

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة بعنوان:

الشبكات الاجتماعية الرقمية وعلاقتها بتشكيل الرأي العام الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من ولاية الوادي

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذ

بوذن محمد لمين

إعداد الطلبة:

بن علي فريال خديجة

معمري فؤاد

نبيهي دعاء

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
صالحية دليلة	أستاذ محاضر ب	رئيسا
بوذن محمد لمين	أستاذ مساعد ب	مشرفا ومقررا
بن بوزيان عبد الرحيم	أستاذ محاضر أ	مناقشا



شُكْرٌ وَعِرْفَانٌ



الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تنزل الخيرات والبركات ويتوفيقه
تتحقق المقاصد والغايات.

نشكر الله العلي القدير أولا وأخيرا الذي أنعم علينا بنعمة العقل والدين
فلكل مبدع إنجاز، ولكل شكر قصيدة، ولكل مقام مقال، ولكل نجاح شكر
وتقدير، فجزيل الشكر نُهديك وربّ العرش بحميك أستاذنا المشرف الفاضل:
الأستاذ الدكتور "بوذن همد الأمين" لقبوله الإشراف، وعلى مجهوداته
المبذولة طيلة مشوارنا الجامعي وعلى ما قدمه لنا من توجيهات ونصائح قيمة
كما نتقدم بالشكر والعرفان والتقدير والاحترام لكل الأساتذة الأفاضل وهذا
نظير المجهودات التي بذلوها معنا طيلة مسارنا الدراسي الجامعي، فلهم منا
أسمى معاني الشكر والتقدير وجزاهم الله خير الجزاء وأبقاهم منبعاً للعلم وذخراً
لطلابهم.

ونتقدم أيضا بالشكر والتقدير إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد وأفادنا

ولو بكلمة

فالشكر والتقدير والاحترام لهم جميعا.

إهداء

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون، لم يكن الحلم قريبا و لا الطريق كان محفوفًا
بالتسهيلات لكنني فعلتها. فالحمد لله الذي يسر البدايات وبلغني النهايات
أهدي ثمرة جهدي المتواضعة إلى من أحمل اسمه بكل فخر الذي ساندني وعلمني أن الحياة
صراع وسلاحها العلم ، الذي علمني الصبر والاستمرار رغم الصعاب ، الذي لطالما حففني

دعواته ، أبي الغالي

إلى العشق المقدس والملاك الطاهر إليك يا سيدي أهدي تخرجي، وكلماتي تنحني إجلالا لكي

أمي الغالية

أهدي أيضا تخرجي إلى الأعمام على قلبي إخواني وكافة الأهل والأصدقاء عامة، كما أهديه
خاصة إلى كل من شاركنا الاحتفال والفرحة والسرور، إلى كل من نساهم لساني ولم ينساهم قلبي
وطبعًا لا أنسى من كانت لي رفيقة في الدراسة والحياة أيضا فلولاك لما اختتم هذا العمل دعاء

صديقتي

فريال

من قال أنا لها " نالها "
لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون،
لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان محفوفا بالتسهيلات،
لكني فعلتها ونلتها
الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا، الذي بفضلها ها أنا اليوم أنظر
إلى حلما طال انتظاره وقد أصبح واقعا افتخر به.
أهدي تخرجي هذا إلى نفسي الطموحة
إلى اللونين الأحمر والأسود
أهديه إلى زملائي في فلسطين الذين منعتهم الحرب أن يكونوا مكاني
أهديه إلى من قال له أبيه لحظة استشهاده يا أبي كان طموحك أن تكون صحفي؟
إلى الذين قاتلوا وجاهدوا وأسروا في سبيل الله.
إلى ملاكي الطاهر، وقوتي بعد الله، داعمتي الأولى والأبدية " أمي "
أهديك هذا الانجاز الذي لولا تضحياتك لما كان له وجود،
ممتنة لان الله اصطفاك لي من البشر أما يا خير سند وعوض.
إلى من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل
" أبي "
إلى من قيل فيهم:
(سنشد عضدك بأخيك)
إلى من ساندني في إتمام مذكري " أخي الكبير "
إلى من مد يده دون ملل أو كلل وقت ضعفي " أخي الصغير "
أدامكما الله لي ضلعا ثابتا لي.
إلى من آمنت بقدراتي وأمان أيامي وشجعني على اختيار تخصصي "أختي الكبرى "
رحمها الله وجعل قبرها روضة من رياض الجنة.
إلى من تذكرتني بقوتي وتقف خلفي كظلي " أختي الصغرى "
إلى من رافقتني في بحثي هذا صديقتي فريال

دعاء

المُلخَص

الملخص باللغة العربية :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية الرقمية "فيسبوك" في تشكيل الرأي العام الجزائري حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني، ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج المسحي كونه يهتم بأحداث وتطورات راهنة في كل المجالات والذي يساعدنا على استكشاف الرأي العام الجزائري نحو تلك القضية، كما يرمي إلى وصف خصائص الظاهرة ومتغيراتها المتعلقة بطبيعة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الرقمية وتشكيل الرأي العام الجزائري، من خلال تفسير وتحليل المعلومات والإحصائيات، وقد تم ذلك من خلال توزيع الاستبيان على مجموعة من أفراد سكان ولاية الوادي، حيث تكونت عينة الدراسة من 250 مفردة تم اختيارها بطريقة العينة الحصصية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها ما يلي:

- تحتل الشبكات الاجتماعية الرقمية مكانة كبيرة وأهمية بالغة لدى المجتمع الجزائري عموماً والمجتمع السوفي خصوصاً والتي بدورها ساهمت بشكل كبير في إنشاء رأي عام جزائري حول القضية الفلسطينية.
- كشفت الدراسة على أن عينة المبحوثين تعتمد كثيراً على موقع فيسبوك بنسبة 46.6 % كمصدر للمعلومات حول قضية المقاطعة لمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني.

Summary in english :

This study aims to identify the role of digital social networks “Facebook” in shaping Algerian public opinion on the issue of boycotting products that support the Zionist entity. To achieve this goal, the survey method was used as it is concerned with current events and developments in all fields, which helps us explore Algerian public opinion towards those. The issue also aims to describe the characteristics of the phenomenon and its variables related to the nature of the relationship between digital social networks and the formation of Algerian public opinion through the interpretation and analysis of information and statistics. This was done by distributing the questionnaire to a group of residents of the El Oued Province, where the study sample consisted of 250 individuals who were Selected using a quota sample method, the study reached a set of results, the most important of which were the following :

§ Digital social networks occupy a great place and great importance in Algerian society in general and Soviet society in particular, which in turn contributed greatly to the creation of Algerian public opinion on the Palestinian issue.

§ The study revealed that the sample of respondents relied heavily on Facebook, at a rate of 46.6%, as a source of information about the issue of boycott of products supporting the Zionist entity.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
02	شكر وعرقان
03	الإهداء
04	الإهداء
06	الملخص باللغة العربية
07	الملخص باللغة الانجليزية
09	الفهرس المحتويات
13	قائمة الجداول
19	المقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
22	إشكالية الدراسة
23	الغرض من الدراسة
23	أسباب الدراسة
24	أهمية الدراسة
24	المفاهيم الأساسية
25	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإطار النظري	

	المبحث الأول: ماهية الشبكات الاجتماعية الرقمية
30	تمهيد
31	مفهوم الشبكات الاجتماعية الرقمية
33	نشأة الشبكات الاجتماعية الرقمية
35	خصائص الشبكات الاجتماعية الرقمية
36	أنواع الشبكات الاجتماعية الرقمية
37	دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية
38	أهمية الشبكات الاجتماعية الرقمية
41	أهداف الشبكات الاجتماعية الرقمية
	المبحث الثاني : عموميات حول الرأي العام
44	تاريخ ونشأة الرأي العام ومفهومه
46	مفهوم الرأي العام
49	أنواع الرأي العام
51	وظائف الرأي العام
52	مراحل تشكيل الرأي العام
54	الخلاصة
	الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة
56	منهج الدراسة

56	أدوات الدراسة
58	مجال الدراسة
59	مجتمع الدراسة
59	عينة الدراسة
60	عرض وتحليل وتفسير البيانات الميدانية للدراسة
93	النتائج العامة للدراسة
95	الخاتمة
97	قائمة المصادر والمراجع
100	الملاحق

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الصفحة	عناوين الجداول	الرقم
60	يمثل إجمال عدد السكان في بلديات محل الدراسة	01
61	يمثل توزيع مفردات العينة على بلديات الولاية	02
61	يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	03
62	يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية	04
63	يمثل توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي	05
64	يمثل مدى اهتمام العينة بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية	06
64	يمثل مصدر معلومات العينة حول القضية الفلسطينية	07
65	يمثل ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي حسب استخدام العينة لها	08
66	يمثل ملاحظة العينة لوجود حملات مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني	09
67	يمثل رأي العينة في كون أن حملات المقاطعة مفيدة أم لا	10
68	يمثل رأي العينة في ما إذا كانت حملات المقاطعة مفيدة	11
69	يمثل رأي العينة حول مقاطعة المنتجات التي لها علاقة بالكيان الصهيوني	12
70	يمثل سبب عدم مشاركة العينة في المقاطعة	13
71	يمثل تعبير رأي العينة حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني	14
72	يمثل طريقة تعبير العينة عن رأيها حول قضية المقاطعة	15
73	يمثل كيفية مساهمة النقاشات عبر موقع فايسبوك في تحديد رأي العينة حول مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني	16

74	يمثل مصدر تعرف العينة عن المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني	17
75	يمثل مدى تأثير المنشورات المتعلقة بمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر فيسبوك على تحديد موقف العينة	18
76	يمثل مشاركة العينة في حملات مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر فيسبوك	19
77	يمثل كيفية مشاركة العينة في حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر فيسبوك	20
78	يمثل رأي العينة في استمرار حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني	21
79	يمثل تقييم العينة لاهتمام الجزائريين بمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني	22
80	يمثل مدى اهتمام العينة بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية حسب متغير الجنس	23
81	يمثل مدى اهتمام العينة بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية حسب الفئة العمرية	24
82	يمثل مدى اهتمام العينة بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية حسب المستوى الدراسي	25
84	يمثل تعبير العينة عن رأيها حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني حسب متغير الجنس	26
85	يمثل تعبير العينة عن رأيها حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني حسب الفئة العمرية	27
86	يمثل تعبير العينة عن رأيها حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني حسب المستوى الدراسي	28
88	يمثل تقييم العينة لاهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني حسب متغير الجنس	29
89	يمثل تقييم العينة لاهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني حسب الفئة العمرية	30
90	يمثل تقييم العينة لاهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني حسب المستوى الدراسي	31

مقدمة

مقدمة

في عصرنا الحالي أصبحت الشبكات الاجتماعية الرقمية لها دور بارز في تشكيل الرأي العام وتوجيه التفكير الجماعي، حيث تعد هذه الشبكات منصة حيوية للتفاعل والتواصل بين الأفراد، يتبادلون فيها الآراء والمعلومات بشكل سريع وفعال، وتسعى هذه الدراسة لتقديم تحليلاً شاملاً لتأثير الشبكات الاجتماعية الرقمية على تشكيل الرأي العام، مستعرضين الآليات والعوامل التي تؤثر فيه وتشكله، وسيتم استكشاف السياق الثقافي والاجتماعي الذي يحدث فيه هذا التأثير، بالإضافة إلى التحديات والفرص التي تطرأ نتيجة لهذه الظاهرة المتزايدة في العالم الرقمي. وأصبحت الشبكات الاجتماعية الرقمية ليست مجرد وسيلة للتواصل والترفيه، بل أصبحت أداة قوية لتشكيل الرأي العام وتوجيه السلوكيات الاجتماعية تعد هذه الشبكات بيئة تفاعلية تسمح للأفراد بالتعبير عن آرائهم والتفاعل مع الآخرين بشكل لم يسبق له مثيل، ومع انتشار استخدام الإنترنت والهواتف الذكية، أصبحت هذه الشبكات متاحة لشرائح واسعة من المجتمعات حول العالم، مما يجعلها آلية فعالة لنشر الأفكار وتأثير الرأي العام بشكل كبير.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف كيفية تأثير هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام، وكذلك التحديات والفرص التي تنطوي عليها هذه الظاهرة المتزايدة، حيث يتفاعل الأفراد عبر هذه الشبكات مع المحتوى الرقمي بشكل مستمر، مما يؤدي إلى تشكيل تدفقات إعلامية جديدة ومتنوعة، ومن خلال تحليل أساليب الإثارة والتفاعل داخل هذه الشبكات، يمكن فهم كيفية توجيه الرأي العام وتشكيله بشكل فعال، ومع زيادة استخدام هذه الشبكات في السياسة والحوار العام، يصبح من الأهمية بمكان فهم تأثيرها العميق على المجتمعات والثقافات، وكذلك التحديات التي قد تنشأ نتيجة لهذا التأثير.

تعتبر منصات التواصل الاجتماعي ومن بينها فايسبوك، وسيلة قوية لنشر الوعي وتنظيم الحملات الاجتماعية، تزداد أهمية استخدامها في دعم القضايا الإنسانية والسياسية، ومن بين هذه القضايا حملة مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني، يستند هذا النشاط إلى مبدأ المقاطعة كوسيلة سلمية للتعبير عن الاحتجاج ضد سياسات الكيان الصهيوني، ودعمًا للشعب الفلسطيني في نضاله من أجل العدالة والحرية، في هذه الدراسة سنقدم تحليلاً لتأثير حملات مقاطعة منتجات الكيان الصهيوني عبر منصة فايسبوك، مستندًا إلى الأدلة والبيانات المتاحة، مع التركيز على النتائج والتحديات المحتملة لهذه الحملات.

قامت الدراسة على مسح ميداني على عينة من المبحوثين بولاية الوادي، بالاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة محورية في البحث، والاستعانة بأساليب التحليل الإحصائي الوصفي، بغية فهم رؤية عينة الدراسة لطريقة تناول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني.

تتضمن هذه الدراسة ثلاث فصول، حيث خصصنا الفصل الأول للإطار المنهجي، الذي يتضمن إشكالية الدراسة وأسباب اختيارها، وأهمية وأهداف هذه الدراسة بالإضافة إلى الدراسات السابقة والمفاهيم الأساسية لها.

أما الفصل الثاني تمثل في الإطار النظري للدراسة الذي يندرج تحته مبحثين الأول بعنوان الشبكات الاجتماعية الرقمية وقد تضمن المفهوم والنشأة والخصائص، ثم الأنواع ودوافع استخدامها، بالإضافة إلى الأهمية والأهداف؛ أما بالنسبة للمبحث الثاني المعنون بمدخل للرأي العام، حيث تضمن المفهوم والنشأة والأنواع بالإضافة إلى الوظائف والمراحل.

اختتمت هذه الدراسة بالفصل الثالث والذي يمثل الجانب التطبيقي فقد تضمن مبحثين يتعلق الأول بمنهجية الدراسة من حيث الأدوات ومجتمع البحث والعينة، وإجراءات التحليل الإحصائي للبيانات، في حين يتعلق المبحث الثاني بالتحليل الأولى لبيانات الدراسة من خلال الجداول البسيطة والمركبة، التي تتضمن التكرارات والنسب المئوية، وفي الأخير أتمنا دراستنا بنتائجها.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة :

يشهد عالمنا المعاصر تحولات كبيرة في تكنولوجيا الاتصال، حيث يعيش اليوم ثورة اتصالية ومعلوماتية متعددة الأبعاد، وصلت به إلى عالم مفتوح دون حواجز من خلال الانتقال عبر مراحل أثرت كل واحدة منها على النظام الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي، وفي أنماط التفكير في المجتمعات المختلفة، فكلما حدث تطور مثير تقنيا في تكنولوجيا الاتصال، حدثت هزة ثقافية خاصة، بدليل أنه من يحمل المعلومة اليوم كالذي يمتلك عناصر القوة والهيمنة، فشبكة الانترنت اليوم تغلغت في أوساط المجتمع في شتى مجالات الحياة، كما مهدت الشبكة العنكبوتية بخصائصها وخدماتها لظهور أنماط جديدة من العلاقات والمعاملات، وفتحت فضاءات أخرى للتعبير والتفاعل عبر مختلف القارات بالصورة والصوت وخلق مجتمعات افتراضية، وكان لا بد لها أن تترك أثرا على مختلف الأنظمة الاجتماعية، مما أدى إلى ظهور العديد من الاتجاهات والآراء وحتى الأفكار الجديدة حول مختلف القضايا الراهنة التي قد تكون محض توافق أو تعارض بين الأفراد، وهذا ما يسمى بتشكيل "الرأي العام" الذي شهد تقدما هائلا في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، والتي جعلت الجمهور يتابع كل ما يجري حوله في العالم لحظة بلحظة.

في حين شهدت الشبكات الاجتماعية الرقمية في عصرنا الحالي تغلغلا داخل الحياة اليومية للعديد من الأفراد في كافة الميادين والمجالات الثقافية والاجتماعية والسياسية، حيث أتت تتيح الربط بين الأفراد والمجتمعات وتبادل الأفكار، ولم يقتصر دورها هنا فقط بل ساهمت في بلورة الآراء والاتجاهات حول تشكيل رأي عام واحد، ومن هذا المنطلق يعتبر موقع فايسبوك واحدا من أبرز منصات التواصل الاجتماعي التي لقيت رواجاً كبيراً لدى المجتمع الجزائري، حيث أصبحت عاملاً بارزاً في التأثير على معتقدات الناس وآراءهم، خاصة مع انتشار حملة المقاطعة الاقتصادية بين أوساط المجتمع الجزائري للمنتجات والشركات التي تدعم الكيان الصهيوني من خلال نشر الوعي وتحذير الشعب الجزائري من استهلاك المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك".

وعلى ضوء ما سبق يمكن أن نطرح إشكالية الدراسة بالسؤال التالي:

فيما يتمثل دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في تشكيل الرأي العام الجزائري حول قضية

مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني؟

وتندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما مدى اعتماد عينة الدراسة على موقع فايسبوك كمصدر للمعلومات حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني؟
- ما مكانة الشبكات الاجتماعية الرقمية كعامل مؤثر على الرأي العام مقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى؟
- ما هي أبرز التغيرات التي عرفها الرأي العام الجزائري من ناحية العوامل المؤثرة عليه؟

الغرض من الدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة وكشف العلاقة التي تربط بين الشبكات الاجتماعية الرقمية وكيفية تشكيل الرأي العام الجزائري وذلك من خلال العناصر التالية:
- معرفة دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في تكوين الرأي العام، وهذا من خلال الاطلاع على بنيتها وتحديد مكانتها لدى مستعمليها.
 - الكشف عن مكانة شبكة فايسبوك كمصدر للمعلومات حول العديد من القضايا مما يسهل معرفة درجة الاعتماد عليها مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، ومتى يمكن أن يكون لها وزن في تشكيل الرأي العام.
 - معرفة التغيرات التي عرفها الرأي العام الجزائري بعد استخدامه للشبكات الاجتماعية الرقمية.

