وزارة التعليـم العـالي والبحـث العلمـي
جامعـة بـاتنة 1
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسـم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر

- دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايس بوك-

أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال
تخصص علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة

إعداد الطالبة: بضياف سوهيلة

إشراف الأستاذ الدكتور: جمال بن زروق

لجـــنة المنـــاقـــشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
د. محمد قارش	أستاذ محاضر-أ-	جامعة باتنة 1	رئيســا
أ.د.جمال بن زروق	أستاذ التعليم العالي	جامعة سكيكدة	مشرفا ومقررا
أ.د الطاهر أجغيم	أستاذ التعليم العالي	جامعة قسنطينة 3	عضوا مناقشاً
د. سيدهم خالدة هناء	أستاذ محاضر-أ-	جامعة باتنة 1	عضوا مناقشاً
د. باديس مجاني	أستاذ محاضر-أ-	جامعة باتنة 1	عضوا مناقشاً
د. ميلود مراد	أستاذ محاضر-أ-	جامعة قسنطينة 3	عضوا مناقشاً

السنة الجامعية:2017-2018

شكر وعرفان

أتقدم إلى الأستاذ الفاضل الأستاذ الدكتور جمال بن زروق بالشكر والعرفان على كل ما قدمه لي من مساعدات في انجاز هذه الأ>&&'طروحة، و ما قدمه لي من نصائح وتوجيهات في المجال المهني والعلمي

ملخص الدراسة باللغة العربية

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

- يتمثل الشباب شبكة الفايس بوك كوسيلة تواصل اجتماعي وترفيه بالدرجة الأولى ويحملون نظرة متوازنة وعقلانية عن الفايس بوك؛ حيث يفرقون بين الايجابي والسلبي فيه.
- يختلف استخدام الشباب لشبكة الفايس بوك وفقا للمتغيرات السوسيوديمغرافية، ويظهر الشباب بعض التغييرات في عادات وأنماط التعامل مع شبكة الفايس بوك، ترتبط بالخصائص الوظيفية التقنية للفايس بوك من جهة وتمثلاته له من جهة أخرى.
- يعتبر الفايس بوك 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 للفايس بوك 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 للفايس بوك.
- بالنسبة لتملك الشباب لشبكة الفايس بوك كأداة لتشكيل الرأي العام، فإن أغلبية الشباب تميل إلى الإطلاع فقط، أي الاتجاه نحو القيمة الاستعمالية في مستويات بسيطة، ويمثل الشباب الذين لهم ميولا سياسيا الأكثر اتجاها إلى القيمة التبادلية وتملك الفايس بوك كوسيلة لإنتاج المضامين بهدف تشكيل رأي عام.

الكلمات المفتاحية: الشبكات الاجتماعية الالكترونية، الفايس بوك، الرأي العام، التمثلات، الاستخدامات

Abstract

The study aims to identify the relationship between electronic social networks and the shaping of public opinion among the Algerian youth through the knowledge of its representations / perceptions and uses of Facebook. The study starts up from the following main question: What is the relationship between Facebook network and the shaping of public opinion among Algerian youth?

We used the descriptive approach and the discourse analysis with set of tools the Network association the interview semi-directed, group discussion. Those tools were applied on a sample of 50 young individuals.

Our study concluded with a number of results/The main findings of this study are:

- Algerian youth see the facebook network as a means of social communication and mainly of entertainment. They carry a balanced and rational vision about it, in which they distinguish between the positive and negative side of it. .
- The youth use of the Facebook network varies according to socio-demographic variable, They shows some differences in their habits and manners in dealing with Facebook, which is related to the technical features of this network in one hand, and their conceptions in the other.
- Facebook is considered as complementary source of news on political issues besides the traditional media. Except in times of crisis and elections, it turns as a major source due to the biased treatment and lack of information in traditional media.
- Youth's perception of Facebook as a public space for discussion and shaping public opinion varies according to sociodemographic data and youth leanings to politics, But the majority of them believe that it has a limited influence which is correspond to their conception/ representation to Facebook.
- in terms of the young people appropriation of Facebook as a tool for shaping public opinion, the majority of them tend only to see / find out what is written on Facebook. While others with more political leanings are more inclined to the exchange value, when Facebook is considered as tool for producing contents for public opinion shaping.

Keywords: electronic social networks, Facebook, public opinion, social Representation, uses

فهرس المحتويات

شكر وعرفان	*
إهداء	*
ملخص الدراسة باللغة العربية	*
ملخص الدراسة باللغة الانجليزية	*
فهرس المحتويات	****
فهرس الأشكال والجداول	**
مقدمة	أ، ب، ج،د
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	ص 15 -37
أولا: موضوع الدراسة واشكاليتها	ص 15
1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	ص 15
2- أهداف الدراسة	ص 19
3- أهمية الدراسة	ص 20
ثانيا: تحديد المفاهيم	ص 21
1- مفهوم الشبكات الاجتماعية الالكترونية	ص 21
2- مفهوم الرأي العام	ص 23
3- مفهوم التمثلات الاجتماعية	ص 25
4- مفهوم الاستخدام	ص 28
5- مفهوم الشباب	ص 30
ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	ص 32
1- منهج الدراسة	ص 32
2- أدوات جمع البيانات	ص 33
3- مجتمع البحث وعينة الدراسة	ص 36
4- مجالات الدراسة	ص37
الفصل الثاني: الدراسات السابقة والمقاربات النظرية للدراسة	ص 39-75
أولا: الدراسات السابقة	ص 39
1- الدراسات الجزائرية	ص 39
2- الدراسات العربية	ص 43

3- الدراسات الأجنبية	ص 51
ثانيا: المقاربات النظرية للدراسة	ص 57
1- مقاربة التمثلات الاجتماعية	ص 57
2- مقاربة الاستخدامات الاجتماعية	ص 66
الفصل الثالث: الشبكات الاجتماعية الإلكترونية	ص 77- 111
أولا: ماهية الشبكات الاجتماعية الالكترونية	ص 77
1- تاريخ ونشأة ظهور الشبكات الاجتماعية الالكترونية	ص 77
2- خصائص وأنواع الشبكات الاجتماعية الالكترونية	ص 82
ثانيا: نماذج عن أشكال الشبكات الاجتماعية الالكترونية	ص 84
1- شبكة تويتر Twitter	ص 84
2- شبكة لينكندن Linkedin	ص 86
3- يوتيوب Youtube	ص 88
4- فليكر Fliker	ص 89
5- غوغل بلاس+Google	ص 89
6- مايسبايسMy space	ص 90
ثالثا: شبكة الفايس بوك Facebook	ص 91
1- نشأة وتطور موقع الفايس بوك	ص 91
2- مكونات شبكة الفايس بوك	ص 93
3- إحصائيات حول استخدام الفايس بوك في العالم والوطن العربي	ص 95
رابعا: مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية الالكترونية وأبعادها	ص 97
1- مجالات استخدامها	ص 97
2- أبعاد الشبكات الاجتماعية الالكترونية	ص 99
الفصل الرابع: الرأي العام والفضاء العمومي الافتراضي	ص 113-144
أولا: الرأي العام	ص 113
1- تاريخ نشأة الرأي العام وخصائصه	ص 113
2- وظائف وأنواع الرأي العام	ص 117
3- عوامل تشكيل الرأي العام	ص 121

ثانيا: الفضاء العام الافتراضي	ص 128
1- الفضاء العام وتشكيل الرأي العام	ص 128
2- الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتحولات المجال العام	ص 133
ثالثا: الرأي العام الالكتروني	ص 136
1- تعريفه دلالاته وخصائصه	ص 136
2- أدوات التعبير وقياس الرأي العام الالكتروني	ص 138
3- علاقة الرأي العام الالكتروني بالرأي العام الواقعي	ص 141
الفصل الخامس: المجال العام الإعلامي في الجزائر	ص 146- 175
أولا: المجال العام الإعلامي السلطوي من 1962 إلى 1988	ص 146
1- المجال العام الإعلامي 1962 -1965	ص 146
2- المجال العام الإعلامي 1965-1979	ص 149
3- المجال العام الإعلامي 1979-1988	ص 151
ثانيا : المجال العام الإعلامي التعددي	ص 153
1- المجال العام وتأثيره على التعددية الإعلامية 1990-1999	ص 153
2- معالجة الصحافة لمختلف القضايا وتعاملها معها من 1992-1998	ص 158
ثالثا:المجال العام المتعدد الفضاءات من سنة 2000 إلى يومنا هذا	ص 160
1- العلاقة بين السلطة ووسائل الإعلام من سنة 2000إلى غاية 2010	ص 160
2- الإعلام الجديد	ص 165
3- المجال العام الإعلامي المتعدد الفضاءات بعد سنة 2010	ص 170
الجانب الميداني	
الفصل السادس: تمثلات واستخدامات الشباب الجزائري لشبكة الفايس بوك	ص 177- 232
أولا: تمثلات الشباب الجزائري لشبكة الفايس بوك	ص 177
1- محتوى التمثلات الاجتماعية لشبكة الفايس بوك لدى الشباب وفقا لمعطيات المقابلة نصف الموجهة	ص 177
2- بنية تمثلات الشباب للفايس بوك وفقا للشبكة الترابطية الدلالية	ص 184
ثانيا: استخدامات الشباب لشبكة الفايس بوك	ص 206

1- تاريخ علاقة الشباب بشبكة الفايس بوك	ص 206
2- عادات وأنماط استخدام الشباب لشبكة الفايس بوك	ص 214
الفصل السابع: الفايس بوك كوسيلة لتشكيل الرأي العام في الجزائر	ص 234- 289
أولا: مكانة الفايس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية	ص 234
ثانيا: شبكة الفايس بوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية	ص 252
ثالثا: تملك الشباب لشبكة الفايس بوك كوسيلة لإنتاج المضامين والتأثير في الرأي العام	ص 277
النتائج العامة للدراسة	ص290- 298
الخاتمة	ص 300-301
قائمة المراجع	ص 303
الملاحق	324
- **دليل المقابلة نصف الموجهة**	324
- **دليل المناقشة الجماعية**	327
- **دليل الشبكة الترابطية**	329

فهرس الأشكال والجداول

	العنوان	
الأشكال		**ص**
شكل رقم (1)	يبين تطور عدد مستخدمي الفايس بوك في الجزائر من 2010إلى 2017	169
الجداول		**ص**
رقم الجدول	**عنوان الجدول**	**ص**
الجدول رقم(1)	يبين مواصفات العينة وفقا لمتغير الجنس والمستوى التعليمي	36
الجدول رقم (2)	يبين مواصفات العينة وفقا لمتغيري الجنس والسن	37
الجدول رقم (3)	يبين الفرق بين النظام المركزي والمحيطي	65
الجدول رقم (4)	يبين المجال السيميائي للتمثلات الاجتماعية لشبكة الفايس بوك من خلال المقابلة نصف الموجهة	177
الجدول رقم(5)	يبين بنية عناصر تمثلات الشباب للفايس بوك وفقا للشبكة الترابطية	184
الجدول رقم (6)	يبين تقسيم وتنظيم عناصر التمثل وفقا لمستويات الظهور	187
الجدول رقم (7)	يبين ترتيب عناصر التمثل وتنظيمها وفقا لظهورها في الخطابات وأهميتها لدى الشباب	189
الجدول رقم (8)	يوضح تنظيم تمثلات الشباب لشبكة الفايس بوك وفقا للنواة المركزية والمنطقة المحيطة	191
الجدول رقم (9)	يبين ايجابيات وسلبيات الفايس بوك وفقا لخطابات الشباب في المقابلة نصف الموجهة	199
الجدول رقم (10)	يبين علاقة الشباب الحالية بالفايس بوك وفقا لخطاباتهم في المقابلة نصف الموجهة	202
الجدول رقم (11)	يبين مصادر تعرف الشباب على شبكة الفايس بوك	206
الجدول رقم 12)	يبين سنوات بداية استخدام الفايس بوك لدى الشباب	209
الجدول رقم (13	يبين لأسباب التي شجعت الشباب على فتح حساب على شبكة الفايس بوك	211
الجدول رقم 14)	يبين أماكن استخدام الشباب لشبكة الفايس بوك	214
الجدول رقم (15)	يبين الوسيط الذي يستخدمه الشباب للدخول إلى الفايس بوك	217
الجدول رقم 16)	يبين خدمة الانترنت المستخدمة للدخول إلى الفايس بوك	219

الجدول رقم (17)	يبين درجة تحكم الشباب في شبكة الفايس بوك	221
الجدول رقم (18)	يبين طبيعة الاسم الذي يستخدمه الشباب في استخدامهم للفايس بوك	223
الجدول رقم (19)	يبين المجالات التي يهتم بها الشباب على شبكة الفايس بوك	229
الجدول رقم (20)	يبين رأي الشباب في الفايس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية في الجزائر	234
الجدول رقم (21)	يبين مكانة الفايس بوك بالنسبة للشباب في اعتماده كمصدر للمعلومات مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية	238
الجدول (22)	يبين رأي الشباب في أحسن مصادر المعلومات من حيث الاعتماد بين وسائل الإعلام التقليدية والفايس بوك في فترة الانتخابات، أو الأزمات	244
الجدول رقم (23)	يبين رأي الشباب في تأثير الفايس بوك كمصدر للمعلومات على اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية مستقبلا	248
الجدول رقم (24)	يبين نسب تكرار وظهور خطابات الشباب حول رأيهم في نجاعة الفايس بوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية	252
الجدول رقم (25)	يبين سلبيات المناقشات السياسية عبر الفايس بوك في الجزائر	257
الجدول رقم (26)	يبين رأي الشباب في مناقشة بعض القضايا السياسية في الجزائر بهوية مستعارة	265
الجدول رقم (27)	يوضح وصف الشباب لحدود تأثير الفايس بوك في تشكيل الرأي العام	268
الجدول رقم (28)	يوضح رأي الشباب في تأثير الاحتجاجات عبر الفايس بوك في تشكيل الرأي العام	273
الجدول رقم (29)	يبين رأي الشباب في حدود تأثير الفايس بوك بين الافتراضي والواقعي	275
الجدول رقم (30)	يوضح تعبير الشباب عن رأيهم في القضايا السياسية على شبكة الفايس بوك	277
الجدول رقم (31)	يبين تفاعل الشباب مع القضايا التي لها علاقة بالقضايا السياسية	282
الجدول رقم (32)	يبين رأي الشباب في الصفحات والمجموعات السياسية على شبكة الفايس بوك وانضمامهم لها.	285

مقدمة

مقدمة

تعد شبكة الانترنت أحد أهم مظاهر تكنولوجيا الاتصال، التي أحدثت تحولات هامة في تعاملات الناس لاسيما وأن شبكة الانترنت لم تتوقف عند خدمات الجيل الأول، بل تطورت لتشمل خدمات الجيل الثاني والثالث، التي غيرت من ملامح العملية الاتصالية فبعدما كان الحديث عن مواقع للانترنت تقدم خدمات متنوعة أصبح الحديث عن التفاعل والمشاركة، وتحول الجمهور إلى متلق نشط لا يمكن تحديد سمته في العملية الاتصالية هل هو مرسل أو مستقبل.

وتعد الشبكات الاجتماعية الالكترونية أحد أهم مظاهر خدمات الجيل الثاني للانترنت الويب 2.0 التي عرفت اهتماما كبيرا من طرف مستخدمي الانترنت، لأنها منحت لهم فرصة للتواصل والتعبير والمشاركة وزادت

من تقليص المسافات بين الأفراد، ومنذ أن ظهرت هذه الشبكات الاجتماعية الالكترونية وخاصة منها شبكة

الفايس بوك صاحبتها الكثير من الخطابات التي تعد بثورة جديدة على كل المستويات؛ حيث ستفتح المجال للتواصل العالمي أكثر فأكثر، كما ستكون بديلة لوسائل الإعلام التقليدية وقد تصل إلى حد أن تغيبها، وأنها ستحقق الفضاء العام الحر الذي تحلم به الشعوب المضطهدة وتساهم في التغيير السياسي وتجعل الجميع ينخرط

في العمل السياسي، ولكن من جهة أخرى ظهرت خطابات تتوجس من آثارها المحتملة على النسيج الاجتماعي والأخلاقي، والهوياتي للمجتمعات خاصة في دول العالم الثالث.

ولو تأملنا في هذه الخطابات فإننا نجدها غير بعيدة عن الخطابات التي ظهرت مع ظهور الانترنت، والتي انقسمت بين متفائلين بها ومتشائمين من تأثيراتها، ورغم ذلك فإن الشبكات الاجتماعية الالكترونية كمستحدث جديد عرفت إقبالا كبيرا من طرف المستخدمين ومن مختلف المستويات سواء ذكورا أو إناثا، متعلمين وغير متعلمين، مستواهم الاقتصادي جيد أو ضعيف، وتعد فئة الشباب الأكثر استخداما لها لما تتميز به من خصائص نفسية واجتماعية تجعلها الأكثر تبنيا للمستحدثات الجديدة، وتجربتها وإدماجها في حياتهم بسهولة.

ويعد الشباب العربي من الشباب الذي يستخدم الشبكات الاجتماعية الالكترونية بطريقة متزايدة، خاصة وأنها ارتبطت لديهم ببعض الأحداث السياسية التي جعلت الكثيرين يرون بأنها أحد أهم نتائج وانجازات الشباب عبر

شبكة الفايس بوك والمتمثلة في ثورات الربيع العربي، وبالموازاة مع ذلك عرف الشباب الجزائري زيادة ملحوظة في استخدامه لشبكة الفايس بوك بعد سنة 2011 مما جعل الاهتمام بعلاقة الشباب الجزائري والفايس بوك كفضاء

عام لمناقشة القضايا السياسية ومساهمته في تشكيل الرأي العام من أهم المواضيع المطروحة للنقاش والدراسة، خاصة أن الجزائر عرفت الكثير من الأحداث التي كان البعض يتنبأ بأنها ستؤدي إلى نفس ما حدث في الدول العربية المجاورة.

وقد كان الدارسون لظاهرة الشبكات الاجتماعية الالكترونية في تلك الفترة متحمسون لدورها في التعبئة والتجنيد، غير أن هذا لم يدم طويلا؛ حيث ظهرت خطابات أخرى تحد من تعاظم هذا الدور، ووضعها في سياقات استخدامها بعيدا عن منطق الحتمية التكنولوجية التي تنظر إلى التكنولوجيا كأدوات توجد خارج المجتمع وتعمل على تغييره من الخارج، دون أن يكون للمجتمع أي دور في تحديد الأثر النهائي للتكنولوجيا على المجتمع، وقد ظهرت في هذا السياق عدة مقاربات لدراسة الشبكات الاجتماعية الالكترونية تحاول التخلص من كلا الحتميتين التكنولوجية والاجتماعية، لتتمكن من فهم علاقة الشباب بالشبكات الاجتماعية الالكترونية وفقا لسياقات متعددة تأثر في تبنيها وتملكها، كمقاربة التمثلات الاجتماعية والاستخدامات الاجتماعية للتكنولوجيا والتي تفترض بأن تمثلات الشباب للتكنولوجيا هي التي تحدد سلوكهم وتعاملهم معها، وكذا تملكها وإدماجها في حياتهم، لأن هذه التمثلات نابعة من مختلف الخبرات والسياقات الثقافية والاجتماعية والسياسية التي يعيشها الشباب، وكذا الخطابات التي يتأثر بها حول هذه التكنولوجيا.

وهو ما دفعنا إلى تبني هاتين المقاربتين في دراسة علاقة الفايس بوك بتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري من خلال تبني منهج كيفي في أغلبه لفهم هذه العلاقة، بداية من الكشف عن بنية وعناصر تمثلات الشباب الجزائري للفايس بوك، ثم استخداماته له، ومكانته كمصدر معلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل الإعلام، ورأيهم فيه كفضاء عام لمناقشة القضايا السياسية لكي نتبين في الأخير وبناء على ما سبق إمكانية تملكهم له لإنتاج المضامين السياسية واستخدامهم له كوسيلة لتشكيل الرأي العام.

ولقد حاولنا الإجابة على إشكالية دراستنا من خلال سبعة فصول، خمس فصول نظرية وفصلين ميدانيين، فقد تناولنا في الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وتضمن طرح إشكالية الدراسة وأهدافها وأهميتها، ثم حددنا مفاهيم الدراسة، والإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية من المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات ومجتمع وعينة الدراسة

أما في الفصل الثاني فقد تناولنا مبحثين مبحث تضمن الدراسات السابقة الجزائرية والعربية والأجنبية ومبحث خصصناه للمقاربات النظرية المعتمدة في الدراسة وهي مقاربة التمثلات الاجتماعية ومقاربة الاستخدام الاجتماعي، أما الفصل الثالث فقد تناولنا فيه الشبكات الاجتماعية الالكترونية من الماهية والنماذج والإحصائيات، وأفردنا لشبكة الفايس بوك مبحثا خاصا بها للإحاطة بكل ما يتعلق بها من تاريخ وخصائص وإحصائيات، كما تضمن الفصل مبحثين تضمنا كل من مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية الالكترونية

وأبعاد استخدامها، وتناولنا في الفصل الرابع الرأي العام والفضاء العمومي الافتراضي من خلال ثلاثة مباحث حيث تناولنا في المبحث الأول كل ما يتعلق بالرأي العام من تاريخ وخصائص وأنواع، وعوامل تشكيله، أما في المبحث الثاني فقد تطرقنا إلى الفضاء العام الافتراضي؛ حيث تدرجنا من شرح الفضاء العام عند هبرماس

ثم الفضاء العام الافتراضي وعلاقتهما ببعضهما البعض، أما في المبحث الثالث فقد تعرضنا للرأي العام الالكتروني.

أما في الفصل الخامس فقد تناولنا المجال العام الإعلامي في الجزائر بهدف إبراز تأثره بالمجال السياسي وعلاقته بمختلف السياقات التي تؤثر في توجهات الشباب نحو القضايا السياسية، ولقد تناولنا ذلك من خلال ثلاث مباحث أبرزنا فيها الوضع السياسي في الجزائر السلطوي والتأثيرات المتبادلة في ذلك بين المجال الإعلامي والسياسي، كما تناولنا فترة التعددية الإعلامية وعلاقتها بالتعددية السياسية وتأثيراتها في المجال العام بصفة عامة بالإضافة إلى المجال العام المتعدد الفضاءات بعد ظهور الإعلام الجديد ومعالجة مختلف القضايا على مستوى الإعلام التقليدي والجديد.

