

الجمهورية الديمقراطية الشعبية الجزائرية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة وهران 2 محمد بن أحمد



كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستري في علم اجتماع الاتصال

الموضوع:

شبكات التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي

صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران أنموذجا

إشراف الأستاذ

د. مالك شليح توفيق

إعداد الطالبين

هونت أحمد

بن مسعود بوعبدالله

أعضاء لجنة المناقشة :

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة وهران 2	د/ شنافي فوزية
مشرفا ومقررا	جامعة وهران 2	د/ مالك شليح توفيق
عضوا مناقشا	جامعة وهران 2	د/ بولمحرث بلخير

السنة الجامعية: 2020-2021

كلمة شكر

نتقدم بخالص الشكر والإمتنان إلى كل من:

الأستاذ شليح توفيق الذي أشرف على تأطيرنا وتوجيهينا في إنجاز هذا العمل.
إلى كل الأساتذة المحترمين الذين قدموا لنا الدعم والمرافقة ونخص بالذكر

الأستاذ بولحراث بلخير

الأستاذة مريوة حفيظة

الأستاذة شنافي فوزية

كل الأساتذة الأفاضل بقسم علم الاجتماع بجامعة وهران 2 محمد بن أحمد
وخاصة الأساتذة الذين أشرفوا علينا خلال مسار الماستر ولم يبخلوا علينا رغم ظروف
الجائحة،

وشكر خاص من الطالب بن مسعود بوعبدالله الى الأستاذة المحترمة جميل نسيمة

على حرصها وتشجيعها له على مواصلة دراسته الجامعية.

وشكر خاص من الطالب هونت أحمد الى الأستاذ المحترم عباد أحمد أستاذ الترجمة الذي
حرص على مواصلة دراسته الجامعية.

إلى كل من كان له فضل علينا، أصدق آيات الشكر والعرفان لكم جميعا.

الإهداء

إلى روح الفقيه الأستاذ

الدكتور بن طرمول عبد العزيز رحمه الله برحمته الواسعة.

إلى كل روح إيجابية تسعى لنشر قيم الخير و العطاء وخدمة العلم والإنسانية.

ملخص الدراسة

الملخص باللغة العربية:

تتناول هذه الدراسة إشكالية شبكات التواصل الاجتماعي و الفضاء العمومي ، من أجل تسليط الضوء على جوانب التأثير التي تحدثه الميديا الجديدة على الفضاء العمومي ومحاولة التعرف على أهم التحولات التي طرأت عليه والبحث في كيفية تتمظهر الفضاء العمومي في الجزائر في ظل الميديا الجديدة، ودراسة تأثير شبكة الفاييس بوك باعتبارها من أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من طرف الجزائريين على تشكيل الفضاء العموم الافتراضي، و قدرتها على تأسيس فضاء عمومي بديل للفضاء العمومي التقليدي حسب نظرية المجال العام التي جاء بها الفيلسوف الألماني هابرماس،

و توجهت الدراسة الى محاولة إستكشاف موقع الفاييس بوك الصفحة الرسمية لولاية وهران كميدان للبحث و أنموذجا لفضاء عمومي افتراضي محلي ، و الذي يضم قرابة مائتي ألف (200000) مشترك و متابع للصفحة من مختلف الفئات ، ويتم فيه النقاش والتداول حول العديد من القضايا المجتمعية وتتفاعل فيه العديد من الفئات الاجتماعية مع أنشطة الولاية كمؤسسة سياسية تمثل السلطات العمومية على المستوى المحلي ، من أجل التعرف على مضمون التبادل وأشكال التفاعل وتحليل دوافع الاستخدامات ومختلف ممارسات مستخدمي شبكة الفاييس بوك والتي تتم داخل هذا الفضاء العمومي الافتراضي وتأثيرها على الرأي العام المحلي.

مقدمة:

ساهم اختراع آلة الطباعة على يد غونتربيرغ في القرن 15م في إحداث نقلة نوعية في طرق وأساليب الاتصال الإنساني حيث ساهم انتشار الكتاب في بزوغ عصر جديد عرف حركة علمية ونهضة عصرية أرخت لمرحلة هامة في تاريخ البشرية.

وأستمر الإنسان في تطوير وسائل اتصاله بوتيرة متسارعة حيث سجلت فترة نهاية القرن 20م وبداية القرن 21م طفرة غير مسبوقة في حياة الإنسان نتيجة لاختراع شبكة الأنترنت والانتشار الواسع لاستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وظهور ما سمي بالثورة الرقمية التي كرس تحولات جذرية عميقة في كافة مجالات الحياة و أثرت على عاداتنا وعلاقاتنا واستحدثت أشكالاً جديدة للحياة الاجتماعية ببلورة أنظمة تواصلية لم تعرفها المجتمعات البشرية من قبل حيث جعلت من العالم قرية كونية صغيرة حسب تعبير مارشال ماكلوهان، فلم يعد فيها للزمن والفضاء نفس المعنى الذي كان لهما في السابق، كما سهلت للأفراد وفتحت لهم المجال للاستفادة من الخدمات المتنوعة التي أصبحت متاحة بفضل الشبكة العنكبوتية وتطبيقاتها الهائلة التي أنتجت أفقاً جديدة للتواصل والتفاعل الافتراضي الذي تركز في الممارسات اليومية لمستخدمي شبكة الأنترنت وأدى إلى توسع نسيج الفضاء المعلوماتي وتحوله إلى أرضية رقمية لإنشاء فضاءات اتصال جديدة كالمدونات والمجموعات و منصات التواصل الاجتماعي المختلفة كالفيس بوك وغيرها من المواقع الرقمية الرائجة .

ونتيجة لهذا السياق الذي قمنا بذكره تأتي دراستنا هذه من أجل تسليط الضوء على جوانب التأثير التي تحدثه الميديا الجديدة على الفضاء العمومي ومحاولة التعرف على أهم التحولات التي طرأت عليه ولدراسة إشكالية كيف يتمظهر الفضاء العمومي في الجزائر في ظل الميديا الجديدة، وماهو تأثير شبكة الفاييس بوك باعتبارها من أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من طرف الجزائريين على تشكيل الفضاء العموم الافتراضي، وما مدى قدرة صفحات الفاييس بوك على تأسيس فضاء عمومي بديل للفضاء العمومي التقليدي بالمعنى الذي جاء به هابرماس،

تحاول هذه الدراسة استكشاف إمكانية أن يكون موقع التواصل الاجتماعي موقع الفاييس بوك الصفحة الرسمية لولاية وهران أنموذجاً لفضاء عمومي افتراضي محلي يضم قرابة مائتي ألف (200000) مشترك و متابع للصفحة من مختلف الفئات ، ويتم فيه النقاش والتداول حول العديد من القضايا المجتمعية وتتفاعل فيه العديد من الفئات الاجتماعية مع أنشطة الولاية كمؤسسة سياسية تمثل السلطات العمومية على المستوى المحلي ، من أجل التعرف على مضمون التبادل وأشكال التفاعل

وتحليل دوافع الاستخدامات ومختلف ممارسات مستخدمي شبكة الفاييس بوك والتي تتم داخل هذا الفضاء العمومي الافتراضي وتأثيرها على الرأي العام المحلي.

وقد شمل البحث على ثلاثة فصول حاولنا من خلالها استغلال المعطيات النظرية والتراكم المعرفي ثم استغلال الدراسة الميدانية باستعمال المنهج الكمي ودمج المقاربة النظرية في تفسير ما أنتجته الدراسة الميدانية والمعطيات الإحصائية التي تحصلنا عليها.

تطرقنا في بداية المذكرة الى الجانب المنهجي التأطيري للدراسة وتضمن الإشكالية الفرضيات تحديد المفاهيم , الدراسات السابقة , أسباب اختيار الموضوع , أهمية الدراسة وأهدافها , منهج الدراسة وأدوات البحث المستخدمة في جمع المعطيات , مجتمع الدراسة والعينة المختارة , الإطار الزمني والمكاني للدراسة وأهم الصعوبات التي تلقيناها خلال انجاز البحث .

وفي الفصل الأول تطرقنا إلى موضوع الاعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي كظاهرة اجتماعية وفق مقاربة علم الاجتماع الاتصال حيث اصبح لوسائل الاعلام الحديثة او ما سمي بالإعلام الرقمي او الميديا الجديدة و شبكات التواصل الاجتماعي مجال خصب من الطرح النظري و سعينا الى محاولة فهم علاقة متابعي صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران مع مواقع التواصل الاجتماعي و اهم استخداماتهم لموقع الفاييس بوك، وفق العينة التي كانت محل دراستنا باستغلال المعطيات الاحصائية التي تم تجميعها عبر أداة الاستمارة البحثية،

في الفصل الثاني عملنا على محاولة رصد وتحليل آراء ومواقف متابعي صفحة الفاييس الرسمية لولاية وهران حول الصفحة وما يتم تداوله فيها ومدى الاهتمام بمتابعتها، و درجة الثقة في المعلومات و الأخبار التي تنشرها، بالإضافة إلى أهم مجالات النشر التي تحظى باهتمام متابعي صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران وأشكال تفاعلهم مع الصفحة كوسيط مفترض بين المواطنين والدولة ,

وشمل الفصل الثالث موضوع الفضاء العمومي وعلاقته بالرأي العام وكيف يتمظهر من خلال متابعي صفحة الفاييس الرسمية لولاية وهران ومدى تأثيره في الرأي العام المحلي لولاية وهران.

في الاخير تم عرض اهم نتائج الدراسة وتقديم توصيات وخاتمة البحث مرفقة بقائمة ببليوغرافية لاهم المراجع التي اعتمدنا عليها بالإضافة الى الملاحق التي أستعنا بها في هذا البحث.