أسباب الدراسة:

يمكن القول أن لكل طالب جامعي سواء في العلوم الإنسانية أو التخصصات الأخرى كتخصص الإعلام والاتصال قسم الإعلام السمعي البصري أسباب تحفزه على دراسة موضوعه منها من تكون أسباب ذاتية والأخرى أسباب موضوعية تعود إلى الواقع الاجتماعي، فتكون دوافع تحفز الباحث على اجتياز موضوع دراسته ومن بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوعنا ما يلي:

أ- أسباب ذاتية:

- حب الاستطلاع والفضول إلى معرفة الكثير عن الموضوع والتعمق فيه.

■ موضوع شيق خاصة في معرفة ميل المجتمع نحو قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني.

■ توفير المراجع والمصادر في هذا الموضوع.

ب- أسباب موضوعية:

■ معرفة كيف ساهمت الشبكات الاجتماعية الرقمية في تشكيل الرأي العام الجزائري.

■ معرفة العلاقة الكامنة بين الشبكات الاجتماعية الرقمية والرأي العام الجزائري.

■ اكتشاف خصائص الرأي العام الجزائري.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين المنصات الرقمية واستخدام الباحثين لأهم الشبكات الاجتماعية الرقمية من بينهم موقع فايسبوك وما يربطه بتشكيل الرأي العام الجزائري خاصة في عصر الرقمنة الحالي، وما يمكن أن ينتج عنه من خلال فهم والاطلاع على سلوكيات الفرد عند استخدامه لمثل هذا الموقع

المفاهيم الأساسية:

* مفهوم الشبكات الاجتماعية الرقمية : هي عبارة عن مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت العالمية، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات والمعارف، وهي كذلك مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور.¹

* المفهوم الإجرائي للشبكات الاجتماعية الرقمية: هي عبارة عن مواقع تتيح للفرد والجماعة بالتواصل إبداء رأيه مع حرية التعبير عن قضية من القضايا المختلفة والتي تتمثل في عدة مواقع اجتماعية رقمية ولعل أبرزها موقع فايسبوك.

¹ احلام بن رجم، مذكرة لنيل شهادة الماستر بعنوان وسائل الإعلام والاتصال وعلاقتها بالرأي العام في الجزائر، جامعة 8ماي

* مفهوم المقاطعة: هي وقف العلاقات الاقتصادية والمالية مع دولة أخرى ورعايتها، بهدف ممارسة الضغط على هذه الدولة لتحقيق الأهداف المرجوة من ممارسة هذه المقاطعة.¹

* مفهوم الرأي العام: هو الحكم الاجتماعي الذي يعبر عن مجتمع واع بذاته وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها أهميتها على أن يتم الوصول إلى هذا الحكم الاجتماعي عن طريق مناقشة عامة، أساسها المنطق والعقل أن يكون لهذا الحكم من القوة والعمق ما يحقق تأثيره في السياسة العامة.

* مفهوم الرأي العام الرقمي: مفهوم الرأي العام الرقمي: هو كل فكرة أو اقتراح أو رأي أو كلمة أو حتى لفظ اعتراض غاضب مشار، أو نكتة تعرب عن توجه معني، وتدافع 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 (الانترنت).

* مفهوم فايسبوك: هو احد أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط إنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء، وهذا ما سنتطرق إليه في الجزء التطبيقي بشكل أعمق كنموذج لدراسة وتحليل الرأي العام الجزائري.

الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى: أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية «جامعة أم القرى نموذجاً».²

ملخص الدراسة: تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بدور مهم في تشكيل الرأي العام لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، ويؤكد ذلك الإقبال المتزايد من قبل شرائح المجتمع المختلفة لتلك الشبكات، ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتعرف دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية.

¹ الموسوعة العربية، 18/04/2024 19:59 arab-ency.com.sy

² أسامة غازي، (دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية «جامعة أم القرى نموذجاً»)، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، بدون عدد، 2015/06

وتوصف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وقد لجأ الباحث فيها إلى المنهج المسحي حيث درس جمهور المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي من الشباب في جامعة أم القرى، من خلال استبانة مكونة من (20 سؤالاً) وزعت على عينة الدراسة من المبحوثين.

وقد توصلت الدراسة إلى: أن نسبة 41.86% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى مرتفع في تشكيل الرأي العام، وأن نسبة 55.23% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى متوسط في تشكيل الرأي العام، وأن نسبة 2.91% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى منخفض في تشكيل الرأي العام.

وكشفت الدراسة أيضا عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلاب تبعاً لاختلاف مستويات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.

● الدراسة الثانية: بوضيف سهيلة، أطروحة دكتوراه بعنوان " الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر - دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايسبوك¹

ملخص الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري من خلال معرفة تمثلاته واستخداماته لشبكة فايسبوك، ولقد انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: ما هي العلاقة بين شبكة فايسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري؟

اعتمدنا في الدراسة على المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب وذلك باستخدام مجموعة من الأدوات تتمثل في الشبكة الترابطية، المقابلة نصف الموجهة، ومجموعة النقاش، ولقد طبقت هذه الأدوات على عينة تتكون من 50 مفردة من الشباب.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

¹ بوضيف سهيلة، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، 2018/2017

- يتمثل الشباب شبكة فايسبوك كوسيلة تواصل اجتماعي وترفيه بالدرجة الأولى ويحملون نظرة متوازنة وعقلانية عن فايسبوك؛ حيث يفرقون بين الايجابي والسلبي فيه.
- يختلف استخدام الشباب لشبكة فايسبوك وفقا للمتغيرات السوسيوديمغرافية، ويظهر الشباب بعض التغييرات في عادات وأنماط التعامل مع شبكة فايسبوك، ترتبط بالخصائص الوظيفية التقنية للفايسبوك من جهة وتمثلاته له من جهة أخرى.
- يعتبر فايسبوك مصدرا مكملا لوسائل الإعلام التقليدية في الحصول على الأخبار حول القضايا السياسية، ماعدا في حالة الأزمات والانتخابات، فيتحول إلى مصدر رئيس بسبب المعالجة المنحازة ونقص المعلومة في وسائل الإعلام التقليدية.
- تختلف نظرة الشباب للفايسبوك كفضاء عام للنقاش وتشكيل الرأي العام وفقا للمعطيات السوسيوديمغرافية، وميول الشباب للسياسة، ولكن تميل الأغلبية إلى تأثيره المحدود في ذلك وهو ما يتوافق مع تمثلاته للفايسبوك.
- بالنسبة لتملك الشباب لشبكة فايسبوك كأداة لتشكيل الرأي العام، فإن أغلبية الشباب تميل إلى الاطلاع فقط، أي الاتجاه نحو القيمة الاستعمالية في مستويات بسيطة، ويمثل الشباب الذين لهم ميولا سياسيا الأكثر اتجاهها إلى القيمة التبادلية وتملك فايسبوك كوسيلة لإنتاج المضامين بهدف تشكيل رأي عام.

● الدراسة الثالثة: خلف لافي الحماد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك¹

ملخص الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك. وتكمن أهمية هذه الدراسة في سبر غور إحدى المواضيع الإعلامية التي قلما تناولها الباحثون بالدراسة والتقصي والتي تدور حول قدرة هذه المنصات الرقمية على توجيه الشباب نحو تبني فكرة أو قضية محدّدة تساهم في تشكيل الرأي العام السياسي لديهم. ومن خلال تأسيس الإطار النظري على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، تم استخدام منهج المسح على العينة الحاصية من طلبة جامعة اليرموك بلغت (400) مفردة.

¹ خلف لافي الحماد، (دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة جامعة اليرموك)، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، العدد2، أبريل2022.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن النسبة الأكبر من المبحوثين يعتمدون بدرجة مرتفعة على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية بنسبة (49.3%) وجاءت "فايسبوك" بمتوسط حسابي (2.27)، و"تويتر" بمتوسط حسابي (1.78). كما اتضح بأن هذه الـ منصات تساهم في تشكيل الرأي العام السياسي حول الأحداث والقضايا السياسية لدى المبحوثين وبدرجة مرتفعة. وقد تمثلت أبرز أشكال مساهمة هذه الشبكات التواصلية الرقمية في تشكيل الرأي العام السياسي حول الأحداث والقضايا السياسية في "زيادة الوعي السياسي" بمتوسط حسابي (2.21). وتجدد الإشارة إلى أن هنالك علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية، ودرجة مساهمة هذه الشبكات في تشكيل الرأي العام السياسي، بالإضافة إلى وجود علاقة بين درجة اعتماد المبحوثين على هذه المنصات الاجتماعية لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية والآثار الناتجة عن هذا الاعتماد. وفي ضوء هذه النتائج، توصي هذه الدراسة بضرورة عقد مؤتمرات ودورات تثقيفية من قبل الجهات المعنية بالشباب لتوعيتهم بالسلبيات والإيجابيات للمضامين التي تعرضها شبكات التواصل الاجتماعي، وكيفية التعامل مع هذه الشبكات بالطريقة الصحيحة، ناهيك عن زيادة التفاعل الرقمي من قبل ذوي الاختصاص من أصحاب الخبرات بهدف تناول قضايا سياسية بالمناقشة والحوار بمشاركة الشباب وانخراطهم بفاعلية حتى يتم تشكيل الرأي العام لديهم بحذر ووضوح بعيدا عن التلاعب بأرائهم وتوجيهها باتجاهات مضللة لا تخدم الصالح العام.

المبحث الأول: الشبكات الاجتماعية الرقمية والرأي العام

تمهيد :

مع بداية القرن الواحد والعشرين، أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، حيث أن الشبكات الاجتماعية الرقمية استطاعت أن تتجاوز مهمتها الأساسية في تحقيق الاتصال والتواصل بين الناس، في حياة المجتمعات الإنسانية، بل تعتبر من أهم الوسائل الفعالة للتواصل بين الأفراد في مختلف المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، حيث أصبح لها دور مهم في تشكيل اتجاهات رأي عام في بناء قناعات وأفكار اتجاه القضايا والأحداث التي تدور من حوله، لذلك خصصنا في الفصل الأول عناصر أساسية ألا وهي الشبكات الاجتماعية الرقمية ويندرج تحته ماهية الشبكات الاجتماعية الرقمية المتمثلة في مفهوم ونشأة الشبكات الاجتماعية الرقمية كما تطرقنا إلى الخصائص والأنواع مع الأهمية والأهداف التي تسعى لها الشبكات الاجتماعية الرقمية.

أما بالنسبة للمبحث الثاني فتطرقنا للرأي العام حيث تضمن هذا الأخير على مفهوم الرأي العام ونشأته، وأيضا إلى أنواعه كما سنتطرق أيضا إلى وظائف الرأي العام، إضافة إلى مراحل تشكيله.

المطلب الأول : مفهوم ونشأة الشبكات الاجتماعية الرقمية

أولاً: مفهوم الشبكات الاجتماعية:

إن مفهوم الشبكات الاجتماعية يتحدث في بدء الأمر عن مفهوم اجتماعي، لذا أردنا انه يجب التطرق إلى مفهوم الشبكات الاجتماعية كمصطلح أو كمفهوم اجتماعي، الذي طبق على مفهوم الشبكات الاجتماعية الرقمية المنتشرة على شبكة الانترنت، حيث أن فكرة اعتبار العلاقات الاجتماعية " شبكة "، وان خصائص هذه الشبكة يمكن استعمالها لتفسير بعض جوانب سلوك الأفراد المنخرطين فيها، قد انتشرت بسرعة كبيرة بعد أن قدم عالم الانثروبولوجيا " جون بارنس " 1918 الفكرة الأولى في بحث رصين سنة 1954م، لوصف نظام العلاقات الاجتماعية الذي شعر بأنها مهمة لفهم السلوك الاجتماعي للأفراد، ليست الشبكات الاجتماعية هيكل فقط وصورة مصغرة يتفاعل الأفراد من خلالها لكنها نسيج علاقتي، فما يميز الشبكة الاجتماعية هو البعد الاجتماعي، المتمثل في العلاقات التي تربط الأفراد، وليس البعد الفيزيقي المتعلقة أساسا بتراطب الشبكات فيما بينها.¹

ثانياً: مفهوم الشبكات الاجتماعية الرقمية:

بعد ما تطرقنا إلى مفهوم الشبكات الاجتماعية كمفهوم اجتماعي سنشرع إلى مفهوم الشبكات الاجتماعية الرقمية وتاريخ نشأتها، حيث يعرفها الصالحة مُجَّد مسعود الدماري: على أنها منظومة من الشبكات الرقمية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي رقمي مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات و الهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية، حيث سميت اجتماعية وبهذه الطريقة على أن المستخدم يستطيع التعرف على (بناء مجتمعات).²

أما "تود كيلسي " يرى الشبكة الاجتماعية الرقمية : هي ببساطة وسيلة إلكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، حيث أنها تكون بنية اجتماعية افتراضية، تجمع بين أشخاص أو منظمات، تتمثل في نقاط

¹ صونية عبديش، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية بعنوان الشبكات الاجتماعية على الانترنت " رؤية استمولوجية "، جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي، العدد 20، ديسمبر 2016، ص 98.

² الصالحة مُجَّد مسعود الدماري، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، جامعة سبها، قسم الاعلام كلية الادب

التقاء متصله بنوع محدد من الروابط الاجتماعية، إذ يجمع المشاركون فيها صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة، أو توافق الهواية، أو الفكر أو رغبة في التبادل المادي، أو المعرفي، أو محبة، أو كراهية لشيء معين، أو علاقات عقيدية، أو دينية أو تناسق في المعرفة أو المركز الاجتماعي.

كما يعرف " إلسون " و " بويد " الشبكات الاجتماعية: على أنها مواقع تتشكل من خلال الانترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر.¹ في حين يعرفها وليد زكي: هي شبكات عالمية تتيح الفرصة إلى التواصل بين الأفراد عبر العالم من خلال الفضاء المعلوماتي، تظم في رحابه ملايين البشر، ومن خلالها مشاركة الاهتمامات وتكوين الصداقات وإقامة الصفقات وغيرها من أوجه التفاعل التي تتم في محيطها.²

وتعرف أيضا: على أنها عبارة عن مواقع اكتسبت صفة مواقع الشبكة الاجتماعية التي تجمع بين العديد من أدوات الانترنت المختلفة وذات شعبية كبيرة مثل فايسبوك، تعمل كأداة للاتصال الشخصي والتفاعلي الذاتي مثله مثل ما يعرف بالموقع على شبكة الانترنت الشخصية، يتيح خدمة الرسائل الفورية ويمكن استخدامه كمنتدى للنقاش.

تعريف محمد عواد سنة 2010 م: تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد بسم العقدة، بحيث يتم اتصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات وقد تصل هذه العلاقات إلى درجات أكثر عمقا كالطبيعة الوضع أو المعتقدات التي ينتمي إليها الشخص.³

¹ بوذينة نعيمة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، ص 86

² جبريل بن حسن العريشي، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015م عمان، ص 23

³ خديجة ريغي، فلاق شيرة صالح، الشبكات الاجتماعية ودورها في تشكيل الرأي العام، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، ص 786

ثانيا : نشأة الشبكات الاجتماعية الرقمية

بدأ ظهور الشبكات الاجتماعية الرقمية في نهاية التسعينات، وكأول موقع ظهر عام 1995م classmates.com للربط بين الزملاء.¹

لكن كل من إليسون وبويد يرى أن أول موقع شبكي اجتماعي معترف به أطلق سنة 1997م وسمح للمستخدمين بإنشاء بروفائلات ووضع قوائم لأصدقائهم وتصفحها، عبر سايكس دقري عن نفسه كأداة تساعد الناس على الاتصال وإرسال رسائل لغيرهم، وبالرغم من نجاحه واستقطابه لملايين المستخدمين، إلا انه اقل سنة 2000م لعدم نجاحه تجاريا، وقد عبر عن ذلك مؤسسه "بأن الموقع سابق لزمانه، في حين يرى بعض الباحثين أن سبب فشل الموقع راجع لشكاوى المستخدمين بأنه لا يوجد شيء يقومون به بعد قبولهم لدعوات الصداقة، كما أن معظم المستخدمين لم يكونوا متحمسين للقاء الغرباء.²

ثم ظهرت مجموعة من التطبيقات التي أثرت بدرجة كبيرة وبشكل واضح وملحوظ بشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أضاف شعبية كبيرة لها على الانترنت وذلك بسبب التطبيقات المعاصرة مثل : المدونات ومشاركة الفيديو والصور والملفات والمعلومات وحولت هذه التطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي من الجمود إلى الحياة والتفاعلية،³ لكنها لم تحقق النجاح الكبير بين الأعمام (2000/1999)، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم، كان مع بداية العام 2002م، فلم يعد الموقع الاجتماعي مجرد ملف بيانات المستخدم فقط، بل أمكنه الانضمام لشبكات عديدة داخل المجتمع الواحد، هذه الشبكة قد تكون لجهة عمل أو جامعة التي تعلم فيها..... إلخ، حيث ظهرت التقنية المتعددة للأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المجتمعات الافتراضية، ويسمى المستخدمون أصدقاء بسبب دوائر العرض من الصور و ملفات الأصدقاء والأفراد، وفي بداية عام 2004م ظهر موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" على يد مارك "زكوريغ" في جامعة هارفارد وكانت الفكرة إنشاء موقع اجتماعي يستطيع الطلبة عن طريقه التواصل مع بعضهم، وفي عام 2005م تأسس موقع اليوتيوب في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، يتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع

¹ مرزقال إبراهيم، الشبكات الاجتماعية ودورها في التواصل الأكاديمي بين المتخصصين في علم المكتبات، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، جامعة لمسيلا، المجلد 2، العدد1، ص 03.

² عبديش، مرجع سبق ذكره، ص102

³ مجّد مسعود الدماري، مرجع سبق ذكره، ص 317

فيديو، ثم ظهر موقع التويتز عام 2006م ويسمى موقع التدوين المصغر، فهو يسمح للمستخدمين بكتابة رسالة (تغريدة) لا تتجاوز 140 حرفاً.

ثم تطورت المكونات البرمجية للبنية التحتية للإنترنت، فشهد بداية ظهور الجيل الثالث بما تميز به من ذكاء صناعي وقدرة على تبويب وتصنيف المعلومات، بالإضافة إلى تطوير خدمات في زيادة سرعة الإنترنت في المنازل، وانتشار استخدام الإنترنت الهاتف المحمول بشكل واسع.

استطاعت الشبكات الاجتماعية الرقمية الاستفادة من هذه المميزات، والعمل على تطوير أدوات التواصل بين مستخدميها، واتسعت أسواقها، كما شهد ظهور مواقع تواصل جديدة احتلت مكانها على خريطة الشبكات الاجتماعية مثل الإنستغرام.

وقد ازدادت أهمية الشبكات الاجتماعية خاصة بعد الدور المهم الذي لعبته خلال "الثورات العربية" منذ نهاية 2010م، فقد كانت الوسيط الرئيسي لحشد الملايين من المواطنين وتنظيم التظاهرات في الشوارع والميادين.