أما الجانب الميداني فقد تضمن فصلين اعتمدنا فيه على أدوات كيفية للدراسة كالشبكة الترابطية، والمقابلة نصف الموجهة، ومجموعة النقاش وقد قسمناه إلى فصلين الفصل السادس وتضمن تمثلات الشباب لشبكة

الفايس بوك واستخداماتهم لها، ولقد تناولنا فيه بالتحليل عناصر التمثلات وبنيتها وتنظيمها ومعانيها لدى الشباب، بالإضافة إلى عادات وأنماط استخدامهم لشبكة الفايس بوك، وأهم التحولات في التعامل معها، أما في الفصل السابع فقد تناولنا الفايس بوك كوسيلة لتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري وتضمن المبحث الأول مكانة الفايس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، أما المبحث الثاني فقد تناولنا فيه رأي الشباب في الفايس بوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية.

أما المبحث الثالث فقد تضمن تملك الشباب لشبكة الفايس بوك وإدماجهم لها في المجال السياسي بهدف تشكيل الرأي العام، وأخيرا تناولنا النتائج العامة للدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولا: موضوع الدراسة واشكاليتها

ثانيا: تحديد المفاهيم

ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

أولا: موضوع الدراسة وإشكاليتها:

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

يعيش العالم 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، فكلما حدث تطور مثير تقنيا في تكنولوجيا الاتصال، 'يحدث هزة ثقافية خاصة، فاكتشاف الكتابة أوجد لغة الرموز، واكتشاف الإذاعة أوجد لغة سمعية، والتلفاز أدخل ثقافة سمعية بصرية، وأخيرا أدّى اكتشاف الحاسوب والشبكات المعلوماتية كالانترنت إلى بروز الثقافة التفاعلية، فقد تميز القرن العشرين بالعديد من مظاهر التحول التكنولوجي

في مجال الاتصال، وبصفة خاصة في مجال الإعلام، بفضل الراديو والتلفزيون، والأقمار الصناعية، ولعل أهم إنجاز استفادت منه البشرية في مجال الاتصال، هو الحاسب الآلي الذي كان وسيلة لتخزين، واسترجاع المعلومات، ليتحول بعد ذلك إلى شاشة تربط العالم كله بفضل اختراع شبكة الانترنت التي كان لها الأثر الكبير في التحولات الجذرية في مجال الاتصال، إذ تمثل ستينيات القرن الماضي نقطة تحول في الولايات المتحدة الأمريكية بفضل هذا الاختراع الذي اقتصر في بداياته على المجال العسكري في ظل اشتداد الصراع بين القطب الشمالي والجنوبي نحو التسلح النووي، وسرعان ما انتشر استخدامها وأصبحت توّظف في مجالات أخرى كالاقتصاد، والإدارة، والتعليم وغيرها من القطاعات الحيوية التي استفادت في تطوير وتسهيل عملها من شبكة الانترنت.

وأصبحت تمثل أحد أهم الانجازات التي تحققت في الربع الأخير من القرن العشرين في مجال تكنولوجيا الاتصال؛ حيث استطاعت هذه الوسيلة المزج بين أرقى ما توصلت إليه تكنولوجيا المعلومات، وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، مع توفير العديد من الخدمات التي لم تكن متاحة من قبل، فقد سهلت الاتصال بين الناس، واختصرت المسافات، وجعلت من الاتصال أكثر تفاعلية، ولم يتوقف تطورها عند حد معين، ففي كل مرة تُقدم خدماتها بشكل مختلف مما أثّر على طريقة التعامل معها، والإقبال على خدماتها المختلفة.

وقد أخذت شبكة الانترنت بالنظر إلى خدماتها المتنوعة تنتشر بشكل ملفت للانتباه؛ حيث وصل عدد مستخدمي الإنترنت في العالم في نهاية عام 2010 إلى 1.8 مليار مستخدم، ووصل سنة2017 إلى 3.4

مليار مستخدم[1]، وهذا يعني أن شبكة الانترنت أصبحت وسيلة لا غنى عنها، وأخذت حيزا كبيرا من حياة الأفراد.

كما مهدت الشبكة العنكبوتية بخصائصها وخدماتها لظهور أنماط جديدة من العلاقات، والمعاملات، وفتحت فضاءات أخرى للتعبير، والتفاعل عبر مختلف القارات بالصورة، والصوت وخلقت مجتمعات افتراضية، تربط بينها خدمات الانترنت، فإن 'عدّت شبكة الانترنت ثورة غير مسبوقة في عالم الاتصال، فإن كل خدمة من خدماتها 'تعد هي الأخرى ثورة لها أثرها في المجتمع، حتى أن هناك من يصف ذلك بأنه يمكن الفصل بين عالمين؛ عالم ما قبل الانترنت، وعالم ما بعدها، فالشبكة نفسها أخذت تتطور وتضيف في كل مرة خدمة جديدة تجلب إليها عددا أكثر من المستخدمين.

فبعد الجيل الأول لتطبيقات الانترنت الذي يعتمد بالدرجة الأولى على حفظ الوثائق والبيانات، وتصنيفها وتبويبها، إذ تركز على بناء مواقع تعمل على تزويد المستخدم بالمعلومات، دون أن تكون له القدرة على التفاعل مع تلك المواقع، أو التأثير في محتواها، جاءت تطبيقات الجيل الثاني لخدمات الأنترنت2.0 التي لم تقدم تحديثا للمكونات التكنولوجية للجيل الأول، لكن غيرت في طريقة تطوير البرامج، واستخدام المستخدم النهائي لها، وأعطت مجالا لظهور عدة تطبيقات تتيح للمستخدم المشاركة، والتفاعل مع الموقع انطلاقا في البداية بمواقع الدردشة والمنتديات، ثم ظهور التطبيقات الأكثر ثورية في المجال كالمدونات والويكيز، والشبكات الاجتماعية كالفايسبوك، والتويتر، واليوتوب إلى غيرها من المواقع التفاعلية المتنوعة، التي لا يمكن حصرها؛ إذ في كل يوم تظهر شبكة اجتماعية معينة لها خصائصها وجمهورها، فالانترنت اليوم كمفهوم لا تتعلق بجهاز الحاسوب، بقدر ما تتعلق بجمهور من الناس يتحدثون ويتبادلون الآراء والمواقف.

وما عزز نشر ثقافة تطبيقات الجيل الثاني من خدمات الانترنت هي خاصية الويفي wifi إضافة إلى إمكانية استخدامها عن طريق الأجهزة اللوحية، والهواتف الذكية ناهيك عن خدمات الجيل الثالث والرابع للانترنت، وهو ما سهل إمكانية الدخول إليها في كل مكان وزمان، فلا شك أننا أمام مرحلة جديدة، خاصة إذا ما علمنا أن الدراسات تشير إلى أنه إذا كان إجمالي مستخدمي الانترنت في العالم هو 2.1 مليار مستخدم، فإن 71% منهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية[2]، وهو ما يترجم الإقبال الكبير على الشبكات الاجتماعية وتوقعات زيادتها في السنوات المقبلة، بفضل دمجها للوسائل المختلفة التقليدية منها والحديثة على

[1] www.InternetWorldstats.com 10/10/2017, 12.00 am

[2] – رحيمة عيساني : **الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي بيئات جديدة للتواصل الاجتماعي**، مجلة إذاعة وتلفزيون الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 90، جوان 2012، ص15.

منصة كمبيوتر واحدة، وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلابي في النموذج الاتصالي التقليدي؛ حيث بإمكان الفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد وفي الوقت الذي يريد وبطريقة متعددة الاتجاهات، والأشكال، كما تعطي إمكانية السيطرة المتبادلة على محتويات الوسيلة؛ حيث يستطيع المتلقي أن يؤثر على طبيعة الرسالة، ويغير الموضوع، ويبدي الموافقة أو عدمها، ويقترح مواضيع، وينتج محتواه كما يريده هو وعلى طريقته.

ومما لاشك فيه أن هذه الخصائص هي أحد أهم العوامل التي جعلت الجدل يطرح حول إمكانية أن تصبح الشبكات الاجتماعية منافسا لوسائل الإعلام التقليدية، والمكانة التي أصبحت تحتلها لدى المستخدمين، في كونها حررت المجتمعات المضطهدة من احتكار المعلومة، والتخلص من هيمنة وسائل الإعلام التقليدية التي توجهها مصالح مالية، وحكومية، وحلقات حارس البوابة، إذ أصبح بإمكان الفرد البسيط أن يصبح مرسلا مسيطرا على رسالته دون وسيط أو ضغط، وتغيرت طبيعة الجمهور المستقبل وموقعه من العملية الاتصالية، إذ تغيرت تماما عناصر العملية الاتصالية في ظل الثورة الاتصالية، وصار بينها نوع من التداخل، والتطور، وأهمها اختفاء الحدود بين المرسل، والمستقبل، أي الانتقال من مرحلة البحث عن المعلومة إلى مرحلة نشرها، وهو ما يعد نقلة نوعية في مجال الإعلام، ففي الوقت الذي يزيد فيه عدد المشتركين في الشبكات الاجتماعية الالكترونية يزيد فيه عدد الناشرين، وحسب قول **ابرودي دوغلاس Abrody Douglas** "بينما يستمر التلفزيون في دوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالانترنت"[1]، فالشبكات الاجتماعية الالكترونية، هي تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم، ويشاركونهم فيه في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط، ولكن بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدا فهو الذي تحول فيه المشاهد، أو المستمع إلى مستخدم، فالإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية الالكترونية هو إعلام تعددي بلا حدود، ومتعدد الوسائط، يؤدي أدوارا جديدة في المجتمع، لم يكن بوسع وسائل الإعلام التقليدية تأديتها، فهو ليس إعلام هرمي يكتبه صحفيون، ومتخصصون بل هو مجتمع متفاعل يتبادل فيه الأعضاء الخدمات، ويحصلون فيه على احتياجاتهم بأشكال مختلفة.

ولقد ارتبط التفكير في التكنولوجيا في العالم بخطابين: أحدهما تشاؤمي ينظر إلى التكنولوجية بنظرة سلبية تشوبها المخاوف من التأثيرات السلبية المحتملة للتكنولوجية على المجتمع في مختلف المجالات، وخطاب طوباوي يرى في تكنولوجيا الاتصال الحل لكل المشاكل، وأنه الخلاص للبشرية من كل الأزمات.

[1] -- رحيمة عيساني: **دراسة بين الإعلام الجديد والتقليدي أكثر من وصف**، مجلة إذاعة وتلفزيون الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 93 أفريل 2013، ص27

وفي نفس السياق عرف الوطن العربي خطابين، أو تمثلين صاحبا الانتشار السريع للفايس بوك وزيادة عدد مستخدميه، ففي مرحلة أولى من انتشاره نظروا إليه من جانب أخلاقي وهوياتي، وأنه رافد من روافد العولمة ووسيلة لهَوية للشباب، وفي نفس الوقت هو وسيلة للتحرر السياسي، أما الخطاب الثاني فقد تزامن وأحداث الربيع العربي أين رُوج خطاب القوة السحرية للفايس بوك في الثورات، وأنه كان السبب الرئيس فيها وله دور كبير في تشكيل الرأي العام، ويعتبر هذا الخطاب ذو طابع حتمي، إذ ينفي مختلف السياقات الاجتماعية والسياسية التي كانت وراء الأحداث.

وكغيرها من دول الوطن العربي، عرفت الجزائر بعد أحداث الربيع العربي تزايدا في عدد مستخدمي الفايس بوك من فئة الشباب إذ بلغ عدد مستخدميه في الجزائر في سنة 2011، 2.8 مليون مستخدم وتطور ليصل إلى18 مليون مستخدم سنة 2017[1]، ولقد عرفت هذه الفترة ظهور العديد من القضايا الاجتماعية والسياسية صاحبتها نقاشات حول إشكالية فاعلية الفايس بوك في أن يكون فضاء عموميا بالنسبة للشباب لمناقشة مختلف القضايا وتشكيل رأي عام حولها من جهة، ومن جهة أخرى مدى قدرته في التأثير على الشباب.

وهي الإشكالية التي سبق وأن عالجها الباحثون في الوطن العربي من منظورات مختلفة ومقاربات عديدة، لكن معظم هذه المقاربات تبقى تقليدية، إما تنتمي إلى الحتمية التكنولوجية التي تنظر إلى التكنولوجيا على أن لها دور متعاظم في التأثير على الأفراد وتوجيههم، أو الحتمية الاجتماعية التي ترى بأن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في التكنولوجية، معتمدين في ذلك على نظريات الإعلام والاتصال التي تطبق على وسائل الإعلام التقليدية، في حين خصوصية المستخدم الجديد المرسل والمتلقي في نفس الوقت، تجعلنا نتوقف عند الكثير من مواطن القصور في تبني هذه النظريات وهو ما جعل العديد من الباحثين يدعون إلى إعادة النظر في نظريات علوم الإعلام والاتصال.

فالمشكلات المنهجية التي يطرحها تطبيق هذه النظريات، جعل تفسير العلاقة بين الشباب والفايس بوك والمجال العام وتشكيل الرأي العام ذات بعد معياري ونتائجها منمطة وذات أحكام جاهزة[2]؛ حيث كثيرا ما تجاهلت هذه الدراسات أن استخدام الفايس بوك يبقى مشروطا بسياقات الاستخدام وتمثلات الشباب

[1] -Fadi Salem, **the Arab social media report, social media and the internet of things, towards data – driven policymaking in the Arab world** ,vol7,dubai MBR school of government,2017, p37

[2] –أنظر نصر الدين العياضي: **دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية بين الابستيمولوجيا والايدولوجيا**، ملتقى شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة عالمية متغيرة دروس من العالم العربي، ر د م ك، تونس، 2015، ص ص 41-42

للفايس بوك وتملكهم له وإدماجهم له في حياتهم، بهدف تغيير واقعهم وتشكيل رأي عام حول القضايا التي تهمهم، وهو ما يُلَخص في أن التكنولوجيا تشكل الاستخدام الاجتماعي، ولكن المعنى الذي يعطى لهذا الاستخدام مصدره هو المجتمع، وهو الطرح الذي تتبناه مقاربة سوسيولوجيا الاستخدام أحد أهم المقاربات الحديثة لدراسة علاقة الشباب بالتكنولوجيا؛ إذ أنها ترى بأن استخدامات الميديا الجديدة ومواقع الشبكات الاجتماعية، تتشكل في بيئة ثقافية ما وفقا لتمثلات المستخدمين للشبكات الاجتماعية ومخاطرها وإمكاناتها

من خلال نظم القيم الرمزية والثقافية والمؤسسات الاجتماعية، فالتكنولوجيا حسب **ستيف وولغار S.Woolgar** تتجلى في الفضاء الاجتماعي ضمن سرديات وخطابات حول تأثيرها في المجتمع وهي سرديات ليست متماثلة وهي موضوع للصراع الاجتماعي لأن الفاعلين الاجتماعيين لا ينظرون إلى التكنولوجيا بطريقة متماثلة.[1]

كما أن التمثلات الاجتماعية تعبر عن كيفيات بناء الواقع وتؤثر في نفس الوقت على المثير فتعدله وعلى الاستجابة فتوجهها فعلاقة الشباب بالفايس بوك وتشكيل الرأي العام، لا يمكن فهمها إلا بدراسة تمثلات

الفايس بوك لدى الشباب بصفة عامة من جهة، ومن جهة أخرى تمثلاته له كفضاء عمومي، وكمصدر معلومات بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية، لأن هذا التمثل هو الذي يجعلنا نتوقع استجابته للرسائل المنشورة والنقاشات الدائرة عبر الفايس بوك حول القضايا السياسية الوطنية، وحدود هذه الاستجابة، وكذا يحدد استخدامه له كوسيلة لتشكيل الرأي العام، أي أنه يتملك الفايس بوك ويتحول بذلك إلى صحفي مواطن.

ومن هنا تكمن أهمية طرح الموضوع من منظور التمثل والاستخدام الاجتماعي لمعرفة واقع العلاقة بين شبكة الفايس بوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري بعيدا عن العلاقة الصرفة بين المستخدم والتقنية، إذ تنطلق إشكالية هذه الدراسة من التساؤل الرئيس التالي: **ما هي العلاقة بين شبكة الفايس بوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري؟**

وللإجابة على هذه الإشكالية نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي تمثلات الشباب الجزائري لشبكة الفايس بوك؟
- كيف يستخدم الشباب الجزائري شبكة الفايس بوك ؟

[1] –الصادق الحمامي:**مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي**، ملتقى شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة عالمية متغيرة دروس من العالم العربي، ر د م ك، تونس، 2015، ص52

- ما هي مكانة شبكة الفايس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى لدى الشباب الجزائري؟
- ما هو رأي الشباب في شبكة الفايس بوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية في الجزائر؟
- كيف يتملك الشباب شبكة الفايس بوك كأداة لإنتاج المضامين والتأثير في الرأي العام؟

2- أهداف الدراسة:

تحاول هذه الدراسة استكشاف بعض ملامح العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الالكترونية وبالتحديد شبكة الفايس بوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري وذلك من خلال العناصر التالية:

- معرفة العناصر المشكلة لتمثلات الشباب لشبكة الفايس بوك، وتحديد بنيتها بهدف الكشف عن مكانتها لدى الشباب الجزائري والرمزية التي تحيل إليها في أذهانهم، مما يحدد ثقتهم فيها وإدماجها في ممارسات لها علاقة بتشكيل الرأي العام سواء كانوا متلقين أو مرسلين.
- معرفة استخدامات الشباب للفايس بوك وإدماجهم له في حياتهم الاجتماعية مما يكشف لنا عن نصيب الجانب السياسي من الاستخدام الاجتماعي لهذه الشبكة.
- الكشف عن مكانة شبكة الفايس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مما يسهل معرفة درجة الاعتماد عليها مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، ومتى يمكن أن يكون لها وزن في تشكيل الرأي العام.
- معرفة رأي الشباب في الفايس بوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية، وذلك لتحديد درجة تفاعلهم مع المضامين السياسية ومناقشتها، وهو ما يسهل علينا فهم المواقف والسلوكات التي يتخذها الشباب من هذه المضامين، وإلى أي درجة يمكن اعتبار الفايس بوك بالنسبة لهم كفضاء عام للنقاش وتشكيل الرأي العام حول هذه القضايا.
- معرفة إمكانية تملك الشباب لشبكة الفايس بوك كأداة لإنتاج المضامين السياسية بهدف التأثير في الرأي العام

3- أهمية الدراسة

- تكمن أهمية الدراسة في كونها تعالج موضوع له علاقة بتبني التكنولوجيا وروافدها لدى الشباب الجزائري، هذه الفئة التي اختلفت التصورات حول علاقتها بالتكنولوجيا خاصة في الدراسات والأبحاث؛ حيث ينظر لها أنها أسيرة هذه المستحدثات وبصفة مبالغ فيها.
- تتبنى الدراسة مقاربتي التمثل والاستخدامات وذلك يجعل للموضوع أهمية من خلال التحليل والتوصيف في إطار بعيد عن العلاقة الصرفة بين التكنولوجيا والشباب، بل بوضع الشبكات الاجتماعية الالكترونية في سياق استخدامها الاجتماعي وتأثيرات مختلف العوامل الثقافية والاجتماعية

والسياسية في تحديد العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري.

- اعتماد الدراسة في أغلبها على المنهج الكيفي وهو ما يساعد على الفهم والتفسير أكثر للعلاقة بين الشباب وشبكة الفايس بوك وتملكهم لها وإدماجهم لها وإنتاج مضامين هدفها تشكيل رأي عام في المجال السياسي.

ثانيا: تحديد المفاهيم

1- مفهوم الشبكات الاجتماعية الالكترونية

أ- تعريف الشبكات الاجتماعية لغة

- **تعريف الشبكة لغة:** هي من شبك الشيء شبكا، تداخل بعضه في بعض، والشبك الخلط والتداخل ومنه تشبيك الأصابع، والشبكة شبكة الصياد التي يصيد بها في البر والبحر والجمع شبك وشباك.[1]
- **أما الاجتماع لغة:** فهو جمع الجيم والميم والعين أصل واحد يدل على تضام الشيء يقال جمعنا الشيء جمعا[2]، والاجتماعي هي اسم مفرد منسوب إلى اجتماع وهو التقاء أفراد في مكان وزمان معينين لتبادل وجهات النظر.[3]

أما اصطلاحا فنعني بالاجتماع أن يطلق هذا الوصف ليعبر عن نسيج مكون من صلات اجتماعية تلك التي يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبين.[4]

ب- تعريف الشبكات الاجتماعية الالكترونية اصطلاحا:

تعرف الشبكات الاجتماعية الالكترونية بأنها مجموعة من وسائل الإعلام الاجتماعي تسمح لمستخدميها بتكوين وتنظيم وتحرير وتكامل محتوى الويب.[1]

---

[1]- ابن منظور:**لسان العرب**، مجلد 14، دار صادر، ط1، بيروت، 1990، ص 447

[2]- الزيات إبراهيم مصطفى وآخرون: **المعجم الوسيط** ،**مجمع اللغة العربية** ، دار الدعوة، دس، ص471

[3]- أحمد مختار عبد الحميد وآخرون: **معجم اللغة العربية المعاصرة**، عالم الكتب، ط1،القاهرة، 2008 ، ص ص 393-39

[4]- محمد المصري: **المجتمع الإسلامي**، درا الكتاب العربي، دس، ص 12

يعتبر هذا التعريف عاما لكونه اعتبر أن مفهوم الشبكات الاجتماعية الالكترونية والإعلام الاجتماعي واحد كما ركز على جانب إضافة المحتوى أكثر من الجوانب الأخرى.

كما تعرف على أنها مجموعة من التطبيقات تساهم في زيادة التفاعلات الاجتماعية وتوفير مساحات مشتركة من التعاون وإتاحة الاتصالات الاجتماعية وتبادل المعلومات بشكل هائل في بيئة الانترنت.[2]

ويرى عالم الاجتماع الاسباني **مانويل كاستل Manual Castells** أن الشبكات الاجتماعية الالكترونية هي البنية الاجتماعية لعصر المعلومات، وعصر المجتمع الشبكي المكون من شبكات الإنتاج والقوة والتجربة؛ حيث تقوم هذه الشبكات بدورها في بناء ثقافة افتراضية في إطار تدفقات العولمة متجاوزة بذلك مفهومي الزمان والمكان.[3] ولقد ركز الباحث في هذا التعريف على مفهوم الشبكة من منظور اجتماعي تقني، أي أن التعريف واسع حيث ركز فيه على دور الشبكات في خلق فضاء افتراضي.