الإطار المنهجي للدراسة

- 1) الإشكالية
- 2) الفرضيات
- 3) تحديد مفاهيم الدراسة
- 4) أسباب اختيار الموضوع
- 5) أهمية الدراسة وأهدافها
- 6) الدراسات السابقة
- 7) منهج الدراسة
- 8) أدوات البحث المستعملة في الدراسة المتمثلة في الإستبيان
- 9) مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 10) تحليل المعطيات السوسيو مهنية للمبحوثين من خلال بيانهم العامة:
- 11) الإطار الزمني والمكاني للدراسة
- 12) صعوبات البحث

(1) الإشكالية:

سجلت فترة نهاية القرن 20م وبداية القرن 21م تطورات غير مسبوقة في أنماط الاتصال، وهذا نتيجة لاختراع شبكة الأنترنت والانتشار الواسع لاستخدام تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة، التي استحدثت أشكالاً جديدة للحياة الاجتماعية، و بلورة أنظمة تواصلية جعلت من العالم قرية كونية صغيرة، الأمر الذي فتح للأفراد و المجموعات المجال للاستفادة من الخدمات المتنوعة التي أصبحت متاحة بفضل هذه الشبكة العنكبوتية و تطبيقاتها، التي أنتجت أفاقاً جديدة للتواصل والتفاعل الافتراضي، خاصة في الممارسات اليومية لمستخدمي شبكة الأنترنت، مما أدى إلى توسع نسيج الفضاء المعلوماتي وتحويله الى فضاءات اتصالية رقمية جديدة، مثل المدونات والمجموعات ومنصات التواصل الاجتماعي المختلفة كالفيس بوك والتويتر وغيرها...

فرضت هذه التحولات في أشكال الاتصال الاجتماعي، وما حدث للبنى الاتصالية للمجتمع من حيث علاقة الأفراد بالمؤسسات السياسية، وخاصة الفضاء العمومي الذي يعتبر أحد أشكال الاندماج الاجتماعي في الحياة العمومية، نقاشاً واسعاً تناولته مختلف حقول المعرفة العلمية الاجتماعية بالبحث والدراسة.

وأدى ظهور ما سمي بالإعلام الجديد أو الميديا الجديدة إلى بروز نظام تواصلية جديد نتجت عنه تحولات في أشكال الفضاء العمومي وتجلياته وكيفية الولوج إليه وغيرت ممارسات العلاقات وأساليب مشاركة وتفاعل المواطنين فيه، كما ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على توجهات الرأي العام حيث عززت بشكل كبير مشاركة المواطنين واهتمامهم بالقضايا المجتمعية وتطوير علاقتهم بمجالهم العمومي، نظراً لما أتاحتها من سهولة كبيرة للولوج إليها واستخدامها والتفاعل والمشاركة في الحياة العامة.

هذا التطور الحاصل في شكل الفضاء العام الذي أصبح يوصف بالفضاء العام الافتراضي جعل جل المفكرين ينظرون إليه كأحد الأشكال الجديدة للفضاء العمومي التقليدي حسب نظرية المجال العام للفيلسوف الألماني يورغن هابرماس الذي يعتبر أهم رواد مدرسة فرانكفورت وهي النظرية التي سوف نعتمد عليها في المقاربة النظرية لموضوع بحثنا، الذي سيتمحور حول تأثير الميديا الجديدة وبالأخص شبكات التواصل الاجتماعي على الفضاء العمومي.

حيث قام هابرماس في كتابه التحول البنيوي للمجال العام الذي كتبه عام 1962 ببناء النظرية المعروفة بنظرية المجال العام الذي يعرفه بأنه "المساحة التجريدية التي يجتمع فيها مجموعة من الأفراد في الأماكن العامة لمناقشة القضايا العامة، التداول والنقاش المنطقي العقلاني، ويكون مفتوحاً لجميع

المواطنين و يساهم في تشكيل الرأي العام"، و يؤكد هابرماس على حق المشاركة بحرية في صنع القرار السياسي وتقييم و توجيه الأداء الحكومي لتحقيق المصالح العامة، و هو يرى من خلال هذه النظرية أن الفعل التواصلي هو المبدأ الرئيسي في المجال العام و أن كل المشاكل والنزاعات يتم حلها عبر دخول الأفراد في تفاعل إنساني عقلائي. (Marc Lits, 2014)P77-78.

وعلى ضوء ما سبق سوف نحاول من خلال هذه الدراسة السعي لاستكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي الفاييس بوك على الفضاء العمومي من خلال دراسة وصفية وتحليلية لصفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران كأنموذجا لفضاء عمومي افتراضي محلي يضم قرابة مائتي ألف (200000) مشترك و متابع للصفحة من مختلف الفئات و يتم فيه النقاش والتداول حول العديد من القضايا المجتمعية وتتفاعل فيه العديد من الفئات الاجتماعية وتنتج عنه خطابات وممارسات تناقش قضايا الشأن العام وتسعى للتعبير عن انشغالات الرأي العام المحلي وتعمل على النقد والتقييم الدوري للأداء التنموي للولاية كمؤسسة سياسية تمثل الدولة على مستوى الإقليم المحلي ولاية وهران ، حيث نطمح للإجابة العلمية عن إشكالية الدراسة التي انطلقت من التساؤل المحوري الآتي:

كيف تساهم صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران في التأثير على الفضاء العمومي المحلي؟
وتفرع عن هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية أهمها:

- ✓ كيف تساهم صفحة الفاييس بوك في التأثير على الرأي العام المحلي؟
- ✓ كيف يتمظهر الفضاء العمومي من مجال عام واقعي وفعلي الى مجال عام افتراضي؟
- ✓ وماهي أهم الخطابات المتداولة في الفاييس بوك وهل تعبر عن قضايا شأن عام أم عن قضايا خاصة؟

2) الفرضيات:

" من دعائم المعرفة العلمية البحث عن الأسباب الكامنة وراء حدوث الظاهرة لإيجاد أنظمة تفسيرية لها على هذا الأساس يبرر وجود الفرضية كإطار اقتراحي أولي لتفسير الظاهرة وإيجاد أسباب حدوثها" (سبعون و جرادي، 2012، ص 105).

في هذا الإطار يعتبر أنجرس " الفرضية بأنها إجابة مقترحة لسؤال البحث وهي عبارة عن تصريح يوضح في جملة أو أكثر علاقة قائمة بين حدين تتنبأ لما سنكتشفه في الواقع وهي وسيلة للتحقق الإمبريقي يتم من خلالها معرفة مدى مطابقة الافتراضات للواقع " (أنجرس، ترجمة صحراوي واخرون، 2004/1996)، ص 151).

وقد اقترحنا الربط بين متغيرين إثنيين، المتغير الأول هو شبكة التواصل الاجتماعي صفحة الفاييس بوك كمتغير مستقل، والمتغير الثاني هو الفضاء العمومي كمتغير تابع ودراسة تأثير المتغير الأول على المتغير الثاني، بغرض ضبط الأطر والجوانب المنهجية لموضوع الدراسة حيث قمنا بتحديد الفرضيات على النحو الآتي:

- **الفرضية الأولى:** تعد صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران فضاء عمومي افتراضي.
- **الفرضية الثانية:** الخطابات المتداولة في صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران تشكل أهم قضايا الرأي العام وتعبّر عن مختلف انشغالات متابعيها.
- **الفرضية الثالثة:** تؤثر صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران على الرأي العام المحلي.
- **الفرضية الرابعة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية ما بين الخصائص السوسيو مهنية لمتابعي صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران اتجاه الصفحة كفضاء عمومي افتراضي سواء من حيث الاستخدام أو التفاعل.

(3) تحديد مفاهيم الدراسة :

تعتبر عملية تحديد المفاهيم ضرورية في أي بحث علمي، حيث ان ضبطها لغويا واصطلاحيا يساعد على ضبط التصور الخاص بالبحث باعتبار أن كل دراسة تختلف عن الدراسات الأخرى حتى لو تداولت نفس المصطلحات، حيث ان دراستنا تتناول مجموعة من المفاهيم نقدمها على الشكل الآتي:

الفضاء العمومي، الفضاء العمومي الافتراضي، الرأي العام، الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، الفيس بوك، التأثير والاستخدام، صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران.

1.3- مفهوم الإعلام الجديد MEDIA NEW أو الاعلام الرقمي :

ويطلق عليه الإعلام الرقمي والإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي العي على خطوط الاتصال (onlineMedia)، الإعلام السيبراني Cyber Media الإعلام التشعبي (Hyper Media) والإعلام الجديد هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاث عناصر: الكمبيوتر، الشبكات والوسائط المتعددة، وتولد من التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والبت الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته.

2.3- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي :

استعمل هذا المصطلح ارتبط في بداياته بالصيد كنشاط حرفي واقتصادي، وهنا تظهر الشبكة (Réseau- filet) كأداة أساسية في العملية، ثم انزلق اللفظ من معاناه الحقيقي إلى الاستعارة من خلال

عالم الاجتماع الألماني جورج سيمل 1858-1919 (رغيس، اناس، 2019)، ص100) الذي استعمل مصطلح الشبكة الاجتماعية، التي تعتبر مجموعة من التفاعلات المتبادلة بين الأفراد والمجموعات.

3.3- موقع الفاييس بوك:

يعرف قاموس الإعلام والاتصال فاييس بوك على أنه: "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين، لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص، والترجمة الحرفية للكلمة هي "كتاب الوجوه" وهذه الترجمة تنقل روح المعنى من الإنجليزية إلى العربية على الرغم من أنه ليس كتابا للوجوه وإنما هو موقع على الشبكة الالكترونية سمي بـ "كتاب الوجوه" لأنه وجه المنتسب إليه على شبكة الأنترنت (فضل الله، أثر الفاييس بوك على المجتمع، 2010)، ص12).

فمصطلح "فاييس بوك" كما هو معروف يشير إلى دفترورقي يحمل صور ومعلومات الأفراد في جامعة معينة أو مجموعة من الجامعات، ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الكلية. فهو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا، وتديره شركة "فاييس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن المستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة، أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم ومشاركة كل اهتماماتهم. و"الفاييس بوك" هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة. كما يعتبر أحد مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت، ويمكن الدخول إليه مجانا ويتيح للمستخدمين القيام بإنشاء قاعدة لملاحمهم الشخصية والانضمام إلى شبكات اتصال مشتركة وعقد صداقة والاتصال مع مستخدمين آخرين والتفاعل معهم، ونشر الأحداث والتعليقات والتسجيل كمعجبين، وإضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم، وإرسال الرسائل إليهم، وتشارك الاهتمامات نفسها.

4.3- الاستخدام والتأثير والتفاعل :

1.4.3- الاستخدام :

عالجت نظرية الاستخدامات والاشباع تطور وسائل الإعلام تاريخيا باعتبارها مقاربة نظرية، حيث قدمت توصيفا هاما لعلاقة الجمهور بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، فتجاوز هذا التصور

النظري بأطروحاته المعروفة نظرية التأثير السحري لدى المتلقي إزاء الوسيلة الإعلامية والنظرة الانبهارية للجمهور إزاء وسائل الإعلام، كخلفية ومن الواضح أن مقارنة الاستخدام والاشباع الذي نعتمد عليهما في سياق دراستنا البحثية نظرية كمقاربة هامة في دراسة أثر وسائل الإعلام الحديثة (الميديا الجديدة) تطرح تصورات في غاية الأهمية خاصة من حيث دراسة دواعي استخدام الجمهور لوسيلة إعلامية معينة مقارنة بوسائل إعلام وأخرى متاحة ونشطة في الساحة الإعلامية.