ولقد اتجهت الشبكات الاجتماعية إلى سوق جديد واعد وقوي هو تطبيقات الهاتف المحمول، فمع تطور المكون المادي، وانتشار الجيل الرابع من الإنترنت بين المستخدمين، أصبح بالإمكان الولوج إلى الإنترنت من خلال الهاتف الذكي أو الحاسب اللوحي أو أجهزة التلفزيون الذكية أو غيرها من الأجهزة الحديثة.¹

¹ بوذينة نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص 95

المطلب الثاني: خصائص وأنواع الشبكات الاجتماعية

أولاً: خصائص الشبكات الاجتماعية

تتميز الشبكات الاجتماعية الرقمية بمجموعة من الخصائص، كانت سببا في انتشارها على مستوى العالم نذكر منها :

1. خاصية العلاقات: تتميز هذه الخاصية بإضافة الأصدقاء أو كما يطلق عليها في بعض الشبكات

الاجتماعية اسم " علاقة " أو "اتصال " وهم الأشخاص الذين تطلق عليهم صفة " صديق " حيث يصبح بإمكان هذا الأخير متابعة المنشورات وما ينزل على صفحة من مواضيع وروابط وصور وفيديوهات، حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل أيضا مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على فيسبوك وهكذا مما سرع وسهل عملية انتقال المعلومات.

2. سهولة الاستخدام : طورت شبكات التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة الاستخدام، فهي

تحتاج للقليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الانترنت وانخفاض التكلفة.

3. التواصل ولتعبير عن الذات: يشترك الشباب في العديد من الأنشطة الإبداعية في مواقع التواصل

الاجتماعي مثل الكتابة والتدوين وإبراز المواهب والمشاركة في الأحداث الجارية والمناسبات، فقد أصبحت حاجة ملحة للاتصال مع الآخرين والتعبير عن الذات.

4. التفاعلية والتشاركية : تتسم شبكات التواصل الاجتماعي بخاصية التفاعلية، إذ يقوم كل عضو

بإثراء صفحته الشخصية، سواء ما يتعلق بشخصيته (رياضة أو آراء أو موسيقى)، أو ما يتعلق بموطنه (أحداث سياسية، خرائط أو صور لمدينته، وبعض المعالم الأثرية) التي يرغب في تقديمها للآخرين، وتسمح الشبكات الاجتماعية الرقمية للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها، أو إبداء الإعجاب بها، ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين ومدى تفاعلهم، والرد عليهم مباشرة، وقد يحدد تلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل ومشاركة المضامين مع الآخرين.¹

¹ بوذينة نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص 99

5. الحضور الدائم غير المادي: توفر هذه الشبكات إمكانية التواصل بين مستخدم وآخر دون الحاجة لأن يلتقيا في وقت متزامن، وذلك من خلال ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومات أو غيرها... من مجالات اهتمام الشخص، الذي بمقدوره أن يرد عليه بنفس الطريقة، كما يمكن لهما أن يتوصلا مباشرة، سواء من خلال الدردشة النصية أو الشفهية باستعمال الميكروفون.

6. وضوح الهوية: في الغالب يحدث ذلك تلقائيا، لان هدف كل شخص أن يتواصل ويتعارف على الآخرين، وهذا ما يتطلب أن يفصح عن معلوماته الشخصية بصراحة وبدون تحايل أو كذب كي لا يتناقض مع الغاية التي من اجلها اشترك بهذه المواقع.¹

ثانيا: أنواع الشبكات الاجتماعية الرقمية:

تتعدد تقسيمات الشبكات تبعا للخدمة المقدمة أو للهدف من إنشائها إلى الأنواع التالية :

1- تقسيم الشبكات حسب الاستخدام والاهتمام إلى ثلاثة أنواع رئيسية :

✳ شبكات شخصية: لشخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم، مثل موقع فايسبوك.

✳ شبكات ثقافية: تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين، مثل (Libararything).

✳ شبكات مهنية : تهتم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بيئة تعليمية وتدريبية فاعلة ، مثل (Linked in).

2- كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضا، هي :

★ شبكات تتيح التواصل الكتابي.

★ شبكات تتيح التواصل الصوتي.

★ شبكات تتيح التواصل المرئي.

وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل حتى تلبي حاجات جميع

شرائح المجتمع الافتراضي.

¹ بوذينة نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص 101

3- هناك تقسيم ثالث، يقسم الشبكات الاجتماعية الرقمية إلى نوعين :

♣ شبكات داخلية خاصة: ويتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطته من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة، مثل شبكة (Google Meet).

♣ شبكات خارجية عامة : وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت ، بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع مثل شبكة (Facbook).

المطلب الثالث : دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية

للشبكات الاجتماعية الرقمية دوافع محددة تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي ومنها:

⇐ الفراغ: يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء استغلال الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي

يجعل الفرد ل يحس بقيمته ويبحث عن سبل لشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل

الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية ك فايسبوك على سبيل المثال احد سبل ملاء.

⇐ البطالة: عملية انقطاع وعدم الاندماج المهني تؤدي إلى عدم الاندماج الاجتماعي والنفسي إلى

الانتماء الاجتماعي، الذي هو نتيجة تراجع العائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية

وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه إلى خلق حلول للخروج من

هذه الوضعية التي يعيشها حتى وان كانت هذه الحلول افتراضية.

⇐ الترقية: تعتبر الشبكات الاجتماعية الرقمية أداة ترفيهية من متابعة أخبار الأصدقاء والعائلة

ومشاهدة الأفلام ومقاطع الفيديو المسلية والاستمتاع إلى الموسيقى ، قراءة المقالات العلمية.¹

1- نسرين شعطوق، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، جامعة الصديق بن يحيى، جيجل

المطلب الرابع : أهمية وأهداف الشبكات الاجتماعية الرقمية

أولاً: أهمية الشبكات الاجتماعية الرقمية:

إذ لا يخفى على الكثير أهمية ما توصلت به التقنية في عصرنا الحاضر ولقد كانت من إحدى الأمور التي وصلت به إلينا هذه التقنية هي : (الشبكات الاجتماعية الرقمية) فهذه الشبكات الاجتماعية ليست مجرد مواقع وشبكات يتم فيها التعارف فقط، بل أصبحت هي جسر التواصل الأكبر بين شرائح المجتمع في الغالبية. ونحن مؤمنون بأهمية الشبكات الاجتماعية وبما فيه من فوائد، إذ قد تستخدم في مجالات عدة في الأمور الحياتية، مثل: الوزارات، الجهات الحكومية، الشركات... الخ. ولو نظرنا إلى مسماها الأصلي لوجدنا إن الهدف الأول من إنشاء هذه المواقع والشبكات هي: سهولة التواصل الاجتماعي على الصعيدين :

أ- الجماعي

ب- الفردي

- ✓ تكمن أهميتها في أنها ساعدت كثيراً في التواصل مع أكبر عدد ممكن من الأصدقاء والأصحاب وبل بالأخص بين أفراد الأسرة الواحدة، وأهمية هذه الشبكات تنعكس كذلك مع استخدامها.
- ✓ وهناك الكثير من انغمس في ضل وجود هذه الشبكات الاجتماعية فهي تأخذ منه وقت طويل وأصبحت بمثابة الماء لدى بعضهم، لا يمكن أن يمر يوم كامل من دون أن يأخذ نظرة عامة على هذه المواقع والشبكات.¹

تعد الشبكات الاجتماعية الرقمية وسيلة إعلامية تتسم بأهمية كبيرة، ويتوقع لها مستقبل لا يستهان به باتصافها بصفات ومميزات عدة:

- فهي تتيح للمستخدم ممارسة أكثر من حاسة في ذات الوقت، إذ بإمكانه عبر ضغط زر القراءة والمشاهدة والاستماع، وسرعة في تلقي خبر عاجل، إضافة إلى الصورة المصاحبة له، وفيلم الفيديو المرافق، وغياب مقص الرقيب، وتتميز بالسرعة، كما أن الشبكات الاجتماعية ضيقت المسافات الزمنية في معرفة حجم التفاعل ورد الفعل السريع، ومباشرة بين الكلمة ومعناها

¹ جامع الثنيان، الشبكات الاجتماعية، نور وكتاب مبین مجمع التبيان المسائي لتحفيظ القرآن الكريم حلقة ثالثة ثانوي، 2012

وتأثيرها على المتلقي في أية بقعة على وجه الكرة الأرضية، وعليه فإن الشبكات الاجتماعية أصبحت واقع يفرض نفسه.

- لها دور فعال في التأثير في توقيت صنع القرار ووضع السياسة، وذلك من خلال خلق الأزمات أو افتعالها وكذلك عن طريق طرح الشبهات والأسئلة عن الأعمال ونهايتها المرتقبة وتداعياتها وهذا يظهر واضحا في آلية عملها، حيث يتم توظيف الإمكانيات لإجراء التغيير المطلوب كهدف بعيد المدى، وإثارة الموضوع في المدى المنظور على الأقل.
- إن اغلب التغييرات الحاصلة تظهر مدى أهمية فنون الشبكات الاجتماعية، ونشر ثقافة التعاطي مع الشبكات الاجتماعية الرقمية لمختلف شرائح المجتمع حين أضحى تدفق المعلومات والمعطيات بغزارة، في ظل انشغال السكان في البحث عن لقمة العيش، وإرادة شؤونهم الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية المعقدة، في تدفق المعلومات وزحمها، وتعاقد الحياة الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية، وضيق وقت الأفراد، عاملا جديدا في أهمية التيسير الحصول على الحقائق والأخبار والمعلومات، فقد وفرت الشبكات الاجتماعية الرقمية فئات وشرائح كثيرة فرصة الحصول على المعلومة في أي موضوع، إلى جانب القدرة في الحصول على البدائل وإبداء الآراء بخصوصها.
- هناك ادوار حيوية لشبكات الاجتماعية الرقمية في حياة الشباب خاصة في المجالات الثقافية والفكرية والسياسية وقضايا الشباب تتمثل في تمكينهم في الإسهام في النشاطات الفكرية والسياسية والاجتماعية، إذ يسهم الانترنت عموما والشبكات الاجتماعية الرقمية خصوصا في تعبير عن آراء الشباب التي لا يستطيعون التعبير عنها صراحة في المجتمع.¹
- تعتبر الشبكات الاجتماعية الرقمية من الوسائل الأكثر تفاعلية، إذ تتيح للمستخدمين فرصا لا متناهية للنشر الفوري والتعليق عن المواضيع، وتبادل الآراء والمناقشات فيما بينهم.
- مقدرتها العالية في تعبئة المستخدمين وتشكيل الرأي العام اتجاه مختلف القضايا التي تطرح للنقاش عبر منصات مختلفة.
- كما أثبتت الكثير من الدراسات أن استخدام الانترنت بوجه عام والشبكات الاجتماعية بوجه خاص، قد ساهم في إيقاظ الوعي العربي حيث سمحت الشبكات الاجتماعية لملايين الأفراد -

¹ بوذينة نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص 105

ولأول مرة - بتنظيم تحركاتهم بسرعة ومهارة ومرونة تفوق بكثير الأنظمة السياسية والاجتماعية والإعلامية التقليدية.

- كما أثبتت الكثير من الدراسات أن استخدام الانترنت بوجه عام والشبكات الاجتماعية بوجه خاص قد ساهم في إيقاظ الوعي العربي حيث سمحت الشبكات الاجتماعية لملايين الأفراد ولأول مرة بتنظيم تحركاتهم بسرعة ومهارة ومرونة تفوق بكثير الأنظمة السياسية والاجتماعية والإعلامية التقليدية.¹
- يعزز التماسك الاجتماعي ويوفر طرقاً وأنماط جديدة للتفاعل الإنساني والاجتماعي، بالإضافة إلى ما يوفره من معلومات في جميع المجالات يحسن من نوعية الحياة، ويساهم في حل المشكلات الاجتماعية.
- كما يساهم في زيادة أنواع الترفيه والتسلية بما يزيد ثقافة الإنسان نتيجة ليسر الاتصال بجميع المؤسسات والأفراد فضلاً عما يوفره من حرية وسرية في العلاقات الاجتماعية.
- يزيد من القدرة الاتصالية والتفاعلية لمستخدم لأنه يعز من قدرته على الاتصال بأخرين على الجانب الآخر من الكرة الأرضية بسرعة هائلة وتكاليف زهيدة.²

¹ خديجة ريغي، فلاق شبرة صالح، الشبكات الاجتماعية ودورها في تشكيل الرأي العام، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر ص787

² ليلي احمد جراز، للفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2012، ص112-113

ثانيا : أهداف الشبكات الاجتماعية الرقمية

إن هدف الشبكات الاجتماعية خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع واحد، مع اختلاف توجهاتهم ومستوياتهم وألوانهم، وتتفق مع لغتهم التقنية.

✓ أهداف المؤسسين للشبكة:

بداية لا يمكننا تقييد أهداف المؤسسين، فهناك من بدأ بهدف ثم تغير مثلا أسس الموقع ليربطه مع زملائه في الجامعة والسابقين من الثانية، ثم توسعت الدائرة ليشمل زملاء زملاء ثم من لم يكن بحسبان من شتى الأنحاء، وانتهى الأمر به أن يكون موقع ربحي وبدأ ينافس من سبقه في هذا المجال مجال التواصل الاجتماعي، وهذا من الأمثلة...
ومنهم من بدأ بهدف معين وبقي عليه، كمن رأى أهمية التدوين وعارضهم الكثيرون، ولكن ثبتوا وأثبتوا ما يرونه انه مهم وطوروا موقعهم حتى أصبحت الفكرة مشهورة ومنتشرة بين الناس وأثارت إعجابهم، وقبل ذلك كان الحصول على الربح..
وهناك من أسس شبكة لحل شبكة معينة، لتوصيل المعلومات لأطراف بعيدين جدا، أو تبادل الملفات الخاصة بين طرفين..
وهناك من يكون هدفه تطويري، مثلا جهات حكومية أو شركة كبيرة تفتح التواصل مع زملائها يقوموهم ويقترح عليهم وينتقدوهم أيضا.
وغيرهم بشتى الأهداف السامية والعالية، أو المخفية.¹

¹ جامع ثنيان، مرجع سبق ذكره، ص 09

✓ أهداف المستخدمين لخدمة الشبكة:

مستخدمي الشبكات مرتبطين بخدمة التي يقدمها الموقع، فكل مستخدم يدخل موقع يقدم خدمة معينة هدفه الاستفادة من تلك الخدمة بالتحديد:

- الأخبار:

من أجل ما إتاحتها الشبكات هو إمكانية توفير الأخبار من شتى أنحاء العالم والوصول لها بكل سهولة وقد تكون الأخبار عن سلع معينة أو سلع مشهورة..

- نشر العلم:

كما ذكرنا عن الويكي مثلا، فهي شبكات اجتماعية مخصصة لنشر العلوم، وعن مختلف الأشياء ويمكن وضع شروحات مصورة عن الكثير من الصناعات التي لا تجد لها مراكز مخصصة لتعليمها، وأيضا التجارب العلمية التي يصعب القيام بها في المنازل، وأي شخص بإمكانه وضع المعلومة بأبسط الأشكال واختلافها وتنتشر تلك بسرعة فتعم الفائدة..

- متعددي الأهداف :

قد نجد البعض يستخدم الموقع في أكثر من جانب لأن الموقع يقدم أكثر من الخدمة، كالجمع بين (التواصل ونشر العلم مثلا).

فبعض المواقع قد يكون هدفها مواقع التواصل الاجتماعي، وتتيح بعض الخدمات كنشر المقال فيستفيد منها المستخدم في نشر العلوم المفيدة دينا ودنيا، وله الأجر من استفاد بإذن الله، يقول النبي صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: { مَنْ عَلَّمَ عِلْمًا فَلَهُ أَجْرٌ مِنْ عَمَلٍ بِهِ لَا يَنْقُصُ مِنْ أَجْرِ الْعَامِلِ } (الراوي معاذ بن أنس، صحيح الجامع، رقم الحديث 6396) أو الجمع بين (الصدقة والبحث عن العمل) فتكوين الصداقات يؤدي لمعرفة شركاء جدد، أو تشارك في فكرة مشروع جديد وتنفيذه...¹

¹ جامع ثبيان، مرجع قد سبق ذكره، ص 11

المبحث الثاني : مدخل للرأي العام

المطلب الأول: تاريخ ونشأة الرأي العام ومفهومه

أولاً: تاريخ تطور الرأي العام :

عرف مفهوم الرأي العام منذ القدم مع بداية نشوء مدن في حضارات وادي الرافدين والنيل واليونان وقد كشفت هذه الحضارات حينها عن إدراك وفهم ورؤية واضحة لتوجيه الرأي العام الوجهة التي تتوافق مع إرادة الحاكم، وكان تأليه الفرعون وتقديس الكهنة وبناء الأهرامات والمعابد أساليب متميزة لتوجيه الرأي العام لتقوية نفوذ سلطتهم. (1)

الرأي العام في العصور القديمة :

لم تكن ظاهرة الرأي العام وليدة العصر الحديث، وإنما استطاع الرأي العام استخدام أول مرة في القرن الثامن عشر 18 إبان الثورة الفرنسية على لسان وزير مالية لويس السادس عشر جاك نيكير للتعبير عن التحكم في سلوك المستثمرين في البورصة، فالظاهرة قديمة قدم الإنسان، فقد كانت الأنظمة الاجتماعية السائدة آنذاك تولي آراء الناس أهمية كبيرة وتستطلع الآراء والأفكار المختلفة للوصول إلى القرارات السليمة. وربما تأكد دور الرأي العام كظاهرة في دول الحضارة الإغريقية القديمة وفي أتيينا واسبرطة وغيرها . فقد عرف الإغريق مفاهيم قريبة من الرأي مثل مصطلح الاتفاق العام والاتجاهات السائدة، حيث قسم أرسطو المستمعين في عصر حسب السن إلى شباب ورجال وكبار السن، واعتبر هؤلاء هم الذين كانوا يكونون الرأي العام في عصره ثم قسمهم حسب الحظ إلى الأصل والثورة والقوة . كما تكشف آثار مصر القديمة-حضارة نهر النيل-عن إدراك واضح للرأي العام وتكشف عن أساليب راقية للتأثير فيه وتوجيهه نحو الوجهة المطلوبة مثل (تأليه) الفرعون وتقديس الكاهن وإقامة الأهرامات، فلم يكن هذا كله سوى أساليب متطورة للتأثير فالأمم القديمة قد عرفت الرأي العام وسعت إلى تكوينه عن طريق الحوارات والمناقشات أو عن طريق الخطب السياسية والدينية.