ويرى **تود كيلسي Todd Kelsey** أن الشبكات الاجتماعية الالكترونية هي ببساطة وسيلة الكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي؛ حيث أنها تكون بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين أشخاص ومنظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع محدد من الروابط الاجتماعية؛ إذ يجمع المشاركين فيها صداقات قوية أو مصالح مشتركة أو توافق في الهواية أو الفكر أو رغبة في التبادل المادي أو المعرفي أو محبة أو كره لشيء معين أو علاقات عقدية أو دينية أو تناسق في المعرفة أو المركز الاجتماعي.[4]

وتعرفها السون وبويد Ellison and Boyd 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 عملية التواصل من موقع لآخر.[5]

---

[1] -Chu,Shu-chuan**, Determinants of Consumer Engagement in electronic World of mouth in social networking Sites**, PHD, Dissertation Austin The University of Texas .2009. p17

[2]– عبد العزيز علي حسن: **العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر**، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية, المجلد43، العدد1، 2016، ص 230

[3]– محمد شومان: **إعلام المواطن اتجاهات مستقبلية** ،كراسات صحفية وإعلامية، العدد الأول، معهد الأهرام الإقليمي، مؤسسة الأهرام، القاهرة، يناير ،2012، ص9

[4]- todd kelsey. **Social Networking space from facebook to twitter and everything**, APRASS, New York, 2010, p 397

[5]- Danah B. Boyd, Nicole B.Ellison**, Social network sites; Definition , history and scholar ship**, Journal of computer mediated communication, vol (13),issue (1), 2010 http://icmc.indiana.edu/vol13issue1 /boyd.ellison.html

أما في فرنسا فقد فضل الباحثون استخدام مصطلح المواقع السوسيو رقمية بدلا من الشبكات الاجتماعية الالكترونية، ويعكس هذا المصطلح تأكيد الباحثين من جهة أولى على أن هذه المنصات ليست شبكات اجتماعية كالتي نجدها في الحياة الاجتماعية، ومن جهة أخرى فإن هذه المنصات ليست رقمية محضة ولا اجتماعية محضة لأن تطبيقاتها تخضع إلى عمليات التملك الفردية والجماعية، وبهذا يحتوي هذا المصطلح على تفاعل البعدين السوسيولوجي والتقني في مركب واحد.[1]

ج – تعريف الشبكات الاجتماعية الالكترونية إجرائيا:

نتيجة لعدم وجود تعريف نهائي مكتمل للشبكات الاجتماعية نتيجة لتطورها المستمر والمتسارع اعتمدنا في دراستنا على التعريف التالي إجرائيا وهو يتماشى وتعريف دانا وبويد ذلك أن هذا التعريف يؤكد على أن الشبكات الاجتماعية الالكترونية هي منصات تواصل شبكي يقوم المشاركون فيها باستغلال بروفايل خاص يتكون من المضامين التي يوفرها المستخدم والأصدقاء والموقع، والاستعراض العام لعلاقتهم والتي بإمكان الآخرين الاطلاع عليها وكذا الوصول إلى عدد كبير من المضامين في أشكال متنوعة فيديوهات نصوص صور أو مزيج منها ،كما تتيح هذه المنصة وصلات يضعها أصدقاء المستخدم، وسنركز في دراستنا على شبكة الفايس بوك كنموذج مع الأخذ بعين الاعتبار الجانب الاجتماعي والتقني في آن واحد، وهو ما يتوافق مع المقاربة النظرية المعتمدة في دراستنا.

2– مفهوم الرأي العام:

أ– **تعريف الرأي العام لغة:** ينقسم إلى كلمتين رأي وعام، ويعرف الرأي لغة بأنه لفظ يدل على الاعتقاد بشأن موضوع ما والعقل والتدبر والنظر والتأمل.[2] 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 والعامة خلاف الخاصة، وقيل الخلق الكثير، والعام تعني الجماعات المتفرقون.[3]

ب– تعريف الرأي العام اصطلاحا:

انقسمت الآراء حول الرأي العام إلى أقسام فريق يرى بأنه لا وجود للرأي العام أساسا ولا يعترف به، واتجاه ثان يقر بوجود الرأي العام إلا أنه يعترف بصعوبة الوقوف على تعريف واحد له، و اتجاه ثالث يعترف بالرأي العام وأهميته، إلا أنه لم يجد له تعريفا متفقا عليه.[4]

---

[1]– الصادق الحمامي : **مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي**، مرجع سابق ، ص49

[2] – ابن منظور: **مرجع سابق**، ص 291

[3]– المرجع نفسه، ص 311

[4] – بسيوني إبراهيم حمادة: **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام** ، عالم الكتب، ط1 ، القاهرة، 2008، ص225

- **التعاريف الغربية للرأي العام:**

يعرف **فلويد هـ . ألبورت "floyd,H. Allport** الرأي العام على أنه "تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس بصدد ما يرونه في موضوع ما، يكون ذلك التعبير في صورة تأييد أو معارضة لوضع ما أو لشخص معين، بحيث تكون المجموعة كافية للتأثير بصورة مباشرة أو غير مباشرة تجاه الموضوع المقصود".[1]

ولقد ركز في مفهومه للرأي العام على الطريقة التي يظهر بها الرأي العام الظاهر وأغفل الرأي العام الكامن، مع عدم تحديده لمواصفات القضية فبالنسبة له كل موضوع يمكن أن يتشكل نحوه رأي عام، كما لم يعط الاهتمام إلى دور الاتصال والجماعات المرجعية وقادة الرأي في تشكيل الرأي العام.

أما ليونارد دوب L. Doob في كتابه الرأي العام والدعاية يعرفه على أنه " اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين، واتجاهات وميول أفراد الشعب إزاء مشكلة ما، في حال انتمائهم إلى مجموعة اجتماعية واحدة، وهو رأي الفئة الاجتماعية التي تتأثر بالمشكلة أكثر من غيرها، ومحصلة ضرب الآراء الفردية".[2]

أي أن الرأي العام عند "دوب" هو محصلة آراء ونقاش وحوار وليس جمع الآراء الفردية، إلا أنه لم يفرق بين الاتجاه والرأي كما أنه تحدث عن رأي جماعة من الناس، أي لم يحدد هل هذه الجماعة هي أغلبية أو أقلية.

ويعرفه **الفيلسوف فيلاند** على أنه ليس رأي الشعب بأكمله، بل هو رأي طبقة لها الغالبية والقوة بين طبقات الشعب الأخرى[3]، وهو في هذا التعريف لم يحدد كيفية تشكل الرأي العام ولا نوع القضايا التي يتشكل حولها الرأي العام ولا العوامل المؤثرة في تشكله.

ويعرف **"جيمس يانج James young** الرأي العام بأنه الحكم الاجتماعي الذي يعبر عن مجتمع واع بذاته وذلك بالنسبة لمسألة عامة لها أهميتها علي 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.[4]

---

[1] – عاطف عدلي العبد: **الرأي العام وطرق قياسه الجوانب والأسس المنهجية النماذج التطبيقية والتدريبات العملية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص14

[2] – هاني رضا، رامز محمد عمار:**الرأي العام والإعلام والدعاية**، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، لبنان، ص18

[3] – المرجع نفسه، ص 19

[4] – عاطف عدلي العبد: **الرأي العام وطرق قياسه الجوانب والأسس المنهجية النماذج التطبيقية والتدريبات العملية**، مرجع سابق، ص 13

ولقد ركز في تعريفه على ضرورة الوعي لكي يتشكل الرأي العام، لكن لم يشرح كيف ذلك أي أن التعريف غير دقيق وغامض.

– التعريفات العربية:

يعرفه إبراهيم إمام أنه "الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة".[1]

أما مختار التهامي فيعرفه على أنه الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسب لقضية أو أكثر يحتدم فيها النقاش والجدل، تمس مصالح هذه الأغلبية.[2]

ويعرفه محمد عبد القادر حاتم:أنه الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ما ذات اعتبار ما والذي ينتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد أية جماعة كبيرة من الناس.[3]

أما عزي عبد الرحمن في نظرية الحتمية القيمية فاستبدل مفهوم الرأي العام بالمخيال الإعلامي، والذي يقصد به المشاعر الاجتماعية والنفسية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور العربي والإسلامي عامة من محتويات

وسائل الاتصال من جهة، وما يحمله هذا الجمهور من منظومة تراثية وحضارية وأسطورية من جهة أخرى.[4]

جـ– تعريف الرأي العام إجرائيا: نعني بالرأي العام في دراستنا هو الاتفاق بين أغلبية مستخدمي الفايس بوك حول القضايا السياسية الوطنية، حيث يتشكل الرأي العام من خلال اعتماد شبكة الفايس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية، ثم تطرح فيه القضايا السياسية للنقاش بشكل عقلاني وجدي، ليتم اتخاذ موقف يظهر في شكل سلوك سواء في العالم الافتراضي أو الواقعي وسنركز في دراستنا أكثر على شبكة الفايس بوك كفضاء عام لنقاش القضايا، ووسيلة لتشكيل الرأي العام في الجزائر وذلك من خلال تمثلاته لدى الشباب.

3– مفهوم التمثلات الاجتماعية:

---

[1]– إبراهيم إمام: **أصول الإعلام الإسلامي وتطبيقاته**، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 263-264

[2]مختار التهامي: **الرأي العام والحرب النفسية**، دار الفكر، القاهرة، 1974، ص 17

[3]– محمد عبد القادر حاتم : **الرأي العام وتأثيره الإعلام والدعاية**، المجلد2،مكتبة لبنان، بيروت، 1983، ص 124

[4] – نصير بوعلي وآخرون: **قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام** ، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة ، الجزائر، 2009، ص168

أ- **تعريف التمثل لغة**:يعرف ابن منظور التمثل في لسان العرب على أنه :من مثل له الشيء أي صوره حتى كأنه نظر إليه، وأتمثله أي أتصوره، ومثلت له كذا تمثيلا أي صورت له مثاله بكتابة أو غيرها وتمثيل الشيء بالشيء يعني تشبيها به.[1]

وفي المعجم الفلسفي إن التمثل والتمثيل متقاربان وهما يشتركان في أمرين أحدهما حضور صورة الشيء فهو تصور الشيء وتخيله وتصور له الشيء صارت له عنده صورة.[2]

ب- تعريف التمثل اصطلاحا:

تعريف التمثل اصطلاحا:هو عملية إرجاع موضوع غائب أو صعوبة التحكم فيه مباشرة، وإذا قمنا بالبحث في أن الممثل يرجع في صورة الحاضر الممثل، يبدو لنا أن مفهوم التمثل يفترض الفكر والشعور العام وحسب عالمة النفس الفرنسية جودليه التمثل هو شكل من المعرفة الإنسانية الناتجة عن بناء واقع متعلق بالمجتمع الاجتماعي.[3] والتمثل هو عملية استرجاع ذهني لموقف أو ظاهرة مؤثرة في حياة الفرد، بواسطة صورة أو رمز أو علامة وبالنسبة لقاموس علم الاجتماع، تعد التمثلات الاجتماعية شكلا من أشكال المعرفة الفردية والجماعية المتميزة عن المعرفة العلمية فالتمثلات الاجتماعية حسب المنظور الاجتماعي هي نمط من التفكير التعميمي والوظيفي من طرف جماعة اجتماعية بهدف التواصل مع محيطها الاجتماعي ويتأثر منه بغية فهم هذا المحيط ومحاولة التحكم فيه.[4]

- تعريف التمثلات الاجتماعية اصطلاحا:يعد مفهوم التمثلات الاجتماعية من المفاهيم التي أثارت جدلا كبيرا بسبب تموقعها في مفترق طرق المقاربات العلمية فإذا كانت سهلة الفهم فإن حقيقتها غير ذلك. [5]

يعرفها **سارج موسكوفيتشي serge Moscovici** أنها نظام من القيم، مفاهيم وممارسات، ترتبط بأشياء أشكال، أو أبعاد الوسط الاجتماعي التي لا تسمح فقط باستقراء حياة الأفراد والمجموعات، بل تشكل أيضا أداة تساعد على التوجه لإدراك وضعية ما أو بناء استجابات.[6] فهو من خلال ذلك يرى بأن التمثلات الاجتماعية هي الوسيط بين ما هو ممثل لنصل إلى المفهوم.

كما يرى أن التمثلات هي عبارة عن شكل من أشكال المعرفة الخاصة بالمجتمع، فهي نظام معرفي وتنظيم نفسي، كما تعتبر بمثابة جسر بين ما هو فردي وما هو اجتماعي؛ إذ يسمح للأفراد والجماعات،

---

[1] – ابن منظور: **لسان العرب**، مرجع سابق، ص 789

[2] – جميل صليبا: **المعجم الفلسفي**، الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، 1982، ص 282

[3] -Mireille Duponthieux**, La Représentation** ,ED Hachette supérieur, 2001, p 08

[4]- Ferréol Gilles, **Dictionnaire de sociologie**, edition2, Armand Colin, Paris, 1995, p 242

[5] - S .Moscovici . **La psychanalyse son image et son public**, PUf, PARIS, 1976, p 39

[6] - S .Moscovici, **La psychanalyse son image et son public**, Op.cit, p 42

بالتفاهم بواسطة الاتصال، والذي يدخل في بنية ديناميكية المعرفة.[1] وفي هذا التعريف يركز على الجانب المعرفي والنفسي الذي من خلاله تتشكل التمثلات إضافة إلى دور الاتصال في عملية التمثل، ويوضح في نفس الوقت أن التمثل يلعب دورا أساسيا في تكوين التواصل والسلوكات الاجتماعية.

كما تعرف جودليه **Jodelet 1989** التمثلات الاجتماعية على" أنها شكل من أشكال المعرفة المبنية والموزعة اجتماعيا.....هي شكل من المعرفة على مستوى الحس المشترك فهي أيضا شكل من المعرفة الساذجة المختلفة عن المعرفة العلمية"[2]، فهي ترى بأن التمثلات هي ظاهرة ذهنية، تطابق مجموعة من العناصر الإدراكية المعرفية والواعية والمنظمة والمنسجمة إلى حد ما، فالتمثل الاجتماعي يسمح لجميع أفراد جماعة من أن تتحدث نفس اللغة، وهكذا يبدو التمثل كشكل من أشكال المعرفة العلمية التي تربط الذات بالموضوع.[3] وهنا جودليه تعني أن الفرد يبني علاقة بينه وبين الشيء المتصور بتمثله فكريا رغم غيابه، فالتمثل هنا هو الرمزية المحتفظ بها، والتي تمثل الشيء المتمثل أي ربطت هنا بين البعد المعرفي الفردي للتمثل الاجتماعي والإطار الاجتماعي؛ حيث أن هذا الأخير، يؤثر على طرق التفكير التي هي بدورها تضمن التفاعل بين الفرد والآخرين، ومن خلال هذه التعاريف تركز جودليه على أن التمثلات، هي عبارة عن معرفة ساذجة تشكلت من نتيجة التفاعل بين البعد المعرفي الفردي والاجتماعي، والتي تؤثر في الأخير في سلوكات الأفراد بهدف التفاهم والتواصل.

أما أبريك **J.C Abric** فيركز في تعريفه على ثنائية الحقيقة الموضوعية وتمثلها الاجتماعي، فهو يعرف التمثلات الاجتماعية على أنها سيرورة نشاط عقلي يعيد من خلاله الفرد أو الجماعة بناء الواقع ويمنحه دلالة ومعنى خاص.[4] فبالنسبة له التمثلات الاجتماعية هي عبارة عن نسق لتفسير الواقع؛ حيث يدير علاقات الأفراد في محيطهم الفيزيائي والاجتماعي، كما تحدد سلوكاتهم وممارساتهم، ويوجه الأفعال والعلاقات الاجتماعية فهي نسق للفك الأولي لتشفير الواقع لأنها تحدد مجموعة من التنبؤات والتوقعات[5]، أي أن التمثلات هي التي تفك تشفير الواقع وتفسره وعلى أساس هذا التفسير توجه سلوكات الأفراد.

ويعرف **فيشر Fisher** التمثل الاجتماعي على أنه بناء اجتماعي لمعارف عادية مهيأة من خلال القيم والمعتقدات يتقاسمها أفراد جماعة معينة وتدور حول مواضيع مختلفة كأفراد، أحداث، فئات اجتماعية، وتؤدي

---

[1] S .Moscovici, **les Représentations Sociales in le grand dictionnaire de psychologie**, Larousse, 1992, p 668

[2] - D. Jodlet, **les représentations sociales**, PUf, Paris, 1989, p 202

[3] – عبد الوهاب بوخنوفة : **شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والانترنت محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات**، كتاب حول الملتقى ا لدولي الشباب والاتصال و الميديا، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 14-15-أ16-أفريل، 2010، ص287

[4]- J. C .Abric, **Pratiques Sociales et représentations**, PUF, Paris, 1994, p13

[5]-.N. Blanc.et autres, **Le concept de représentation en psychologie**, in presse, Paris, 2006, p17

إلى توحيد نظرهم للأحداث كما تظهر أثناء التفاعلات الاجتماعية[1]، ويركز فيشر Fisher في هذا التعريف على تأثير قيم ومعتقدات المجتمع علينا، والتي تظهر في شكل سلوكات وتصرفات في حياتنا الاجتماعية.

أما فرونسوا لابلونتين فيرى أن مفهوم التمثل الاجتماعي، لا ينتمي إلى تخصص معين في العلوم الإنسانية ولقد تناولته علوم كثيرة لكن ما يجب أن نركز عليه، هو أن مفهوم التمثل يقع في نقطة اتصال بين ما هو فردي وما هو اجتماعي، ويقع ضمن ثلاثة ميادين بحث وهي: الحقل المعرفي، الحقل القيمي، ثم الحقل العملي.

ويعرفه بأنه التقاء الخبرة الفردية بالنماذج الاجتماعية، حول طريقة تناول الواقع، إنها معرفة يبنيها أفراد مجتمع معين حول جزئية من وجودهم أو وجودهم برمته، إنها تفسير اجتماعي للأحداث بحيث يصبح بالنسبة للأفراد المنتمين لذلك المجتمع الحقيقة بذاتها[2]. وبالرغم من التعاريف المتباينة للتمثلات الاجتماعية فإن معظم هذه التعاريف تبرز ثلاث جوانب مميزة ومتبادلة التبعية هي: **جانب الاتصال:** لأن التمثلات تزود الأفراد برموز أو شفرات للتبادلات، ومدونات لتسمية جوانب عالمهم وتاريخهم الفردي والجماعي وترتبها بصورة متميزة، **وإعادة بناء الواقع:** لأن التمثلات ترشدنا إلى طرائق تعيين وتعريف مختلف مظاهر واقعنا اليومي، وطرائق تفسير هذه الجوانب واتخاذ مواقف منها، **جانب التحكم في لبيئة أو المحيط من قبل الفاعل:** لأن مجمل التمثلات أو المعارف العملية تسمح للفرد بأن يحدد موقعه في بيئته والتحكم فيها.[3]

جـ- تعريف التمثلات الاجتماعية إجرائيا: هي تلك الصورة التي يشكلها مستخدمو الفايس بوك عن الشبكة وعن أهميتها كمجال عام لنقاش القضايا وقدرتها على تشكيل الرأي العام والتي تتشكل نتيجة للاتصال والخطابات السائدة والتي توجه سلوك الشباب في التعامل مع الشبكة واعتمادها كوسيلة لتشكيل الرأي العام.

4- مفهوم الاستخدام:

---

[1]- Gustave Nicolas Ficher, **Les Concepts Fondamentaux de la psychologie sociale**, edition3,Paris, 2005, p 131

[2] - سليمان بومدين : **التصورات الاجتماعية للصحة والمرض في الجزائر – حالة مدينة سكيكدة**، دكتوراه دولة علم النفس العيادي- ، قسم علم النفس، جامعة منتوري قسنطينة، 2004، ص14

[3] - عبد الوهاب بوخنوفة: **الأطفال والتكنولوجيا التمثل والاستخدامات** ، الإذاعات العربية، العدد 7 ،2007 ، ص71

أ- **الاستخدام لغة:** استخدم – استخدم (الرجل غيره) استخدمه استخداما فهو مستخدم والآخر مستخدم: اتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه، استخدم (الإنسان الآلة أو السيارة....الخ استعملها في خدمة نفسه، والأمر من استخدم.[1]

ب – الاستخدام اصطلاحا: هو استعمال شيء ما، أداة أو وسيلة أو عدة أشياء، واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم.

"ويبدو مفهوم الاستخدام من خلال النظرة العامة مفهوما واضحا بسيط المعنى غير ذي حاجة إلى جهد، أو نشاط يتوخى ضبطه، غير أن أية محاولة تستهدف ضبط المعاني، والدلالات النظرية، والتطبيقية له تصطدم بمفهوم ومعنى غامض، ومتنوع يحمل الكثير من الدلالات المختلفة باختلاف ما هو اجتماعي، وما هو تقني داخل تركيبة هذا الهجين الاتصالي الانترناتي في حد ذاته، فالغموض الذي يحيط باللفظ مرده إلى استعماله في تعيين، وتقرير، وتحليل مجموعة من السلوكات، والمظاهر المرتبطة بتكنولوجيا الاتصال.[2]

إن مفهوم الاستخدام هو من المفاهيم الغامضة ويطرح العديد من الإشكالات، فقد **وضح بيار شامبا P. Chambat**، بأنه من خلال قراءة سريعة لأدبيات الأبحاث في هذا المجال، فإن كلمة استخدام تستخدم في نفس الوقت كمرادف للاستعمال أو الممارسة، وأيضا للتملك، ويعود هذا الغموض الذي يحيط بالمفهوم لاستخدام المصطلح في آن واحد بهدف تحديد، ووصف، وتحليل السلوكات والتمثلات.[3]

وبهدف تحديد تعريف مضبوط للاستخدام حاول العديد من الباحثين وضع حدود فاصلة بينه وبين مفهومي الاستعمال والممارسة.