فيتم استخدام وسائل منصات التواصل الاجتماعي لما تحققه هذه الأخيرة من إشباعات قد لا تتحها وسائل الإعلام كجمهور خاص بميزات وخصائص مختلفة قد لا نجدها لجمهور آخر فقد سعت نظرية الاستخدامات والاشباع إلى التركيز على المتلقي ودراسة سلوكياته اتجاه الوسيلة الاتصالية والإعلامية ودراسة علاقة الإشباع الذي تحققه الوسيلة بالإقبال عليها والتعرض لها بكثافة.

2.4.3- مفهوم التأثير:

➤ التأثير لغة:

" من أثر، أثرا، أثارة وأثرة الحديث أي نقله، فالحديث مأثور أي منقول قرن عن قرن، ومنه السيف المأثور أي القديم المتوارث وأثر فيه أي ترك فيه أثرا، واثثر منه وبه أي حصل فيه أثر منه فهو متأثر" (المنجد في اللغة والأعلام، 1988)، ص 3

ويرتكز مفهوم " الأثر " في سياق الدراسة على التبعات السلوكية الاتصالية للجمهور اتجاه الوسيلة الإعلامية من حيث الإقبال أو العزوف عن المشاهدة والاستماع أو التفاعل عبر الاستخدام المكثف للوسيلة الإعلامية أو تراجعها وغيابه ويمكن قياس هذا " الأثر " من خلال جملة من المتغيرات التي تم إدراجها في دليل الاستبيان الذي اعتمدنا عليه في الدراسة.

➤ التأثير إصطلاحا:

يعرف الأثر بأنه: " علاقة تفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الاعلام"، إذ أن جوهر هذه العلاقة لا يتمثل بالتأثير الحتمي و الخطي في سلوكيات واتجاهات المتلقي، وإنما يتفاعل مع هذه الرسائل انطلاقا من خصائصه ومكوناته النفسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية المختلفة، وهذا حسب الحاجات والرغبات التي تشبعها له هذه الرسائل. ففي الاطار العلمي لأثار وسائل الاعلام الجماهيرية عند المتلقين، تم تحديد مفهوم الاثر من طرف الباحثين على انه تغيير الاراء والإتجاهات وتعديل سلوكيات المتلقين، وهو يعني ذلك التغيير الذي يطرأ على سلوك مستقبل الرسالة الاعلامية، فقد تلت انتباهه ويدركها ويتعلم منها شيئا، أو أنه قد يغير من اتجاهه ويكون اتجاهها جديدا،

كما أنه قد يعدل من سلوكه القديم، أو أنه لا يولي أي اهتمام فالأثر إذا هو "نتيجة الاتصال وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء، فقد يكون الأثر نفسياً أو اجتماعياً... ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الاخبار والمعلومات والترفيه والاقناع وتحسين الصورة الذهنية... ونقصد بالأثر تلك العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية" (محمد حمدي الفاتح وآخرون، (2013)، ص 284).

5.3 - مفهوم الفضاء العمومي :

يعود ظهور مفهوم المجال العام (l'espace publique) الى كتابات المفكر والفيلسوف الألماني يورغن هابرماس Yourgen Habermas في ستينات القرن الماضي، في كتابه الشهير الفضاء العمومي، اركيولوجيا الدعاية باعتبارها، مكونا بنيويا للمجتمع البرجوازي، فدرس التغيرات الهيكلية وبنيوية هذا المجتمع، مستندا لمعطيات وخلفيات سوسيولوجية وتاريخية، حيث ظهرت خلال القرن 18 م في أوروبا الغربية في فرنسا، بريطانيا، ألمانيا، فضاءات عامة كمقاهي، صالونات، مكتبات، نوادي ثقافية وجمعيات فكرية .

و يرى "يورغن هابرماس" أن الفضاء العام هو المجال الواسطي بين الحياة الخاصة لكل فرد والدولة المالكة، والذي تشكل في إنجلترا، ألمانيا وفرنسا في نهاية القرن السابع عشر وبداية القرن الثامن عشر في القاعات، هذا الفضاء يمنح إمكانية للأفكار الخاصة أن تصبح عامة، وتشمل الفضاءات العامة: المقاهي، النوادي الأدبية، الصحف وغيرها، أين كان الأفراد يتبادلون فيها الرأي ويتناقشون حول مسائل تتعلق بالفن والأدب في مرحلة أولى، ثم في مسائل سياسية بعد الثورة الفرنسية. واتسم النقاش والحجاج في هذه الفضاءات بالتكافؤ والعقلانية. وعلى هذا النحو فإن النقاش العقلاني والحجاج النقدي يمثلان الوساطة التي يتشكل من خلالها الرأي العام باعتباره المعيار الذي يتفق حوله المتحاورون للحسم في مسائل تتعلق بالحياة العامة.

يعرف يورغن هابرماس الفضاء العمومي على أنه "فضاء للوساطة يقوم فيه الأفراد الخواص بالاستخدام العمومي للعقل بغية بناء توافق سياسي"، (لعياضي نصر الدين، (2014)، ص31) -اما مدرسة شيكاغو الممثلة ب richard Sennett " فتعتبر أن الفضاء العمومي هو ذلك المكان أين تجد الإشارات والرموز بتصرف الأفراد الذين يقومون بتأويلها من أجل بناء علاقات تبادلية بينهم" (عبد الله زين الحيدري، (2018)، ص11).

إجرائيا:

نقصد بالفضاء العمومي في دراستنا ذلك المجال الخاص بالحوار والمناقشة الذي يتبادل فيه الأفراد فيه آليات التواصل فيما بينهم .

6.3 - الفضاء العمومي الافتراضي.

الفضاء الافتراضي أو الفضاء السيبري وهو عالم مصطنع يتكون بعرض بيانات في فضاء مركب ثلاثي الأبعاد، يمكن للمستخدم التجول فيه من خلال إصدار أوامر للحاسوب ويفرض هذا العالم متغيرات

ويعرفه يونج انه نمط اتصال متوفر من خلال الانترنت ويمنح الفرصة أمام تشكيل مجال عام، وعبر عنه على انه مجال يعتمد على التبادل المجاني للأفكار والآراء بين المواطنين، ويلعب دور مهما في هدم الأنظمة.

يعرف "مايور ريدريك" الفضاء العمومي الافتراضي او السيبراني بأنه بيئة إنسانية وتكنولوجية جديدة للتعبير والمعلومات والتبادل، وهو يتكون أساسا من دائرة وسطية تكونت تاريخيا بين المجتمع والدولة وهو متاح لجميع المواطنين للتعبير عن الرأي العام، ويشير برنار مياج إلى أن تنظيم الفضاء العمومي يتم من خلال أربعة نماذج للتواصل تعاقب تكونها تدريجيا بواسطة صحافة الرأي وبعدها الصحافة التجارية الجماهيرية وأخيرا التلفزة الجماهيرية، كما أشار هابرماس الى ان نجاح المجال العام يعتمد على :

- الانتشار ومدى الوصول .

- درجة الحكم الذاتي حيث المواطنون يجب أن يكونوا أحرارا ويتخلصوا من الهيمنة والسيطرة .

إجرائيا: نقصد بالفضاء الافتراضي العمومي في هذه الدراسة هو صفحة الفيس بوك الرسمية لولاية وهران التي تعتبر الساحة التي تحتضن فضاءات جديدة من التفاعل عبر الميديا الجديدة، ويمكن ان تحتوي على نماذج جديدة من الاتصال ، أساسها ، الاتصال الالكتروني ويقوم فيها الأعضاء بتناول منشور ما للنقاش وفيه يتم المشاركة والتفاعل. (فريدة ، صغيرعباس ، (2018) ، ص 118)

7.3 - الرأي العام :

يعتبر من المفاهيم التي نالت حظا وافرا من الدراسات العلمية والاكاديمية كما نال المفهوم كظاهرة مجتمعية اهتمام الانظمة السياسية وصناع القرار فيها التي تريد معرفة ما تفكر به شعوبها ازاء اي قضية من القضايا.

الرأي العام في الاصل مصطلح غربي تم استخدامه من قبل الانظمة السياسية الغربية الديمقراطية التي كان لديها اهتمام كبير بالتحدث عن الرأي العام اتجاه مختلف القضايا التي تهم المجتمع، من أهم التعاريف الأكثر تداولاً للرأي العام نجد:

" هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية بالنسبة لموضوع أو أكثر يمس هذه الاغلبية مسا مباشراً أو يشغل بالها ويستخدم فيه الجدل والنقاش في فترة معينة ولا يقلل في اهمية هذا الرأي وجود آراء مخالفة لبعض الفئات ذات المصالح المغايرة لمصالح الاغلبية " (اللحام، 2007، ص 60).

"و يقصد بالرأي العام صوت الشعب أو الإزادة الجماهيرية أو موقف الرعية أو السواد الأعظم أو أغلبية الناس أو أكثرتهم " (كنعان علي، الرأي العام بين النظرية والتطبيق، عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015، ص 189).

8.3 الرأي العام المحلي:

أدي تطور وسائل الاتصال الجماهيري إلي مضاعفة أهمية الرأي العام، وذلك لأن التطور التكنولوجي المذهل الذي حدث وتطور الوسائل الاتصالية الجماهيرية سهل توصيل الأخبار وردود الأفعال عليها في الحال لقطاع كبير من الناس والرأي العام هو السلطة الجماهيرية التي تعمل علي تقييم وتقويم الأعمال والأقوال الصادرة عن الساسة والمسئولين في شتى المواقع. وبناءً علي هذا فإنه من الأهمية بمكان تزويد الجماهير بالمعلومات والحقائق التي تمكنهم من الحكم علي مختلف الأمور، وتعددت مجالات الرأي العام وتشعبت اتجاهاته، وذلك سواء علي المستوي المحلي أو الوطني أو الإقليمي أو الدولي.