¹- بوقديرة منى، شعطوط نسرين، مرجع سبق ذكره، ص58

إلا أن الرأي العام في هذه العصور لم يكن يتمتع بقدر من التنظيم وكان عبارة عن رأي موجه توجيه مبرمج له، ونجد العديد من الفلاسفة عبر مراحل التطور الفكري لمفهوم الرأي العام وعملوا على إبرازه بشكل أو بآخر، فقد عمل اليونان على سبيل المثال يقومون بالاجتماع في الساحات العامة للحوار حول مسألة معينة، وذلك من أجل استهداف وجهات النظر النهائية التي سوف تكون سائدة، وهذا ما هو إلا تأكيد واضح من أجل إبراز الرأي العام كسلطة وقوة عليا عندهم. (1)

الرأي العام في الحضارة الإسلامية:

ظهر الرأي العام واضحا وجليا في العصر الإسلامي خاصة في العصر المدني من حياة الرسول - ﷺ -، حيث نشأة الدولة الإسلامية في صورة متكاملة، حيث أرسى ورسخ الرسول - ﷺ - الحرية في هذا المجتمع مما جعل الرأي العام يؤدي وظائفه بفاعلية، فقد عود الرسول - ﷺ - أصحابه رضوان الله عليهم أجمعين على حرية التعبير والرأي العام الحر في أدق المواقف مثل غزوة بدر وغزوة الأحزاب، وكثير من الأمور التي علمهم فيها على حرية الرأي، وقد سمي الرأي العام بعد عصر الرسول - صلى الله عليه وسلم - بالإجماع.

وعرف الأمويين الرأي العام وأسموه السياسة، كما ورد في الكتب عن معاوية ابن سفيان مقولته المشهورة: لو كان بيني وبين الناس شعرة لما انقطعت، فإذا أرخوها شددتها وإذا شدوها أرخيتها. (2)

الرأي العام في العصور الوسطى:

وإذا كان العالم في العصور الوسطى لم يعرف مصطلح الرأي العام فإنه كان يتداول تعابير ومصطلحات أخرى تدل على وجود ظاهرة الرأي العام من قبل نجد: صوت الشعب، الرأي السائد عامة الناس، إرادة الشعب، آراء الرعية، فكر الجماعة... إلخ. فنجد أن كل من المفكرين السياسيين أفلاطون وأرسطو لم يستخدموا تعبير الرأي العام بنفس المعنى الذي نستخدمه الآن، إلا أنهم كثيرا ما كانوا يتحدثون عن الرأي الجماهيري وأهميته في الحياة العامة. ونشأت فكرة الرأي العام على أساس مفهوم الديمقراطية وإسناد السلطة على رغبة الرعايا، وقد أدى الرأي العام دور كبير في نشر الديمقراطية في اليونان قديما وفي

¹ - بن رجم أحلام، وسائل الإعلام والاتصال وعلاقتها بالرأي العام الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8ماي 1945، قلمة، 2019\2020، ص 29.

² - سفياني سهيلة، شابي نرجس ومواس مريم، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8ماي 1945، قلمة، 2015\2016، ص 43

الصراعات التي دارت في قارة أمريكا اللاتينية. ويرى الكثير من الباحثين أن الرأي العام في القرون الوسطى كان سلبيا، ولعل ذلك يعود إلى سيطرة الحكام والكنيسة في أوروبا فقد عرف العالم المسيحي عبارة قريبة للرأي العام وهي الاتفاق العام وهي مبنية على مفهوم الشعور الجمعي التي كان يستخدمها البابا. (1)

الرأي العام في العصر الحديث: كان مكيا فيلي أول من وجه الأنظار إلى ضرورة الاهتمام بصوت الشعب واتجاهاته، أما شكسبير فقد عبر بلسان هنري الرابع عن الرأي العام الذي يساعد في الوصول إلى الحكم. ولقد شكلت الثورة الأمريكية ومن بعدها الفرنسية في القرن الثامن عشر تأسيسا لفكرة الديمقراطية في مجال العمل السياسي وترسيخا لمبدأ سيادة الشعب والاعتراف بحقوق الأفراد والحريات، حيث ظهر العديد من المفكرين أمثال " فولتير " و " روسو " و " صمويل آدمز " و " توماس باين " وغيرهم من المفكرين الذين دافعوا عن العقل الإنساني ومهدوا الطريق أمام نشوء الرأي العام الحر المستنير، ومع بداية القرن التاسع عشر أصبح الرأي العام هو السيد ذا السلطة بفعل الثورة الصناعية والاكتشافات والاختراعات العلمية ووسائل الاتصال الجديدة وقد ازداد الاهتمام بالرأي العام ودراسته على المستوى النظري والتطبيقي في أربعينيات القرن العشرين. (2)

ثانيا: مفهوم الرأي العام :

تعريف الرأي العام لغة: ينقسم إلى كلمتين رأي وعام، ويعرف الرأي لغة بأنه لفظ يدل على الاعتقاد بشأن موضوع ما والعقل والتدبير والنظر والتأمل، أما كلمة عام فتقال للعام من كل أمر وهو عكس خاص أي عدد كبير من الناس، ويقال شيء عميم أي تام وعمهم الأمر أي شملهم والعامه خلاف الخاصة، وقيل الخلق الكثير، والعام تعني الجماعات المتفرقون. (3)

1- بن رجم أحلام، مرجع سبق ذكره، ص32

2- بلحيمر مجد، دليش عادل، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى. جيجل. 2020\2021، ص53

3 بوضياف سوهيلة، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 01، سنة 2017\2018، ص23

تعريف الرأي العام اصطلاحاً : اختلفت الآراء حول مفهوم الرأي العام، وتعددت المفاهيم ولا يوجد مفهوم موحد له لذلك سنتطرق لبعض المفاهيم وهي كالتالي :

كما يعرفه إسماعيل سعد: " أن الرأي العام هو حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والمجتمعات إزاء شأن أو شؤون تمس النسق الاجتماعي، كأفراد وتنظيمات والنظم التي يمكن أن تؤثر في تشكيلها عمليات الاتصال التي قد تؤثر نسبياً أو كلياً فمجريات الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي والدولي".⁽¹⁾

ويعرفه الدكتور محمد عبد القادر حاتم بأنه: " هو أي تعبير عن موقف من قضية متنازع عليها قابلة للجدل، وهو ذلك الرأي الذي ينتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد أية جماعة كبيرة من الناس".⁽²⁾

بينما يعرفه إبراهيم إمام: " الرأي العام هو الفكرة السائدة بين جمهور الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تشير إلى اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة".⁽³⁾

حسب ماكينون: يرى أنه: "تلك العاصفة إزاء موضوع معين التي يرحب به أكثر أعضاء الجماعة اطلاعاً وذكاءً وتمسكاً بالأخلاق، هذه العاصفة لا تفتأ تنتشر وتعتنق تدريجياً من جانب جميع الأشخاص تقريباً، الذين تتكون منهم جماعة متعلمة ذات مشاعر سوية تعيش في دولة متمدنة ومتحضرة".⁴

¹ - مباركة منماني، سمية بورقعة (مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام في قضايا المجتمع)، مجلة المعيار، مجلد 25، العدد 56، جوان 2021، ص 329

² - رباوي زهرة، دور الصحافة المكتوبة في تشكيل الرأي العام، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، كلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة د.مولاوي الطاهر، السعيدة، 2012\2013، ص 34

³ - خالد منصر، (دور الصحافة الإلكترونية في تكوين الرأي العام)، مجلة تاريخ العلوم، العدد 11، مارس 2018، ص 59

⁴ بوذينة نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص 311

أما بالنسبة لـ "ليونارد دوب" فيعرفه على أنه: اتجاهات الناس نحو قضية ما عندما يكونون أعضاء في الجماعة الاجتماعية نفسها.¹

و يرى جيمس برايس في كتابه ' الديمقراطية الحديثة ' إلى أن الرأي العام هو اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموعة من الآراء التي يدين بها الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحها العامة والخاصة.² ومن خلال كل هذه التعريفات يتضح لنا صعوبة تحديد مفهوم واحد ودقيق للرأي العام لكن يمكننا القول أن الرأي العام هو:

مجموعة من الآراء والأفكار تتم مناقشتها من قبل مجموعة من الناس بشرط أن تكون هذه الأفكار تعنيهم وتكون حول قضية معينة في مدة زمنية معينة.

ومن خلال التعريفات السابقة استنتجنا مفهوم الرأي العام الجزائري وهو الذي يشير إلى الآراء والمشاعر والمعتقدات السائدة بين أفراد المجتمع الجزائري حيث يتأثر هذا الأخير بالأحداث السائدة سياسيا واقتصاديا واجتماعيا سواء كانت هاته الأحداث داخل الوطن أو خارجه، ويتم تشكيل الرأي العام من خلال وسائل الإعلام المختلفة والمناقشات والحوارات العامة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تكتسي خصائص فريدة ومتعددة تتيح للأفراد سهولة الاستخدام والتواصل والنقاش كما تمكنهم من التعبير عن آرائهم المختلفة مما ينتج عنه تفاعل كبير وانسجام بين الأفراد وبدوره يؤدي إلى تشكيل رأي عام حول قضية معينة أو فكر أو اتجاه مشترك، وهذا ما نلاحظه بخصوص القضية الفلسطينية حيث أعادت معركة طوفان الأقصى مستجداتها وأخبارها إلى الواجهة فكل وسائل الإعلام تهتم بهذا الأمر ما أدى إلى جنوح كل الأفراد لمتابعة مستجدات القضية عبر وسائل الإعلام المختلفة فتباينت الآراء.

¹ رفاق عبد المنعم، قيم الجماعة وعلاقتها بتشكيل الرأي العام الجزائري، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم، سنة 2023\2024، ص129

² - سمير محمد حسين، الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة، 1997، ص18

تعريف الرأي العام الإلكتروني : يمكننا تحديد الرأي العام الإلكتروني باعتباره يرتبط بالعالم الافتراضي، إما بكونه منبعه أو المكان الذي تشكل فيه، أو بكونه أداة للتعبير عنه وإيصاله، أو يهما معا فالشبكات الاجتماعية توفر مساحات إلكترونية حرة لمناقشة الأفكار والمعلومات وتبادلها ومشاركتها كما أنه يشكل فضاء للتعبير عنها ونشرها.¹

المطلب الثاني: أنواع الرأي العام:

ويقسم الرأي العام إلى عدة أنواع متعددة طبقا للعديد من المعايير التي تعتمد على التصنيف مع ملاحظة تشابه وتكرار الأنواع طبقا لأسس التقسيم:

● تقسيم الرأي العام حسب طبيعته:

. الرأي العام المسيطر: وهو رأي القائد والزعماء والحكومات والصفوة في المجتمع من المفكرين والعلماء، حيث تتمتع هذه الفئة بقدرات واستعدادات عقلية ممتازة وسمات شخصية وفكرية ونفسية فائقة، تجعلها على مستوى عال من الإحساس الصادق السريع لظروف الجماهير، والاستماع لمشاكلهم ورغباتهم، والقدرة على اتخاذ القرار ووضع الحلول المناسبة، ومن ثم تحريك الحشود البشرية بعد جمعها حول رأي عام جماعي، وتوجيهها في خط سير موحد لرأي عام، دون أن تتأثر هذه الصفوة ذاتها بمؤثرات ذاتية أو خارجية تحيدها عن الهدف، وهم يمثلون نسبة قليلة في المجتمع، وهم الذين يقودونه ويتقنونهم، ويعملون على إرشادهم وتوجيههم في جميع النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ونلاحظ هنا أن آرائهم تفرض وتكسب في المجتمع عبر وسائل الإعلام المختلفة لتحقيق طموحاتهم وأهدافهم هذا في الدول غير الديمقراطية، أما الدول الديمقراطية فإنه يحصل تفاعل بين الصفوة والجماهير.

. الرأي العام المقاد: وهو رأي السواد الأعظم من الناس، والذين ليس لديهم القسط الكافي من التعليم وهم فئة غير قادرة على الاطلاع والبحث ومتابعة ما يحدث من المشاكل أو القضايا العامة وربطها بالظروف الدولية بصفة خاصة، حيث يقتصر تعبيرهم عن تناول الحقائق الفعالة والتعرف على أسبابها ونتائجها دون شرح أو إيضاح من الغير، ولاسيما من قادة الرأي المحلي، ولهذا فإن هذه الخاصية خطرا من

¹ أمال عزري، جمال بن زروق، (الشبكات الاجتماعية الإلكترونية كفضاء لتشكيل الرأي العام)، وعلاقته بإحداث التغيير الواقعي

في الجزائر)، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 10، العدد 3، أكتوبر 2022، ص 463

جانب المحترفين في تظليلهم وإفساد الرأي العام وهؤلاء يتأثرون بما تقوله وسائل الإعلام، وكذلك هم عرضة إلى الشائعات والدعاية حيث يتقبلونها بسهولة.⁽¹⁾

● حسب الانتشار الجغرافي:

ويقسم الرأي العام طبقا لنطاق انتشاره الجغرافي والاجتماعي على:

. الرأي العام المحلي: وهو الرأي السائد بين أغلبية الشعب، في منطقة جغرافية معينة داخل الدولة في فترة زمنية معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحدث فيها النقاش والجدل، وتمس مصالحها أو قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشر.

. الرأي العام الوطني: يرتبط هذا النوع من الرأي الأم بالوطن أو الدولة، وتستند إليه السلطة القائمة.
. الرأي العام العالمي: وهو السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة نحو قضية معينة، ويحدث حولها الجدل، تمس مصالح الشعوب وقيمها. وهو لا يظهر بشكل دائم بحيث تمثله النقابات والمنظمات التي تنشط في جميع المجالات: الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، البيئية، المكونة بذلك للمجتمع المدني العالمي.⁽²⁾

● التقسيم حسب الظهور:

وينقسم الرأي العام من ناحية الظهور والعلانية إلى:
رأي عام ظاهر: وهذا الذي يتم التعبير عنه صراحة بأي أسلوب ممكن، ويتم التعبير عنه خلال المؤتمرات، الندوات، المحاضرات، ووسائل الإعلام المختلفة .
رأي عام غير ظاهر (كامن): وهو يتصف بالسلبية، ويظل كامنا حتى تتاح له فرصة الظهور والتعبير عن نفسه. مما تقدم نلاحظ أن هناك أنواعا متعددة للرأي العام يمكن للعلاقات العامة أن تهتم بدراستها وتستخلص منها البرامج المناسبة لإشباع حاجات أفراد الرأي العام سواء كان هذا الرأي العام خاص بالمؤسسة أو المجتمع ككل.³

¹ - سفياني سهيلة، شايبي نرجس، مواس مريم، مرجع سبق ذكره، ص 53

² - بلحمي محمد، دليش عادل، مرجع سبق ذكره، ص 58

³ بوشارب سلاف، سريدي شيماء، صورة رجل الأمن لدى الرأي العام الجزائري بعد الحراك الشعبي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945 قلقة، سنة 2019\2020، ص 48

المطلب الثالث: وظائف الرأي العام

يلعب الرأي العام أدوار متعددة في كل مجتمع ويمكننا إيجازها بالوظائف التالية :

● الضبط الاجتماعي: يعتبر الرأي العام قوة كبيرة تصدر حكمها الفوري على السلوك الذي ينتهك حرمة المعايير الاجتماعية والأخلاق أو التقاليد أو القانون، ويساند الهيئات الحكومية والمؤسسات الاجتماعية والجمعيات الخيرية والتشكيلات السياسية، وتسعى هذه الهيئات والمؤسسات لكسب الرأي العام.

● رعاية المثل الاجتماعية: يساهم الرأي العام في رعاية المثل الاجتماع التي سار عليها الشعب على مر العصور والأجيال حيث يحافظ على العادات التي تحكم سير المجتمع، والعقل الذي يتحكم بالعواطف ويمنعها من الجموح والانحراف.

● التعبئة الاجتماعية الجماهيرية: هي إثارة الرأي وتهيئته لتقبل تغيير ما، أو لإصدار قانون أو تعديل ما، وهذه التعبئة ضرورية لإنجاح عملية تقبل التغيير، وقد تكون التعبئة عن طريق البرامج الحوارية الإذاعية أو التلفزيونية المباشرة أو المقالات أو استطلاعات الانترنت أو الندوات والمحاضرات.¹

● سن القوانين وإلغاؤها: يعتبر الرأي العام في الدول الديمقراطية المصدر الأول لتشريع القوانين، ولا يمكن لهذه القوانين مخالفة آراء الرأي العام وتوجهاته واعتقاداته، ويحرص نواب الشعب في البرلمان خلال أداء مهامهم ووظيفتهم التشريعية على مراعاة رغبات ناخبيهم وطموحاتهم وتجسيدها قانونيا، وفي بعض الأحيان يكون الرأي العام وسيلة ضغط قصد إلغاء أو تعديل قانون أو أحد مواد لتحقيق الصالح العام.²

● مساندة الهيئات الاجتماعية والسياسية والقادة والمفكرين: يقوم الرأي العام بدور أساسي في مساندة الأفكار الاجتماعية والسياسية وغيرها، بل إن تأييد الرأي العام هو العنصر الأساسي لنجاح أية فكرة تدعو إليها هيئة من الهيئات أو يدعو إليها القادة والمفكرون. وقد تظهر فكرة سابقة ألوأها يدعو إليها مفكر من المفكرين، فيقف ضدها الرأي العام، ويقاومها، ثم لا يلبث أن يتغير الاتجاه بعد سنوات، ويعتق الرأي العام هذه الفكرة ويؤيدها.³

¹ بوشارب سلاف، سريدي شيماء، مرجع سبق ذكره، ص 51

² بوذينة نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص 325

³ نفس المرجع السابق، ص 326

● تحسين الذوق والأخلاق والسلوك الإنساني: يؤدي الرأي العام المناهض أو الراض أخد مظاهر المجتمع الشاذة إلى خلق مناخ لطرد هذه الظاهرة ومحاربتها اجتماعيا، مما يؤدي إلى عزل المؤيدين لها ونبذهم عن المجتمع. وهذا قد يؤدي إلى تعديل سلوك مؤيدي الظاهرة المرفوضة أو الإقلاع عنها أو تركها ونبذها، لأنها تتعارض مع قيم المجتمع التي حمها الرأي العام ودافع ضد تشويهها، كما حدث من بعض الشباب الذين تبناوا ظاهرة (عبدة الشيطان) وكيف أن الرأي العام عالميا تصدى بقوة لهذه الظاهرة الشاذة ونبذها.¹

المطلب الرابع: مراحل تشكيل الرأي العام

يضع الباحث جاكسون باور هيكلا لعملية الرأي العام يتكون من ثلاث مراحل رئيسية هي:

أ- المرحلة الأولى: وهي مرحلة السلوك الجماهيري عندما تتكون الآراء في المجموعات الجماهيرية الأولية المتفرقة.

ب- المرحلة الثانية: وهي مرحلة المناقشات الجماهيرية عندما تنتقل الآراء التي تكونت حديثا إلى مجموعات جماهيرية تالية، أي إلى آراء عدد أكبر من الناس.

ت- المرحلة الثالثة: وهي مرحلة اتخاذ القرار أو إصداره.