الفرق بين الاستخدام والاستعمال: في تعريف كل من سارج برولكس Serge Proulx وBreton الاستعمال له علاقة بنظام التشغيل للآلة، في حين الاستخدام يأخذ بعين الاعتبار التدرج في

[1] – عصام نور الدين: **معجم الوسيط عربي– عربي**، دار الكتب العلمية، 2005، ص102.

[2]– أحمد عبدلي : **مستخدمو الانترنت**، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة والإعلام ، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2002–2003، ص6

[3] – P.Chambat, **Usage des TIC Evolution des problématiques**, technologie de l'information et société, 6(3), 1994, p250

الوصول إلى المعلومة أكثر ظاهرة الدراسة، أي أن الاستخدام يسمح بالأخذ بعين الاعتبار ماضي المستخدم كتاريخه الشخصي وفهم التأثير على السلوك.[1]

ويعرف الاستخدام أيضا أنه ما يفعله الناس بالأداة بطريقة أكثر استقلالية، **حيث يشرح برولكس وجوريبيري Serge Proulx و Jaureguberry** أن الاستخدام ليس مرادفا لمفهوم الاستعمال، فالاستعمال يعود للتفاعل بين الفرد والآلة، في حين الاستخدام يدخل في إطار مسمى شخصي أو اجتماعي للتحكم والتملك عكس الاستعمال الذي يظهر أكثر في ازدواجية الوجه لوجه مع الآلة.[2]

ومعنى ذلك أن الاستعمال مفهوم تقني له علاقة بتشغيل الوسيلة التكنولوجية، في حين الاستخدام يضم كل مسار الاستخدام حيث يبدأ بالاستعمال ثم الاستخدام الذي يتأثر بكل الظروف والسياق التاريخي والاجتماعي في التعامل مع الوسيلة.

فالاستعمال حسب **الباحث دومينيك كاردون Dominique Cardon** هو صدى للبعد العملي والوظيفي للأدوات التكنولوجية كما صممها المهندسون، بينما يحدد الاستخدام علاقة الأشخاص بالتكنولوجيا، ويهتم بالطريقة التي يستثمرونها بها ويمارسونها ويجسدون فيها رغباتهم وتخيلاتهم ومرجعياتهم الثقافية، فمفهوم الاستخدام يركز على فكرة ثنائية المهندس المصمم، والمستخدم الأول يملك سلطة على منتجه، والثاني يقوم بتأويله بطريقته فيجدده ويساهم في إعادة ابتكاره، فالاستخدام يؤدي إلى الابتكار.[3]

– الفرق بين الاستخدام والممارسة:

عرفت **جوزيان جوي J.Jouet** الممارسة بأنها لا تعني فقط توظيف التقنية (الاستخدام) بل هي أيضا سلوكات واتجاهات وتمثلات الأفراد التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة مع الأداة.[4]

فالاستخدام عند جوي هو متعدد الأبعاد يضم الاستعمال والاستهلاك، ولكن تعريفه أكثر عمقا من هذا حيث تعرفه بأنه "**الممارسة أو الاستخدام الاجتماعي تتضمن بعدا رمزيا ....يغطي تمثلات جماعية مرتبطة بالتصورات والمعتقدات، القيم والمثل التي تعطي معنا للأشياء، ولكن أيضا تمثلات فردية**

---

[1] - . F .Breton, Proulx. S, **L'explosion de la communication a l'aube du XXIe siècle,** la Découverte, Paris, 2002, p296

[2] - Jaureguberry, Proulx.S, **Usage et enjeux technologies de communication**, Eres, Toulouse, France, p80

[3]- نصر الدين العياضي: **دراسات في البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري**، مجلة المستقبل العربي، العدد 450، مركز دراسات الوحدة العربية، اغسطس2016، ص ص 23-24

[4].-J. Jouet**, Pratiques de la communication et figures de la médiation,** Réseaux, N160, 1993, p371

مرسخة في الحياة ورأس المال الثقافي والتجارب الخاصة لهذه الأشياء، بالإضافة إلى العلاقة البراغماتية مع التقنية"[1].

أما برولكس Serge Proulx فيحدد اختلافا آخر بين الممارسة والاستخدام؛ حيث يرى أنه يجب التفرقة بين الاستخدام المرتبط بكيفية التعامل الفردي مع التكنولوجيا، والممارسة وهي مفهوم أوسع يشمل المجالات الكبرى لنشاط الأفراد في المجتمع كالعمل، الترفيه الاستهلاك العائلي.[2] وكثيرا ما لا يفرق بين الاستخدام والممارسة في العديد من الدراسات، وخاصة إذا أضيف لها مفهوم اجتماعي أي استخدام اجتماعي.

ويشرح **جويل لومارك Joëlle le Marc** التمييز بين هذه المصطلحات؛ حيث يقول إن الفرد هو مستعمل لنظام ما أولا، وكلما استعمل هذه التقنية بصفة مستقلة إلا واحتاج إلى تعبئة بعض المهارات الإدراكية والتقنية والتحكم في الجهاز التقني يسمح بمنحه مرتبة المستخدم، ولكن اكتساب المعارف وحسن التدبير التي يتطلبها الشيء التقني، ليست آنية ولا هي مسلم بها، وعليه فإن الاستخدام هو الممارسة الاجتماعية التي يجعلها التقادم أو التكرار عادية في ثقافة ما، واستعمال شيء طبيعي، أو رمزي لأغراض خاصة.[3]

جـ- الاستخدام إجرائيا:

نقصد بالاستخدام في دراستنا هو العلاقة التي تربط المستخدم بشبكة الفايس بوك؛ حيث تبدأ بمرحلة الاستعمال ثم ينتقل الفرد إلى مرحلة الاستخدامات والتي من خلالها يضفي عليها معان ناتجة عن تمثلاته لها التي مصدرها التجارب السابقة والخبرات وتأثيرات السياق الثقافي الاجتماعي والتي تنعكس على استخدامه وتوظيفه لها لأن تصبح ممارسة اجتماعية ويتوصل بها إلى مرحلة التملك أي إدماجها في مجالات لم يفكر المصمم فيها عند اختراعه لهذه التكنولوجيا.

5- مفهوم الشباب

أ- تعريف الشباب لغة: الشباب من الفعل شب-شبابا وشبيبة الغلام- صار فتيا ويقولون من شب إلى دب.

---

[1] - .J. Jouet. **Retour critique sur la sociologie des usages**, Réseaux, N100 ; 2000, P455

[2] .P .Breton, Proulx .S, **L'explosion de la communication a l'aube du XXIe siècle,** Op.cit ,p257

[3]- السعيد بومعيزة: **المحلي والعالمي في الممارسة الاتصالية لدى الشباب الجزائري**، كتاب حول الملتقى ا لدولي الشباب والاتصال و الميديا ، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 14-15-أ16-أفريل 2010، ص 211

شب= تقول فعلت ذلك من شب إلى دب أي من شبابي إلى أن دب على العصي.

الشباب= جمع شباب وشبان وشبيبة، جمع شابة= شبات وشواب وشبائب من كان في سن الشباب.

الشباب= والشبيبة وجمع شبيبة شبائب، الفتاء وهو من سن البلوغ إلى الثلاثين تقريبا.[1]

ب- تعريف الشباب اصطلاحا:

لا يوجد هناك تعريف واحد متفق عليه من طرف الباحثين حول مفهوم الشباب، ولا حتى من طرف الهيئات الدولية، فقد حددت الجمعية العام للأمم المتحدة سنة 1985 تعريفا للشباب بأنهم الأفراد الذين تقع أعمارهم بين 15 سنة و24 سنة، وقد أثار هذا التعريف نقاشا كبيرا لعدم ملاءمته لواقع مختلف دول العالم سواء من حيث الحد الأقصى لعمر الشباب أو الحد الأدنى، ولقد كان منتدى الشباب الدولي بداكار السنغال 2001 فرصة للطلب من الأمم المتحدة لإعادة النظر في مفهوم الشباب برفع الحد الأقصى للسن إلى 30 سنة حتى يفي بمتطلبات تعريف الشباب في الدول النامية.[2]

وعرف المركز القومي للبحوث الاجتماعية في مصر الشباب، على الأساس المعنوى اللغوي للكلمة، فيطلق لفظ الفتوة على بداية الشباب، والذي يرادف كلمة Adolescence باللغة الإنجليزية والفرنسية، وهذه الكلمة مشتقة من الفعل الثلاثي الذي يعني"ينمو نحو النضج"، فالفتوة في القاموس العربي تعني الشباب الحدث، وتشمل كلمة شباب عند اللغويين كل مرحلة الشباب حتى الثلاثين تقريبا.[3]

وقد اختلف الدارسون في تحديد مرحلة الشباب، فهي عند البعض تبدأ من13سنة وتنتهي عند سن21، ويطلق عليها مرحلة المراهقة، وهي عند البعض الآخر تبدأ من سن14 وتنتهي عند 18 كفترة أولى، ويصل بفترتها الثانية أو المتأخرة إلى سن السابعة والعشرين 27، ويرى فريق ثالث أنها تغطي الفترة من السن السابعة

---

[1]- المنجد في اللغة، دار المشرق، بيروت،1973 ، ص371.

2- عبد الله بوجلال وزملاؤه: **القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري،دار** الهدى، الجزائر ص146

[3]- المرجع نفسه، ص147.

عشر حتى السابعة والعشرين أو ما بعدها، ويرى البعض أنه من الصعوبة بمكان تحديده، لاختلاف بدايتها ونهايتها من فرد إلى فرد، ومن جنس إلى جنس، ومن ثقافة إلى ثقافة.[1]

وتعود هذه الفروق إلى اختلاف المعايير التي يعتمدها الباحثون في تحديد المرحلة من جهة واختلاف السياقات أو الظروف التي ترى فيها الظاهرة من جهة أخرى، فالبعض يهتم بالنمو الجسمي والجنسي، ويهتم خرون بالنمو لنفسي، ويركز فريق ثالث على تغيير الوضع الاجتماعي والأدوار الاجتماعية، وتختلف السياقات باختلاف الطابع الحضاري والنظام الاجتماعي والمستوى الاقتصادي-الاجتماعي وما إليها.[2]

ويرى علماء الاجتماع أن الشباب هم كل من يدخل في فئة السن من(15 إلى 25 سنة) ويبنون رأيهم على أساس أن أولئك قد تم نموهم الفسيولوجي أو العضوي، بينما لم يكتمل نموهم النفسي والعقلي اكتمالاً تاماً بعد، وبالتالي فهم في مرحلة وسط بين الطفولة وبين الرجولة الكاملة، فمفهوم الشباب نسبي، وتكمن وراء نسبيته هذه البيئة الاجتماعية العامة، وبعض العوامل الأخرى كالعامل البيولوجي، ففي ألمانيا يعتبر المرء شاباً حتى الثلاثين بينما يعتبر شاباً حتى سن السابعة والعشرين في سوريا.[3]

والشباب ليس مجرد مرحلة زمنية تبدأ من الخامسة عشر حتى الخامسة والعشرين، وإنما هو مجموعة من الخصائص والمواصفات التي ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار عند نظرنا إلى مرحلة الشباب، وهي في كل الأحوال مرحلة لا تنفصل عن بقية مراحل العمر، وخاصة مرحلة الطفولة والمراهقة، بل إنها امتداد لهذه المرحلة الأخيرة بالذات، فالشباب لا يمثل مرحلة نمو مفاجئ، وإنما هو استمرار طبيعي لعملية التنشئة الاجتماعية التي تبدأ منذ مرحلة الطفولة المبكرة وتستمر خلال كل مراحل الحياة[4].

جـ- تعريف الشباب إجرائيا: نعني بالشباب الفئة العمرية التي تمتد من سن 18 إلى سن29 ذلك أن موضوع الرأي العام وتشكيله يتطلب الأهلية وأخذنا سن الانتخاب في الجزائر كمرجعية لبداية السن من 18 سنة أين يكون للشباب القدرة على الفصل في القضايا مادام يستطيع أن يدلي بصوته، ووضعنا الحد الأخير لسن الشباب 29 سنة على اعتبار أنه السن الذي يتمكن فيه الشباب اقتصاديا واجتماعيا في الجزائر من أن يكون مستعدا لدخول مرحلة الكهولة.

---

[1] – رحيمة عيساني: **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**،أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص262.

[2] – عزت حجازي: **الشباب العربي والمشكلات التي يواجهها** ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت،جوان 1978،ص35

[3]– عبد الله بوجلال وزملاؤه: **مرجع سابق**، ص148

[4]– ا لمرجع نفسه، ص150

ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

1- منهج الدراسة:

بالرغم من أن دراستنا تعتمد على الجانب الكيفي أكثر من الكمي، إلا أننا نرى في التعدد المنهجي فائدة خاصة في الكشف عن بعض الحقائق، خاصة ما يتعلق بالتمثلات الاجتماعية مما دفعنا إلى اعتماد منهجين في دراستنا هما المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب ونوضح طريقة استخدامهما في ما يلي:

أ- المنهج الوصفي:

يعرف المنهج الوصفي « بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها وضعفها»[1]، ولقد استخدمناه في دراستنا خاصة عندما اعتمدنا على أداة الشبكة الترابطية الدلالية للكشف عن العناصر المشكلة لتمثلات الشباب لشبكة الفايس بوك وبنيتها معتمدين في ذلك على المنهج الوصفي، الذي ينطلق من البعد الكمي؛ حيث يركز على الواقع كما يراه، فالمعاني من هذه الزاوية مستقلة عن ما نراه من حولنا من أشياء وسياق، أي وصف العناصر كميا كما هي في التخطيط الذهني للشباب.

ب- منهج تحليل الخطاب:

يعرف منهج تحليل الخطاب على أنه منهج الكشف عن الوظائف الفكرية إنتاج وتكوين الأفكار، ووظيفة تصوير العلاقات الاجتماعية والهويات الاجتماعية".[2]

ولقد استخدمنا منهج تحليل الخطاب من خلال تحليلنا للمقابلات نصف الموجهة والمقابلات الجماعية حيث اعتبرنا حوارنا مع الشباب وإجاباتهم عبارة عن خطابات تعبر عن وجهات نظرهم في موضوع الدراسة **ففيركلاو Fairclough** يرى بأن" الخطاب هو اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية من وجهة نظر معينة .... وتمثل نظم المعرفة لمستخدم اللغة ويعتبر كل خطاب جزءا من نظام خطابي داخل مؤسسة معينة أو مساحة معينة من المجتمع"[3]، لذلك نحاول من خلال هذه الدراسة التحليل التأويلي لخطابات الشباب منطلقين بذلك من فلسفة المنهج الكيفي التي ترى أن هناك حقائق متعددة، وأن الحقيقة في واقع أمرها لها مستويات وأبعاد متعددة، وأن المعاني يمكن فهمها من خلال مستويات متعددة عن طريق السياق الاجتماعي.

---

[1] – أحمد بن مرسلي: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 28

[2] – محمد شومان :**تحليل الخطاب الإعلامي، أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، الدار المصرية اللبنانية، ط1،مصر، 2007، ص 37

[3] محمد شومان: **تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية– الدراسات المصرية نموذجا**، المجلة العلمية بكلية الآداب ، جامعة المنيا، أفريل 2004، ص 25

2- أدوات جمع البيانات:

استخدمنا في دراستنا مجموعة من الأدوات تتمثل في ما يلي:

أ- الملاحظة:

تعتبر الملاحظة أداة ضرورية في البحث العلمي "وهي مشاهدة الواقع على ما هو عليه، أو في الطبيعة بهدف إنشاء الواقع العلمي وتكون الملاحظة العلمية حيث تكون الإشكالية".[1]

"وتعتمد الملاحظة العلمية على قيام الباحث بملاحظة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث أو الحقل المختبر وتسجيل ملاحظاته وتجميعها لاستخلاص المؤشرات منها، وتتم هذه الملاحظات بواسطة الإدراك الحسي".[2]

ولقد استخدمنا الملاحظة في جميع مراحل جمع البيانات عن طريق المقابلات نصف الموجهة والمقابلة الجماعية بحيث كنا نسجل كل ما لاحظناه على المستجوبين من ردود أفعال حول الأسئلة المطروحة، وهو ما ساعدنا في التحليل.

ب- الشبكة الترابطية :

صممت هذه التقنية من طرف الباحثة أنا ماريا سيلفانا روسا **Anna Maria Silvana Rossa** سنة 1995 ، وتهدف إلى معرفة بنية التمثلات الاجتماعية ومضامينها الدلالية.[3]

ولقد قمنا في أول مرحلة بكتابة كلمة شبكة الفايس بوك في وسط ورقة بيضاء وطلبنا من كل مبحوث أن يكتب أي كلمة أو صفة أو عبارة تتبادر إلى ذهنه حول الموضوع، وهو شبكة الفايس بوك بسرعة وبحرية بدون خوف أو ضغط وإعطائها رقما وفقا لترتيبها في عملية التداعي الحر، ثم طلبنا من كل واحد أن يضيف كلمات أخرى إن كان لذلك داع، ثم طلبنا منهم في المرحلة الثالثة إعادة النظر إلى الكلمات وترتيبها وفقا لأهميتها بالنسبة لهم بإعطاء رقم واحد في الترتيب إلى الأكثر أهمية ثم رقم 2 إلى الأقل أهمية.

ج- المقابلة نصف الموجهة:

تعرف المقابلة بصفة عامة "بأنها تفاعل لفظي بين شخصين في موقف مواجهة حيث يحاول القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات والتعبيرات التي تدور حول أرائه ومعتقداته"[4]، أما المقابلة نصف الموجهة فهي "نوع من المقابلات يقع بين المقابلة الموجهة والمقابلة غير الموجهة، فهي ليست مفتوحة تماما ولا مغلقة تماما، أما

---

[1]- صلاح الدين شروخ: **مرجع سابق**، ص29

[2]-محمد الصاوي محمد مبارك :**البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته**، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996، ص 35

[3] Emmanuel Bèche, **Usage de l'ordinateur chez les élèves dans deux lycées de Cameroun-Esquisse- dune approche de l'appropriation des TIC**, Thèse de Doctorat, Université de Liège, Belgique, 2012-2013, p88

[4] - محمد حسن عبد الباسط: **أصول البحث الاجتماعي**، مكتبة وهبة، مصر، 1982، ص31

المواضيع المبحوثة فتكون معدة مسبقا، ولكن الترتيب وشكل تقديم المواضيع يكون حرا ويستخدم هذا النوع من المقابلة بهدف تعميق المعارف في مجال معين أو نطور ظاهرة معروفة".[1]

ولقد استخدمنا المقابلة نصف الموجهة بهدف تحديد محتوى التمثلات وتفسيرها وفقا للسياق العام **فبلونشي Blanchet** مثلا يرى في هذا السياق أن المقابلة هي وسيلة لإزاحة المقاومة لدى المبحوث، فهي بالنسبة له وسيلة فعالة لمعرفة التمثلات والآراء الفردية.[2]كما تم استخدامها كثيرا في دراسات الاستخدام الاجتماعي مثل دراسات سارج برولكس Serge proulex، وهي من الأدوات التي يستعان بها كثيرا في الكشف عن التمثلات والاستخدامات، ولكن هناك من يفضل أن يستعان بأدوات أخرى إلى جانبها لنكون أكثر دقة وموضوعية فأبريك Abric مثلا يرى بأنها لا تكف لوحدها لمعرفة التمثلات بل يجب أن نستعين بالإضافة إليها بأدوات أخرى، وهو ما دفعنا لاستخدام أكثر من أداة؛ حيث استخدمنا الشبكة الترابطية الدلالية ومجموعة النقاش أو المقابلة الجماعية.

ولقد قمنا بتحديد مجموعة من المحاور في المقابلة تتعلق مباشرة بموضوع دراستنا وتساؤلات الدراسات، وهي : محور يتعلق بالتمثلات، محور يتعلق بالاستخدامات، محور يتعلق بمكانة الفايس بوك كمصدر للأخبار، محور يتعلق برأي الشباب في الفايس بوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية، ومحور يتعلق بتملك الشباب للفايس بوك كوسيلة لإنتاج المضامين السياسية وتشكيل الرأي العام، ثم قمنا بعرض المقابلة ومناقشتها على محكمين في اختصاص علوم الإعلام والاتصال[3]، ثم قمنا بتطبيق المقابلة بشكل تجريبي على مجموعة من الشباب حيث عدلنا بعض الأسئلة، وطريقة صياغتها، ثم قمنا بتطبيق المقابلة في شكلها النهائي على 50 مبحوثا التقينا بهم بشكل فردي؛ حيث استغرقت المقابلة الواحدة بين ساعة ونصف وساعتين من الزمن، ولقد تم تسجيل المقابلات عن طريق مسجل صوتي وكذا عن طريق الكتابة مع تسجيل الملاحظات الخاصة بكل مبحوث كيف يتصرف ردود أفعاله إيماءاته، وهو ما ساعدنا في التحليل فيما بعد، وبعد الانتهاء من كل مقابلة يتم تنظيم وترتيب الإجابات في جدول خاص بها، تفاديا لنسيان أي تفصيلة، ثم جمعها كلها في جدول واحد وإعادة قراءتها وتفيئها.

د– المقابلة الجماعية أو مجموعة النقاش:

[1] -R. Quivy, Van, Compenhoudt**, Manuel de recherche en sciences sociales**, Dumod, Paris, 1995, p164,
[2] -A. Blanchet**, Dire et faire l'entretien**, Armand colin, Paris, 1991, p96
[3] – سمير لعرج أستاذ التعليم العالي في علوم الإعلام والاتصال جامعة الصديق بن يحيي جيجل
– العيفة جمال أستاذ التعليم العالي في علوم الإعلام والاتصال جامعة باجي مختار عنابة
– غروبة دليلة أستاذة محاضرة –أ – في علوم الإعلام والاتصال جامعة باجي مختار عنابة

وهي نوع من المقابلة غير الموجهة تتم بشكل جماعي ويتميز هذا النوع من المقابلات بإعطاء بيانات ومعلومات معمقة، وتتكون المجموعة في هذه المقابلة من سبعة إلى عشرة أفراد، ويتم اختيار المبحوثين فيها بطريقة ممثلة للعينة ومجتمع البحث، ويجب أن تحتوي على جميع مواصفات العينة[1]، ولقد وصف Mucchielli، المقابلة الجماعية كما يلي"التواجد في مجموعة يجعل الناس أكثر تواصلا، التواجد في مجموعة يسمح بالتبادل أكثر ومواجهة الذات، وهذا له تأثير كبير في المشاركة"[2]، فالمقابلة الجماعية تفتح المجال أكثر للمعلومات والنقاش واستنباط الآراء والتوجهات والمعتقدات، وقد توحي أيضا بالسلوكات المتوقعة، وهو ما جعلنا نعتمد عليها كأداة مهمة في دراستنا تساعدنا في التحليل إلى جانب المقابلة نصف الموجهة والشبكة الترابطية وقد قمنا بتشكيل مجموعة منتقاة بطريقة قصدية من الخمسين مفردة نفسها التي طبقنا عليها المقابلة نصف الموجهة والشبكة الترابطية، بحيث اخترنا منها سبعة أفراد ممثلين للعينة، واجتمعنا بهم لمدة ساعتين حيث طرحنا عليهم مجموعة من الأسئلة وقمنا بإدارة النقاش دون التدخل أو توجيه الأجوبة في شكل حلقة نقاش، وكانت الأسئلة لديها علاقة بالمقابلة نصف الموجهة ودام اللقاء مدة ساعتين؛ حيث قمنا بتسجيل كل تفصيلة في النقاش بشكل مكتوب وصوتي.