وضع الدكتور سمير محمد حسين تعريفاً حديثاً وشاملاً للرأي العام هو " الرأي العام في مجتمع ما هو خلاصة آراء مجموعة من الناس، أو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد، أو إجماع الآراء، أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر ما أو ظاهرة أو موضوع أو قضية من القضايا الجدلية الخلافية قد تكون اجتماعية، أو ثقافية، أو اقتصادية، أو سياسية، أو تربوية، أو فنية. كما قد تكون ذات طابع محلي أو وطني أو إقليمي أو دولي، وأن تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد الجمهور ويثور حولها الجدل، ويكون لهذا الإجماع قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به." (سمير محمد حسين، الرأي العام الأسس النظرية والمنهجية، 1997، القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر

والتوزيع

ط 1، ص 29)

ونقصد بالرأي العام المحلي هنا هو ما اتفق عليه اغلبية الجمهور المتواجد في منطقة جغرافية محددة وفي دراستنا هذه حددناها بولاية وهران أي سكان ولاية وهران الذين يتشكل لدى اغليبيتهم رأي غالب حول موضوع معين .

9.3- تعريف صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران :

نقصد بصفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران الموقع الرسمي على منصة الفايس بوك التابع لمصالح ولاية وهران والذي يقع تحت سلطة الوالي ويشرف عليه مباشرة الملحق بديوان الوالي المكلف بالإتصال و الاعلام و يهتم بنشر الاخبار اليومية لنشاطات الولاية و المصالح غير الممركزة للدولة بالإضافة الى البيانات و التوجهات العامة للسلطات العمومية , ويتابع الصفحة قرابة مائتي ألف - 200000 - مشترك و معجب .

(4) أسباب اختيار الموضوع :

1.4 الأسباب الذاتية:

- شغف البحث و الاهتمام بمعرفة اهتمامات ساكنة وهران ومدى تفاعلهم مع قضايا الشأن العام التي تهمهم من خلال صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران.
- اهتمامنا بالشأن المحلي ومتابعة البرامج والمخططات المحلية بسكان ولاية وهران.
- تطوير مهارات البحث والتحقيق العلمي الميداني.
- السعي الى تقديم إضافة علمية في مجال تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام المحلي.

12.4 الأسباب الموضوعية:

- ارتباط الموضوع بتخصص علم اجتماع الاتصال وخاصة الإعلام الجديد ومحاولة فهم أهم الظواهر المجتمعية المرتبطة به.
- توظيف الجانب النظري الذي درسناه في التخصص خلال مسار الماجستير.

(5) أهمية الدراسة وأهدافها:

1.5 أهمية الدراسة :

يعتبر التواصل عبر تكنولوجيات الإعلام والاتصال أرقى ما توصلت إليه البشرية حيث فتحت أفق واسعة للفرد لمحاولة إبراز وجهات نظره حول قضايا الشأن العام المختلفة التي تكون محل اهتمام المجتمع والرأي العام، و تكمن أهمية الموضوع المدروس في كونه يساير إلى حد بعيد تطور استعمالات

تكنولوجيات الأعلام والاتصال وتأثيرها في المحتوى الإعلامي للفضاء الافتراضي المحلي وهو ما يعني تفاعل إلى حد ما بين الفضاء العمومي وما تبثه شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها في تمرير آراء ووجهات نظر هذا الفضاء و تأثير ذلك على الإجراءات المتخذة لاحقا من طرف السلطة المحلية في أي مجال يعني هذا الفضاء وتوظيف موقع الفايس بوك لإظهار المنجزات على أنها مجهودات لتغيير واقع ما، أو تسويق برامج وأرقام وإحصاءات معينة، إذن الأهمية العلمية تجعل الإعلام الجديد مجال خصب لفهم و دراسة السلوك و الظواهر الاجتماعية ككل .

2.5 أهداف الدراسة :

- معرفة الدوافع والحاجات التي تدفع بالجمهور لاستخدام الفضاء العمومي الافتراضي للنقاش العام.
- معرفة دور الإعلام الجديد في الجزائر بصفة عامة و المجتمع الوهراني بصفة أخص .
- إبراز دور الفايس بوك في التأثير على الفضاء العام المحلي.
- البحث على مدى تفاعل وتجاوب رواد الموقع الرسمي للفايس بوك الخاص بولاية وهران .
- حصر أهم المجالات التي يتفاعل معها رواد الموقع الرسمي لولاية وهران.
- إبراز تأثيرات الموقع الرسمي لولاية وهران على آراء الفضاء العمومي المحلي.
- محاولة التعرف على أهم الخصائص العامة لسلوك مستخدمي الفضاء العمومي الافتراضي خاصة الفايس بوك من حيث طبيعة الحوار والاقتراحات المقدمة.

6- الدراسات السابقة:

1.6 الدراسة الأولى :

دراسة رباب بن عايش بعنوان (رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر) (دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من المدونات وصفحات موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" ،رمزية الفضاء العمومي الافتراضي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سيميولوجيا، جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإتصال، 2014/2015) تحدثت الباحثة في الإشكالية حول وجود فضاء اجتماعي جديد، يفتح فرص لإبراز الآراء والأفكار سواء من أجل الظهور أو من أجل النقاش، وهو ما اعتبره الباحثون بالفضاء العمومي الافتراضي الذي لقي اهتماما

كثيرا من قبلهم خاصة في الغرب بشأن إمكانية مساهمته الفعالة في تعزيز الديمقراطية، وإتاحة الفرصة لبروز كل فئات التعبير في شكل مدونات تحتضن الآراء حول موضوع .

كما وجدت أن هذا الفضاء العمومي قد تحكمه طبيعة الأنظمة السائدة التي تتسم بالمركزية ، لذا قد يصعب تطبيق نموذج هابرماس في الدول العربية كما أنها تتبع ما يعرف بالفضاء العمومي الافتراضي الوطني الذي يشمل مجريات الوطن متماشيا مع دور شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات أثناء الربيع العربي، لأنه أصبح منظومة للتعبير الثوري الرمزي وذلك من خلال الرموز المستخدمة في التعبير وهذا راجع لقدرتها الاتصالية من خلال التشارك الدلالي لها للمتصلين.

ومن خلال المجموعات الافتراضية الجزائرية الموجودة في شبكات التواصل الاجتماعي وعلى صفحات المدونات والتي خلقت أنماط وأشكال للتعبير من خلال تفاعلها مع الانتخابات الرئاسية أفريل 2014 مما نشره وتداوله في هذا الفضاء، لذا تم التقرب من هذا الفضاء في شكل نقاد ومعارضين بوصفه فضاء عمومي افتراضي خاص بالقضية الانتخابية الرئاسية والذي امتد من الفضاء الواقعي، مستخدمين في ذلك مزج من الصور والأشكال والنصوص، لذا قمنا بمحاولة تحليل أبعاد هذا الزخم من الصور والأشكال لمعرفة ما يقدمه هذا الفضاء، وبالتالي هدف بحثها هو التأويل الرمزي الذي يعتبر إجراء سينمائيا يغوص في دلالات عميقة متخفية للكلمات والصور المستخدمة ضمن الفضاء العمومي الافتراضي وللغوص في هذا الفضاء الذي تشكله خطابات المدونات وصفحات الفيس بوك ومحاولة تفكيكه وتركيبه، والبحث في رمزيته الدلالية وطرح السؤال التالي: كيف تتجلى رمزية الفضاء العمومي الافتراضي الجزائري من خلال خطابات المدونات وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة الانتخابات الرئاسية أفريل 2014؟

• نتائج الدراسة:

وجود آراء متضاربة لكنها غير متكافئة، إذ غلبت الآراء المتعارضة للانتخابات ولترشح الرئيس السابق وانتقاد الوضع الحالي على الآراء السائدة، ولذلك لم تظهر إلا في صورة واحدة مساندة لترشح الرئيس على مواقع التواصل الاجتماعي ومنها الفيس بوك، أما المدونات لم تكن مساندة للوضع آنذاك، ولا بأي شكل من أشكال التعبير، وذلك حسب عينة الدراسة، فالتعبير عن الرأي إزاء قضية تهتم المصلحة العامة وهي الانتخابات الرئاسية 2014، وما تلاها بعد فوز الرئيس السابق بعهدة رابعة، استخدمت المجموعات الافتراضية أساليب تعبيرية متنوعة تراوحت بين الصورة والنص، الذي أفرز هو الآخر أشكالا تعبيرية مثل التغريدات والتعليقات والردود والمقالات، أما الصور فقد تنوعت بين الصورة الفوتوغرافية والكاريكاتورية الصور المركبة غالبا، التي استعادت المجموعات الافتراضية والأفراد

استحضارها وشحنها بدلالات ورمزيات جديدة تتناسب مع الوضع الحالي العام، مثل صورة علي لابوانت في فيلم معركة الجزائر، وصورة الرئيس بوتفليقة مع الرئيس فارنيسوا هولاند، وهذه الأشكال التعبيرية غلب عليها طابع خطابي ساخر.

واتضح من الدراسة تأثير الصور والتعليقات على المسار الانتخابي وعلى التسويق الإعلامي للخطاب الانتخابي سواء سلبي أو إيجاباً، مع العلم أن التوجيه لوسائل الإعلام الحديثة كان في خدمة، الأجندة السياسية والعهد بالمرغم من معارضتها، على مستوى بعض الأحزاب السياسية .

2.6 الدراسة الثانية:

الدراسة التي قام بها كمال حميدو، 2018، الإعلام الاجتماعي الجديد وتحولات البيئة الاتصالية العربية، مجلة دراسات إعلامية، نشرت في 6 مارس 2018 عبر موقع مركز الجزيرة للدراسات، حيث تخوض هذه الدراسة في إشكالية التحولات المتسارعة التي فرضتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مجال الاتصال داخل العالم العربي وذلك لفهم مسبباتها وإدراك أبعاد وتأثيرات الظاهرة الجديدة التي باتت انعكاساتها تشغل بال الكثير من علماء الاجتماع والمتخصصين في علم الاجتماع الإعلامي على الرغم من الترحاب الذي قوبلت به عند الكثيرين. وتسعى من خلال هذا البحث لجمع مؤشرات كافية لفهم خصوصية البيئة الاتصالية الجديدة في العالم العربي لتحولات المنظومة الاتصالية إلى صيغتها الجديدة في البلدان العربية، ثم معاني وحيثيات تحول السلوك الاتصالي عند المواطن العربي.