ويؤكد الباحث بأنه في كل مرحلة من هذه المراحل الثلاث يوجد دور هام تلعبه مجموعة صغيرة أولية من الأفراد.⁽²⁾

يوجز الدكتور "علي اسماعيل" مراحل تشكيل الرأي العام في ما يلي:

✓ **مرحلة الإدراك**: يتم فيها التعرف على القضية باستخدام الحواس التي تعتبر مفتاح التعرف على

البيئة العامة، وتحليل المؤثرات الخارجية وتأويل ما تحمله من معان وقيم وتوجهات.

✓ **مرحلة الرأي الفردي**: يلجأ الفرد في هذه المرحلة للتعبير عن رأيه الخاص في القضية المعروضة

للتقاش العام، ويحمل هذا الرأي غالبا تعبيرات ضمنية عن قيمه ومعايير الشخصية، ويمكن لهذا

الرأي بالتالي أن يتوافق أو يتعارض مع الرأي الجماعي، لكن الفرد غالبا ما يحرص على الانخراط

في الجماعة وأن يحافظ على الانتماء إليها من خلال تقديم بعض التنازلات.

¹ بوذينة نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص 327

² - سمير محمد حسين، مرجع سبق ذكره، ص 54

-
- ✓ **مرحلة صراع الرأي الفردي مع الرأي الجماعي:** يتشكل في هذه المرحلة نوع من الصراع حين يلقى رأي الفرد معارضة من أفراد الجماعة اللذين يخالفونه الرأي، لتتم عمليات توفيقية وضبط معياري تعمل فيه القيم المشتركة دورا رئيسيا، فيحاول كل طرف تقريب وجهة نظره من الأطراف الأخرى لتحقيق الانسجام الذي يتشكل من خلاله رأي الجماعة أو رأي الأغلبية فيها.
- ✓ **مرحلة تحول آراء الجماعات إلى رأي عام:** بعد تقريب الآراء ووجهات النظر المختلفة، يتشكل من مجموعة الآراء المنسجمة الرأي العام أو رأي الأغلبية فيه، لكن هذا التشكيل لا يقضي على آراء الأقلية.¹

¹رقاز عبد المنعم، مرجع سبق ذكره، ص135

خلاصة

من خلال ما تطرقنا إليه في المبحث السابق نستنتج أن :

أن الشبكة الاجتماعية في أبسط أشكالها، عبارة عن خريطة لعلاقات محددة بين العقد التي تجري دراستها مثل الصداقة، والعقود التي تتصل بذلك الفرد هي اتصالات الاجتماعية لهذا الفرد، كما لا يمكننا حصر مفهوم موحد للرأي العام لكن يمكننا القول أن الرأي العام عناصر لا بد من توافرها حتى نتمكن من قول أنه رأي عام كوجود قضية معينة لأنه لا يمكن القول أن هناك رأي عام بدون وجود قضية معينة إضافة إلى وجود عنصر التأثير على الأحداث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وهذه العناصر هي ما جعلته ذو أهمية بالغة في عالمنا المعاصر وركن أساسي الذي تقوم عليه المجتمعات.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المبحث الأول : الجوانب المنهجية للدراسة

منهج الدراسة:

عند القيام بأي دراسة علمية لا بد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما، فلم يعد الأساس في التقدم العلمي اليوم هو الحصول على كم معرفي أكثر، وإنما الأساس هو الوسيلة التي تمكننا من الحصول على هذا الكم المعرفي، والوسيلة في ذلك هي المنهج العلمي بكل معطياته. وبما أن دراستنا تتمحور حول الشبكات الاجتماعية الرقمية وعلاقتها بتشكيل الرأي العام الجزائري تندرج ضمن الأبحاث المسحية التي تهدف إلى التحليل والتفسير العلمي من خلال جمع المعلومات والبيانات الخاصة بمشكلة الدراسة، ولهذا تحتاج الدراسة إلى المنهج المسحي والذي يعرف بأنه محاولة منظمة للحصول على المعلومات من جمهور معين أو عينة معينة وذلك عن طريق استخدام استمارات البحث أو المقابلات. ويمكننا من خلال هذا المنهج جمع معلومات موضوعية قدر الإمكان عن ظاهرة معينة، أو حادثة مخصصة... إلخ.¹

اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي كونه يهتم بأحداث وتطورات راهنة في كل المجالات والذي يتيح ويساعد الطالب على تتبع قضية مقاطعة منتجات الدول الداعمة للكيان الصهيوني، كما يرمي إلى وصف خصائص الظاهرة ومتغيراتها المتعلقة بطبيعة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الرقمية وتشكيل الرأي العام الجزائري، من خلال تفسير وتحليل المعلومات والإحصائيات التي سيتم جمعها عن طريق الدراسات السابقة حول الموضوع، وربطها بمختلف الأبعاد والمؤشرات الضرورية التي تخدم دراستنا.

أدوات جمع البيانات:

إن عملية جمع البيانات مهمة جدا في أي بحث كان وخاصة في البحوث الاجتماعية بحيث أن دقة النتائج التي يتوصل إليها الباحث ومدى صحتها وتطبيقها مع الواقع تتوقف على الاختيار السليم والمناسب لأدوات جمع البيانات فهذه الأخيرة عبارة عن مجموعة من الوسائل والطرق والأساليب التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لإنجاز بحث حول موضوع معني، وإن كانت أدوات جمع البيانات متعددة ومختلفة فإن طبيعة الدراسة هي التي تحدد حجم ونوعية وطبيعة

¹ سايحي فؤاد، قاسم مختار، وآخرون، مناهج البحث العلمي واستخدامها في المذكرات الجامعية بكلية العلوم الاجتماعية والانسانية،

أدوات جمع البيانات التي يجب أن يتخذها الباحث وهنا في دراستنا هذه اعتمدنا على أدوات جمع البيانات الضرورية وهي:

أ- استمارة استبيان:

يعد الاستبيان احد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها ويعتمد الاستبيان على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من اجل الحصول على إجاباتهم عن الموضوع والتي يتوقع الباحث أنها تعطيه المعلومات المفيدة للدراسة والبحث والمراد معرفتها، وما يجعله يعمم أحكامه من خلال النتائج المتوصل إليها على الآخرين لم يشتركوا في الاستنطاق الاستبياني.

وتعد استمارة الاستبيان أو الاستبانة من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعا مقارنة بالأدوات الأخرى، وذلك بسبب اعتقاد كثير من الباحثين أن الاستبيان لا تتطلب منهم إلا جهدا يسيرا في تصميمها وتحكيمها وتوزيعها وجمعها.

ويمكن تعريف الاستبانة أنها: أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها عن طريق المستجيب.¹

وتعرف أيضا بأنها مجموعة من المحاور والأسئلة والاستفسارات وذلك من أجل الحصول على بعض المعلومات والإجابات من مصادرها الرئيسية حول موضوع الدراسة.

وفي دراستنا هذه وظفنا في الاستمارة المحاور التالية:

- المحور الأول: يتضمن البيانات الشخصية وقد شملت ثلاثة أسئلة.
- المحور الثاني: يتمثل في مجموعة من الأسئلة التي تدور حول استخدام مجتمع ولاية الوادي موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.
- المحور الثالث: يتمثل كذلك في مجموعة من الأسئلة التي تدور حول كيفية استغلال مجتمع ولاية الوادي لموقع التواصل الاجتماعي فايسبوك في قضية مقاطعة منتجات الدول الداعمة للكيان الصهيوني.

¹المشهداني، سعد سلمان، (2019). منهجية البحث العلمي، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.ص 170

حدود الدراسة:

1. الحدود المكانية:

أما بخصوص الحدود المكانية التي أجرينا فيها الجانب التطبيقي، هي بعض بلديات ولاية وادي سوف منها بلدية كوينين، بلدية الوادي، بلدية البيضاء، وبلدية ورماس، فهي إحدى الولايات الجزائرية المنبثقة عن التقسيم الإداري المنعقد في عام 1984م، حيث تحدها من الجهة الشمالية ولاية بسكرة، ومن الجهة الشرقية دولة تونس الشقيقة، ومن الجهة الغربية ولاية تقرت، ومن الجهة الجنوبية ولاية حاسي مسعود.¹

2. الحدود البشرية:

ويقصد به المجال البشري مجتمع وادي سوف الذي بلغ عدده (757000 نسمة)، وتمثل مجتمع الدراسة الذي سنجري عليه تطبيق استخدام موقع فايسبوك في ظل قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني من خلال توزيع الاستثمارات (استبيان) من كل الفئات العمرية، الشباب، الكهول الشيوخ، وكل مستويات الدراسة الابتدائي والمتوسط والثانوي والجامعي بطبيعة الدراسة أن يكون المجتمع المراد دراسته يستخدم موقع فايسبوك.

3. الحدود الزمانية:

انطلقت دراستنا هذه من 01 فيفري 2024 بعد المصادقة على عنوان الدراسة من طرف الإدارة والأستاذ، ومن تلك الفترة إلى غاية 20 فيفري قمنا بجمع أهم المصادر والمراجع والدراسات السابقة التي تساعدنا في دراستنا هذه ومن خلال تلك الفترة إلى غاية 15 مارس قمنا بإنجاز الإطار المنهجي الذي يعد أهم إطار في أي دراسة، يأتي بعد ذلك الإطار النظري الذي يحتاج إلى العديد من المصادر والمراجع والدراسات السابقة متنوعة العربية منها والأجنبية، التي كانت في الفترة الزمنية من 16 مارس إلى 16 أبريل 2024، ومن 20 أبريل إلى 29 أبريل 2024 قمنا بتوزيع الاستثمارات على كافة أصناف المجتمع لولاية الوادي، وبعد ذلك وكنتملة للعمل النهائي للاستمارة قمنا بتوزيع البيانات وتبويبها في جداول للوصول إلى نتائج وتحليلها حيث أخذت هذه المرحلة الوقت الكبير، وفي الفترة ما بين 15 إلى 24 ماي خصصنا هذا الوقت لمراجعة الدراسة والبحث عن الأخطاء إن وجدت ووضع آخر اللمسات لتسليم المذكورة.

¹ تمت الزيارة يوم 03. 14. 2024 12:45 DTP-ELOUED-http://www.dtp-eloued.com

مجتمع الدراسة:

يعرف المجتمع على أنه مجموعة من العناصر لها عدة خصائص مشتركة، تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث، وتعد عملية تحديد مجتمع البحث خطوة مهمة في البحث العلمي حيث تتوقف عليها مراحل البحث، فلا بد على الباحث أن يتعرف على مجتمع البحث الأصلي قبل الشروع في إعداد بحثه، لأنه على أثر تحديد مجتمع الدراسة وتحدد معه طريقة جمع البيانات.

انطلاقاً من موضوع الدراسة المتمثل في الشبكات الاجتماعية الرقمية وعلاقتها بتشكيل الرأي العام حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ويمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه عينة من ولاية الوادي الذي سنجري عليه الدراسة (استخدام فايسبوك في حملات مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني) الذي صنفناه وفق الفئات العمرية لإجراء مسح كامل على عدد عينة من مجتمع ولاية الوادي بدراسة علاقة الشبكات الاجتماعية الرقمية بتشكيل الرأي العام الجزائري، ومن خلال هذه الفئة التي ستمكنا من توضيح كيف يتشكل الرأي العام عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية، حيث يمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه على فئة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك على وجه الخصوص من جميع الفئات العمرية، ومختلف الأجناس والبالغ عددهم 250 شخص في ولاية الوادي من أصل عدد سكان الولاية (757000 نسمة) من الجنسين سواء ضمن تصنيف الفئات، فئة الشيوخ وفئة الكهول وفئة الشباب، من الطبقة المثقفة، " فهذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع." ¹

عينة الدراسة:

يعد اختيار العينة من الأمور الضرورية التي يجب على الباحث التطرق إليها، وتعتبر مهمة في الدراسة ومن المعروف أن هناك العديد من الطرق التي تساعدنا على اختيار العينة المطلوبة، في حين يمكن تعريف العينة هي مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزء من الكل، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع أن على تكون ممثلة للمجتمع لتجري عليها الدراسة، فالعينة هي إذن جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله ووحدات العينة قد تكون أشخاصاً، كما قد تكون أحياء أو شوارع أو مدن أو غير ذلك. و قد يتمثل حجم العينة الذي اخترناه

¹ شعطوق نسرين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال تحت عنوان، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، دراسة ميدانية على عينة من الاساتذة الجامعيين ابان جائحة كوفيد 19، جامعة محمد الصديق بن يحي ولاية جيجل.

ويطابق لدراستنا المستخدمين للشبكات الرقمية الاجتماعية (موقع فايسبوك) في ولاية الوادي والبالغ عددهم 250 شخص، فيما اخترنا العينة الحصصية أو ما تعرف بالمعينة بالحصص والتي هي : تعتمد على اختيار أفراد العينة من بين الفئات ذات خصائص معينة، وذلك بنسبة الحجم العددي لهذه الجماعات. قد تبدو العينة المختارة بطريقة الحصص ماثلة للعينة الطبقية، لكن اختيار المفردات في هذه الأخيرة لا يترك للشخص الذي يقوم بالمقابلة بل يتم عشوائيا، أما في العينة الحصصية تترك الحرية للباحث أثناء جمع البيانات باختيار الأشخاص حتى يحصل على العينة المطلوبة من كل فئة مما يؤدي إلى بعض التحيز

المبحث الثاني : الجوانب التطبيقية للدراسة
أولا: عرض وتحليل وتفسير البيانات الميدانية للدراسة

جدول (01) : يوضح إجمالي عدد السكان في البلديات محل الدراسة

النسبة المئوية %	إجمالي عدد السكان	البلدية
74%	205600	بلدية الوادي
6%	16015	بلدية كوينين
17%	48405	بلدية البياضة
3%	8340	بلدية ورماس
100%	278360	المجموع

جدول (02) : يوضح توزيع مفردات العينة على بلديات الولاية :

عدد مفردات العينة	إجمالي عدد السكان	البلدية
185	205600	بلدية الوادي
15	16015	بلدية كوينين
43	48405	بلدية البياضة
7	8340	بلدية ورماس
250	278360	المجموع

الجدول 03: يمثل توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس			
النسبة المئوية %	التكرارات		
36.4	91	ذكر	
63.6	159	أنثى	
100	250	المجموع	

بالاعتماد على معطيات الجدول أعلاه المتمثل في توزيع متغير الجنس لعينة الدراسة فقد أظهرت عدد أفراد الإناث أكثر من الذكور حيث بلغت عدد أفراد الإناث 159 مفردة من مجموع عينة البحث بنسبة 63.6%، بينما الذكور بلغ عدد أفرادهم 91 شخص من استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية بنسبة 36.4% ومنه نستنتج أن :

هناك اختلاف في استخدام موقع فايسبوك بالنسبة للمتغير جنسي الإناث والذكور، وهذا راجع إلى أن الإناث لديهم وقت فراغ أكثر من الذكور وبطبيعة الحال يكون استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية لديهم أكثر من الذكور.

الجدول 04 يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

السن		
النسبة المئوية %	التكرارات	
57.2	143	من 18 إلى 30
38.8	97	من 31 إلى 50
4.0	10	أكثر من 51
100	250	المجموع

يتضح لنا في الجدول (04) ، أن أغلبية الأفراد المبحوثين من فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 30 سنة حيث بلغ عددهم 143 فرد بنسبة 57.2% و 38.8% من فئة الكهول التي تتراوح أعمارهم ما بين 31 و 50 حيث بلغت 97 فرد أما بالنسبة لفئة الشيوخ الذين تتراوح أعمارهم من 51 فأكثر، قلة قليلة جدا حيث بلغت 10 أفراد فقط بنسبة 4% ومنه نستنتج أن فئة الشباب هي الفئة الأكثر استعمالا لمواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الفئات الأخرى. وهذا راجع إلى أن فئة الشباب أكثر اهتمام و ميول لمواقع التواصل الاجتماعي ومواكبة العصر التكنولوجي.

الجدول 05: يمثل توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي			
النسبة المئوية %	التكرارات		
2.0	5	ابتدائي	
9.2	23	متوسط	
18.0	45	ثانوي	
70.8	177	جامعي	
100%	250	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) أعلاه أن أعلى نسبة من أفراد العينة هم الجامعيين والتي قدرت بـ 177 فرد ذو مستوى جامعي وهذا لا يدل على أن المبحوثين طلبة جامعيين بل متخرجين من سنوات قبل والذي قدرت نسبة هذه الفئة بـ 70.8% تليها نسبة 18% من مستوى ثانوي حيث يقدر بـ 45 فرد من أصل 250 شخص، ثم تليه مستوى المتوسط حيث قدرت عدد أفرادها بـ 23 مفرد بنسبة 9.2%، أما من مستوى الابتدائي فهو قليل جدا حيث بلغ 5 أفراد فقط بنسبة 2%.

من خلال الملاحظات السابقة يتبين أن أكثر نسبة كانت للأفراد المتحصلين على الشهادات الجامعية ثم تليها الثانوي والمتوسط متقاربين نوعا ما لكن نسبة الأشخاص الذين مستواهم في الطور الابتدائي قليل جدا وذلك لأن الأفراد ذو المستوى الجامعي أكثر تحصيل معرفي وإدراك من أفراد المستويات الأخرى.

الجدول 06 يمثل مدى اهتمام العينة بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية

ما مدى اهتمامك بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية ؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
65.6	164	كثيرا	
30.8	77	نوعا ما	
3.6	9	نادرا	
100	250	المجموع	

يوضح الجدول أعلاه مدى اهتمام أفراد العينة بمتابعة المستجدات الخاصة بالقضية الفلسطينية حيث نجد أن أغلبهم مهتمين كثيرا بنسبة 65.6 % حيث تقدر ب 164 مفرد وهذا راجع إلى أن القضية عربية إسلامية تمسهم في عروبتهم ودينهم والاستطلاع على آخر أخبار القضية، أما عن الأفراد الذين أحيانا ما يتابعون مستجدات القضية الفلسطينية 77 مفرد بنسبة 30.8 %، بينما قليل من الأفراد نادرا ما يتابعون مستجدات القضية حيث يمثلون 9 أفراد فقط من أصل مجموع 250 فرد أي بنسبة تقدر ب 3.6 %

الجدول 07 يمثل مصدر معلومات العينة حول القضية الفلسطينية.