3- مجتمع البحث وعينة الدراسة

أ- مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث في دراستنا في فئة الشباب الجزائري المستخدم لشبكة الفايس بوك؛ حيث يتراوح سنهم بين 18 سنة و29 سنة، من مختلف المستويات الدراسية، ذكورا وإناثا

ب- **عينة الدراسة**:تعتبر دراستنا من الدراسات الكيفية وهو ما يدفعنا إلى اختيار عينة صغيرة مقارنة بالدراسات الكمية، خاصة وأن الأدوات التي استخدمناها لا يمكن تطبيقها على عينات كبيرة، فالشبكة الترابطية ينصح الباحثون أن تتوقف كلما أصبحت الإجابات متماثلة، ولذا يجب أن نعتمد على عينة صغيرة، أما المقابلة نصف الموجهة فهي تأخذ وقتا كبيرا لذا من المستحسن أن تكون العينة صغيرة، ولقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية لأننا لا يمكن أن نحصر العدد الحقيقي لمستخدمي الفايس بوك بالإضافة إلى أن دراستنا بطابعها الكيفي تعتمد على التفسير أكثر من الكم، وبذلك فقد بلغ حجم العينة 50 مفردة منها 25 ذكرا و25 أنثى تتراوح أعمارهم بين 18 و 29 سنة، ويتراوح مستواهم التعليمي بين ثانوي فما أقل، جامعي ودراسات عليا.

---

[1]- محمود حسين الزعبي الوادي: **أساليب البحث العلمي مدخل منهجي تطبيقي**، المنهل، 2011، ص ص 188-189

[2] -Alain Baudrit, **L'entretien collectif avec des enfants**, Spirale revue de recherches en éducation, volume13, N1,1994, p220

الجدول رقم(1) يبين مواصفات العينة وفقا لمتغيري الجنس والمستوى التعليمي

الجنس/المستوى لتعليمي	ذكر	أنثى	المجموع
متوسط فما أقل	4	5	9
ثانوي	5	5	10
جامعي	1	11	21
دراسات عليا	6	4	10
المجموع	25	25	50

الجدول رقم (2) بين مواصفات العينة وفقا لمتغيري الجنس والسن

الجنس/السن	18- 21	22- 25	26- 29	المجموع
ذكر	8	10	7	25
أنثى	6	9	10	25
المجموع	14	19	17	50

4- مجالات الدراسة

أ- **المجال المكاني:** تمت هذه الدراسة في كل من ولاية سكيكدة، الجزائر العاصمة، ورقلة، باتنة

ب- **المجال الزمني**: اتخذت الباحثة من الشباب المستخدم لشبكة الفايس بوك مجالا بشريا للدراسة مع توفر بعض المواصفات كالسن من 18 إلى 29 سنة إناثا وذكورا، ومن مستويات تعليمية مختلفة

جـ- المجال الزماني: تمت الدراسة الميدانية من مارس 2016 إلى غاية جانفي2017.

نتائج الدراسة

النتائج العامة للدراسة:

النتائج المتعلقة بمحور تمثلات الشباب لشبكة الفايس بوك

- ظهر من خلال نتائج المقابلة نصف الموجهة في ما يتعلق بمحتوى التمثلات الاجتماعية لشبكة الفايس بوك لدى الشباب وذلك من خلال التعاريف التي قدمها المبحوثون للفايس بوك، أن شبكة الفايس بوك تحيل إلى بعض العناصر التي تشكل محتوى التمثلات وهي: عناصر تتعلق بالبعد التقني، عناصر لها علاقة بالزمن والمكان في الفضاء الافتراضي، عناصر لها علاقة بوظائف الفايس بوك، عناصر لها علاقة بأنسنة الفايس بوك وضرورته، عناصر تتعلق بالبعد الإعلامي، عناصر لها علاقة بالتأثير السلبي والايجابي للفايس بوك، عناصر لها علاقة بالإبداع، عناصر لها علاقة بالاطلاع على الثقافات، وعناصر لها علاقة بالتعبير عن الذات.
- بالنسبة لبنية التمثلات التي يحملها الشباب عن الفايس بوك وفقا لنتائج الشبكة الترابطية لقد ظهر 23 عنصرا مشكلا لبنية التمثل تبادرت إلى ذهن الشباب بمجرد قراءتهم لكلمة فايس بوك؛ أي أن الشباب يتقاسمون هذه العناصر في تمثلهم للمعاني والدلالات التي تستثيرها كلمة فايس بوك لديهم وتتمثل هذه العناصر في ما يلي: هناك بعض العناصر التي ظهرت في حقل التمثل متفق عليها ويتقاسمها كل المبحوثين حيث ظهرت في 50 خطابا وبنسبة 100 % وهي **التواصل الاجتماعي، الترفيه، تضييع الوقت، وتكنولوجيا**، وبنسبة مقاربة تتراوح بين 80% إلى 96 % كل من العناصر التالية: **وسيلة إعلام بنسبة 96 % ، مصدر للمعلومات والفضفضة والتنفيس بنسبة 90%، والتعبير عن الذات بنسبة 84%**، ثم تأتي بنسب أقل من 44% إلى 70% كل من **الإشاعة بنسبة 72 %، ثم انتهاك الخصوصية بنسبة 70 %ثم مساحة للتعبير عن الرأي بنسبة 60% انعدام المصداقية بنسبة % 56 ثم الأعمال المنزلية بنسبة 50 % النقاشات العلمية 44%**، بعدها ظهرت بعض العناصر والتي تكررت في الخطابات بمعدل أدنى من نصف مجموع الخطابات أي بين نسبة 8 % إلى 20 % وهي: **تشكيل رأي عام بنسبة 20%، انفتاح على الثقافات بنسبة 20 %، الإبداع بنسبة20 %، مناقشة القضايا بنسبة 10% التجسس بنسبة 10 %، الاحتجاجات بنسبة 8%**.

- بالنسبة لتقسيم وتنظيم عناصر التمثل وفقا لمستويات الظهور فقد جاءت كما يلي: **المستوى الأول من 75 % إلى 100%** يتضمن العناصر التالية:تواصل اجتماعي، ترفيه، مصدر للمعلومات، هدر للوقت، تعبير عن الذات ،فضفضة، تكنولوجيا وسيلة إعلامية، **أما المستوى الثاني من 50% إلى 75 %** فيتضمن ما يلي: مساحة للتعبير عن الرأي، أعمال منزلية، إشاعة، عدم المصداقية، انتهاك الخصوصية، ويتضمن **المستوى الثالث من 25 % إلى 50%** ما يلي:الدراسة والمناقشات العلمية، الإدمان،

النتائج العامة للدراسة

- **المستوى الرابع من 0% إلى 25%**: ويتضمن ما يلي إعلان وتسويق، مناقشة القضايا، تشكيل الرأي العام، الاحتجاج، التجسس، انفتاح على الثقافات، الإبداع.
- بالنسبة لتمثلات الشباب لشبكة الفايس بوك فجاءت كما يلي: تضمنت النواة المركزية كل من العناصر التالية مرتبة ومنظمة؛ حيث احتل التواصل الاجتماعي والترفيه المرتبة الأولى وفي نفس المستوى، ثم احتلت التكنولوجيا المرتبة الثانية، ثم في المرتبة الثالثة مصدر للمعلومات، وفي المرتبة الرابعة هدر للوقت، ثم في المرتبة الخامسة تعبير عن الذات، ثم في المرتبة السادسة فضفضة، ومن خلال هذا الترتيب نستنتج أن المعنى الذي يحيل إليه الفايس بوك في أذهان الشباب يتعلق أولا بوظيفة التواصل والترفيه أي أنه بالنسبة لهم تواصل وترفيه أولا ثم النظر إليه كجزء من البيئة التكنولوجية وهو ما يجيب عن التساؤل الأول لإشكالية دراستنا
- يظهر المستوى الأول من النظام المحيطي لتمثلات الشباب للفايس بوك مجموعة من الخطابات التي تشكل المستوى الأول من النظام المحيطي والتي لها تأثير على النواة المركزية بحكم أنها الأقرب وتتضمن الخطابات التالية: انعدام المصداقية، التعبير عن الرأي، أعمال منزلية، الإشاعة، الخصوصية، وتضمن المستوى الثاني من النظام المحيطي لتمثل الشباب لشبكة الفايس بوك عنصرين هما المناقشات العلمية والدراسة، والإدمان،
أما المستوى الثالث من النظام المحيطي فتضمن العناصر التالية انفتاح على الثقافات، إعلانات وتسويق تشكيل رأي عام، إبداع، مناقشة قضايا ، تجسس، احتجاج
- أسفرت نتائج الدراسة بأن الشباب يرى بأن شبكة الفايس بوك لها مجموعة من الايجابيات والسلبيات في نفس الوقت ومن بين أهم الايجابيات التواصل الاجتماعي بنسبة 100%، الترفيه بنسبة 98%، التعرف على أخبار العالم بنسبة **100 %** والحصول على المعلومات بنسبة 90 %، أما السلبيات فأهمها تضييع الوقت بنسبة 100 % والحرية المفرطة بنسبة 84 %، الإشاعة بنسبة 72 %، وهو ما يتفق مع نتائج الشبكة الترابطية، في حين هناك بعض العناصر السلبية التي لم تظهر في الشبكة الترابطية ولكنها ظهرت في خطابات المقابلة نصف الموجهة كالتفكك الأسري، والتعرف على أصدقاء سيئين، صفحات منحرفة ومشبوهة، هدم القيم، الحرية المفرطة والتطفل على حياة الآخرين، ويظهر من خلال هذه الخطابات أن بعض الخطابات هي نابعة من الفئة الأكثر سنا والأكثر تعلما؛ حيث تحمل صورة متشائمة ونظرة سلبية حول شبكة الفايس بوك.
- خلصت الدراسة إلى أن علاقة الشباب الحالية بالفايس بوك، علاقة روتينية بنسبة 26 %، علاقة استحواذ بنسبة 24%، علاقة إدمان بنسبة 20% ، علاقة ضرورة 18% ، علاقة قدر الحاجة بنسبة 12%

النتائج المتعلقة بمحور استخدامات الشباب لشبكة الفايس بوك

- بالنسبة لمصادر السماع عن شبكة الفايس بوك أفاد 15 مبحوثا وبنسبة 30 **%** أنهم سمعوا عن الفايس بوك وتعرفوا عليه من خلال أصدقائهم وهو ما يؤكد الدور المحوري لجماعات الرفقة في الثقافة الفرعية للشباب؛ حيث تشكل قناة لانتقال الأفكار والأخبار عن التجديدات والمستحدثات المختلفة، وخاصة في فترة الشباب بالإضافة إلى الإخوة وبنسبة مقاربة من الأصدقاء؛ حيث سمع 12 شابا مبحوثا أي بنسبة 24 **%** عن الفايس بوك عن طريق إخوتهم، وعن طريق الأقارب بنسبة 20 **%**، ومن وسائل الإعلام بنسبة 14**%**، ومن الوالدين بنسبة **12%**.

- ظهر من خلال خطابات الشباب أن 25 فردا من العينة أي بنسبة 50 **%** أكدوا أنهم بدأوا استخدام الفايس بوك سنة 2012، في حين أكد 15 منهم أي بنسبة 30 **%** أنهم بدأوا استخدام الفايس بوك سنة 2010، و16 **%** بدأوا استخدامه في سنة 2011، في حين في كل من سنة 2013 و2015 سجلنا فقط فردا واحدا لكل سنة بدأ استخدامه للفايس بوك، وتعتبر سنة 2010 و2012 هي السنوات التي عرفت ذروة الاستخدام بالنسبة للعينة لعدة أسباب لخصها المبوحوثون في مجموعة من الخطابات في المقابلة نصف الموجهة كما يلي: **السبب الأول**: له علاقة بالعمر وبمرحلة جديدة من الحياة التعليمية لدى بعض أفراد العينة، أما
السبب الثاني: يتمثل في انتشار الحديث عن الفايس بوك في وسائل الإعلام ابتداء من سنة 2011 نتيجة لأحداث الربيع العربي وعن دوره في ذلك؛ **السبب الثالث**: انتشار الهواتف الذكية في أوساط الشباب، ففي مرحلة أقل من 18 سنة لم يكن بإمكان الشباب امتلاك هاتف ذكي

- يظهر من خلال خطابات الشباب في المقابلة نصف الموجهة أن أهم الأسباب التي جعلت الشباب يستخدم شبكة الفايس بوك، ويفتح حسابا خاصا به، هي الفضول بمعدل 35 خطابا، ثم فكرة التواصل بمعدل 30 خطابا ثم الخوف من عدم مواكبة التطور بمعدل 23 خطابا.
- توصلت الدراسة إلى أن الشباب يستخدمون الفايس بوك في المنزل بنسبة 47.61**%** ويستخدمون الفايس بوك في كل الأماكن بنسبة 42.85 **%**، في حين يستخدمون الفايس بوك من مقهى الانترنت بنسبة 9.52 **%**ويتضح من خلال المقابلة نصف الموجهة أن الشباب يفضلون المنزل لاستخدام الفايس بوك بشكل مستمر.
- توصلت الدراسة إلى أن الشباب يستخدمون الهاتف الذكي للدخول إلى شبكة الفايس بوك بنسبة 62.5 **%**، ويستخدمون جهاز الكومبيوتر المحمول بنسبة 25 **%**، في حين يستخدمون اللوحة الالكترونية بنسبة

12.5%، وهذا يعني تغير في بعض الممارسات عن قبل حيث كانوا يستخدمون جهاز الكومبيوتر في سنوات سابقة.

- توصلت الدراسة إلى أن الشباب يستخدم الفايس بوك من خلال خدمة الجيل الثالث بنسبة64% ، وخدمة الجيل الرابع بنسبة 20%، في حين نسجل نسبة الدخول عبر الويفي بـ 16 %، ويتضح من خلال نتائج الدراسة أنهم يستخدمون الفايس بوك من خلال خدمة الجيل الثالث بشكل أكبر وذلك يعود إلى نوع متعامل الهاتف النقال الذي يستخدمه الشباب؛ حيث أن خدمة الجيل الرابع ليست متوفرة في بعض المناطق من طرف بعض متعاملي الهاتف النقال، وهناك من يستخدم الجيل الثالث لأنه لا يرى أنه هناك اختلاف في التدفق، وتعتبر مشكلة التدفق في الانترنت من أهم المشاكل التي يعاني منها مستخدمو الانترنت؛ حيث تبقى نوعية التدفق ضعيفة مقارنة بدول مجاورة، كما أن استخدام الجيل الثالث هو السائد مقارنة بالجيل الرابع ليس فقط لرأي الشباب فيه، بل أيضا بسب انتشاره في الجزائر؛ ويميل إلى استخدام الجيل الثالث والرابع أكثر من خدمة الويفي ذلك أن خدمة الويفي في الجزائر غير متوفرة في كل الأماكن فالأغلبية نجدها متوفرة إما في المنازل وأماكن العمل، في حين تغيب في الساحات العامة وهو ما يجعل الشباب يفضلون خدمة الجيل الثالث والرابع على خدمة الويفي.

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 62% يرون بأنهم يتحكمون في الفايس بوك تحكما بسيطا، في حين نسبة 38 % عبروا عن تحكمهم الجيد في الفايس بوك.

- يظهر من خلال خطابات الشباب أن 31 شابا من الإناث والذكور يستخدمون أسماء مستعارة على حسابهم على الفايس بوك ولقد اتضح من خلال خطاباتهم في المقابلة نصف الموجهة أن ذلك يعود إلى عدة أسباب تتعلق بما يلي: أن استخدام الأسماء المستعارة في حسابات الشباب على الفايس بوك له دلالات وأبعاد ظهرت من خلال خطابات الشباب؛ حيث تجلى البعد النفسي في كثير من الاتجاهات أهمها الخجل والانطواء والملاحظ بأن الإناث هم الأكثر استخداما للأسماء المستعارة بسبب الخجل من التعبير عن أنفسهم في الفايس بوك بشكل صريح، ولعل هذا راجع إلى طبيعة المرأة في المجتمع الجزائري والقيود التي تفرضها الأعراف والتقاليد على حرية التعبير للإناث؛ حيث يبقى دائما لديهم الخوف من أن يعرفهم الآخرون، وعلى أن هناك حدود يجب أن يلتزموا بها ليتقبلهم المجتمع، خاصة وأن الكثيرات وجدن في الفايس بوك المجال الأنسب للتعبير عن مشاكلهن ومشاعرهن بطريقة لا يتجرأن على التعبير بها بشكل صريح في الواقع، كما يظهر الاسم المستعار في الفايس بوك كوسيلة لإثبات الذات، من خلال نشر الشباب لإبداعاتهم باستخدام أسماء مستعارة كعملية لجس النبض حول صدى إبداعاتهم ويلجؤون للاسم المستعار خوفا من أن لا يعجب الآخرون بأعمالهم وبالتالي مواجهة هذه الآراء تكون سهلة بالاسم المستعار، الاستخدام السيئ للفايس بوك كوسيلة للتطفل، ومضايقة الآخر، مما يجعل الشباب يحتاطون من ذلك باستخدام أسماء مستعارة خاصة بالنسبة للإناث؛ حيث يتعرضون للمضايقات عبر الفايس بوك

فيتفادون ذلك باستخدام الأسماء المستعارة.كما نلاحظ عدم الثقة في الفايس بوك في حد ذاته كتكنولوجيا يعتبر أحد العوامل في ذلك؛ حيث يرى الشباب بأن الفايس بوك لا يحمي خصوصية الأفراد واستخدام أسماء حقيقية قد يعرضك للقرصنة.

- توصلت الدراسة إلى أن الشباب يهتم بالمجالات الثقافية المتنوعة؛ حيث يظهر أن المجال الثقافي ظهر في 50 خطابا للشباب، يليه المجال الاجتماعي بـ47 خطابا، ثم مجال الترفيه بـ 30 خطابا وبنفس مستوى الظهور في الخطابات المجال الرياضي، ثم المجال الديني بـ 25 خطابا، ثم المجال السياسي في 18 خطابا.

- النتائج المتعلقة بمحور مكانة الفايس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل الإعلام

- توصلت الدراسة إلى أن خطابات الشباب حول الفايس بوك كمصدر للمعلومات كانت متوازنة في أغلبها؛ حيث توجهت خطابات الشباب بنسبة **84** % للقول بأن الفايس بوك هو مصدر للمعلومات فيه

من الايجابيات ويحتوي أيضا على سلبيات، أي أن نظرة الشباب للفايس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية، هي نظرة حذرة وواعية، في حين ذهبت فئة صغيرة جدا أي 16% من خطابات العينة إلى أنه ليس مصدرا للمعلومات، وإذا نظرنا إلى نسبة الخطابات التي تنظر إلى الفايس بوك كمصدر للمعلومات فيه ايجابيات وسلبيات نجد أن هذه النسبة تمثل النسبة الأكبر من الشباب وهو ما يتماشى مع تمثلات الشباب للفايس بوك، حيث ظهر الفايس بوك كمصدر للمعلومات في منطقة النواة المركزية؛ أي أن الفايس بوك يعني للشباب مصدرا للمعلومات لكن في نفس الوقت ظهرت في المقابل وفي منطقة النظام المحيطي الأول كل من الإشاعة وانعدام المصداقية، وهو ما يفسر بالتعامل الحذر مع الفايس بوك كمصدر للمعلومات بالشكل المطلق، أي أن ذلك يخضع عندهم لمدى مصداقيته ونشره للحقائق بعيدا عن الإشاعة.

- توصلت الدراسة إلى ظهور ثلاث خطابات لدى الشباب تعبر عن درجة اعتمادهم على شبكة الفايس بوك كمصدر للمعلومات ومكانته بالنسبة لهم مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، تتمثل في ما يلي: خطاب يرى بأن الفايس بوك يعتبر مصدرا للمعلومات مكملا لوسائل الإعلام التقليدية وذلك بمعدل ظهور في 34 خطابا أي بنسبة68 %، ثم خطاب يرى بأن الفايس بوك مصدرا ينافس وسائل الإعلام بمعدل ظهور في 10 خطابات أي بنسبة 20 %، يليه أقل معدل ظهور بـ 6 خطابات وبنسبة 12 % يرون بأنه مصدر رئيسي للأخبار. وتستند خطابات الشباب الذي يرى بأن الفايس بوك مصدرا مكملا إلى مجموعة من المبررات هي أن الفايس بوك غير موثوق، والأخبار فيه غير صادقة، كما أن معظم أخباره يستقيها من وسائل الإعلام التقليدية، كما أنه يمكن أن يمد الجمهور بالأخبار لكن تفاصيل الأخبار والقضايا تتعرض للتحريف والتزييف، ونستنتج من ذلك أنه رغم الإغراءات التي يتميز بها الفايس بوك كمصدر للمعلومات، ورغم كثرة استخدامه إلا أن ذلك لم يمنع الشباب من التمسك بوسائل الإعلام التقليدية واعتبارها مصدرا رئيسيا.