وتطرح الدراسة مجموعة من التساؤلات البحثية حول شكل الممارسات الاتصالية وما محددات ومرتكزات البيئة الاتصالية الجديدة في العالم العربي؟ وما السياقات الاجتماعية والثقافية والسياسية المرافقة للسلوك الاتصالي عند المستخدم العربي؟ وما مسببات ومعاني تحولات المنظومة الاتصالية إلى صيغتها الجديدة؟ ثم ما تأثير تلك التحولات الاتصالية على آلية عمل الفضاء العام في العالم العربي؟ جرت الدراسة في الفترة الممتدة ما بين ربيع وصيف سنة 2017 عبر مقابلات عن بعد على عينة مشكلة من 72 مع عينة من 18 دولة عربية بواقع أربعة من كل دولة عربية من مستخدمي ونشطاء الشبكات الاجتماعية و اعتمدت بالإضافة إلى المقابلات على أداة ثانية هي قراءة تحليلية لتقرير (وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، قمة رواد التواصل الاجتماعي العرب التقرير الأول 2015

منشور في الموقع <http://www.arabsmis.ae/assets/frontend/images/ASMISArabicReport.pdf>

منشور في ديسمبر 2016) وهذا من أجل تعزيز ما توصل إليه الباحث في دراسته الكيفية، على اعتبار أنها دراسة ممثلة واسعة النطاق لواقع حال العالم العربي كميًا، شملت على عينة من 7000 مواطن عربي من نفس البلدان العربية التي تمت فيها الدراسة.

نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى أن محددات ومرتكزات البيئة الاتصالية الجديدة في العالم العربي تخضع لحتمية تكنولوجية:

- ونتج عن تلك الحتمية التكنولوجية بنية فكرية مختلفة ولدت جيلا مختلفا عن الأجيال السابقة في طريقة تعامله مع المحتويات الرقمية.
- هجرة هذا الجيل مختلف أشكال وسائل التواصل التقليدية وهجرته نحو الفضاء الرقمي.
- بروز سلوكيات وقيم اجتماعية وثقافية جديدة.
- تحول المنصات الإجتماعية الى منصات تنشئة اجتماعية منافسة لمؤسسات التنشئة التقليدية لمجتمع الانتماء.
- إختلاف الخصوصيات المرتبطة بالسياقات الإجتماعية ، الثقافية، الاقتصادية والسياسية من دولة الى أخرى كانت عوامل إما مسرعة أو مبطئة في التأثير على لولوج الشباب الفضاء العام الافتراضي .
- إرتباط رغبة الشباب العربي بإشباع حاجات شخصية أكثر منها حاجات تخص المجال العام.
- نسبة الشباب العربي الذين يمنحون أولوية في تشبيكهم الرقمي لقضايا المجال العام يشكلون أقلية مما أثر على مخرجات الشبكات الاجتماعية في المجال العام وبشكل أخص في الفعل السياسي الداخلي.
- تكيف الأنظمة السياسية العربية أمنيا وتشريعيا مع معطى الشبكات الاجتماعية وتحكمها في المجال العام.
- إزدياد التأثير السياسي للفضاء العام الافتراضي في الفضاء العام الحقيقي خلال الانتخابات والازمات الكبرى.

3.6 الدراسة الثالثة:

دأرة عبد القادر مالفى، الدأرة تحت عنوان "إمكانية تأسيس فضاء عمومي بالجزائر وفق المنطق النظري والتطبيقي لهابرماس (مالفى عبد القادر ، إمكانية تأسيس فضاء عمومي بالجزائر وفق المنطق النظري والتطبيقي لهابرماس ، في رمعون حسن وهنية عبد الحميد، الفضاءات العمومية في البلدان المغربية ، 2013، منشورات CRASC ، ص 35-49)

وهي دراسة نظرية، تحاول أن تعرف حدود تشكل الفضاءات العمومية ومدى تشكيلها للرأي

العام بالجزائر، في محاولة لتتبع إمكانية إسقاط السمات المشكلة للفضاء العمومي الغربي على المجتمع الجزائري، والمعوقات التي قد تحول دون ذلك، وهل بالضرورة سيخضع منطق تشكل الفضاء العمومي الجزائري إلى نفس المنطق الذي حكمه بالغرب من نقاش عقلائي وتداول حر وديمقراطي على الأقل في النموذج الذي طرحه هابرماس.

كانت الفرضية المحورية التي صاغها الباحث تتمثل في أن الإعلام هو:

- أولا أساس تشكل الوعي السياسي
- وثانيا هو الأداة التي يستخدمها المجتمع المدني في تسيير الفضاءات العمومية
- وثالثا هو الوسيلة المدعومة لممارسة الديمقراطية.

وقد توصل الباحث إلى أن هامش الديمقراطية الممنوح في الجزائر والحرية الإعلامية التي

أعقبت الانفتاح السياسي قادرة على تنمية الوعي السياسي عند أفراد المجتمع. وأنه واعتمادا على ديمقراطية تشاركية تظهر في الجمعيات المحلية كلجان الأحياء مثلا فتحيلها مسيرا لشؤون هذه الأحياء ومراقبا في نفس الوقت للمجالس المحلية. وبديلا لها في بعض الأوقات،

وأن إمكانية وجود فضاءات عمومية متوفرة، وفق الأسس الغربية مع شرط توسيع نطاق

عمل الحركات الجمعوية وتشجيع النقاش فيها ورفع التضييق المسلط عن الممارسة الإعلامية والرقابة المسبقة الحكومية والذاتية في نفس الوقت.

4.6 الدراسة الرابعة:

دراسة هواري حمزة ، (2014-2013) ، الموسومة بمواقع التواصل الاجتماعي والفضاء

العمومي ،دراسة المجتمعات الافتراضية الجزائرية على الفايستوك وتناولها لقضية الفساد في سوناطراك ، «صفحة راديو طرطورار نموذجاً» ، مذكرة ماجستير كلية علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 3.

طرحت الدراسة تصور مدى قدرة شبكات التواصل في الجزائر على تأسيس فضاء عمومي بديل

للمجال العمومي التقليدي بالمعنى الهابرماسي ، فالحديث عن الفضاء العمومي في الوقت الحديث يجعلنا حسب الباحث مباشرة إلى هابرماس كمنظر لهذا المفهوم وأيضا إلى الانترنت كفضاء جديد بديل عن الفضاء التقليدي الذي يبحث عنه هابرماس وضع له شروط ومعايير محددة" (هواري حمزة ، 2013-2014) ،

- وخرجت الدراسة بنتائج عن مميزات الفضاء العمومي الجزائري على الفيسبوك :
- بروز نخب شبانية جديدة تتمثل في المشرفين على كبرى الصفحات التي تدير النقاش على الفيسبوك .
 - انحصار الفضاء الخاص لصالح العام.
 - سيطرة الطابع الفضائي في تناول القضايا السياسية بدل النقد والجدل العقلاني □ ني الجاد
 - غياب الحوار والجدل والحجاج العقلاني □ في تناول قضايا ذات الشأن العام وسيطرة مفردات " العمالة " و " التخوين".
- لقد ساعدتنا هذه الدراسات السابقة في بلورة مجموعة من الافكار والتساؤلات، كما ساهمت في توجيهنا اثناء إعداد البحث، من خلال المقاربات المختلفة لكل دراسة في معالجتها لإشكالية الاعلام الجديد و الفضاء العمومي.

7- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج في البحث العلمي دليل وجوهر الترابط بين المتغيرات، حيث أنه يقودنا للبحث بطريقة علمية ومنهجية، في تركيب وتحليل الأفكار والحقائق التي توصلنا الى نتائج علمية موضوعية، وبالتالي فإن تطبيق المنهج بدقة وصرامة يضيئ نوع من العلمية والموضوعية في الدراسة من خلال التناسق الكلي بين متغيراتها، وهنا يقول ديكرت "الدراسات و الأبحاث بدون منهج تمنع العقل من الوصول إلى الحقيقة"، والدراسات الوصفية هي: " كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة...كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها"، وبالتالي دارستنا للظاهرة كما هي في الواقع، باستخدام الأسلوب الكمي، بطريقة وصفية تهدف للتعرف على الظاهرة واكتشاف مسبباتها من أجل الوصول لحلول لها باستخدام الإستبيان الإلكتروني كأداة لتحصيل المعلومات العلمية حولها.

انطلاقا من طبيعة بحثنا، اعتبرنا أن تقنية المسح الوصفي بالعينة من أنسب التقنيات العلمية للدراسات التي "تستهدف وصف وبناء وتركيبية جمهور مجتمع البحث وأنماط سلوكه بصفة خاصة، من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن مصدرها من خلال مجموعة الاجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها" (رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة ،عمان،الأردن ،الطبعة 2008،1،ص161).

ونقول أن المنهج الكمي بأسلوب وصفي تحليلي يشمل البحوث التي تستند على ما هو الآن في حياة الإنسان كما هي قائمة في الحاضر بقصد فهو استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر لكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها وتشخيصها أو بينها وبين ظواهر أخرى، إن البحث الوصفي لا يقف عند حدود وصف الظاهرة وإنما يذهب لما هو أبعد من ذلك فيحلل ويفسرو يقيم ويقارن بقصد الوصول إلى تقييمات ذات معنى بقصد التبصر بتلك الظاهرة فضلا على أن الأبحاث الوصفية لا تقتصر على التنبؤ بالمستقبل بل أنها تنفذ من الحاضر إلى الماضي لكي تزداد تبصرا بالحاضر، (رحيم يونس كرو العزاوي، (2008)، ص98).

8- أدوات البحث المستعملة في الدراسة المتمثلة في الاستبيان:

1.8 الإستبيان :

يعد الاستبيان من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات، تصورات، وتمثلات أو آراء الأفراد (محمد عبيدات وآخرون، (1999)، ص63).

وفي دراستنا هذه اعتمدنا على أداة تقنية مهمة من أدوات البحث العلمي، وهي أداة الاستمارة، وتسمى كذلك الاستبيان وتعرف في شكلها الأكثر شيوعا بسير الآراء، حيث سنستخدمها كتقنية أساسية لهذا البحث وهي تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد بطريقة نصف موجهة، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية تقوم على اكتشاف علاقات وإقامة مقارنات كمية من أجل فهم الظاهرة المدروسة. إن الإستمارة هي وسيلة للدخول في اتصال بالمبحوثين بواسطة طرح الأسئلة عليهم، سبب إختيارنا لهذه الأداة كونها تساعد في الحصول على البيانات بطريقة موضوعية كما أنها تعطي فرصة للمبحوث تقديم الإجابة المناسبة في مهلة من الوقت بالإضافة الى ذلك فهي قابلة للتعميم وتقوم على استخلاص ممارسات وتفاعلات مجتمع البحث المدروس، وهي الأنسب في الدراسات الكمية كونها تقلل من الوقوع في الخطأ، وقد قمنا بتحكيم إستمارتنا من قبل مجموعة أساتذة تخصص علم الاجتماع والديموغرافيا قبل البدئ في توزيع الاستمارة على المبحوثين.

