماد المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية لمناقشة مختلف القضايا. | المبحث الثاني: |
| 152 | مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام نحو قضية الحراك الشعبي | المبحث الثالث: |
| 172 | النتائج العامة للدراسة | |
| | خاتمة | |
| ملاحق الدراسة | | |
| 179 | الملحق رقم 01: نموذج من صحيفة الاستبيان | |
| قائمة المراجع | | |
| فهرس الجداول والأشكال | | |
| فهرس المحتويات | | |