النتائج العامة للدراسة

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 66 % من الشباب عبروا عن اعتمادهم على الفايس بوك كمصدر للمعلومات أكثر من اعتمادهم على وسائل الإعلام في حالة الأزمات أو الانتخابات، في حين أكد 17 مبحوثا وبنسبة 34 % أنهم يعتمدون على وسائل الإعلام أكثر من الفايس بوك، ويستند الشباب إلى مبررات اعتمادهم على الفايس بوك أكثر في وقت الأزمات رغم أنهم صرحوا من قبل أنها مصدر مكمل وفقا للعوامل التالية: عامل يتعلق بالجانب التقني، عامل يتعلق بأجندات وسائل الإعلام في فترة الأزمات، عامل يتعلق بأهمية المواطن الصحفي في هذه الحالات، نستنتج بأن الفايس بوك في الظروف العادية قد يكون مصدرا مكملا لدى الشباب، ووسائل الإعلام هي الأساس، في حين في فترة الأزمات أو الانتخابات يتحول إلى مصدر رئيسي وتزيد ثقة الشباب فيه، مقارنة بوسائل الإعلام، حيث تقل الثقة فيها بسبب معالجتها المنحازة للازمات والانتخابات،

أما الشباب الذين يعتمدون أكثر على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات مقارنة بشبكة الفايس بوك في فترة الأزمات، والانتخابات يبررون ذلك بالمعايير المهنية التي تخضع لها وسائل الإعلام مقارنة بشبكة الفايس بوك فبالرغم من النقائص التي تميز هذه الوسائل إلا أن الشباب يطمئن لها ويثق فيها، كما أنهم يخشون من الفبركة التي تحدث للصور والفيديوهات في الفايس بوك، ويفضلون التعامل مع وسائل إعلام ينشط فيها إعلاميون حقيقيون تكونوا من أجل ذلك، ويظهر من خلال الخطابات أن هذه الفئة من المستخدمين هم الأقل استخداما للفايس بوك والأكثر تعليما وسنا.

- توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي والأكثر تعليما هم الفئة التي ترى بأن الفايس بوك لن يقلل من اعتماده على وسائل الإعلام كمصدر للأخبار، وذلك لعدة أسباب تتعلق أولا بمضمون الفايس بوك بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية؛ حيث أن الفايس بوك يعد أقل مصداقية وثقة، ويتمثل العامل الثاني في كون البعض منهم في الأصل لا يستخدم الفايس بوك بكثافة، كما أنهم يرون بأنه سيأتي اليوم الذي سيمل فيه الناس من الفايس بوك.

- نتائج متعلقة بمحور رأي الشباب في الفايس بوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية في الجزائر

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 50 % يؤيدون أن يكون الفايس بوك فضاء لنقاش القضايا السياسية ولكن بتحفظ، في حين نسبة 30% يرفضون تماما أن الفايس بوك يمكن أن يكون وسيلة ناجعة لنقاش القضايا السياسية، في حين نسبة 20% يؤيدون فكرة أن الفايس بوك يكون ناجعا في مناقشة القضايا السياسية

ومن خلال عرض مختلف الخطابات حول نجاعة الفايس بوك في أن يكون مجالا عاما للنقاش نستنتج بأن الصورة السائدة في خطابات المبحوثين هي نظرة متذبذبة بين السلبية والتحفظ أي أن الشباب لم يستطع تحديد موقفه النهائي من الموضوع، وهذا قد يعود إلى تعدد الخطابات الأكاديمية والإعلامية والاجتماعية التي رافقت ظهور الفايس بوك والسياقات الثقافية والاجتماعية والسياسية التي يعيشها الشباب في الجزائر

النتائج العامة للدراسة

- بالنسبة لتقييم الشباب لمناقشة القضايا السياسية في الجزائر فقد توصلت الدراسة إلى أن كل أفراد العينة ذكروا الجوانب السلبية للنقاشات حيث أجمعوا على تقييمها سلبيا وأهم ما ذكروه من سلبيات ما يلي: لا تعتمد على النقاش البناء، ولا تقدم حلولا، وذات مستوى متدني ظهرت بنسبة 100%، أي في 50 خطابا، ثم تليها مضيعة للوقت بـ 40 خطابا، ثم تتمحور حول المصالح الشخصية والقضايا الثانوية بـ 32 خطابا، وتؤدي إلى التعصب والفتن بمعدل 29 خطابا.

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 70 %، يرون بأنه من الضروري أن يخفي المناقشون للقضايا السياسية هويتهم بسبب أن الشباب لا يثق بدرجة كبيرة في حرية التعبير المطلقة الموجودة في شبكة الفايس بوك وهو ما يفسر أننا عندما قمنا بالكشف على تمثلاتهم للفايس بوك ظهرت حرية التعبير عن الرأي ضمن عناصر النظام المحيطي وليست في النواة المركزية، كما نلاحظ أنهم خصصوا بعض القضايا بعينها والتي يجب أن لا تناقش بهوية مكشوفة خاصة منها ما يتعلق بالأمن والجيش والنظام اعتقادا منهم بأن الفايس بوك مراقب وقد يتعرض المنقاشون لهذه القضايا إلى السجن، والملاحقات القضائية والمضايقات، وتعتبر فئة الشباب الجامعي من فئة السن الثانية والثالثة هي الفئة المؤيدة لهذا الطرح، ويرجع ذلك لأن هذه الفئة هي الأكثر استخداما للعقل وعدم التحمس عكس فئة الشباب الأولى وغير الجامعية التي تكون أكثر انفعالية وإيمانا بالحرية وبالتكنولوجيا، في حين صرحت نسبة 30 % بأنه ليس من الضرورة إخفاء المناقشين للقضايا السياسية هوياتهم، ومن الملاحظ أن النسبة الأكبر من المبحوثين يميلون إلى التستر عن الهوية.

- خلصت الدراسة إلى أن نسبة 48% يرون بأن تأثير الفايس بوك في تشكيل الرأي العام محدود، في حين نسبة 32 % يرون بأن تأثير الفايس بوك في تشكيل الرأي العام يكون حسب الظروف، أما 10مبحوثين بنسبة 20 % فيرون بأن تأثير الفايس بوك في تشكيل الرأي العام هو تأثير قوي، وتمثل نسبة الذين ينظرون إلى أن الفايس بوك يؤثر بشكل محدود في تشكيل الرأي العام النسبة الأكبر، لعدة أسباب هو أنه بالنسبة للكثيرين وسيلة ترفيه، كما أنه غير موثوق وهو مجال للفضفضة فقط، كما يظهر الفايس بوك من خلال هذه الخطابات أنه عنصر مساعد لتشكيل الرأي العام فمهمته التعريف بالقضية وإبداء الرأي حولها، لكن لا يحدث استجابة في الواقع وتفسر هذه الخطابات ظهور تشكيل الرأي العام ضمن عناصر النظام المحيطي في المستوى الثالث، وتظهر هذه الخطابات عند فئة الشباب الجامعي والدراسات العليا، أكثر من الشباب غير الجامعي ويفسر ذلك بأن الشباب الجامعي والدراسات العليا له نظرة واعية ومتوازنة عن شبكة الفايس بوك ويعي قيمتها الحقيقية ومستوى تأثيرها بوضعها في سياقها الواقعي.

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة 72 % يرون بأن الاحتجاجات عبر شبكة الفايس بوك لا تؤثر في تشكيل الرأي العام، في حين 14 مبحوثا بنسبة 28 % يرون بأن الاحتجاجات عبر الفايس بوك تؤثر في تشكيل رأي عام أي أن النسبة الأكبر ترى بأن الاحتجاجات غير مؤثرة عبر الفايس بوك، ويفسر هذا الرأي أيضا ظهور الاحتجاج ضمن

عناصر النظام المحيطي لتمثلات الشباب لشبكة الفايس بوك وفي المستوى الثالث والمرتبة الأخيرة، وهذا يعني أن الشباب غير متحمس لفكرة الاحتجاج عبر الفايس بوك نتيجة لطبيعة الوسيلة في حد ذاتها والتي تطرح مشكلة مجهولية المصدر في كثير من الأحيان، بالإضافة إلى طبيعة الشباب في الجزائر؛ حيث لا يهتم كثيرا بالقضايا الوطنية وإن اهتم بها فذلك بهدف الاطلاع فقط وليس لدرجة المشاركة، وهذا يعود إلى عدم انتهاج سياسات تشرك الشباب في اتخاذ القرارات والمساهمة برأيه ومطالبه بعين الاعتبار، بالإضافة إلى ثقته التامة في أن الشباب نفسه الذي يحتج فايسبوكيا يتهرب في الواقع من الاحتجاج، وتضم هذه الفئة فئة الشباب من الفئة العمرية الثانية والثالثة وفئة الجامعيين والدراسات العليا.

- أغلبية الشباب وبمعدل 40 خطابا بنسبة **80**%، يرون بأن تاثير الفايس بوك في الواقع غير موجود وأن كل القضايا تبقى حبيسة الفايس بوك في حين ظهر في 10 خطابات وبنسبة **20**% أن الفايس بوك يؤثر في الواقع. لعدة أسباب منها أن المستخدمين للفايس بوك في أغلب الأحيان يكتفون بالحديث عبر الفايس بوك دون التنفيذ في الواقع، بل بالعكس أصبح الفايس بوك يمتص غضبهم بدلا من التعبير في الواقع، وهو ما نفسره من خلال تمثلات الشباب للفايس بوك على أنه فضفضة وتعبير عن الذات؛ أي أن الفايس بوك هو مجال لتفريغ الشحنة والغضب، فعندما يجد المستخدم من يقاسمه نفس هذه المشاعر يتحمس في لحظتها للتعبير والالتزام بالتجنيد في الواقع، وتعتبر فئة الشباب الجامعي والدراسات العليا هي الفئة التي تميل إلى هذا الطرح وذلك ناتج عن اتجاهاتهم نحو المشاركة في الواقع؛ حيث نجدهم أقل تجندا في الواقع ومن ثم فنظرتهم إلى الفايس بوك أنه غير مؤثر.

- **نتائج تتعلق بمحور تملك الشباب للفايس بوك كوسيلة لإنتاج المضامين وتشكيل الرأي العام**

- توصلت الدراسة إلى أن 62 % من الشباب لا يهتمون بالتعبير عن رأيهم في القضايا السياسية، في حين 19 شابا بنسبة 38 % يعبرون على رأيهم على شبكة الفايس بوك، ويظهر من خلال خطابات الشباب أن 31 شابا من العينة لا يفضلون التعبير عن آرائهم في القضايا السياسية وذلك لعدة عوامل حاولنا تحديدها فيما يلي: عامل عدم الاهتمام بالسياسة، عامل يتعلق بعدم الجدوى من التعبير، عامل يتعلق بالخوف من عواقب التعبير أكثر الذين يعبرون عن أرائهم هم من التنظيمات الطلابية والمنتمين إلى الأحزاب.

– توصلت الدراسة إلى أن 20 % من الشباب يتفاعلون بشكل نشط مع القضايا السياسية على شبكة الفايس بوك، و16 شابا بنسبة 32 % يتفاعلون معها بشكل سطحي، و24 شابا بنسبة 48 % لا يتفاعلون معها نهائيا، ويعود تفاعل الشباب مع القضايا السياسية بشكل نشط لأسباب تتعلق بتمثلات هذه الفئة للسياسة من جهة ومن جهة أخرى إلى اهتماماتهم السياسية؛ حيث أن أغلبية الشباب منتمين إلى أحزاب سياسية وتنظيمات طلابية وهم من فئة الذكور، ويتضح من خلال خطاباتهم أنهم متأثرين بهذه التوجهات والانتماءات مما يجعلهم نشطين في التفاعل مع القضايا السياسية على الفايس بوك، أما من يتعاملون معها بشكل سطحي فهذه الفئة من الشباب تكتفي بتعاملها مع المواضيع السياسية بالإعجاب فقط، وهذا يرجع إلى عدة عوامل منها عدم اهتمامهم

الكبير بالسياسة، مما يجعلهم يتفاعلون أحيانا مع العناوين فقط، لكن هناك من ينتمي إلى هذه الفئة لكن تهمه السياسة كمعرفة وتثقيف وليس كنشاط، فهم يتعاملون مع هذه المواضيع كما يتعاملون مع الأخبار أو البرامج السياسية في وسائل الإعلام كمتلقين فقط وأغلبية هذه الفئة ذات المستوى العلمي دراسات عليا، والأكبر سنا والمعروف على الأكثر تعليما في الجزائر انسحابهم من الجانب السياسي وهو أيضا ما يتوافق ورأيهم في الفايس بوك كفضاء لمناقشة القضايا السياسية.

– توصلت الدراسة إلى أن نسبة **20** % من الشباب منضمين إلى مجموعات سياسية وصفحات ومتفاعلين معها، في حين 28 فردا بنسبة **56** % منضمين لكن غير متفاعلين، أما 12 عضوا بنسبة **25** % فغير منضمين، وتعتبر فئة المنضمين إلى المجموعات السياسية والصفحات والمتفاعلين معها من الذين هم أصلا مهتمين بالسياسة، ولهم نشاط سياسي أو طلابي؛ حيث يهتمون بالمجموعات ذات الطابع السياسي والصفحات التي تهتم بالسياسة من جهة وصفحات الأحزاب من جهة أخرى أي أن للميول السياسي والاستخدام المكثف

للفايس بوك، وتصورات الشباب حول الفايس بوك والسياسة والسن والمستوى التعليمي والجنس دور في تملك الشباب للفايس بوك في المجال السياسي ومساهمته بشكل ايجابي في إنتاج المضامين بهدف التأثير وتشكيل رأي عام، والواضح من مختلف الخطابات أن الأكثر اهتماما بالسياسة والذين لهم انتماءات حزبية أو سياسية هم من يتفاعلون مع هذا النوع من المجموعات والصفحات.

خاتمة

خاتمة

إن دراسة علاقة شبكة الفايس بوك بتشكيل الرأي العام في الجزائر لدى الشباب الجزائري من منظور مقاربة التمثلات الاجتماعية والاستخدام الاجتماعي وبتبني أدوات كيفية تبرز العديد من ملامح هذه العلاقة والتي نوضحها في ما يلي:

- إن تمثلات الشباب لشبكة الفايس بوك تظهر بأنها تنحصر بالأساس في المجال اللهوي والاتصالي؛ أي أن الشباب يرى في الفايس بوك وسيلة للترفيه والتواصل الاجتماعي بعيدا عن المجال السياسي أو مناقشة القضايا السياسية وتشكيل الرأي العام وهو ما يؤثر في إدماجهم له في إنتاج المضامين وتشكيل الرأي العام، كما أن نظرتهم له متوازنة وعقلانية بعيدة عن الانبهار بقدرته الكبيرة في تشكيل الرأي العام.
- يختلف استخدام الشباب لشبكة الفايس بوك وفقا للمتغيرات السوسيوديمغرافية، ويظهر الشباب بعض التغييرات في عادات وأنماط التعامل مع شبكة الفايس بوك ترتبط بالخصائص الوظيفية التقنية للفايس بوك من جهة وتمثلاته له من جهة أخرى.
- ظهور ثلاث خطابات تعبر عن مكانة الفايس بوك مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية وهي: الفايس بوك كمصدر رئيسي للمعلومات، الفايس بوك كمنافس لوسائل الإعلام التقليدية، والفايس بوك كمصدر مكمل، ويظهر أنه رغم الإغراءات التي يتميز بها الفايس بوك كمصدر للمعلومات، ورغم كثرة استخدامه إلا أن ذلك لم يمنع أغلبية الشباب من التمسك بوسائل الإعلام التقليدية واعتبارها مصدرا رئيسيا للمعلومات حول القضايا السياسية في الظروف العادية، ماعدا في فترة الأزمات والانتخابات فيتحول الفايس بوك إلى مصدر رئيسي بسبب عدم ثقة الشباب في وسائل الإعلام حيث يرونها منحازة ولا تقول الحقيقة خاصة بالنسبة لوسائل الإعلام العمومية أما وسائل الإعلام الخاصة فهي بالنسبة لهم تشبه الفايس بوك في نشر الإشاعات وعدم المصداقية.
- ظهرت ثلاث ملامح لخطابات الشباب حول الفايس بوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية فهناك من يؤيد بتحفظ أن يكون فضاء ناجعا لذلك، وهناك من يرفض بأن يكون كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية، وخطاب آخر وبنسبة قليلة يؤيد ذلك بشكل مطلق، وفي نفس الوقت قيم الشباب الجزائري النقاشات السياسية عبر شبكة الفايس بوك بالسلبية في الجزائر، وتمثل نسبة الذين ينظرون إلى أن الفايس بوك يؤثر بشكل محدود في تشكيل الرأي العام النسبة الأكبر لعدة أسباب أهمها أنه بالنسبة للكثيرين وسيلة ترفيه، كما أنه غير موثوق وهو مجال للفضفضة فقط، كما يظهر الفايس بوك من خلال هذه الخطابات أنه عنصر مساعد لتشكيل الرأي العام فمهمته التعريف بالقضية وإبداء الرأي حولها، لكن لا يحدث استجابة في الواقع وهذا يدل على تأثر رأي وسلوك الشباب بتمثلاته للفايس بوك التي تنحصر في الجانب اللهوي،

والفضفضة وتؤكد ظهور عنصر تشكيل الرأي العام ضمن عناصر النظام المحيطي للتمثل وتظهر هذه الخطابات خاصة عند فئة الشباب الجامعي والدراسات العليا

- يقتصر تملك الشباب للفايس بوك كوسيلة لإنتاج المضامين السياسية بهدف تشكيل الرأي العام على الفئة النشطة في الأصل سياسيا في الواقع فقط؛ حيث نجدها أنها هي الأكثر تفاعلا في هذا المجال على شبكة الفايس بوك؛ أي أن للميول السياسي والاستخدام المكثف للفايس بوك، وتصورات الشباب حول الفايس بوك والسياسة والسن والمستوى التعليمي والجنس دور في تحديد تملك الشباب للفايس بوك في المجال السياسي ومساهمته بشكل ايجابي في إنتاج المضامين بهدف التأثير في تشكيل رأي عام.

ونستنتج بأن لتمثلات الشباب للفايس بوك والمعاني التي يضفيها عليه دور في تحديد العلاقة بين الفايس بوك وتشكيل الرأي العام في الجزائر حول القضايا السياسية، كما أن للعديد من العوامل الأخرى كالنظام السياسي والوضع الاجتماعي، والاقتصادي دور في عزوف الشباب عن متابعة القضايا السياسية والاهتمام بها سواء في الواقع أو في الجانب الافتراضي، فالفايس بوك يشكل فقط مجالا للتعبير عن السخط والتذمر، ولا يؤسس بالنسبة لهم مجالا لنقاش القضايا السياسية بشكل يساهم في تشكيل الرأي العام وتظهر هذه النظرة عند الأكثر سنا وتعليما إناثا وذكورا.

ومن خلال هذه الدراسة نفتح مجالا لضرورة زيادة البحث في هذا الموضوع ومواضيع أخرى تتعلق بالشبكات الاجتماعية الالكترونية، بتبني مقاربات تأخذ بعين الاعتبار السياق التاريخي والسياسي والاجتماعي والثقافي للشباب وتأثيره في تعامل الشباب مع التكنولوجية بعيدا عن العلاقة الصرفة بين التقنية والفرد التي تسقط الباحث في فخ الحتميات، والأحكام الجاهزة والمنمطة والمقولبة، كما أنه من الضروري تبني العديد من المناهج في هذه الدراسات خاصة الكيفية منها لتفسير هذه العلاقة أفضل واستنباط مختلف خطابات الشباب حول هذه التكنولوجيا مما يساعدنا على التفسير والتنبؤ بدرجة إدماجها في مختلف المجالات لدى الشباب.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

الكتب :

1- إبراهيم قندلجي عامر: **الإعلام والمعلومات والانترنت**، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.

2- أبو العطا مجدي محمد: **الدليل العلمي لاستخدام الانترنت**، كمبيوساينس العربية لعلوم الحاسب، القاهرة، 1997.

3- أبو القاسم سعد الله: **الحركة الوطنية الجزائرية 1900-1930**، دار الغرب، ط4، بيروت، 1996

4- احدادن زهير: **الصحافة المكتوبة في الجزائر**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1991

5- احدادن زهير: **تطور الصحافة الجزائرية**، ديوان المطبوعات الجزائرية، 1995.

6- احدادن زهير: **مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر، دس.

7- إدريس بوبكر:**تطور المؤسسات الدستورية في الجزائر منذ الاستقلال**، الجزء الثاني، ط2، د م ج، 2005.

8- إمام إبراهيم: **أصول الإعلام الإسلامي وتطبيقاته**، دار الفكر العربي، القاهرة، دس.

9- بدر أحمد: **الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة**، دار قباء للطباعة والتوزيع، القاهرة، 1998.

10- بسيوني إبراهيم حمادة: **دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام**، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2008

11- بن مرسلي أحمد: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005

12- بن النعمان أحمد : **نفسية الشعب الجزائري**، دار الأمة ، الجزائر ، 1997

13- بهجت كشك محمد: **العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1998.

14- بو الشعير السعيد: **النظام السياسي في الجزائر**، دار الهدى ، الجزائر، دس.

15- بوعلي نصير وآخرون: **قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام**، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة، الجزائر، 2009

16- بيرت ن . آدمز و ر . أ. سيدى : **فصول في النظريات المعاصرة في علم الاجتماع**، ترجمة مصطفى خلف عبد الجواد، د.ن، القاهرة، .2008.

17- التهامي مختار: **الرأي العام والحرب النفسية**، دار الفكر، القاهرة، 1974.

18- تواتي نور الدين: **الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر**، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2008.

19- توفلر ألفين، **تحول السلطة**، ترجمة لبنى الريدي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1996

20- جوديس بيلي أولجا ، كاميرتس بارت،نيكوكاربنتير: **فهم الإعلام البديل**، ترجمة علا محمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة،2009.

21- حجاب منير: **أساسيات الرأي العام**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.

22- حجازي عزت: **الشباب العربي والمشكلات التي يواجهها** ، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، جوان .1978

23- حسني عامر فتحي: **وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايس بوك**، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.

24- حسين الزعبي الوادي محمود: **أساليب البحث العلمي مدخل منهجي تطبيقي**، المنهل، 2011.

25- الحمامي الصادق: **الميديا الجديدة الابستيمولوجيا والإشكاليات والسياقات**، سلسلة البحوث الجامعية، المنشورات الجامعية بمنوبة، تونس،2010.

26- خالد المسفري عمر: **الاتصال الجماهيري والإعلام الأمني**، دار أسامة للنشر، ط1، الأردن، 2013

27- خورشيد مراد كمال: **مدخل إلى الرأي العام**، دار الميسرة، الأردن، 2011.