2.8 الملاحظة :

وبالإضافة إلى الاستمارة اعتمدنا أيضا على الملاحظة الاثنوغرافية عبر الخط في متابعة ورصد الفاعلين وتفاعلاتهم التي تتم عبر صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران ومحاولة الكشف عن التأثير والاستخدام كوننا متابعين ومشاركين بشكل دائم لهذا الموقع الاجتماعي الافتراضي، في هذا السياق تذكر الباحثة رزيقة حيزير " إن الأثنوجرافيا وصف دقيق لكل ما نراه أو نسمعه...ولجأ الباحثون إلى ما يسمى بالأثنوجرافيا الافتراضية Ethnographie virtuelle أو التنتو غرافيا التي اعتبروها رهانا لدراسات إشكاليات ما أفرزه التطور التكنولوجي والعلمي الحديث الذي يتعقد يوما بعد يوم ".(رزيقة حيزير) 2018 (، ص 272 و ص 282).

كما قمنا بوضع بعض الأسئلة نصف المفتوحة، حتى نحيط بكل الإجابات الممكنة التي تساعدنا في عملية التحليل الكيفي لأفكار وتصورات المتابعين والمتفاعلين، واستخدمنا الاستمارة الالكترونية من خلال تطبيق " google drive " وما يتيح من إعدادات paramètres تصميم للاستمارة ومتابعة أنية لكل اجابة في لحظتها الفعلية وتجميع لإجابات المبحوثين في ملفات وتحويلها الى بيانات وأشكال تساعد على تحليل أفضل للمعطيات المجمعة، وتم إرسال الكتروني لأكثر من 120 متابع للصفحة حيث شملت الاستمارة ثلاث محاور أساسية، وتحتوي استمارة دراستنا على 30 سؤال بالإضافة إلى البيانات العامة الخاصة بالمبحوثين تضمن المحور الاول أسئلة خاصة بعلاقة المبحوثين مع مواقع التواصل الإجتماعي، وتضمن المحور الثاني التفاعل مع الصفحة الرسمية للفايس بوك و أما المحور الثالث فقد تضمن الفضاء العمومي المحلي وتأثيره على الرأي العام المحلي.

9- مجتمع البحث و عينة الدراسة:

1.9مجتمع البحث :

هو مجموعة من الوحدات الإحصائية المعروفة بصورة واضحة ويراد منها الحصول على بيانات ويمكن من خلاله أن تصمم عليه نتائج البحث سواء كان مجموعة أفراد أو جماعات أو أحزاب كتب أو فئات...الخ، وذلك طبقا للمجال الموضوعي لمشكلة البحث وبالتالي فإن مجتمع البحث هو مجموعة مفردات له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من المفردات، ويقال عليه المجتمع الأصلي والذي يمكن الوصول إليه للحصول على معلومات تخدم الدراسة، إذا هي المفردات التي تقع عليها الدراسة.

فالمجتمع البحثي الأصلي هو الأفراد المشاركين في الصفحة الإلكترونية على تطبيق الفاييس بوك لولاية وهران من ساكنيها.

2.9 عينة الدراسة:

هي مجموع وحدات البحث التي نريد الحصول على بيانات ميدانية منها او عنها، وهي تعتبر جزء من الكل، بمعنى انه يتم اخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع الذي تجري عليه الدراسة، فالعينة إذا جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الاصلي ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله (عادل مرابطي، عائشة نحوي، (2009)، ص95).

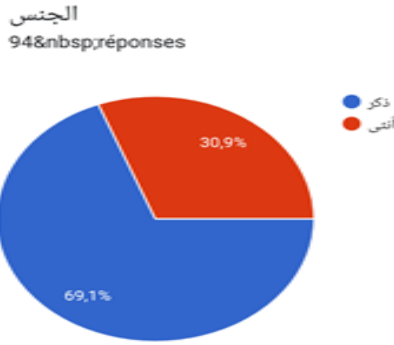
تم الاعتماد في هذه الدراسة على اختيار " العينة القصدية حيث يتقصد الباحث اختيار عينته بحيث يتحقق في كل من أفراد العينة شروط معينة معتقدا أنها تمثل مجتمع البحث خير تمثيل أي يختار الوحدة او الوحدات التي تكون مقاييسها مماثلة أو مشابهة لمقياس المجتمع" (رحيم يونس، كرو العزاوي(2008)، مرجع سابق، ص173).

وبناء على ذلك اعتمدنا خلال هذا البحث على عينة قصدية تمثل متابعي الصفحة الرسمية للفايس بوك لولاية وهران من مختلف الأعمار والجنسين ومختلف المستويات العلمية والثقافية، وقد تكون من مختلف مناطق ولاية وهران، وقد تم تحديد الصفحة الرسمية للفايس بوك لولاية وهران كملتقى لأفراد العينة الذين تم اختيارهم للإجابة على الاستبيان.

ومن خلال المعطيات الاحصائية التي تم جمعها من خلال الاستمارة الإلكترونية على أفراد العينة نجد السمات العامة للمبحوثين وفق الآتي:

10- تحليل المعطيات السوسيو مهنية للمبحوثين من خلال بياناتهم العامة :

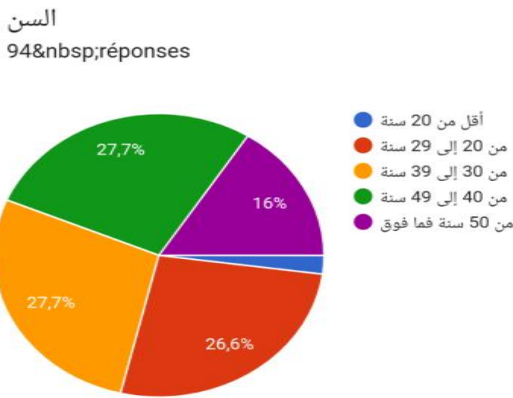
1.10 توزيع المبحوثين وفق الجنس:



الشكل رقم (1): تمثيل بياني

شكلت نسبة الاناث 30.90% مقابل نسبة 69.10% من الذكور ويبرز هذا المعطى أهمية العنصر الذكوري في متابعته ومشاركته وتفاعله مع الصفحة الرسمية للفيس بوك لولاية وهران.

2.9- توزيع المبحوثين وفق معطى السن:

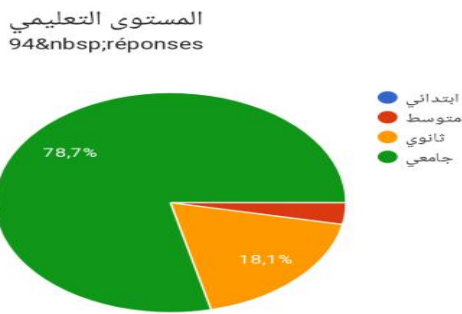


الشكل رقم (2): تمثيل بياني

تتوزع نسب المتابعين والمشاركين والمتفاعلين مع صفحة الفيس بوك الرسمية لولاية وهران ما بين 20 سنة الى أكبر من 50 سنة بنسب متقاربة حيث أن نسب الفئة العمرية من 20 إلى 49 سنة هي الفئة العمرية الغالبة والاكثر متابعة للصفحة، وهو ما يعني ان هذه الفئات العمرية تعتبر الاكثر نضجا واهتماما بمضامين الصفحة، وبالمقابل تعتبر الفئة العمرية الاقل من 20 سنة التي

مثلت نسبة أقل من 3% فئة غير مهتمة نوعا ما بالصفحة وهذا قد يفسر بحدائثة سن هذه الفئة التي تكون غالبا في مرحلة بناء ذاتها من خلال الدراسة او التكوين.

3.10- توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي :



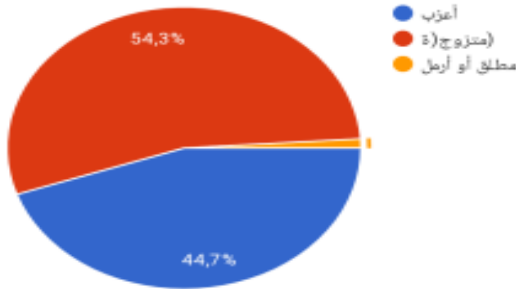
الشكل رقم (3): تمثيل بياني

بخصوص هذا المتغير نجد أن نسبة 78.70% من المبحوثين لديهم مستوى علمي جامعي و18.10% لديهم مستوى ثانوي ما يعني أن فئة المتعلمين هي الأكثر اهتماما بالصفحة بالمقابل نجد نسبة ضئيلة جدا من المبحوثين من المستوى التعليمي المتوسط مما يفسر بقله اهتمام هذه الفئة بالصفحة.

4.10- توزيع المبحوثين حسب الحالة العائلية:

الحالة العائلية

94 réponses

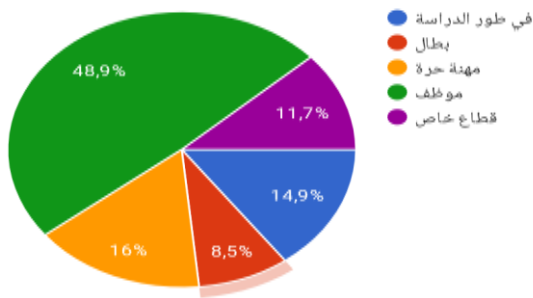


حسب هذه المؤشرات لا توجد فروق واضحة بين فئة المبحوثين المتزوجين والعزاب المتابعين للصفحة وهو ما يعكس ان كلا الفئتين تتابع بنفس النسبة تقريبا الصفحة مما يعكس الحالة العامة للمجتمع التي لم يعد فيها فروق كبيرة في استعمال وسائط التواصل الاجتماعي والاهتمام بالشأن العام يخص كلا الفئتين المتزوجين و العزاب.

الشكل رقم (4): تمثيل بياني

الوضعية المهنية

94 réponses



5.10- توزيع المبحوثين حسب الوضعية المهنية:

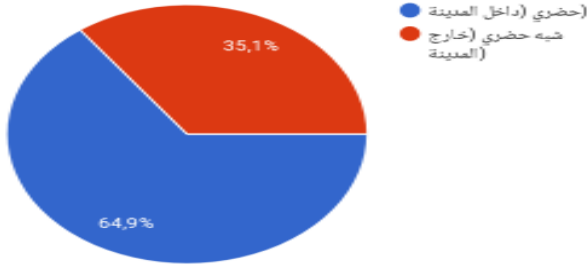
تمثل نسبة 48.90% من المبحوثين فئة الموظفين الذين يتابعون الصفحة مقابل نسب 16% مهن حرة و 14.90% تمثل القطاع الخاص ونسبة الذين يتابعون دراستهم لديهم اهتمام أقل بالصفحة بالاضافة الى فئة البطالين بنسبة 8% التي تعتبر الاقل اهتماما.