من أين تستقي معلوماتك حول القضية الفلسطينية ؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
34.5 %	122	عبر القنوات التلفزيونية	من أين تستقي معلوماتك حول القضية الفلسطينية ؟
46.6 %	165	من خلال فايسبوك	
13.3 %	47	من خلال النقاش والحوار مع المقربين	
5.6%	20	غير ذلك	
100	354	مجموع الخيارات	

نلاحظ من خلال الجدول 07 أن موقع فايسبوك هو المصدر الأكثر استخداما للعديد من أفراد العينة حيث أن 165 من أفراد العينة يستعملونه كمصدر لآخر الأخبار التي تخص القضية الفلسطينية، أي بنسبة 46.6%، بينما 122 فرد يتخذون القنوات التلفزيونية مصدر لمعلوماتهم حول مستجدات تلك القضية بنسبة 34.5%، بينما القليل من أفراد العينة يتخذون مناقشاتهم مع المقربين كمصدر للمعلومات حول أخبار القضية الفلسطينية وهم يمثلون 47 فرد فقط من مجموع أفراد العينة أي بنسبة 13.3% وهذا راجع إلى:

أن فايسبوك أصبح يكتسي أهمية بالغة لدى جميع الفئات العمرية ومختلف المستويات لما يحتويه من خصائص سمعية بصرية إضافة إلى ما يتيح من تفاعل ومشاركة للفرد هذا الأمر الذي جعله يتصدر المرتبة الأولى من مصادر استقاء المعلومات حول القضية الفلسطينية

الجدول 08 : يمثل ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي حسب استخدام العينة لها

المجموع	المرتبة 4	المرتبة 3	المرتبة 2	المرتبة	رتب مواقع التواصل حسب استخدامها
	التكرار	التكرار	التكرار	التكرار	
250	5	20	52	173	فايسبوك
250	173	40	14	23	تويتر
250	36	45	92	77	انستغرام
250	48	98	78	26	واتساب

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن موقع فايسبوك يحتل المرتبة الأولى من حيث الاستخدام من طرف أفراد العينة وذلك بنسبة 58% من مجموع أفراد العينة، وفي المرتبة الثانية يأتي موقع انستغرام بنسبة 26%، ونسبة 9% يأتي موقع واتساب في المرتبة الثالثة، أما بالنسبة لموقع تويتر فهو يأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة 7% وهذا راجع ل:

من خلال ما سبق لاحظنا أن موقع فايسبوك يحتل المرتبة الأولى من حيث الاستخدام وهذا لإقبال الكثير من الأشخاص عليه وهذا بسبب ما يتيح هذا الأخير من خصائص كالنشر والتعليق والتفاعل و غيرها من الميزات الأخرى التي تميز هذا الموقع عن غيره أما عن موقع انستغرام هو أقل أهمية من الآخر وهذا بسبب قلة الخصائص التي فيه وهذا ما جعله يتصدر المرتبة الثانية

موقع واتساب يحتل المرتبة الثالثة من حيث الاستخدام وهذا لقلة الخصائص التي فيه يحتوى فقط على الدردشة وفقده لخصائص أخرى يعتبرها الكثير مهمة كالمنشورات و غيرها وأخيرا موقع تويتر المتحصل على المرتبة الأخيرة من حيث الاستخدام وهذا بسبب قلة خصائصه ويوجد الكثير لا يستعملون أصلا هذا الموقع.

الجدول 09 : يمثل ملاحظة العينة لوجود حملات مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني.

هل لاحظت وجود حملات عبر فايسبوك لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
87.2	218	نعم	
12.8	32	لا	
100	250	المجموع	

من خلال الجدول رقم 09 نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة لاحظوا وجود حملات لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر موقع فايسبوك حيث قدر عددهم ب 218 مفرد بنسبة %87.2 أما من لم يلاحظوا وجود حملات المقاطعة يمثلون 32 فرد فقط من مجموع عينة الدراسة أي بنسبة %12.8 وهذا راجع إلى أن :

المجتمع الجزائري عامة والمجتمع السوفي خاصة يهتم بمتابعة القضية الفلسطينية وقضية المقاطعة خاصة بعد حرب 7 أكتوبر 2024 حيث أن من نتائج المقاطعة تم غلق محل الكنتاكي ورفضه رفضا قاطعا.

الجدول 10 : يمثل رأي العينة في كون أن حملات المقاطعة مفيدة أم لا

هل تعتقد أن حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر فايسبوك مفيدة حقا ؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
86.0	215	نعم	
14.0	35	لا	
100	250	المجموع	

من خلال الجدول رقم 10 نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يعتقدون أن حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني مفيدة وتجدي نفعاً لأهلنا في فلسطين عامة وقطاع غزة خاصة وقدر عددهم 215 مفرد أجاب بأن المقاطعة مفيدة في موقع فايسبوك فقدرت هذه الإجابة بنسبة %86 بينما 35 فرد بنسبة %14 يرى أن هذه الحملات ليست مفيدة وهذا يدل على أن مفردات العينة يدركون مدى أهمية هذه الحملات و نتائجها.

الجدول 11: رأي العينة في ما إذا كانت حملات المقاطعة مفيدة

إذا كانت إجابتك ب "نعم" لماذا تعتبر مفيدة؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
40.4	101	لأنها تساهم في توعية الناس بأهمية المقاطعة	
16.4	41	لأنها تشكل عامل ضغط على الكيان الصهيوني	
28.8	72	لأنها تؤدي لتراجع المؤسسات المنتجة عن دعم الكيان الصهيوني	
0.4	1	4	
86	215	المجموع	
14	35	لم يجب	
100	250	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدد الذين أجابوا بأن الحملات تجدي نفعا كان تبريرهم الأكثر هو أنها تساهم في توعية الناس بأهمية المقاطعة التي قدرت بنسبة 40.4% والذي كان عددهم 101 من مجموع 215، بينما الذين يرون أنها تشكل عامل ضغط على الكيان الصهيوني يمثلون 41 مفرد بنسبة 16.4%، أما من يرون أنها تؤدي إلى تراجع المؤسسات المنتجة عن دعم الكيان الصهيوني هم 72 مفرد بنسبة 28.8% وهذا راجع إلى أن المبحوثين يريدون تغيير وتوعية الأفراد ويتم ذلك من خلال تلك الحملات.

الجدول 12: يمثل رأي العينة حول مقاطعة المنتجات التي لها علاقة بالكيان الصهيوني

هل تقاطع بعض المنتجات التي تعتقد أن لها علاقة بالكيان الصهيوني؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
79.2	198	نعم	
6.4	16	لا	
0.4	1	غير ذلك	
86.0	215	المجموع	
14.0	35	لم يجب	
100	250	المجموع	

يوضح الجدول السابق أن عدد الأفراد الذين يقاطعون المنتجات التي لها علاقة بالكيان الصهيوني يمثلون 198 فرد أي بنسبة 79.2%، أما الأشخاص الذين لا يقاطعون تلك المنتجات يقدر عددهم ب 16 شخصا بنسبة 6.4%، بينما يوجد 35 شخصا أرادوا أن يحتفظوا بإجاباتهم حول هذا السؤال، ومن خلال الملاحظات السابقة تبين لنا أن أغلب أفراد عينتنا يقاطعون المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني وهذا دليل على أن مجتمع البحث متضامن مع القضية الفلسطينية ويحاول بقدر الإمكان في مساعدتهم

الجدول:13 يمثل سبب عدم مشاركة العينة في المقاطعة

إذا كانت إجابتك ب "لا" لماذا لا تشارك في المقاطعة		
النسبة المئوية %	التكرارات	
5.2	13	أرى أنها غير مجدية.
0.4	1	لا يمكن الاستغناء عن هذه المنتجات.
0.4	1	لا اشترى منتجات داعمة للكيان الصهيوني من البداية
0.4	1	لم أصادف منتج من شركة داعمة للكيان
100	250	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن سبب عدم مقاطعة للمنتجات التي لها علاقة بالكيان الصهيوني من طرف العينة لاعتبار البعض أن هذه المقاطعة غير مجدية وليس لها أي أهمية حيث أن 13 فرد أجابوا بهذا الجواب أي بنسبة 5.2% أما بالنسبة لباقي الأسباب المتمثلة في لا يمكنهم الاستغناء عن تلك المنتجات أو أنهم لا يشترون تلك المنتجات من البداية أو أنهم لم يصادفوا منتجات من شركة داعمة للكيان الصهيوني فكانوا يتحصلون على نسب ضئيلة جدا تتراوح ما بين 0 إلى 0.4% من مجموع أفراد العينة

ونلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يروا أن هذه المقاطعة ليست مجدية وليس لها أدنى أهمية وهذا بسبب اعتقاد المبحوثين بأن هذه المقاطعة لا تجدي نفعا ولا تساعد الفلسطينيين بأي شيء

الجدول 14: يمثل تعبير رأي العينة حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

هل تعبر عن رأيك حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
51.6	129	نعم	
14.0	35	لا	
34.4	86	أحيانا	
100	250	المجموع	

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن عدد أفراد العينة الذين يعبرون عن رأيهم حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني هم 129 فرد أما الذين لا يعبرون عن رأيهم حول هذه المقاطعة فهم 35 شخص، بينما الذين قالوا " أحيانا" فهم يمثلون 86 فرد، وهذا يعني أن أغلب أفراد العينة أجابوا ب "نعم" حيث قدرت إجاباتهم بنسبة 51.6%، بينما الذين أجابوا ب"لا" يمثلون نسبة 14%، حيث أن الذين أجابوا ب " أحيانا " فهم يتحصلون على النسبة الباقية من المجموع ألا وهي 34.4%، وهنا نلاحظ أن نسبة الذين أجابوا ب نعم حول هذا السؤال يحملون أكبر نسبة وهذا دليل على أن :
أفراد العينة مهتمين كل الاهتمام بالقضية الفلسطينية وهذا راجع إلى أن المبحوثين شغوفين ومحبي الاستطلاع والتعبير عن رأيهم من خلال الشبكات الاجتماعية الرقمية حول كل القضايا وخاصة القضية الفلسطينية، وهذا ما أكدته دراستنا من خلال إجاباتهم.

الجدول 15: يمثل طريقة تعبير العينة عن رأيها حول قضية المقاطعة

كيف تعبر عن رأيك حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟			
النسبة % المتئوية	التكرارات		
36.9 %	69	من خلال النشر عبر فايسبوك	إذا كانت إجابتك نعم كيف تعبر عن رأيك
33.7 %	63	من خلال التعليق والتفاعل	
28.9 %	54	من خلال النقاش مع الزملاء والأصدقاء	
0.5%	1	غير ذلك	
100%	187	مجموع الخيارات	

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يعبرون عن رأيهم حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني من خلال النشر عبر موقع فايسبوك حيث يمثلون 69 فرد بنسبة 36.9%، و63 فرد يعبرون من خلال التعليق والتفاعل بنسبة 33.7%، أما بالنسبة لمن يعبرون عن رأيهم من خلال النقاش مع الزملاء والأصدقاء فهم يمثلون 54 فرد بنسبة 28.9%، وهناك شخص واحد يعبر عن رأيه من خلال طريقة أخرى من غير الطرق السابقة الذكر وهذا دليل على أن :
أفراد العينة يعتبر أن موقع فايسبوك هو المصدر الأول والأكثر استخدام من طرفه لنشر وإبداء رأيهم فيه سواء من خلال النشر أو التعليق أو الإعجاب والتفاعل وهذا راجع لما يتيح هذا الموقع من ميزات وهذا ما جعل الباحثين يختارونه من بين العديد من المواقع الأخرى.

الجدول 16: يمثل كيفية مساهمة النقاشات عبر موقع فايسبوك في تحديد رأي العينة حول مقاطعة

المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

هل تساهم النقاشات عبر موقع فايسبوك في تحديد رأيك حول مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
72.4	181	نعم	
27.6	69	لا	
100	250	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النقاشات المتاحة عبر موقع فايسبوك تساهم في تحديد رأي البعض من الأفراد حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني والذين يمثلون 181 فرد أي بنسبة 72.4%، أما بالنسبة للأفراد المتبقون والذين يمثلون 69 مفرد بنسبة 27.6% من مجموع أفراد العينة، لا تساهم تلك النقاشات في تحديد رأيهم حول تلك القضية ولا تأثر فيهم، وهذا راجع إلى أن : النقاشات التي تعرض عبر موقع فايسبوك تعتبر عاملا مساهما في تحديد رأي المبحوثين حول قضية المقاطعة وهذا من خلال موقع فايسبوك الذي يعتبر الموقع الأكثر استخداما من قبلهم

الجدول 17: يمثل مصدر تعرف العينة عن المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

تعرفت على المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني من خلال ؟			
النسبة % المتتوية	التكرارات		
57.9 %	187	فايسبوك	
24.8 %	80	وسائل الإعلام	
16.4 %	53	النقاش مع الزملاء والمقربين	
0.9%	3	غير ذلك	
100 %	323	مجموع الخيارات	

نلاحظ من خلال الجدول السابق، أنه يوجد 187 شخص أي بنسبة 57.9% تعرفوا على المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني من خلال موقع فايسبوك، أما بالنسبة للذين تعرفوا على منتجات تلك المقاطعة من خلال وسائل الإعلام يمثلون 80 شخص أي بنسبة 24.8%، و53 شخص تعرفوا على المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني من خلال نقاشاتهم مع الزملاء والمقربين، ويوجد 3 أشخاص فقط من مجموع عينة دراستنا تعرفوا عليها من خلال مصادر أخرى غير التي ذكرت سابقا وهذا راجع إلى :
 عينة دراستنا يتخذون موقع فايسبوك كمصدر للتعرف واكتشاف الجديد في العالم عامة وللقضية الفلسطينية بصفة خاصة وهذا ما لاحظناه من خلال دراستنا أن أغلبية أفراد العينة تعرفوا على المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني من خلال موقع فايسبوك مقارنة مع المصادر الأخرى التي لاقت إقبالا ضعيفا من طرف المبحوثين.

الجدول 18: يمثل مدى تأثير المنشورات المتعلقة بمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر

فايسبوك على تحديد موقف العينة

ما مدى تأثير المنشورات المتعلقة بمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر فايسبوك على تحديد موقفك من هذه المنتجات؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
54.4	136	كبير	
39.6	99	متوسط	
6.0	15	ضعيف	
100	250	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن أغلبية أفراد العينة تأثر فيهم المنشورات عبر موقع فايسبوك حول مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني وبشكل كبير بعدد 136 مفرد، أما بالنسبة الذين يتأثرون بأقل درجة فيمثلون 99 فرداً، وبعدد 15 فرد يتأثرون بمستوى ضعيف جداً أي أن تلك المنشورات التي تعرض عبر موقع فايسبوك تأثر في الناس بنسبة كبيرة تقدر ب 54.4%، مقابل 39.6% للذين يتأثرون بمستوى أقل من الآخرين، ونسبة ضعيفة قدرت ب 6% للذين يتأثرون بدرجة ضعيفة جداً وهذا يدل على أن :

المبحوثين يتسمون بحب الاطلاع على كل ما يخص القضية الفلسطينية وخاصة المنشورات المتعلقة بمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني التي تنشر عبر موقع فايسبوك والتي تعتبر الهات الأخيرة عاملاً مؤثراً في تحديد موقفه.

الجدول 19: يمثل مشاركة العينة في حملات مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر

فايسبوك

هل تشارك في حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر فايسبوك ؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
52.8	132	نعم	
47.2	118	لا	
100	250	المجموع	

يبين الجدول أعلاه أن الأفراد الذين يشاركون في حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر موقع فايسبوك قدر عددهم ب132 عينة أي بنسبة تعادل 52.8% من إجمالي عينة الدراسة، في حين أن عدد المبحوثين الذين أجابوا ب"لا" أي أنهم لا يشاركون في تلك الحملات يقدر ب 118 فرد بنسبة مئوية تقدر ب47.2% من إجمالي عينة الدراسة و هذا يدل على :

مدى اهتمام المبحوثين بالقضية الفلسطينية ومدى الكره الذي يكونه للكيان الصهيوني حتى أنهم قاطعوا أغلب المنتجات التي لها علاقة بهذا المحتل وهذا ما بينته دراستنا

الجدول 20: يمثل كيفية مشاركة العينة في حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

عبر فايسبوك

كيف تشارك في حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر فايسبوك؟			
النسبة %المئوية	التكرارات		
27.4%	66	من خلال النشر	كيف تشارك في حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر فايسبوك ؟
26.1%	63	من خلال التعليق	
30.3%	73	من خلال الإعجاب والتفاعل	
16.2%	39	من خلال المتابعة	
100.0%	241	مجموع الخيارات	

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن مجموعة من أفراد العينة يشاركون في حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر موقع فايسبوك من خلال الإعجاب والتفاعل حيث يمثلون 73 شخص بنسبة 30.3%، و 66 فرد يشاركون في الحملات من خلال النشر عبر موقع فايسبوك بنسبة 27.4% أما بالنسبة لمن يشاركون في الحملات من خلال التعليق فيمثلون 63 شخص ما يقدر بنسبة 26.1% ويوجد من يشارك في تلك الحملات من خلال متابعة الصفحات أو المجموعات التي تتضمن تلك الحملات حيث أنهم يمثلون 39 شخص أي بنسبة 16.2% من مجموع أفراد العينة وبالتالي: نلاحظ من خلال نتائج الجدول السابق أن أغلبية أفراد العينة يشاركون في حملات مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني من خلال الإعجاب والتفاعل وهذا نظرا لسهولة هذا الأخير فهو لا يحتاج لا لجهد ولا لوقت مقارنة بالطرق الأخرى التي قد تتطلب جهدا ووقتا كإنشاء منشور على فايسبوك مثلا لكن هذه الطريقة فلا، بمجرد ضغطة زر يكون قد حل الأمر

الجدول 21: يمثل رأي العينة في استمرار حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

هل يجب أن تستمر حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
96.8	242	نعم	
3.2	8	لا	
100	250	المجموع	

يظهر الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة مؤيدين لفكرة استمرار حملات مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني وقد بلغ عدد تكرارات هذا الخيار 242 فرد بنسبة مئوية قدرت ب 96.8% من مجموع العينة الكلية، في حين أن الذين يعارضون فكرة استمرارها قدر عددهم ب 8 أشخاص أي بنسبة 3.2% من إجمالي عينة الدراسة، وهذا يدل على أن :

أن المبحوثين مساندين للفلسطينيين ومصممين على استمرار حملات المقاطعة كي يساعدوا المجتمع الفلسطيني ولو بالقليل إلى غاية خروج المحتل من أراضيهم وطبعاً هذا ما تدل عليه دراستنا.

الجدول 22: تقييم العينة اهتمام الجزائريين بمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

كيف تقييم اهتمام الجزائريين بمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟			
النسبة المئوية %	التكرارات		
43.2	108	كبير	
47.6	119	متوسط	
8.8	22	قليل	
99.6	249	المجموع	
0.4	1	لم يجب	
100	250	المجموع	

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن اهتمام الجزائريين بقضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني متوسط نسبياً حيث أن 119 فرداً من مجموع العينة قالوا بأن اهتمام الجزائريين بتلك القضية متوسط ما يعادله نسبة 47.6% ، في المقابل هناك 108 فرد بنسبة 43.2% قالوا عكس ذلك وأن المجتمع الجزائري يهتم بهاته القضية بنسبة كبيرة، أما الباقي والذين يمثلون 22 شخصاً أي ما يعادل نسبة 8.8% من مجموع عينة دراستنا فأستقر رأيه على أن اهتمام الجزائريين بمقاطعة المنتجات التي لها علاقة بالكيان الصهيوني قليل جداً، وهناك شخص واحد فقط لم يجب على ذلك واحتفظ برأيه حول هذا السؤال وهذا راجع إلى :

أن المبحوثين يهتمون نسبيا بقضية المقاطعة ولا يراها مفيدة وهذا راجع إلى أنه إذا رفض المجتمع الجزائري أن يبتاع أو يمول هذه المنتجات فهناك دول أخرى مساندة للكيان الصهيوني ستبتاع و تمويل هذه المنتجات وبالتالي يصبح لا فرق في ذلك وليس هناك داعي للمقاطعة في الجزائر.