28- درويش اللبان شريف: **تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2000

29- دليو فضيل: **الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة،2003 .

30- دليو فضيل: **تاريخ الصحافة الجزائرية المكتوبة 1830-2013**، دار هومة الجزائر، 2014 .

31- رحومة محمد علي: **علم الاجتماع الآلي**، عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2008

32- رضا هاني، رامز محمد عمار:**الرأي العام والإعلام والدعاية**، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ، ط1، لبنان، دس.

33- سراج سعيد: **الرأي العام ومقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة**، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1986.

34- سلامة علي جمال: **الرأي العام بين الكلمة والمعتقد**، دار النهضة العربية، ط1، القاهرة، 2010.

35- سليم البرصان أحمد: **علم السياسة المفاهيم والأسس الدولة السلوك السياسي السياسة الدولية**، دار زهران للنشر، دس

36- السنوسي ثريا: **تكنولوجيا الاتصال ومسألة الاستعمالات– المقاربة النظرية والتغلغل الاجتماعي**، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2016

37- شطاح محمد: **الإعلام التلفزيوني، نشرات الأخبار المحتوى والجمهور**، دار الكتاب الحديث، عنابة،2007.

38- شفيق حسنين: **نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد**، دار فكر وفن، القاهرة، 2014

39- شومان محمد :**تحليل الخطاب الإعلامي، أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، الدار المصرية اللبنانية، ط1، مصر، 2007،

40- الصادق رابح :**فضاءات رقمية –قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات**، دار النهضة العربية، لبنان، 2013

41- الصاوي محمد محمد حسن عبد الباسط: **أصول البحث الاجتماعي**، مكتبة وهبة، مصر، 1982

42- عبد الجبار حسين: **اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009

43- عبد الحميد محمد: **الاتصال والإعلام على شبكة الانترنيت**، عالم الكتب، ط1، القاهرة،2007

44- عبد الحميد محمد: **المدونات والإعلام البديل**، عالم الكتب، القاهرة، 2009

45- عبد الرحمان المشافية بسام: **الإعلام الأمني**، دار أسامة، ط1، عمان الأردن، 2012

46- عبد العزيز شرف: **الجغرافيا الصحفية وتاريخ الصحافة العربية**، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2004

47- عبد القادر حاتم محمد : **الرأي العام وتأثيره الإعلام والدعاية**، المجلد2،مكتبة لبنان، بيروت، 1983

48- عبديش صونيه : **الشباب الجزائري والفايس بوك بين فرصة الاستخدام ومعضلة الإدمان**، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2016

49- عدلي العبد عاطف ، نهى عاطف عدلي العبد: **الرأي العام والفضائيات– دراسة في ترتيب الأولويات**، دار الفكر العربي، القاهرة،2007.

50- عدلي العبد عاطف: **الرأي العام وطرق قياسه الجوانب والأسس المنهجية النماذج التطبيقية والتدريبات العملية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006

51- عدلي العبد عاطف: **نظريات الإعلام والرأي العام**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002

52- عدلي العبد عاطف، **الرأي العام وطرق قياسه**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2005

53- علاوي جبار: **الاتصال السياسي**، دار أمجد للطباعة، القاهرة، 2015.

54- الغنام عبد العزيز: **مدخل في علم الصحافة**، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، 1977

55- فياض عامر: **الرأي العام وحقوق الإنسان**، دار زهران، الأردن، 2002

56- قزادري حياة: **الصحافة والسياسة والثقافة السياسية والممارسة الإعلامية في الجزائر**، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

57- مجاهد جمال: **الرأي العام وقياسه**، دار المعرفة، القاهرة، 2004

58- مجموعة من الباحثين: **المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي**، سلسلة نحو مجتمع المعرفة، إصدار39، مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2012

59- محمد الجبور سناء: **الإعلام والرأي العام العربي والعالمي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010

60- محمد حاتم: **الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية**، مكتبة سنان، بيروت، 1973

61- محمد حسين سمير: **الإعلام ولاتصال بالجماهير والرأي العام**، عالم الكتب، القاهرة، 1984

62- محمد حسين سمير: **الرأي العام –الأسس النظرية والبحوث المنهجية**، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 1997

63- محمد مبارك: **البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته**، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996

64- محمود سعيد شريف: **الفايس بوك**، دار البراء لنشر وتوزيع الكتب، القاهرة، 2011

65- المصري محمد: **المجتمع الإسلامي**، درا الكتاب العربي، دس.

66- مصطفى المصطفى حمزة: **المجال العام الافتراضي في الثورة السورية، الخصائص، الاتجاهات، وآليات صنع الرأي العام**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2011

67- مصطفى صادق عباس: **الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل والتطبيقات**، دار الشروق للنشر والطباعة، القاهرة، 2008

68- نبيل على: **تحديات عصر المعلومات**، مكتبة الأسرة، الأعمال العلمية، القاهرة، 2003،

69- وجلال عبد الله وزملاؤه: **القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دار** الهدى، الجزائر.دس.

70- يماني العوض سعيد:**أسس العلاقات العامة للأخصائي الاجتماعي**، دار المهندس للطباعة، القاهرة، 2007

- المعاجم والقواميس:

1- إبراهيم مصطفى الزيات وآخرون: **المعجم الوسيط ،مجمع اللغة العربية** ، دار الدعوة، دس.

2- ابن منظور: **لسان العرب**، مجلد 14، دار صادر، ط1، بيروت،1990

3- صليبا جميل: **المعجم الفلسفي**، ج 1 ، الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، دس

4- مختار عبد الحميد أحمد وآخرون: **معجم اللغة العربية المعاصرة**، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2008

5- المنجد في اللغة، دار المشرق، بيروت،1973

6- نور الدين عصام: محجم نور الدين: **الوسيط عربي- عربي**، دار الكتب العلمية، 2005

- الرسائل الجامعية:

- رسائل الدكتوراه

1- بركات نوال :**انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين**، دكتوراه، علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015 -2016.

2- بلحاجي وهيبة: **الصحافة الخاصة والشروط القانونية الاقتصادية لحريتها بعد 1999 دراسة مسحية لعينة من الصحفيين**، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013

3- بوخنوفة عبد الوهاب: **المدرسة التلميذ والمعلم، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال –التمثل والاستخدامات**، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007

4- ثنيو فاطمة الزهراء: **البعد المحلي في الصحافة الجزائرية دراسة في مضمون جريدتي الخبر والشروق اليومي**، دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010 -2011، ص 138

5- جاد المولى حافظ محمد: **تأثر الإعلام البديل على تداول المعلومات في مصر – دراسة تحليلية ميدانية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، 2012.

6- رمضان عبد المجيد: **توجهات السياسة الإعلامية في الجزائر في ضوء الإصلاحات السياسية**، دكتوراه علوم سياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة باتنة1، 2015-2016.

7- صدوق عبد القادر: **أثر الرأي العام في توجيه القضاء الجزائي**، دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2012-2013

8- العزب شيماء حسين،:**مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية**، رسالة دكتوراه غير منشورة ،كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة حلوان، 2014.

9- عبدلي أحمد: **الانترنت والتغيير الثقافي لدى الشباب الجزائري**،رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، السنة الجامعية 2009/2008

10- عبديش صونية:**استخدام طلبة جامعة الجزائر لشبكة الفايس بوك**، رسالة دكتوراه ،كلية الإعلام، جامعة الجزائر،2014

11- عيساني رحيمة: **الآثار الاجتماعية والثقافية للعولمة الإعلامية على جمهور الفضائيات الأجنبية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الجزائر، جامعة منتوري قسنطينة، 2004

12- غروبة دليلة: **دور الصحافة المستقلة في ترسيخ الديمقراطية في الجزائر**، دكتوراه في علو الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار عنابة، 2010.

13- لعبان عزيز : **علاقة الإدمان على المشاهدة التلفزيونية ببناء الأفراد للحقائق الاجتماعية – اختبار فرضية التثقيف على عينة من الطلبة الجامعيين والثانويين بالجزائر العاصمة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر،2007-2008

14- محمد حسن رفاعي أحمد: **العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس،2014 .

15- معيزي أمال: **التشريع الإعلامي الحديث في الجزائر وأثره على الممارسة المهنية للصحفيين دراسة مسحية وصفية للنصوص التشريعية ومواقف الصحفيين من قوانين الإعلام 1982-1990-2012** ، رسالة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال ،كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، 2014-2015 .

16- محمد أسعد عمرو: **العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية دراسة علي موقعي الـ يوتيوب Youtube والفيسبوك،Face book** ،رسالة دكتوراه غير منشورة ،كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011

17- محمد عبد الرحمن حسانين أسامة:**دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة،** معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس، القاهرة، 2014

18- مراح سعيد: **أثر متابعة البرامج السياسية وتشكيلها للوعي السياسي بالقنوات الجزائرية الخاصة، دراسة وصفية تحليلية لعينة من الطلبة الجامعيين– جمهور قناة النهار** ، دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، 2016-2017

– رسائل ماجستير

19- بلعاليا يمينة: **الصحافة الالكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل،** ماجستير علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية وعلوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006

20- بلعمري رمضان: **القطاع السمعي البصري في الجزائر، إشكالات الانفتاح** ، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، الجزائر 3، 2012

21- حمودي وهيبة: **أانعكاسات الخطاب الرئاسي لعبد العزيز بوتفليقة على الممارسة الإعلامية في الجزائر صحافة مكتوبة وقطاع التلفزة – دراسة تحليلية وصفية لمضمون خطابات الرئيس من 1999/04/27 إلى 2001/01/21** ، ماجستير، علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2002-2003

22- رزاق لحسن: **الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة– دراسة في تحليل محتوى صحيفتي الخبر والشروق اليومي،** ماجستير علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009

23- شاوي ليليا: **دور الإذاعة المحلية في ترسيخ الهوية الثقافية– إذاعة سكيكدة نمودجا،** رسالة ماجستير،كلية العلوم السياسية وعلوم الإعلام والاتصال،جامعة الجزائر،2008-2009

24- عبدلي أحمد: **مستخدمو الانترنت،** مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة والإعلام ، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، 2002-2003.

25- قيدوم حسيبة: **الانترنت واستخداماته في الجزائر،** كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر،2001.

– المجلات والدوريات

1- أبو دوح خالد: **مفهوم المجال العام** ، الأبعاد النظرية والتطبيقات،مجلة المستقبل، العدد 15، 2011

قامة المراجع

2- بلحاجي وهيبة:**البيئة القانونية لحرية الصحافة في الجزائر بعد 1999**، الصحافة الخاصة كنموذج للدراسة مجلة المفكر، العدد 9، ماي 2013

3- امقران عبد الرزاق: **كلمات تصنع عنف الشباب دراسة حول العنف اللفظي في المجتمع الجزائري**، المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، 2013 ،المجلد 3 ، الجزء الأول، 2013

4- بخيت السيد: **أدوار مستخدمي المواقع الالكترونية في صناعة المضامين الإعلامية دراسة في المفاهيم وبيئة العمل**، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد التاسع، العدد 2 ، ديسمبر 2009

5- بخوش صبيحة : **تطور السياسة الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية 1990-2015**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 23 مارس 2016

6- بعزيز براهيم: **دور وسائل الإعلام الاجتماعي في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن**، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، دس.

7- بن شديد بن محمد الهماش متعب:**الرأي العام الالكتروني**: مجلة الأمن والحياة، العدد3-4، رمضان ، 1428

8- بن بوزة صالح: **السياسة الإعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسات 1979-1990**، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، الجزائر، 1996

9- بن مفرج الزهراني يحيي: **تحديات الأمن المعلوماتي في الشبكات الاجتماعية الالكترونية في المملكة العربية السعودية من منظور قانوني**، المجلة العربية الدولية للمعلوماتية، المجلد الثاني، العدد الثالث،2013

10- بوجمعة رضوان: **هوية الصحفي من خلال الخطابات والمواثيق الرسمية من 1962 إلى 1998**، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 17، الجزائر، جوان 1998

11- بوحنية عبد القوي:**وسائل التواصل الحديثة والديمقراطية التشاركية**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 3، 2013

12- بوخنوفة عبد الوهاب: **الأطفال والتكنولوجيا التمثل والاستخدامات** ، الإذاعات العربية، العدد 7 ، 2007

13- بيميمون كلثوم: **السياقات الثقافية الموجهة للهوية الرقمية في ضوء تحديات المجتمع الشبكي من التداول الافتراضي إلى الممارسة الواقعية**، مجلة إضافات، العددان 33-34، شتاء- ربيع 2017

14- جلول الجموعي أحمد, مومن بكوش: **التصورات الاجتماعية مدخل نظري**، مجلة البحوث الاجتماعية، العدد السادس، جامعة الوادي، أفريل 2014

قامة المراجع

15- جميل الراوي بشرى جميل الراوي: **دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير**، مجلة الباحث الإعلامي، العدد،18 ، 2012،

16- حامد مصطفى خالد: **المسؤولية الجنائية لناشري الخدمات التقنية ومقدميها عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي** ، مجلة رؤى إستراتيجية، مارس 2013،

17- حجازى إسلام ، **الثقافة الافتراضية وتحولات المجال العام السياسي فى مصر – ظاهرة الفيس بوك فى مصر نموذجاً**، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية،القاهرة، 2009

18- حلاوة تلا ،: **صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية**، سلسلة بحوث وسياسات إعلامية، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت،2015

19- حلمي خضر ساري: **تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية في المجتمع القطري**، مجلة جامعة دمشق، المجلد ،24 العدد الأول والثاني،2008

20- رحماني نعيمة زينب دهيمي: **الانترنت العالم الافتراضي والعنف الرمزي**، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد11 سبتمبر، 2014

21- رضوان أحمد فاروق: **اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 39، كلية الإعلام جامعة القاهرة، يناير . مارس 2013

22- الزرن جمال: **الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته**، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات الإعلامية، 27 مارس، 2017

23- سيساوي فضيلة: **قراءة في المقاربات النظرية المفسرة لاستخدام وامتلاك التكنولوجية**، مجلة العلوم الإنسانية، العدد36 ، جامعة قسنطينة، ديسمبر 2011

24- الشبل مروة: **تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام الالكترونية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الثورة المصرية**، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد 8، خريف 2012

25- شومان محمد: **إعلام المواطن اتجاهات مستقبلية، كراسات صحفية وإعلامية**، معهد الأهرام الإقليمي للصحافة، السنة الأولى، العدد الأول، يناير 2012

26- شومان محمد: **تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية– الدراسات المصرية نموذجا**، المجلة العلمية بكلية الآداب ، جامعة المنيا، أفريل 2004

27- عابد الجابري محمد: **العولمة وهاجس الهوية في الغرب والعولمة والهوية بين عالمين**، مجلة فكر ونقد، العدد22 ، 2010

28- عبد الصادق عادل: **الفضاء الالكتروني والرأي العام تغير المجتمع والأدوات والتأثير**، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، سلسلة قضايا إستراتيجية، العدد الأول، مارس 2011

29- عبد الله عامر: **الفايس بوك وعالم التكنولوجيا**، مجلة العلوم والتكنولوجيا، عدد14، جامعة البتراء، الأردن،2007

30- عقل نشوة: العلاقة **بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تفاعلهم مع الآخرين ومع وسائل الإعلام التقليدية**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 10، العدد2، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 2010

31- العلوي رشيد: **الفضاء العمومي من هبرماس إلى نانسي فريزر**، مجلة دلتا نون ، العدد الثاني، نوفمبر، 2014

32- علي إبراهيم الفلاحي حسين: **أهمية صحافة الانترنت في تكوين الرأي العام**، مجلة الأنبار للعلوم الإنسانية، العدد الأول، مارس 2012

33- علي حسن عبد العزيز: **العلاقة بين الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب**، دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية المصرية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43، العدد 1، الأردن، 2016

34- العياضي نصر الدين: **برامج تلفزيون الواقع وإرهاصات التحول في بنية الفضاء العمومي في الجزائر**، منشور في كتاب الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2017

35- العياضي نصر الدين: **صورة االمعارضة الجزائرية في الإعلام الرسمي الواقع والتمثلات**، دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، 21 مايو 2015

36- العياضي نصر الدين:**دراسات في البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري**، مجلة المستقبل العربي، العدد 450، مركز دراسات الوحدة العربية، اغسطس2016

37- العياضي نصر الدين:**وسائط جديدة وإشكاليات قديمة–التفكير في أدوات التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية** ، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 22، 2012

38- عيساني رحيمة: **الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي بيئات جديدة للتواصل الاجتماعي**، مجلة إذاعة وتلفزيون الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 90، جوان 2012

39- عيساني رحيمة: **دراسة بين الإعلام الجديد والتقليدي أكثر من وصف**، مجلة إذاعة وتلفزيون الخليج، جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج، العدد 93، أفريل 2013

40- الفلاحي حسين علي إبراهيم: **أهمية صحافة الانترنت في تكوين الرأي العام**، مجلة الأنبار للعلوم الإنسانية، العدد الأول، مارس 2012

41- فهمي نجوى: **تويتر بين نشر الأخبار وتسهيل الحوار**، دورية إعلام الشرق الأوسط ، العدد 8 ،خريف 2012

42- قادري حسين مختار جلولي:**معالجة الصحافة الجزائرية الخاصة للازمات الداخلية، أزمة غرداية نموذجا**، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 16، جوان 2016

43- القطاطفة محمود: **علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين الفايسبوك نموذجا**، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية ،2011

44- قيراط محمد: **حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر**، مجلة دمشق، المجلد 19 العدد(3+4) 2003

45- لعقاب فاتح: **صحافة القطاع المكتوب الخاص في الجزائر 1990-2009**، مجلة دراسات اجتماعية ، العدد 7 ، جانفي 2011

46- مصطفى خالد حامد: **المسؤولية الجنائية لناشري الخدمات التقنية ومقدميها عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي** ، مجلة رؤى إستراتيجية، مارس 2013

47- الهماش متعب بن شديد بن محمد: **الرأي العام الالكتروني**: مجلة الأمن والحياة، العدد3-4، رمضان، 1428

48- همال فاطمة: **إنفصامية حقيقة الاسم والهوية للشباب الجزائري**، مؤسسة دراسات وأبحاث مؤمنون بلا حدود 8 أوت 2016

49- وهايبية فتيحة: **الصحافة المكتوبة في الجزائر قراءة تاريخية**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد، 16، 2014

50- يحيي بن مفرج الزهراني: **تحديات الأمن المعلوماتي في الشبكات الاجتماعية الالكترونية في المملكة العربية السعودية من منظور قانوني**، المجلة العربية الدولية للمعلوماتية، المجلد الثاني، العدد الثالث، 2013

– ملتقيات وندوات

1- ارزقي عبد النور: **الاتصال في الأسرة الجزائرية،** ملتقى وطني حول الاتصال، ،كلية العلوم الاجتماعية، جامعة سعد دحلب البليدة، 8-9 جوان 2008

2- أبو النصر مدحت: **مفهوم وأهداف وخصائص شبكات التواصل الاجتماعي ورصد الايجابيات والسلبيات،** مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام المجلد الأول، مطابع الجامعة الإسلامية السعودية، 22-23 نوفمبر 2016

3- بوخنوفة عبد الوهاب: **شباب الأحياء الشعبية في الجزائر والانترنت محاولة اقتراب التمثل والاستخدامات،**كتاب حول الملتقى الدولي الشباب والاتصال و الميديا، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 14-15-أ16-أفريل، 2010

4- بوعجيمي جمال ، بلقاسم بروان، **الصحافة الالكترونية في الجزائر واقع وآفاق،** مؤتمر صحافة الانترنت، الشارقة،22-23 نوفمبر 2005

5- بومعيزة السعيد:**المحلي والعالمي في الممارسة الاتصالية لدى الشباب الجزائري،**كتاب حول الملتقى الدولي الشباب والاتصال و الميديا ، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 14-15-16-أفريل 2010

6- التريكي معز: **تمثلات واستعمالات الطلبة لتكنولوجيا المعلومات المدونات نموذجا،** كتاب حول الملتقى الدولي الشباب والاتصال و الميديا ، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 14-15-أ16-أفريل 2010

7- الحمامي الصادق:**مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي،** ملتقى شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة عالمية متغيرة دروس من العالم العربي، ر د م ك، تونس، 2015

8-صادق عادل:إعلام الجديد وبروز الفاعلين الجدد في المجال العامحالة استخدام الحملات الالكترونية،ورقة مقدمة لـ مؤتمر الإعلام والتعبئة والحكومية في مصر ، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بالأهرام . 5-6\يوليو 2010

9- عبد الواجد أمين رضا: **حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت،** مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض،2009

10- العلاونة حاتم سليم: **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على الحراك الجماهيري,** ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان ثقافة التغيير،كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا عمان الأردن تشرين الثاني 2012

11- العياضي نصر الدين: **دراسة مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية بين الابستيمولوجيا والايدولوجيا**، ملتقى شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة عالمية متغيرة دروس من العالم العربي، ر د م ك، تونس، 2015

12- لعياضي نصر الدين: **الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية** ،ورقة مقدمة لأشغال مؤتمر ، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، جامعة البحرين ،7-9 أفريل 2009

13- الهماش متعب بن شديد بن محمد: **تشكيل الرأي العام الالكتروني**،مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، الرياض ، 15-17 /3/ 2009

14- اليحياوي يحيي:**حدود الإعلام في ظل ثورة الشبكات الرقمية**، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود الرياض، 15-17 /3/ 2009

- مقالات الكترونية

1- بنهلال محمد: **الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية ، تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية**، مركز الدراسات والأبحاث في العلوم الاجتماعية، متاح على
www.cerss-ma.org/cerss/2014-01-24-00-38-16/articals

2- بوحنية عبد القوي: **الإعلام ودمقرطة المسار السياسي: مع الإشارة إلى وسائل التواصل الاجتماعي وواقع الثورات العربي**، متاح على
http://www.bouhania.com/news.php?action=view&id=91

3- الصادق رابح: **الانترنيت كفضاء مستحدث لتشكل الذات** . البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.www.arabmediastudies.org

4- عبد الصادق عادل:**استخدام الشبكات الاجتماعية بين الأمن والحرية**، ملف الأهرام الاستراتيجي، مقال متاح على:http//digital.ahram.org.eg articals.aspx2serial=8588387=9723

5- زكي وليد رشاد : **رأس المال الاجتماعي بين السياق الواقعي والافتراضي**، مجلة الديمقراطية، منشورات مؤسسة الأهرام، عدد يوليو 2010، متاح على
http¨// digital Ahram.org.eg/articles.aspx ? Serial=96285§eid=897
5/12/2013

6- حجية قاقاو: **الفضاء العمومي الالكتروني والتعبئة السياسية الذكية**، مجلة العلوم السياسة والقانون ، العدد الثاني، مارس 2017 متاح على .http. //www.google.dz/amp/democraticac De/%3fp=44392amp=

7- علاء ناجي: **دور الأسرة في صناعة التعصب لدى الأبناء ،شبكة النبأ المعلوماتية،** m.annabaa.org/Arabic/studies /11386 2017/06/12

8- اللبان شريف درويش: **حريات منفلتة ومخاطر داهمة، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن القومي المصري**، مقال نشر على موقع المركز العربي للبحوث والدراسات بتاريخ 18 أفريل 2016 متاح على: .www.acrseg.org/40123

9- مجاهدي مصطفى: **الشباب الجزائري والتعبئة السياسية عبر فضاءات الحوار الافتراضي في ظل موجة الاحتجاجات** ، إنسانيات/ 55-56 -2012 متاح على

موقع,12/02/2015 consulte le http// insaniyat.revues.org /13572

- مقالات على موقع فايس بوك

1- **بوكروح نور الدين : شغب على رأس الدولة**، 10 أوت 2017 متاح https//m.fadebook.com>Noureddine Boukrouh

- الجريدة الرسمية

1- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، **قانون الإعلام ، 1982** ، المؤرخ في 06 فيفري 1982

2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 10 فيفري 1989 مرسوم 92-44، يتضمن إعلان حالة الطوارئ.