الشكل رقم (5): تمثيل بياني

6.10- توزيع المبحوثين حسب مكان الإقامة

ما نسبته 64.90% من المبحوثين من ساكني المناطق الحضرية لولاية وهران مهتمين أكثر بمتابعة الصفحة الرسمية للفيس بوك لولاية وهران مقابل 35.10% الذين يقطنون المناطق شبه الحضرية.

مكان الإقامة
94 & nbsp; réponsés



الشكل رقم (6): تمثيل بياني

7.10- توزيع المبحوثين حسب الانتماء و ممارسة النشاط المجتمعي :

النسبة	التكرارات	الانتماء و ممارسة النشاط المجتمعي
2.20	2	الأحزاب السياسية
2.20	2	الأحزاب السياسية، النقابات
50	46	الجمعيات
10.90	10	الجمعيات، الأحزاب السياسية
2.20	2	الجمعيات، الأحزاب السياسية، النقابات
2.20	2	الجمعيات، النقابات
2.20	2	النقابات
28.30	26	بدون انتماء
100	92	المجموع

جدول رقم 1

تعطي المؤشرات المحصلة من خلال الاستبيان أن 50% من المبحوثين ينتمون الى جمعيات المجتمع المدني، في حين ما يقارب 13.10% لهم انتماء متعدد ما بين الجمعيات الاحزاب السياسية والنقابات المهنية و هذا ما يدل على أن اغلبية المتابعين للصفحة لهم انتماء و نشاط مجتمعي مقابل 28.30% ليس لهم انتماء او نشاط مجتمعي و هذا يفسر أن الصفحة محل اهتمام و متابعة من اغلب فئات المجتمع .

من خلال الخصائص السوسيو مهنية للمبحوثين والمتعلقة بمتغيرات الجنس، السن، المستوى التعليمي، الحالة العائلية، الوضعية المهنية، مكان الإقامة، الانتماء وممارسة النشاط الاجتماعي التي تم تحصيلها من الاستبيان يتضح أن غالبية المبحوثين يتقاربون في هذه السمات مما يعني ان هناك انسجام في العينة القصديّة ومع موضوع الدراسة. رغم ذلك هناك بعض الملاحظات التي من المهم الإشارة إليها وفق التي:

- تأثير متغير الجنس خاصة الذكوري على الفضاء العمومي الافتراضي خاصة عندما يكون رسمي
- الفئة السنية ما قبل 20 تعتبر بعيدة عن مسؤوليات الحياة الاجتماعية اليومية و الاهتمام بالشأن العام لأنها غالبا ما تكون في مرحلة التعليم و التكوين.
- تعطي قراءة متغير المستوى التعليمي للمبحوثين التأثير النوعي على منشورات الصفحة سواء من خلال المشاركة و التفاعل .
- أن فئة العمال الذين يعملون بساعات العمل الرسمية لديهم وقت أكثر للتواصل و متابعة الصفحة عكس عمال القطاع القطاع .
- يوجد علاقة بين مكان الإقامة حضري و شبه حضري مع الصفحة ، حيث ان التواجد السكاني الكثيف يخلق احتياجات مختلفة يؤدي الى التفاعل مع الصفحة للبحث عن حلول من الجهات الرسمية الوصية .

11- الإطار الزمني و المكاني للدراسة :

بعد القراءة المستفيضة والمركزة بخصوص تأثيرات تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال على المجتمع

المحلي الوهرني و كذا مجموع العروض المقدمة في هذا المجال، خلال السنتين الجامعيتين 2020/2019 و 2021/2020 التي كانت تدور في محتواها على أهمية الفضاء العمومي و الرأي العام و كذا شبكات التواصل الاجتماعي بما يسمى الإعلام الجديد خلصنا إلى قناعة علمية بداية من شهر جانفي 2021 أي السداسي الثاني من السنة الجامعية و 2020/2021 تدور حول المحتوى و التفاعل الحاصل في مواقع الفاييس بوك خاصة المحلية و منها الصفحة الرسمية الخاصة بولاية وهران و منه تم إجراء الدراسة الميدانية خلال شهري ماي و جوان 2021 ، أما المكان فهو افتراضي يتمثل في الموقع الرسمي لولاية وهران و الذي يمثل الفضاء كمكان افتراضي لتداول المعلومة و الأفكار و الآراء وكل التعليقات و التفاعلات التي يتيحها موقع الفاييس بوك.

12- صعوبات البحث:

- تعتبر فترة إعداد المذكرة فترة قصيرة جدا ولا تسمح بالتعمق في البحث بشكل كاف وهي أكبر صعوبة وتحد واجهنا خلال إنجاز هذا العمل .
- صعوبة الولوج الى المكتبات الجامعية و حضور الملتقيات العلمية بسبب مخاطر انتشار فيروس كورونا كوفيد 19 و اثاره الكبيرة على حرية التنقل و تنظيم اللقاءات.
- تقليص السنة الدراسية نظرا لجائحة كورونا.
- حداثة التعامل مع متابعي موقع صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران.
- وزعنا حوالي 120 استمارة إلكترونية و تم استرجاع 92 استمارة فقط .

الفصل الأول

الإعلام الجديد و شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

- 1- الإعلام الجديد
 - 2- شبكات التواصل الاجتماعي
 - 3- موقع الفيس بوك
 - 4- علاقة متابعي صفحة الفيسبوك الرسمية لولاية وهران بمواقع التواصل الاجتماعي
 - 5- إستخدام موقع الفيس بوك
- خلاصة الفصل الأول

تمهيد :

عرفت نهاية القرن العشرين اهتمام الكثير من العلماء والمفكرين بموضوع الإعلام والاتصال لأهميته في حياتنا اليومية وقدرته التأثيرية في المجتمع و دوره في بلورة و تأطير الرأي العام و توجيه مختلف مجالات الحياة، و ساهم الانتشار الواسع للإنترنت في رسم عالم جديد و أنتج تحولات عميقة في أشكال الاتصال و التواصل.

فرضت هذه التحولات الجديدة في أشكال الاتصال الاجتماعي وما حدث للبنى الاتصالية للمجتمع من حيث علاقة الأفراد بالمؤسسات السياسية و خاصة مع ما يسمى بالفضاء العمومي الذي يعتبر أحد أشكال الاندماج الاجتماعي في الحياة العمومي نقاشا و اسعا تناولته مختلف حقول المعرفة العلمية الاجتماعية بالبحث و الدراسة ،

و تعزز أكثر بعد ظهور ما سمي بالإعلام الجديد أو الميديا الجديدة أو شبكات التواصل الاجتماعي التي أدت إلى بروز نظام تواصل جديد فحسب كاستلز (Castells, 2004) p5، في إدريس، الغزواني، (2020)، ص 143). نتجت عنه ما أصبحت تسمى الشبكات الاجتماعية الرقمية، أو شبكات التواصل الاجتماعي.

1- الإعلام الجديد:

أضحى الانتشار الواسع و الهائل للأنترنت واحد من اهم الاهتمامات الرئيسية في ميادين العلوم الاجتماعية، حيث تعتبر الأنترنت من أهم التقنيات المعقدة و الواسعة الاستعمال كدعامة تقنية لمجموعة من الشبكات الهامة التي تربط مجموعة هائلة من اجهزة الكمبيوتر وتقدم العديد من الخدمات وتعمل على ايجاد مسارات لربط عدد كبير من الوسائط الاعلامية و الاتصالية ببعضها البعض، حيث أن الازمنة و الأمكنة و الحدود الجغرافية لم يعد لها أي اعتبار، يقول غدنز: " أتاحت الأنترنت التفاعل مع اناس من شتى بقاع العالم و قد اعاد هذا التغير التقني ترتيب المكان بحيث أصبح باستطاعتنا التفاعل مع الاخرين دون التحرك من مكاننا لان التواصل يتم بصورة فورية و أن أشكال الاتصال و الإعلام الجديدة قد أحدثت ثورة في الطريقة التي يتواصل بها الناس" (أنتوني، غدنز، ترجمة الدكتور فايز الصياغ، (2005/2001)، ص 178-179)،

و تعتبر شبكة الويب او الشبكة العالمية التي تعرف بالشبكة العنكبوتية اهم نتائج الأنترنت التي تمكن المستخدم من تصفح المواقع و التنقل فيها بسرعة فائقة و تبادل المعلومات و التفاعل مع اخرين مرتبطين بنفس الشبكة، و لقد تطورت مواقع الويب بتطور الابتكارات الرقمية الكبيرة التي عرفتها منظومة الاتصال خاصة مع تطور الويب من الجيل الاول 1.0 الى الجيل الثاني 2.0 مما سهل كثيرا اندماج مستخدمي الأنترنت و مختلف وسائطها و تحولهم تدريجيا من شخصياتهم الحقيقية الى عنوان رمزي و تشكل هوية افتراضية في عالم جديد اصبح يعرف بالعالم الافتراضي من اهم نتائجه ما اضحى يعرف بالإعلام الجديد او الميديا الجديدة او الاعلام التفاعلي او الرقمي .

حيث ساهم الاعلام الجديد في تفكيك الانساق الكلاسيكية للمجتمع و اسس لمفاهيم نظرية جديدة نحاول الاقتراب منها خلال هذا المحور بالاعتماد على المعطيات الاحصائية لدراستنا الميدانية، و محاولة تقديم نظرة سوسيولوجيا لهذا الموضوع الاجتماعي الهام.

يعرف الصادق الحمامي الاعلام الجديد " بانه مصطلح يستخدم لوصف أشكال من انواع الاتصال الالكتروني الذي اصبح ممكنا باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم الذي يشمل الصحافة المكتوبة من جرائد و مجلات و التلفزيون و الراديو وغيرها من الوسائل الساكنة " (الصادق الحمامي، (2006)، ص 4-5).

كما يشير شراد سهيل إلى مصطلح الإعلام الجديد " بالحالة الجديدة و المعقدة من الاعلام التي يكون فيه للجمهور والأفراد قدر كبير من التفاعل والإنتاج حيث يتاح لكل إنسان أن يعبر عن آرائه و معتقداته و اتجاهاته نسا و صورة و أفلاما في أي وقت و في أي مكان" (شراد سهيل،(2017)، ص 40).