الجدول 23: يمثل مدى اهتمام العينة بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية حسب متغير الجنس

الجنس * ما مدى اهتمامك بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية ؟						
Total	ما مدى اهتمامك بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية ؟			التكرارات	النسبة المئوية%	الجنس
	نادرا	نوعا ما	كثيرا			
91	6	33	52	التكرارات	النسبة المئوية%	ذكر
100,0%	6,6%	36,3%	57,1%	التكرارات	النسبة المئوية%	أنثى
159	3	44	112	التكرارات	النسبة المئوية%	المجموع
100,0%	1,9%	27,7%	70,4%	التكرارات	النسبة المئوية%	
250	9	77	164	التكرارات	النسبة المئوية%	
100,0%	3,6%	30,8%	65,6%	التكرارات	النسبة المئوية%	

من خلال الجدول رقم (23) نلاحظ أن نسبة الذكور الذين يهتمون كثيرا بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية بلغت نسبتهم 57.1%، في حين يهتم 36.3% منهم نوعا ما بمتابعة المستجدات بينما تبلغ نسبة الذكور الذين يهتمون نادرا بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية وتبلغ نسبتهم 6.6% في المقابل بلغ عدد الإناث اللاتي يهتمن كثيرا بمتابعة أخبار ومستجدات القضية الفلسطينية ونسبتهم 70.4% في حين بلغ عدد الإناث اللاتي نوعا ما يتابعن مستجدات القضية الفلسطينية نسبة 27.7%، بينما لم تبلغ نسبة النساء اللاتي يهتمن إلا نادرا بمستجدات القضية الفلسطينية سوى 1.9% من مجموع أفراد العينة

لاحظنا وجود اهتمام بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية لدى الذكور والإناث بنسبة متقاربة وهذا الأمر راجع إلى أهمية هاته الأخيرة ومكانتها لدى الجزائريين لان هناك روابط قوية وعلاقات وطيدة بين الشعبين ووجود قواسم مشتركة بينهم سواء كانت دينية أو سياسية أو اجتماعية ، لذلك فالمجتمع الجزائري ذكورا وإناثا لديهم حب للقضية الفلسطينية خاصة مع الأحداث الأخيرة التي أظهرت بشاعة

الكيان الصهيوني المستعمر ومدى حاجة الشعب الفلسطيني للدعم المادي والمعنوي ، ومدى حاجته إلى وقوف على الدول وخاصة العربية إلى جانبه.

جدول رقم 24 يمثل مدى اهتمام العينة بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية حسب الفئة

العمرية:

السن * ما مدى اهتمامك بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية ؟						
Total	ما مدى اهتمامك بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية ؟			التكرارات	النسبة المئوية%	السن
	نادرا	نوعا ما	كثيرا			
143	4	43	96	التكرارات	النسبة المئوية%	من 18 إلى 30
100,0%	2,8%	30,1%	67,1%	التكرارات	النسبة المئوية%	من 31 إلى 50
97	5	31	61	التكرارات	النسبة المئوية%	من 51 فأكثر
100,0%	5,2%	32,0%	62,9%	التكرارات	النسبة المئوية%	Total
10	0	3	7	التكرارات	النسبة المئوية%	
100,0%	0,0%	30,0%	70,0%	التكرارات	النسبة المئوية%	
250	9	77	164	التكرارات	النسبة المئوية%	
100,0%	3,6%	30,8%	65,6%	التكرارات	النسبة المئوية%	

من خلال الجدول رقم (24) نلاحظ أن نسبة المهتمين بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية من فئة الشباب كثيرا، الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 30 سنة، حيث تبلغ نسبتهم 67.1%، في حين أن هناك فئة نوعا ما يتابعون من فئة الشباب لمستجدات القضية الفلسطينية بلغت نسبتهم 30.1% بينما بلغت نسبة فئة الشباب الذين لا يهتمون إلا نادرا بمستجدات القضية الفلسطينية 2.8% من مجموع أفراد العينة.

بينما الذين يهتمون كثيرا بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية من فئة الكهول، الذين تتراوح أعمارهم بين 31 سنة و50 سنة قد تقدر بنسبة 62.9%، في حين أن الذين أجابوا بنوعا ما يتابعون مستجدات القضية 32% بينما بلغت نسبة الذين لا يهتمون إلا نادرا بمستجدات القضية الفلسطينية 5.2%، بينما 70% من المهتمين كثيرا بمستجدات القضية الفلسطينية من فئة 51 سنة فأكثر، في حين أن فئة نوعا ما يتابعون مستجدات القضية الفلسطينية تقدر نسبتهم ب 30%، بينما نسبة منعدمة من هذه الفئة الذين يتابعون الأخبار الفلسطينية إلا نادرا.

لاحظنا أن أعلى نسبة اهتمام لدى الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 30 سنة ، هذا الأمر راجع إلى أن هاته الفئة العمرية تتمثل في الشباب، الذين هم أكثر اهتمام من غيرهم بوسائل التواصل الاجتماعي، وأكثر تعرضا لمحتواها، إضافة إلى أنهم في مرحلة يسعون فيها إلى إبراز آرائهم وقدراتهم، عكس الصغار الذين لا يزالون في ضرر النشأة والكبار الذين يتحملون مسؤوليات التي من شأنها أن التي تجعلهم يعزفون عن هاته الوسائل والوسائط.

الجدول رقم 25: يمثل مدى اهتمام العينة بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية حسب المستوى

الدراسي:

المستوى الدراسي * ما مدى اهتمامك بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية ؟					
Total	ما مدى اهتمامك بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية ؟			التكرارات	النسبة المئوية%
	نادرا	نوعا ما	كثيرا		
5	2	2	1	التكرارات	إبتدائي
100,0%	40,0%	40,0%	20,0%	النسبة المئوية%	
23	1	15	7	التكرارات	متوسط
100,0%	4,3%	65,2%	30,4%	النسبة المئوية%	
45	3	13	29	التكرارات	ثانوي
100,0%	6,7%	28,9%	64,4%	النسبة المئوية%	
177	3	47	127	التكرارات	جامعي
100,0%	1,7%	26,6%	71,8%	النسبة المئوية%	
250	9	77	164	التكرارات	Total
100,0%	3,6%	30,8%	65,6%	النسبة المئوية%	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (25) أن نسبة المهتمين كثيرا بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية من أفراد العينة الذين لديهم مستوى ابتدائي 20% بينما نسبة الذين يتابعون نوعا ما مستجدات القضية الفلسطينية تتطابق نسبتهم بمن يتابعون إلا نادرا بمستجدات هذه القضية حيث قدرت ب 40%، في حين نسبة المهتمين كثيرا من أفراد العينة الذين لديهم مستوى متوسط بلغت 30.4% بينما نسبة من يتابعون نوعا ما مستجدات القضية الفلسطينية تقدر ب 65.2%، أما بالنسبة للذين نادرا ما يتابعون القضية من نفس المستوى تقدر نسبتهم ب 4.3%

في حين أن الأفراد من مستوى الثانوي يتابعون كثيرا مستجدات القضية الفلسطينية حيث بلغت نسبتهم 64.4%، بينما منهم 28.9% نوعا ما يتابعون مستجدات القضية، في حين 6.7% نادرا ما يهتمون بمستجدات القضية الفلسطينية

أما بالنسبة للمستوى الجامعي المهتمون منهم كثيرا بمستجدات القضية الفلسطينية بلغت نسبتهم 71.8% بينما من يتابعون ويهتمون نوعا ما من نفس المستوى 26.6% في حين نسبة قليلة جدا تقدر ب 1.7% نادرا ما يتابعون مستجدات القضية الفلسطينية.

وهذا راجع إلى:

للمستوى التعليمي اثر بالغ في مدى اهتمام الأفراد بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية ، فالطلبة الجامعيون لديهم تحصيل علمي أكثر من غيرهم والاطلاع أوسع، ومجال البحث يتيح لهم مواكبة لذلك نجد أن الذين لديهم اهتمام كثير بمتابعة المستجدات هم من فئة الطلبة الجامعيون.

الجدول رقم 26: يمثل تعبير العينة عن رأيها حول قضية المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

حسب متغير الجنس :

الجنس * هل تعبر عن رأيك حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟						
Total	هل تعبر عن رأيك حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟			التكرارات	النسبة المئوية%	
	أحيانا	لا	نعم			
91	27	18	46	التكرارات		الجنس
100,0%	29,7%	19,8%	50,5%	النسبة المئوية%	ذكر	
159	59	17	83	التكرارات		الجنس
100,0%	37,1%	10,7%	52,2%	النسبة المئوية%	أنثى	
250	86	35	129	التكرارات		Total
100,0%	34,4%	14,0%	51,6%	النسبة المئوية%		

نلاحظ من خلال الجدول رقم (26) حسب متغير الجنس أن من يعبرون عن رأيهم حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني، من جنس الذكور 50.5% بينما 19.8% ممن لا يعبرون عن رأيهم حول قضية المقاطعة من نفس الجنس في حين أن المتبقين من جنس الذكور أحيانا ما يعبرون عن رأيهم يقدر بنسبة 29.7%.

أما بنسبة لجنس الإناث فهناك 52.2% ممن يعبرون عن رأيهم حول قضية المقاطعة بينما 10.7% لا يعبرون عن رأيهم حول قضية المقاطعة، في حين منهم أحيانا ما يعبرون عن رأيهم حيث نسبتهم تقدر بـ 37.1%

إن إجابة أفراد العينة من الذكور والإناث على السؤال هل تعبر عن رأيك حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني بناءا راجعا لمعرفتهم المسبقة بأن المقاطعة لها آثار المنتجات له اثر بالغ في التأثير على اقتصاد الكيان الصهيوني من يوليها وإضافة إلى أنهم يعرفون هاته المنتجات ق المعرفة حيث بلغت نسبة الإجابة بنعم 52% وهو ما يسرهن على ذلك، أما فيما يخص الأفراد الذين كانت إجابتهم بأحيانا بلغت نسبتهم 34% وهو راجع إلى أن اعتقادهم بأن المقاطعة بعض هاته المنتجات ليس له تأثير

مباشر وقد لا يكون له تأثير في بعض الأحيان ، كما أنهم لا يملكون المعلومات الدقيقة ول هذه المنتجات الأمر الذي لا يجعلهم يقاطعونها.

الجدول 27: يمثل تعبير العينة عن رأيها حول قضية المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني حسب الفئة العمرية :

السن * هل تعبر عن رأيك حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟						
Total	هل تعبر عن رأيك حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟			التكرارات	النسبة المئوية%	السن
	أحيانا	لا	نعم			
143	53	20	70	التكرارات	من 18 إلى 30	السن
100,0%	37,1%	14,0%	49,0%	النسبة المئوية%		
97	32	14	51	التكرارات	من 31 إلى 50	
100,0%	33,0%	14,4%	52,6%	النسبة المئوية%		
10	1	1	8	التكرارات	51 فأكثر	
100,0%	10,0%	10,0%	80,0%	النسبة المئوية%		
250	86	35	129	التكرارات	Total	
100,0%	34,4%	14,0%	51,6%	النسبة المئوية%		

من خلال الجدول رقم (25) نلاحظ ن الفئة التي تمثل من سن 18 إلى 30 يعبرون عن رأيهم حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني حيث يمثلون نسبة 49 %، بينما من لا يعبرون عن رأيهم من نفس الفئة العمرية يمثلون نسبة 14%، في حين من لا يعبرون عن رأيهم إلا أحيانا تقدر نسبتهم 37.1 %

أما من الفئة العمرية ما بين 31 إلى 50 سنة والذين يعبرون عن رأيهم حول قضية المقاطعة تقدر نسبتهم ب 52.6 % بينما 14.4 منهم لا يعبرون عن رأيهم، في حين أن منهم أحيانا ما يعبرون عن رأيهم حول هذه القضية يقدرون بنسبة 33%.

أما عن الذين أعمارهم من 51 فأكثر فقط يعبرون عن رأيهم حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني وحيث نسبتهم تقدر ب 80% بينما من لا يعبرون عن رأيهم تقدر نسبتهم ب 10% في حين 10% كذلك ممن ما يعبرون أحيانا عن رأيهم.

وحسب متغير السن : جاءت أعلى نسبة لدى الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 30 سنة وكانت إجاباتهم بنعم للسؤال هل تعبر عن رأيك في مقاطعة المنتجات الداعمة.. ثم تليها أعلى نسبة للكهول وأعمارهم من 31 إلى 50 سنة وكذلك الأمر لدى من هم أكبر من 51 سنة هذا الأمر لا شك فيه أن جميع أفراد المجتمع يسعون إلى دعم القضية الفلسطينية بكل الوسائل والأساليب والتي من بينها مقاطعة المنتجات لها علاقة بالاقتصاد الصهيوني قصد التأثير عليها وتشكيل قوة ضغط خارجية من شأنها أن تجعل الكيان الصهيوني تتوقف عن الحرب أو حتى تتراجع.

الجدول رقم 28: يمثل تعبير العينة عن رأيها حول قضية المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

حسب المستوى الدراسي:

المستوى الدراسي * هل تعبر عن رأيك حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟						
Total	هل تعبر عن رأيك حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟			التكرارات		
	أحيانا	لا	نعم			
5	1	2	2	التكرارات	ابتدائي	المستوى الدراسي
100,0%	20,0%	40,0%	40,0%	النسبة المئوية%		
23	6	6	11	التكرارات	متوسط	
100,0%	26,1%	26,1%	47,8%	النسبة المئوية%		
45	15	6	24	التكرارات	ثانوي	
100,0%	33,3%	13,3%	53,3%	النسبة المئوية%		
177	64	21	92	التكرارات	جامعي	
100,0%	36,2%	11,9%	52,0%	النسبة المئوية%		
250	86	35	129	التكرارات	Total	
100,0%	34,4%	14,0%	51,6%	النسبة المئوية%		

من خلال الجدول رقم 28 نلاحظ أن أفراد العينة الذين هم من المستوى الابتدائي يعبرون عن رأيهم حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني والتي كانت نسبتهم 40% حينما 4% ممن لا يعبرون عن رأيهم حول قضية المقاطعة وهناك 20% منهم أحيانا ما يعبرون عن رأيهم حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني.

أما بالنسبة للأفراد الذين يمتلكون المستوى المتوسط والذين يعبرون عن رأيهم حول تلك القضية كانت نسبتهم 47.8% حينما ممن لا يعبرون عن رأيهم حول قضية المقاطعة يمثلون نسبة 26.1% بينما الأفراد الذين أحيانا ما يعبرون عن رأيهم حول تلك القضية يمثلون نسبة 26.1% من مجموع أفراد العينة أما بالنسبة للطور الثانوي فيوجد نسبة 53.3% من الأفراد يعبرون عن رأيهم حول قضية المقاطعة ويوجد أيضا نسبة 13.3% ممن لا يعبرون عن رأيهم وبنسبة 33.3% من الأفراد أحيانا ما يعبرون عن رأيهم.

بينما من يمتلكون المستوى الجامعي فيوجد نسبة 52% منهم يعبرون عن رأيهم حول قضية المقاطعة وبنسبة 11.9% ممن لا يعبرون عن رأيهم وبنسبة 36.2% أحيانا ما يعبرون عن رأيهم حول تلك القضية.

التفسير:

وحسب متغير المستوى الدراسي تقارب النسبة بين المستوى الثانوي والجامعي في الإجابة بنعم حول قضية المقاطعة هذا الأمر راجع إلى إمكانية هؤلاء الأفراد من تلقي معلومات لمثل هكذا قضايا هذا ينتج لهم إدراك ومعرفة ما يجب القيام به في التعبير عن آراءهم وتوجهاتهم وهو ما نجده في ما يخص القضية الفلسطينية حيث يسعى كل أفراد المجتمع لضغط والتأثير على الكيان الصهيوني من خلال التأثير عليها اقتصاديا وسياسيا على الصعيد الخارجي.

الجدول 29: يمثل تقييم العينة لاهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

حسب متغير الجنس

الجنس * كيف تقييم اهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟						
Total	كيف تقييم اهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟			التكرارات	الجنس	
	كبير	متوسط	قليل			
91	35	45	11	35	ذكر	100,0%
100,0%	38,5%	49,5%	12,1%	% النسبة المئوية		
158	73	74	11	73	أنثى	100,0%
100,0%	46,2%	46,8%	7,0%	% النسبة المئوية		
249	108	119	22	108	Total	100,0%
100,0%	43,4%	47,8%	8,8%	% النسبة المئوية		

نلاحظ من خلال الجدول 29 أغلبية الذكور يرون أن اهتمام الجزائريين بقضية المقاطعة متوسط نسبيا حيث يمثلون نسبة 49,5%، وهناك من المبحوثين من يرى أن اهتمام الجزائريين بقضية المقاطعة كبير حيث يمثلون هؤلاء نسبة 38.5%، بينما البقية يرون أن اهتمام الجزائريين بتلك القضية قليل جدا حيث تقدر نسبتهم ب 12.1%، من مجموع أفراد العينة.

أما بالنسبة لجنس الإناث فيرون أن:

أغلبية أفراد عينتنا من جنس الإناث يرون أن اهتمام الجزائريين بقضية المقاطعة متقارب ما بين الكبير والمتوسط حيث تقدر بنسبة 46.8% بالنسبة لمن قالوا متوسط، وبنسبة 46.2% لمن قالوا كبير، أما بالنسبة للمبحوثين اللذين قالوا قليل تقدر نسبتهم ب 7%.

إن تقارب نسبة اهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات بين كبير ومتوسط راجع إلى ما يراه الأفراد من ذكور و إناث فالأفراد الذين يرون بأن اهتمام كبير راجع إلى مقارنتهم بمواقفهم واهتمام باقي الشعوب حيث أن الشعب الجزائري يهتم بالقضية وكل ما يتعلق بها وبكل ما من شأنه أن يساعد الدولة والشعب الفلسطيني مثل مقاطعة منتجات الداعمة للكيان الصهيوني حيث يتأثر اقتصادها وتراجع، والأفراد الذين يرون بأن الاهتمام متوسط هم أكثر حبا للشعب الفلسطيني وللقضية الفلسطينية حيث يرون انه بأنه

يجب على كل فرد أن يعبر عن رأيه وبقوة وان يكون على علم بمنتجات الكيان الصهيوني وان يقاطع حتى ماله صلة بالدولة والكيان الصهيوني.

الجدول 30: يمثل تقييم العينة لاهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

حسب الفئة العمرية.