3- قانون عضوي رقم 12-05 مؤرخ في 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 2، الصادر بتاريخ 15 يناير 2012.

4- اقانون 14-04 مؤرخ في 24 فبراير يتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، الصادر بتاريخ 23 مارس 2014

- التقارير بالعربية

1- تقرير الإعلام الاجتماعي العربي: **واقع الإعلام الاجتماعي في العالم العربي عامان بعد الحراك الشعبي**، كلية دبي للإدارة الحكومية، مايو 2013،2014

- المراجع باللغة الأجنبية

- الكتب

1- Abric J. c, **Pratiques Sociales et représentations**, PUF, Paris, 1994

2- Addi houari, **l'Algérie et la démocratie pouvoir et crise, politique, contemporaine**, la découverte, France, 1994
3- Alba Jason, Jesses stay, **Iam on facebook now what**? ,1th edition, California happy about, 2008
4- Balague Christine, David Fayon, **Facebook, Twitter et les autres... intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie d'entreprise**, Pearson, Paris, 2010
5- Blanc.N.et autres, **Le concept de représentation en psychologie**, in presse, Paris, 2006
6- Blanchet, A**, Dire et faire l'entretien**, Armand colin, Paris, 1991
7- Brahimi Brahim**,Le pouvoir la presse et les intellectuels en Algérie**, Edition le Harmattan , France,1990
8- Breton .P, Proulx .S, **L'explosion de la communication a L'aube du XXIe Siècle**, La découverte, Paris, France, 2002
9- Breton Philippe. **le culte de l'Internet une menace pour le lien social**. La découverte. Paris. 2000.
10- Capucine cousin, **tout sur le web 2.0et 3.0**, Dunod, paris,2010
11- Castells Manuel**, La galaxie internet**, Fayard, Paris, 2002
12- de Certeau Michel, **l invention du quotidien –Art de faire**, Gallimard, Paris, 1990
13- DELCROIX Éric et Alban MARTIN, **Facebook: on s'ytrouve**!, Pearson Editions, Paris, 2008
14- Dominique Gany, **Nouveaux Media –Mode d'emploi,** Edi. pro, Belgique, 2009
15- Dacheux Eric**, L'espace public**, CNRS, Paris, 2008
16- Duponthieux Mireille**,La Représentation,** ED Hachette supérieur, 2001
17- Ficher Gustave Nicolas, **Les Concepts Fondamentaux de la psychologie sociale**, edition3, Paris, 2005
18- Flichy Patrice, L'innovation **technique récents développement en science sociales vers une nouvelle théorie de l'innovation**, la découverte, Paris, 1995
19- Gilles Ferréol, **Dictionnaire de sociologie**, edition2, Armand Colin, Paris, 1995
20- Guénot Frédérique, **Travailler efficacement avec réseaux sociaux**, Study rama Vocatis, France.
21- Habermas. Jurgahn, **L'espace public,** Payot, Paris, 2006
22- Jarvis Jef, **tout nu sur le web plaidoyer pour une transparence maitrisée**, Pearson Edition, France,2011
23- Jaure guberry, Proulx. S, **Usage et enjeux de la technologies de communication**, RES ,Toulouse, Paris, 2011

24- Jodelet Denis ,**Représentation sociales-phénomène concept et théorie**, in psychologie sociale, Paris, Puf, Le psychologue, 1997
25- Jodelet . D, **les représentations sociales** ,Puf, Paris, 1989
26- Judith. Donath, **identity and deception in the virtual community**, Rouildge, London, 1998
27- kelseytodd.**Social Networking space from facebook to twitter and everything**, APRASS New York, 2010
28- Kirkpatrick David, **The Facebook Effect- The inside Story of The Company That is Connecting the world-**, New York, Simon and Shuster Hardcover ,USA, 2010
29- Lassarre Dominique, Psychologie sociale et économie, Armand Colin, Paris, 1995
30- Loukouman Amidou, **Marketing des réseaux sociaux –utiliser efficacement les media sociaux pour promouvoir votre activité**, MA Edition, France, 2012.
31- Maigret Eric, **sociologie de la communication et des medias** , Armand Colin, Paris, 2014.
32- Moliner Pascale, **Les représentations sociales**, PUF, Paris, 1996
33- Moscovici Serge, **Introduction a la psychologie sociale**, librairie Larousse, Paris, 1972
34- Moscovici .S, **La psychanalyse son image et son public**, Puf, PARIS, 1976
35- Mostefaoui Belkacem, Khelilabdelmoumene**, La mission de service public Audiovisuel** en **Algérie**, Panos, Paris, 2012
36- Normier Bernard, **Analyser Les avis sur internet et les Réseaux sociaux pour valoriser votre notoriété-sentiment Analysis et opinion Mining-**, Vitrac éditeur, France, 2014
37- Pierre Levy, **Cyberculture**, Odile Jacob, Paris, 1997
38- Quivy, R,Van ,Compenhoudt, L**, Manuel de recherche en sciences sociales**, Dunod, Paris, 1995
39- Rissoan Romain, **Réseaux sociaux comprendre et maitriser ces nouveaux outils de communication**, 3 Edition ,EMI, France,2012
40- Seca Jean Marie**, les représentations sociales**, Armand colin, Paris, 2002.
41- Tokar Alexander, **Metaphors of the web 2.0 with especial emphasis on social networks and Folksonomies**, Peter Lang, Germany, 2009
42- Wolton Dominique**, l'espace public**, cahiers français, N° 218, Mai - Juin 1997
43- wolton-Dominique. **Internet et après ?, une théorie critique des nouveaux medias**, Flammarion, France.1999

- **المعاجم والقواميس**

1- Danesi Marcel, **dictionary of media and communications**, M.E Sharpe, New York, 2009
2- Moscovici. s, **les Représentations Sociales in le grands dictionnaire de psychologie**, Larousse, 1992

- **الرسائل الجامعية**

1- Bèche Emmanuel**, Usage de l'ordinateur chez les élèves dans deux lycées de Cameroun-Esquisse- dune approche de l'appropriation des TIC**, Thèse de Doctorat, Université de Liège, Belgique, 2012-2013.
2- Chu,Shu-chuan**, Determinants of Consumer Engagement in electronic World of mouth in social networking Sites**, PHD, Dissertation Austin The University of Texas .2009
3- Millerand Florence, **l'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires vers l'émergence dune culture numérique**, thèse de doctorat université de Québec, 2003
4- Mogos and Seea Alina , **Réalité sociale médiatisée, Représentation sociales des Roumains dans la presse écrite Française,** Thèse de doctorat en science de l'information et de la communication, Université Paris8,2008-2009

- **المجلات والدوريات**

1- . Arkich Madelein ,Le**s objets technique et leurs utilisateur de la conception à l'action**, Revue Raison pratique, N4, 1993,
2- Baudrit Alain, **L'entretien collectif avec des enfants ,Spirale** revue de recherches en éducation, volume13, N1,1994
3- Besi S .j and K .Ruegar .B. S**, Analyzing the representation of internet political participation**, Political Behavior, Vol27, N 2,2015
4- Boullier .D, **Du bon usage dune critique de la modèle diffusionniste discussion prétexte des concepts d'Evert .Rogers,** Réseaux 36, 1989
5- Boyd Danah, Nicole B. Ellison**, Social network sites; Definition , history and scholar ship**, Journal of computer mediated communication, vol (13), issue (1), 2010

6- -Bresilion Thierre**, Presse écrite Algérienne intermède libéral**, Revue Media pouvoirs, N26, 1992
7- Chambat Pierre, **Usage des TIC évolution problématique**, technologie de l'information et société ,6(3), 1994
8- Charnigo Laurie, Paula Barnett, **checking out facebook.com**, information technology and libraries,vol26, n01, 2007
9- Dahlberg, Lincoln ,**The internet and Democratic: Discourse Exploring the prospects of online deliberative forms extending the public sphere**, information communication and society , Vol 4, Issue 4 ,2001

10- flichy Patrice, **internet un outil de la démocratie**, la vie des idées, 14 janvier208, Issn 2105-3030 URL http//www.lavie des idees.fr/internet-un-outil-de la-democratie.html
11- Garnham Nicholas, **The Media and the public Sphere, Craig Chalhoun, Habermas and Public Sphere**,Cambridge .MIT.Press,1992

12- Gustafssan Nits, **The Subtile Nature of facebook politics, Swedish social network site user and political participation,** New media and Society, 14 (7), 2012, p 1111
13- Hermida Alfred, **Twittering The news the emergence of ambient journalism** , Journalism Practice,Vol4(3
14- Jauréguiberry Francis, **Le moi, le soi et Internet,** Sociologie et sociétés, vol. 32, n° 2, 2000[on line]refe de 2005 ,disponible sur *http://id.erudit.org/iderudit/001364ar*
15- John B.Thompson**: transformation de la visibilité**, réseaux n. 100, 2000
16- Jouet .J**. Retour critique sur la sociologie des usages**, Réseaux, N100, 2000

17- Jouet. J**, Pratiques de la communication et figures de la médiation,** Réseaux, N160, 1993
18- McKee Alan, **The Public Sphere: an introduction,** Cambridge University Press,2004
19- Moises Naim, **The YouTube affect How a Technology for teenagers aforce for political and economic change,** Foreign policy,N15, January,Feb. 2007
20- Moulai Haj Mourad, **Espace public et participation politique en Afrique le cas de l'Algérie**, Afrique et développement, vol,XXVe,N o.1, 2011

21- Papacharissi Zizi, **the virtual sphere, the internet as a public sphere**, new media and society, vol 4, no1, 2002

22- Tanner Eliza, **Chilean Conversation : Internet Forum participants Debate,** Journal of Communication, Vol.51 Issue 25, Summer 2010

23– Thierry Leterre , **espace public et enjeux de connaissance** ,cahier sens public,2008/3n7-8, disponible http//www .cairn.info/revue-cahier-sens-public-2008-3-page-203.htm

– الندوات باللغة الأجنبية

1- Proulx Serge ,**Usages des technologies d'information et de communication : reconsidérer le champ d'étude**?, Congres National des science de l'information et de la communication, Unesco, Paris, 10-13 Janvier 2001

– التقارير

2- Fadi Salem, **the Arab social media report, social media and the internet of things, towards data –drivenpolicymaking in the Arab world** ,vol7,dubai MBR school of government,2017

3- Piette Jacques et autres **Les Jeunes et Internet Représentation, usages, et appropriations Rapport final de synthèse international octobre 2003»** [on-line]ref de 2005 disponible sur URL ww.clem.org/recherhe/jeunes_internet/ji_international.rtf

4- Giroux D, S. Proulx, S. Souissi, **Les transformations dans les manières de s'informer au Québec 2011-2016**, centre d'étude sur les medias, février, 2017

5- .Pons C-M, J. Piette L.Giroux et F Millerand, les Jeunes Québécois et internet représentation, utilisation, appropriation, ministère de la cultures et des communications gouvernement du Québec, http// www.mcc.gouv.qc.ca/pubrog/drodepli/faitssaillants.htm.

6- Arab social media, **transforming education in the Arab world , Breaking Barriers in the age of social Learning,** 5 th edition , Dubai school of Government , June 2013

7- Arab social media Report,**citizen engagement and public services in the Arab world- the potential of social media,**6 the edition, Dubai school of Government, June 2014

– المواقع الالكترونية

1- Millerand. F, Usage des NTIC ,Les approches de la diffusion de l'innovation et de l'appropriation) 1er et 2e et 3e partie) ,COMMposite,1999,http// composite.org

2- Maness, Jack M:**Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries -Webology**, Vol. 3, No. 2 June 2006 http://www.webology.ir/2006/v3n2/a25.html12 /02/2009, 20.00
3- -O'Reilly, Tim: **What Is Web 2.0 : Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software** 2005 , http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html, 12 /02/2009
4- Pippa Norris , **Will New technology boost turnout? Evaluating experiments in e-voting .v. all- postal voting facilities in UK local election**, faculty research working papers series, Harvard university ,2003,p2 online at , http// web.hks .Harvard, edu/publications/workingpapper, publd = 1573
5- http://www.internet.Worldstats.com/Fliker/.htm

6- http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/Algeria/community/political/
7- http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/Algeria/society/ politics/
8- http://www.internet.Worldstats.com/Google +/.htm
9- http://www.socialbackers.com/statistics/linkedin-

10- http://www.internet.Worldstats.com/twitter.htm12/12/2016,
11- http://www.socialbackers.com/statistics/twitter 5/09/2012
12- http://www.webopedia.com/term/v/ virtual-identity htm

13- United states Securities and exchange commission, Facebook, Inc, sec.gov, 23 avril 2012, en ligne : <http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1326801/000119312512175673/d287954ds1a.htm, consulté le 18 - Décembre 2012
14- http:/ www.socialbakers.com/facebook-statistics,12/06/2013
15- http://www.internet.Worldstats.com /facebook-statistics/htm,
16- Facebook, Comment fonctionne le fil d'actualité ?, facebook.com, 2013, en ligne : <http://frca.facebook.com/help/327131014036297/> (consulté le 7 janvier 2013
17- Facebook.com,12 dec,2012 en ligne http// developers facebook.com/Policy/

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الحاج لخضر- باتنة 1-

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

دليل استمارة مقابلة نصف موجهة

الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر

– دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايس بوك–

أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالبة **إشراف الأستاذ الدكتور**

بضياف سوهيلة **أ.د. جمال بن زروق**

الاسم:.....

السن:....

المستوى التعليمي:.....

نشاط جمعوي أو سياسي أو طلابي:.....

المحور الأول: تمثلات الشباب الجزائري للفايس بوك

1- ما الذي يمثله لكم الفايس بوك

2- ما هو تعريفك الخاص له

3- ما هي ايجابيات وسلبيات الفايس بوك بالنسبة لكم؟

4- عبر عن علاقتك الحالية بالفايس بوك ومكانته بالنسبة لك

المحور الثاني: استخدامات الشباب للفايس بوك

5- هل يمكن أن تروي لي تاريخ علاقتك بشبكة الفايسبوك(كيف اكتشفته، من دلك عليه ومن الذي شجعك على استخدامه وكيف تعلمت استخدامه)؟

6- هل تستطيع أن تصف لي يومك على الفايس بوك(من حيث وقت الاستخدام، الزمن الذي تقضيه والوسيط الذي تستخدمه، ودرجة تحكمك فيه) ؟

7- هل تستخدم اسمك الحقيقي أو المستعار على شبكة الفايس بوك ولماذا؟

8- ما هي الموضوعات التي تهتم بها على شبكة الفايس بوك ؟

المحور الثالث: مكانة شبكة الفايس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية لدى الشباب الجزائري

9- ما رأيك في الفايس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية في الجزائر؟

10- ما هي مكانة الفايس بوك بالنسبة لكم كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية؟

11- ما هي مصادر الأخبار الأفضل لديكم من حيث الاعتماد في فترة الانتخابات والأزمات بين وسائل الإعلام التقليدية وشبكة الفايس بوك؟

12- في رأيك هل سيؤثر الفايس بوك كمصدر للمعلومات على اعتمادك على وسائل الإعلام التقليدية مستقبلا؟

المحور الرابع: رأي الشباب في شبكة الفايس بوك كفضاء عام لمناقشة القضايا السياسية بالجزائر

13- هل تعتقد أن الفايس بوك يمكن أن يشكل فضاء عاما ناجحا لنقاش القضايا السياسية (إذا كان نعم لماذا ، إذا كان لا لماذا)

14- باعتبارك مستخدم للفايس بوك كيف تقيم النقاشات المتداولة عبر الفايس بوك في القضايا السياسية في الجزائر

15- في رأيك هل من الضروري إخفاء المناقشين لهويتهم على الفايس بوك عند مناقشتهم لبعض القضايا الحساسة (إذا كان لا لماذا، وإذا كان نعم ما هي نوعية هذه القضايا)

16- هل ترى أن الفايس بوك له تأثير قوي في تشكيل الرأي العام إذا كان نعم(لماذا، وهل يمكن أن يكون له هذا الدور في الجزائر وفي أي نوع من القضايا)، إذا كان لا لماذا؟

17- في رأيك هل الاحتجاجات عبر الفايس بوك يمكن أن يكون لها تأثير، ما هو هذا التأثير هل تملك أمثلة سابقة عن ذلك ؟

18- هناك من يرى بأن الفايس بوك قلل من التفاعل الفعلي الواقعي مع القضايا وبقي حبيس الفايس بوك ما هو تعليقك على ذلك؟

المحور الخامس: تملك الشباب للفايس بوك كأداة لإنتاج المضامين والتأثير في الرأي العام

19- هل تعبر عن رأيك على حسابك الخاص في قضايا الشأن العام السياسية (إذا كان لا لماذا، إذا كان نعم ما هدفك من ذلك(الفضفضة والتنفيس،التأثير في غيرك،التعبير عن رأيك لا غير،السخرية والتهكم....) ، و غالبا المشاركات التي تعبر بها عن رأيك هل هي من إنتاجك أو من وسائل الإعلام أو مواقع التواصل الاجتماعي؟

20- كيف تتفاعل مع المنشورات التي لها علاقة بالقضايا السياسية؟

21- هل أنت منظم إلى صفحة ذات طابع سياسي(إذا نعم لماذا إذا لا لماذا)؟

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الحاج لخضر- باتنة 1-

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

دليل المقابلة الجماعية (مجموعة النقاش)

الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر

– دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايس بوك–

أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالبة **إشراف الأستاذ الدكتور**

بضياف سوهيلة **أ.د. جمال بن زروق**

مقدمة النقاش

- شكر أعضاء مجموعة النقاش على قبولهم المشاركة في النقاش
- تقديم المشاركين والتعريف بهم
- شرح مواضيع النقاش والهدف من النقاش
- شرح كيفية سير النقاش

المحور الأول: الفايس بوك كوسيلة إعلام

1- هل تعتبرون الفايس بوك وسيلة إعلامية ؟

2- هناك من يقول أن الفايس بوك من أهم الوسائل في الحصول على المعلومات في فترة الأزمات والأحداث الخاصة ، ما رأيكم في ذلك؟

3- هناك من يرى بأن الفايس بوك سيأتي اليوم الذي يلغي فيه وسائل الإعلام التقليدية ويحل محلها كمصدر للمعلومات ما رأيكم في ذلك؟

المحور الثاني: الفايس بوك كفضاء عام لمناقشة القضايا السياسية

4- هناك من يقول أن الفايس بوك أحسن وسيلة لنقاش القضايا السياسية ما رأيكم في ذلك؟

5- كيف ترون النقاشات في القضايا السياسية عبر الفايس بوك في الجزائر؟

6- ما رأيكم في القول بأن الفايس بوك يؤثر بشكل قوي في تشكيل الرأي العام لدرجة أنه يستطيع أن يؤدي إلى التغيير السياسي؟

المحور الثالث: تملك لشبكة الفايس بوك في المجال السياسي وتشكيل الرأي العام

7- ما رأيكم في التعبير عن رأيكم في القضايا السياسية عبر الفايس بوك؟

8- ما رأيكم في الصفحات والمجموعات السياسية والانضمام إليها عبر الفايس بوك هل يمكن أن تكون فعالة في تشكيل الرأي العام؟

9- في رأيكم هل للاحتجاجات عبر الفايس بوك دور في تشكيل الرأي العام؟

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الحاج لخضر- باتنة 1-

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

دليل توجيهات الشبكة الترابطية

الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر

– دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايس بوك–

أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالبة

بضياف سوهيلة

إشراف الأستاذ الدكتور

أ.د. جمال بن زروق

- شكر المشاركين على قبولهم المشاركة
- شرح الهدف من مشاركتهم
- شرح طريقة الإجابة

توجيهات الشبكة الترابطية

أرجو أن تجيبوا على هذه الأسئلة كتابيا على الورقة المخصصة لذلك أمامكم

- إليكم الكلمة المكتوبة وسط الورقة (الفايس بوك)، أرجو منكم كتابة أي كلمة أو عبارة تتبادر إلى ذهنكم عند قراءة الكلمة بكل حرية، مع إعطاء لكل كلمة أو عبارة رقما وفقا لتبادرها إلى ذهنكم
- فكروا مرة ثانية وأضيفوا كلمات أخرى إن كانت لديكم كلمات أو عبارات أخرى
- أعيدوا النظر إلى الكلمات والعبارات ورتبوها وفقا لأهميتها بإعطاء رقم 1 للكلمة التي ترون أنها الأهم، ثم رقم 2 للتي تتأتي وراءها في الأهمية وهكذا إلى غاية آخر كلمة.