السن * كيف تقييم اهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟						
Total	كيف تقييم اهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟			التكرارات	النسبة المئوية%	السن
	كبير	متوسط	قليل			
142	5	76	61	التكرارات	30 إلى 18	
100,0%	3,5%	53,5%	43,0%	النسبة المئوية%		
97	14	38	45	التكرارات	50 إلى 31	
100,0%	14,4%	39,2%	46,4%	النسبة المئوية%		
10	3	5	2	التكرارات	51 فأكثر	
100,0%	30,0%	50,0%	20,0%	النسبة المئوية%		
249	22	119	108	التكرارات	Total	
100,0%	8,8%	47,8%	43,4%	النسبة المئوية%		

نلاحظ من خلال الجدول السابق والرسم البياني أن:

المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و30 سنة يرون أن اهتمام الجزائريين بقضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني بشكل كبير تقدر نسبتهم ب 43%، ومن يقول أن اهتمامهم بالمقاطعة بشكل متوسط يمثلون نسبة 53.5%، بينما المبحوثين الذين يرون أن اهتمام الجزائريين بقضية المقاطعة بشكل قليل يمثلون نسبة 3.5% من مجموع إجمالي العينة

أما المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 31 إلى 50 سنة يرون أن اهتمام الجزائريين بقضية المقاطعة بصفة كبيرة ما تقدر نسبتهم ب 46.4%، والذين يرون اهتمام الجزائريين بشكل متوسط يمثلون نسبة 39.2% بينما الذين يرون الاهتمام بشكل قليل يمثلون 14.4%

وأفراد عينتنا والذين هم أكثر من 51 سنة، أغلبية الأفراد يرون أن اهتمام الجزائريين بشكل متوسط والذين تقدر نسبتهم ب 47.8% ومن يرى أنه. م يهتمون بشكل كبير تقدر نسبتهم ب 43,4%، أما البقية فيرون أن الجزائريين يتهمون بقضية المقاطعة بشكل قليل ما تقدر نسبتهم ب 8.8%

إن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 الـ 30 يقيمون اهتمام الجزائريين بمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني بمتوسط راجع إلى علمهم بمدى تأثير المقاطعة على الكيان المحتل وعلمهم بأن المجتمع الجزائري قادر على المقاطعة بشكل أكبر وأفضل من الآن ، وكما ذكرنا سابقا بأن هاته الفئة الشبابية لديها احتكاك أكبر من غيرها بوسائل التواصل الاجتماعي ولديها أكبر قدر من المعلومات حول مجريات القضية الفلسطينية. وهو الأمر نفسه مع الفئة 31 سنة إلى 50 سنة لكن بدرجة اقل، واحدا راجعا إلى خصائص هاته الفئة وعدم مواكبتها لوسائل العصر وأحداثه السائدة.

الجدول 31: يمثل تقييم العينة لاهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني

حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي * كيف تقييم اهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟						
Total	كيف تقييم اهتمام الجزائريين لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟			التكرارات		
	كبير	متوسط	قليل			
5	0	4	1	التكرارات	النسبة المئوية%	ابتدائي
100,0%	0,0%	80,0%	20,0%			
23	3	10	10	التكرارات	النسبة المئوية%	متوسط
100,0%	13,0%	43,5%	43,5%			
45	6	18	21	التكرارات	النسبة المئوية%	ثانوي
100,0%	13,3%	40,0%	46,7%			
176	13	87	76	التكرارات	النسبة المئوية%	جامعي
100,0%	7,4%	49,4%	43,2%			
249	22	119	108	التكرارات	النسبة المئوية%	Total
100,0%	8,8%	47,8%	43,4%			

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن فئة من يمتلكون مستوى ابتدائي 20% منهم من يرون أن اهتمام الجزائريين كبير جدا بقضية مقاطعة المنتجات الداعم للكيان الصهيوني، وبنسبة 80% منهم يرونه متوسط نسبيا، أما النسبة منعدمة عند الذين قالوا أن اهتمام الجزائريين قليل وبالنسبة للطور المتوسط يوجد نسبة 43%.5 من مجموع أفراد العينة تشاركوا أن اهتمام الجزائريين بالمقاطعة كبير ومتوسط بينما من قالوا أن الاهتمام قليل قدرت نسبتهم ب 13%

بينما الطور الثانوي احتوى على نسبة 46%.7 من قالوا إن اهتمام الجزائريين بقضية المقاطعة بشكل كبير، وبنسبة 40% قالوا إن الاهتمام متوسط أما البقية قالوا إن الاهتمام قليل وتقدر نسبتهم ب 13%.3

وأخيرا بالنسبة لمن يمتلكون مستوى جامعي فتوجد نسبة معينة قالوا أن الاهتمام بقضية المقاطعة من قبل الجزائريين بصفة كبيرة وقدرت نسبتهم ب 43%.4، بينما الذين يرون أن الاهتمام متوسط نسبيا بلغت نسبتهم 47.8 والذين قالوا أن الاهتمام قليل قدرت نسبتهم ب 8%.8 من مجموع أفراد العينة.

إن أفراد المستوى الجامعي والمستوى الثانوي من التعليم يرون بان اهتمام الجزائريين بمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان متقارب بين كبير ومتوسط راجع إلى معرفتهم بخصائص المجتمع الجزائري وعلاقته بقضية فلسطين من خلال مختلف مواقفهم ودعاهم وحبهم للقضية فقد أثبت المجتمع الجزائري فعليا ذلك من خلال مقاطعة منتجات الداعمة للكيان الصهيوني أو المنتجات التي لها صلة بالكيان الصهيوني مثل غلق مطعم ماكدونلز العالمي الشهير في العاصمة الجزائرية ، فكانت النسبة متقاربة وهذا راجع إلى محدودية التحصيل المعرفي في هذا المستوى ومدى إلمامه بالموضوع مع ارض الواقع.

نتائج الدراسة

النتائج العامة للدراسة :

لقد توصلت دراستنا التي تمحورت حول الشبكات الاجتماعية الرقمية وعلاقتها بتشكيل بالرأي العام الجزائري، كونها تستأثر بالقبول والتجاوب من قبل الكثير من مجتمع ولاية وادي سوف باختلاف أجناسهم ودرجاتهم العلمية، وكونها تتيح لمستخدميها بالتغير والتفاعل بكل حرية دون حواجز والتي تضم خدمات متعددة تسهم في إبداء رأي المستخدم بكل طلاقة وحرية، وتبادل المعلومات والاطلاع على آخر الأخبار والمستجدات الحاصلة، وبعد جمع وتبويب البيانات وتحليلها استخلصنا من الدراسة الميدانية ما يلي:

- كشفت الدراسة على أن عينة المبحوثين تعتمد كثيرا على موقع فايسبوك بنسبة 46.6% كمصدر للمعلومات حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني أما باقي النسبة توزعت على مختلف وسائل الإعلام الأخرى.

- تحتل الشبكات الاجتماعية الرقمية مكانة كبيرة وأهمية بالغة لدى المجتمع الجزائري عموما والمجتمع السوفي خصوصا والتي بدورها ساهمت بشكل كبير في إنشاء رأي عام جزائري حول القضية الفلسطينية من خلال المنشورات المختلفة المعبرة عن التضامن مع الشعب الفلسطيني و الغضب العام على الكيان الصهيوني المحتل وكذلك من خلال إتاحة فرصة للأفراد في التفاعل و التعليق مع المنشورات و المقالات والصور والفيديوهات والحملات المتنوعة التي تبرز وتتكلم على القضية الفلسطينية ومقاطعة منتجات الكيان الصهيوني كما ساهمت هاته الدراسة في معرفة الأهمية التي تكتسيها الشبكات الاجتماعية وخاصة الفاييسبوك مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى وهذا راجع إلى ما تمنحه من خصائص سمعية بصرية تفاعلية تتيح للأفراد إمكانية التعبير و المشاركة والتلقي لمختلف الآراء والأفكار و التوجهات

- من خلال الدراسة نلاحظ أن ابرز التغيرات التي طرأت على الرأي العام الجزائري بخصوص القضية الفلسطينية هي المساهمة في مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني بهدف تشكيل قوة ضاغطة على هاته الدولة اقتصاديا و سياسيا هذا الأمر ابرز فئة كبيرة من المجتمع تشارك نفس الأفكار والاتجاهات و تتقاسم نفس الرأي والموقف تجاه القضية الفلسطينية. كما أن هناك فئة كبيرة أخرى تهتم بمتابعة

مستجدات القضية عبر وسائل التواصل الاجتماعية الرقمية وتسعى جاهدة إلى التعبير عن آرائها واتجاهاتها عبر هاته الوسائط لتظهر للعالم أنها تدعم الدولة الفلسطينية وأنها ضد هذا الكيان المحتل

الهمجي

الخاتمة

الخاتمة:

يُعتبر تأثير الشبكات الاجتماعية الرقمية في تشكيل الرأي العام ظاهرة متزايدة الأهمية في العصر الحديث. فقد أظهرت دراستنا أن هذه الشبكات لها دور كبير في تشكيل آراء واتجاهات الجمهور، حيث تمثل منصة للتفاعل الاجتماعي والتأثير الشخصي. ومن خلال تحليل نتائج دراستنا والأبحاث الميدانية يمكن القول إن استخدام الشبكات الاجتماعية يمكن أن يؤدي إلى تشكيل رأي عام يختلف عن الرأي العام التقليدي الذي كان يسيطر عليه وسائل الإعلام التقليدية، إضافة إلى ذلك، تبرز أهمية التوعية بالتأثيرات السلبية المحتملة للشبكات الاجتماعية، مثل نشر المعلومات غير الصحيحة أو الخاطئة، والتي قد تؤدي إلى تشكيل رأي عام مغلو أو غير دقيق. لذا يجب على المستخدمين والمنظمات والحكومات أن يكونوا حذرين ويتبنوا استراتيجيات لفلتر المعلومات والتحقق من صحتها قبل نشره.

يُظهر تحليل دور الشبكات الاجتماعية الرقمية في تشكيل الرأي العام أنها أداة فعالة تؤثر بشكل كبير في التوجهات والمواقف الجماهيرية. إذ تسهم هذه الشبكات في تعميق التفاعل الاجتماعي وتعزيز الانتماء الجماعي، مما يعزز دورها كوسيلة للتأثير والتأكيد على الرأي العام ومع ذلك، يجب أن نكون على دراية بأن الشبكات الاجتماعية ليست خالية من التحديات، حيث يمكن أن تساهم في نشر الأخبار الزائفة والمعلومات غير الموثوقة، مما يزيد من التشويش على الرأي العام ويقلل من موضوعية النقاش العام. لذا يتعين علينا جميعاً أن نتبنى استراتيجيات واضحة للتأكد من صحة المعلومات والحفاظ على النقاش العام بشكل مفيد وبناء.

من الواضح أن الشبكات الاجتماعية الرقمية قد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية ومنظومتنا الإعلامية. ولذا يجب أن نكون حذرين ونعتمد استخدامها بحكمة ومسؤولية للمساهمة في تعزيز الرأي العام والحوار العام بشكل إيجابي وبناء.

في الختام، نستنتج أن الشبكات الاجتماعية الرقمية تشكل أداة قوية في تشكيل الرأي العام في العصر الحديث. تمكننا هذه الشبكات من التفاعل الفوري مع الأحداث والأفكار والآراء، مما يعزز دورها كمنصة للتأثير والتأكيد على الرأي العام. ومع ذلك، تتطلب هذه القوة المتزايدة منا كمستخدمين ومنظمات وحكومات أن نتبنى استراتيجيات فعالة للتأكد من صحة المعلومات والحفاظ على نقاش عام مفيد وموضوعي، لذا يجب علينا أن ننظر إلى الشبكات الاجتماعية الرقمية بعين الحذر والوعي، وأن نستخدمها بمسؤولية للمساهمة في تعزيز الفهم العام والتواصل البناء في مجتمعنا. إن فهم تأثير هذه الشبكات وكيفية التعامل معها بشكل فعال يعد أمراً ضرورياً لضمان استفادتنا منها بأقصى قدر من الفوائد والمزايا.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة والمصادر المراجع

1. أمال عزري، جمال بن زروق، (الشبكات الاجتماعية الإلكترونية كفضاء لتشكيل الرأي العام وعلاقته بإحداث التغيير الواقعي في الجزائر)، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 10 العدد 3 أكتوبر 2022.
2. بلحيمر محمد، دليش عادل، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى . جيجل. 2020\2021.
3. بن رجم أحلام، وسائل الإعلام والاتصال وعلاقتها بالرأي العام الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالة. 2019\2020.
4. بوذينة نعيمة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017\2018.
5. بوشارب سلاف، سريدي شيماء، صورة رجل الأمن لدى الرأي العام الجزائري بعد الحراك الشعبي مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945 قالة سنة 2019\2020.
6. بوضياف سوهيلة، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر. أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 01، سنة 2017\2018.
7. بوقديرة منى، شعطوط نسرين، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى . جيجل . سنة 2020\2021.
8. تمت الزيارة يوم 14.03.2024 .12:45- http://www.dtp- ELOUED- eloued.com
9. جبريل بن حسن العريشي، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، 2015م /1436هـ، عمان.
10. خالد منصر، (دور الصحافة الإلكترونية في تكوين الرأي العام)مجلة تاريخ العلوم، العدد 11، مارس 2018.
11. خديجة ريغي، فلاق شبرة صالح، الشبكات الاجتماعية ودورها في تشكيل الرأي العام، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر.

12. ربوي زهرة، دور الصحافة المكتوبة في تشكيل الرأي العام، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، كلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة د.مولاي الطاهر-السعيدة. 2012\2013.
13. رقاد عبد المنعم، قيم الجماعة وعلاقتها بتشكيل الرأي العام الجزائري، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم، سنة 2023\2024.
14. سايجي فؤاد، قاسم مختار، وآخرون، مناهج البحث العلمي واستخدامها في المذكرات الجامعية بكلية العلوم الاجتماعية والانسانية، مجلة آفاق للعلوم، المجلد 06، العدد 04، 2021.
15. سفياني سهيلة، شايبي نرجس، مواس مريم، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة 8 ماي 1945، . قلمة. 2015\2016.
16. سمير محمد حسين، الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتب، الطبعة الأولى القاهرة، 1997.
17. الصالحة محمد مسعود الدمري، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، جامعة سبها قسم الاعلام كلية الادب.
18. صونية عبديش، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية بعنوان الشبكات الاجتماعية على الانترنت " رؤية ابستمولوجية"، جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي العدد 20، ديسمبر 2016.
19. عيسى يونس، سامية شينار، وآخرون، العينة وأسس المعاينة في البحوث الاجتماعية، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 07، العدد 02، 2021.
20. مباركة منماني، سمية بورقعة (مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام في قضايا المجتمع، مجلة المعيار، مجلد 25، العدد 56، جوان 2021.
21. مرزقلال ابراهيم، الشبكات الاجتماعية ودورها في التواصل الاكاديمي بين المتخصصين في علم المكتبات مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، جامعة لمسيلا، المجلد 2، العدد 1.
22. المشهداني، سعد سلمان، (2019). منهجية البحث العلمي، ط01، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.
23. نسرين شعطوق، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، جامعة الصديق بن يحي جيجل 2020/2021.

الملاحق

(ملحق رقم 01)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة الشهيد حمدة لخضر الوادي

قسم علوم الإعلام والاتصال

هذه استمارة استبيان نسعى من خلالها إلى جمع آراء عينة من الجمهور الجزائري في إطار إنجاز مذكرة
ماستر (lmd) تخصص السمعي البصري، موسومة ب: الرأي العام الجزائري والشبكات الاجتماعية
الرقمية، لذلك نرجو من حضرتكم الإجابة على أسئلة الاستمارة بكل نزاهة، مع العلم أن المعلومات التي
ستدلون بها ستبقى سرية ولا تستعمل إلا في إطار الأغراض العلمية لهذه الدراسة.

الرجاء وضع علامة X أمام الإجابة المختارة.

تقبلوا منا فائق عبارات التقدير والاحترام.

الجنس: ذكر أنثى

السن:

من 18 إلى 30

من 31 إلى 50

من 51 فأكثر

المستوى الدراسي:

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

1. ما مدى اهتمامك بمتابعة مستجدات القضية الفلسطينية ؟

كثيرا نوعا ما نادرا

1. من أين تستقي معلوماتك حول القضية الفلسطينية ؟

من خلال القنوات التلفزيونية

من خلال فايسبوك

من خلال النقاش والحوار مع المقربين

غير ذلك، أذكره.....

2. رتب شبكات التواصل الاجتماعي التالية حسب استخدامك لها ؟

فايسبوك

تويتر

إنستغرام

واتساب

3. هل لاحظت وجود حملات عبر فايسبوك لمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني ؟

نعم لا

4. هل تعتقد أن حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر فايسبوك مفيدة

حقا ؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك ب "نعم" لماذا تعتبر مفيدة ؟

لأنها تسهم في توعية الناس بأهمية المقاطعة

لأنها تشكل عامل ضغط على الكيان الصهيوني

لأنها تؤدي لتراجع المؤسسات المنتجة عن دعم الكيان الصهيوني

غير ذلك، أذكره.....

5. هل تقاطع بعض المنتجات التي تعتقد أن لها علاقة بالكيان الصهيوني؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك ب "نعم" أذكر المنتجات التي تقاطعها؟

.....

إذا كانت إجابتك ب "لا" لماذا لا تشارك في المقاطعة

أرى أنها غير مجدية

لا يمكن الاستغناء عن هذه المنتجات.

لا اعتقد أن هناك علاقة بين هذه المنتجات والكيان الصهيوني

غير ذلك، أذكره.....

6. هل تعبر عن رأيك حول قضية مقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني؟

نعم لا أحيانا

7. إذا كانت إجابتك بـ "نعم" كيف ذلك؟

من خلال النشر عبر فيسبوك

من خلال التعليق والتفاعل عبر فيسبوك

من خلال النقاش مع الزملاء والأصدقاء

غير ذلك، أذكره.....

8. هل تساهم النقاشات عبر موقع فيسبوك في تحديد رأيك حول مقاطعة المنتجات الداعمة

للكيان الصهيوني؟

نعم لا

9. تعرفت على المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني من خلال؟

فيسبوك

وسائل الإعلام

النقاش مع الزملاء والأصدقاء

غير ذلك، أذكره.....

10. ما مدى تأثير المنشورات المتعلقة بمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر

فايسبوك على تحديد موقفك من هذه المنتجات؟

كبير متوسط ضعيف

11. هل تشارك في حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني عبر فايسبوك؟

نعم لا

12. إذا كانت إجابتك ب "نعم" كيف ذلك؟

من خلال النشر

من خلال التعليق

من خلال الإعجاب والتفاعل

من خلال متابعة الصفحات والناشرين

ذلك، أذكره.....

13. هل يجب أن تستمر حملات المقاطعة للمنتجات الداعمة للكيان الصهيوني؟

نعم لا

14. كيف تقييم اهتمام الجزائريين بمقاطعة المنتجات الداعمة للكيان الصهيوني؟

كبير

متوسط

قليل