"إن الاعلام الجديد او الاعلام الرقمي يشير الى مجموعة من الاساليب و الانشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج و نشر و استهلاك المحتوى الاعلامي بأشكاله المختلفة عن طريق الاجهزة الالكترونية – الوسائط – المتصلة او غير المتصلة بالانترنت التي تتيح امكانيات هائلة للتواصل و الاتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الانترنت مثل موقع الفاييس بوك « (خالد وليد محمود، (2011)، ص 160).

لقد ارتبط الاعلام الجديد ارتباطا وثيقا بالتطورات التي شهدتها شبكة الانترنت و لاسيما الامكانيات التفاعلية التي اتاحها جيل الويب 2.0 و التي كانت من ابرز تطبيقاته الشبكات الاجتماعية التي جعلت الاعلام أكثر تفاعلية .

2- شبكات التواصل الاجتماعي :

1.2 - اصطلاحا :

يعرفها محمد منصور بأنها : "شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء وكما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم" (محمد منصور،(2012)، ص222)

وعرفها أيضا حسنين شفيق على أنها : "مواقع على الأنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور و تبادل مقاطع الفيديو وانشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية كونها تتيح التواصل مع الأصدقاء و زملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الأنترنت " (حسنين، شفيق(2006)، في حسين، محمود هتيمي، (2015)، ص84)

2.2- اجرائيا:

شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع الكترونية عبر شبكة الأنترنت وتعتبر من أهم الوسائل الاتصالية في وقتنا الحالي خاصة موقع الفاييس بوك الذي يسهل عملية الاتصال و التواصل

ونشر الثقافات عبر صفحاته من خلال صور وفيديوهات ومختلف المعلومات والمواضيع التي تتعلق بالرأي العام والفضاء العمومي المحلي والتي من شأنها زيادة وعي الفرد بأهميته لدى السلطات والإدارة المحلية.

3- موقع الفاييس بوك:

يعرف قاموس الإعلام والاتصال فاييس بوك على أنه: "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين ، 2009 لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص، و الترجمة الحرفية للكلمة هي "كتاب الوجوه" وهذه الترجمة تنتقل روح المعنى من الإنجليزية إلى العربية على الرغم من أنه ليس كتابا للوجوه وإنما هو موقع على الشبكة الالكترونية سمي ب"كتاب الوجوه" لأنه وجه المنتسب إليه على شبكة الأنترنت(فضل الله،(2010)، مرجع سابق، ص12).

فمصطلح "فايس بوك" كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور ومعلومات الأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجماعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الكلية. فهو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا، وتديره شركة "فايس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن المستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة، أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم ومشاركة كل اهتماماتهم. "الفايس بوك" هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة.

كما يعتبر أحد مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت، ويمكن الدخول إليه مجانا ويتيح للمستخدمين القيام بإنشاء قاعدة لملامحهم الشخصية والانضمام إلى شبكات اتصال مشتركة وعقد صداقة والاتصال مع مستخدمين آخرين والتفاعل معهم، ونشر الأحداث والتعليقات والتسجيل كمعجبين، وإضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم، وإرسال الرسائل إليهم، وتشارك الاهتمامات نفسها.

4- علاقة متابعي صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران مع مواقع التواصل الاجتماعي :

النسبة	التكرار	مواقع التواصل
48.9	45	الفايس بوك
18.50	17	الفايس بوك، انستغرام
1.10	1	الفايس بوك، انستغرام، Whatspp .zoom ،Telegram. Viber
1.10	1	الفايس بوك، انستغرام، whatsapp،Youtube, viber
1.10	1	الفايس بوك، انستغرام، تليغرام واتساب فايبر
4.30	4	الفايس بوك، انستغرام، تويتر
1.10	1	الفايس بوك، انستغرام، تويتر، Youtube
1.10	1	الفايس بوك، انستغرام، تويتر، تيك توك
3.30	3	الفايس بوك، انستغرام، تويتر، لينكدلن
1.10	1	الفايس بوك، انستغرام، تويتر، لينكدلن، تيك توك
2.20	2	الفايس بوك، انستغرام، تيك توك
5.4	5	الفايس بوك، انستغرام، لينكدلن
1.10	1	الفايس بوك، انستغرام، لينكدلن، Télégramme
2.20	2	الفايس بوك، تويتر
1.10	1	الفايس بوك، تيك توك
3.30	3	الفايس بوك، لينكدلن
2.20	2	انستغرام
100	92	المجموع

جدول رقم 2

من خلال المعطيات البحثية التي تحصيلها من العمل الميداني نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي و بشكل أكبر موقع الفايس بوك بنسبة 48,9 % مقابل نسب ضئيلة نوعا ما تستخدم الفايس بوك مع باقي المواقع خاصة موقع الانستغرام الذي يحتل المرتبة الثانية، و هذا يعكس اهتمامنا بهذه المواقع الاعلامي الاجتماعي الحديث و تأثيره في جذب و استقطاب المستخدمين.

و هذا نتيجة لتجدد ميلاد وسائل الإعلام و تحولها الرقمي الى منصات التواصل الاجتماعي الافتراضي و تعاظم دور المواطن العادي و تحوله من مجرد متلقي للمواد الإعلامية الى منتج لها و بهذا يكون له دور كبير في تلقي الأحداث الاجتماعية و اقتراحها للنقاش و التأثير في توجيه المجتمع بسبب قدرة هذه الشبكات الافتراضية الكبيرة على الوصول إلى جمهور واسع جدًا، ولعب دور أساسي في تشكيل الرأي العام، فلقد ساهمت الثورة التكنولوجية العالمية في توجه الجزائريين إلى استخدام هذه الفضاءات الاتصالية الافتراضية،

فحسب آخر " تقرير عن الرقمنة لسنة 2021 في الجزائر le rapport du digital en Algérie en 2021 " صادر عن البنك العالمي تم نشره موقع الشروق أون لاین في تاريخ 11 فيفري 2021 تحت عنوان هذه أرقام مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الجزائر يستخدم 26.50% مليون جزائري شبكة الإنترنت و هو ما يمثل نسبة 59.60% من مجموع السكان البالغ في جانفي 2021 عدد 44.23% مليون نسمة و ينشط 25 مليون جزائري ضمن وسائل التواصل الاجتماعي ما يمثل نسبة 56,5% و يحتل موقع فايس بوك المرتبة الأولى ب 24 مليون مشترك و الرابعة من إجمالي أهم مواقع الأنترنت التي يلج إليها الجزائريون "،(موقع Echoroukonline (2021)

، Rapport de 2021 ;Voici le nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux en Algerie ،

تم الاطلاع عليه بتاريخ 2021-04-3، الساعة 17-00(سا)

5- استخدام موقع الفايس بوك:

1.5- سنة بداية الاستخدام:

الجموع	2018	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	سنة بداية الاستخدام
92	1	5	6	12	7	11	17	12	10	4	3	3	1	التكرار
100	1.10	5.4	6.5	13	7.6	12	18.5	13	10.9	4.3	3.3	3.3	1.1	النسبة

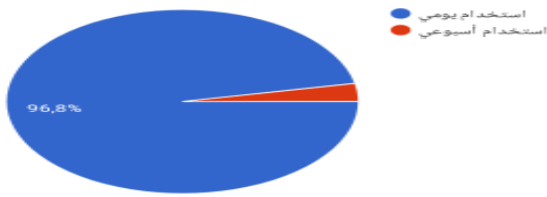
جدوال رقم 3

يعرف الاستخدام على أنه الممارسات الاجتماعية التي تتحول بفعل التقادم و التكرار الى ثقافة اجتماعية كما أنها " أنماط سلوكية يستعملها الافراد أو المجموعات و استقرت نسبيا خلال فترة زمنية معينة على مستوى المجموعات الاجتماعية الحضارية المختلفة " ،(Proulx,2005,p3).

وهنا تظهر المعطيات المحصلة حول سنة بداية استخدام موقع الفاييس بوك أن أغلبية المبحوثين قد بدأوا استخدام الموقع منذ أكثر من 3 سنوات على الأقل. وأكثر من نصف المبحوثين لديهم أكثر من عشرة سنوات إشتراك في الموقع وكانت ذروة الاشتراك في سنة 2011 ويمثل هذا الأمر التحول الكبير في الإعلام الرقمي والمكانة الكبيرة التي أصبح يحتلها موقع الفاييس بوك خاصة، وتنامي ملحوظ للحركات الاحتجاجية الداعية الى التغيير والتي انتهجت النضال الالكتروني بفعل الاهتمام الشعبي الكبير بأحداث ثورات الربيع العربي في اغلب البلدان العربية.

2.5- دورية فترات إستخدام موقع الفاييس بوك :

ماهي دورية فترات إستخدامك الفاييس بوك؟ 1-3
94 réponses



الشكل رقم (7):

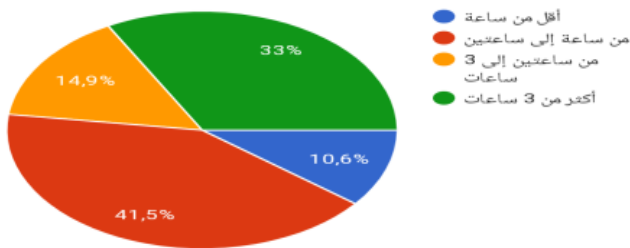
يستخدم أغلبية المبحوثين الذين يقدرون بنسبة 96.8 % موقع الفاييس بوك بشكل يومي في حين يستخدم 3.20% من المبحوثين الفاييس بوك أسبوعيا وهو ما يظهر أن استخدام الفاييس بوك اصبح من العادات اليومية لأغلبية المبحوثين .

تمثيل بياني

وهذا مؤشر مهم على ما يسمى بالتمكين التكنولوجي والذي يقصد به امتلاك الوسائل المناسبة للوصول واستخدام المجال الافتراضي حيث أن أول شروطه مرتبطة أساسا بإمكانية الولوج، حيث أن الفرد في تعامله مع التكنولوجيا يكون معرضا لمستويين من الولوج هما الولوج التكنولوجي والولوج الى المحتوى " (مريم، ماضي، (2020)ص712).

3.5- عدد ساعات استخدام الفاييس بوك:

كم ساعة تقضيها في إستخدام الفاييس بوك؟ 1-4
94 réponses



الشكل رقم (8): تمثيل بياني

يستخدم نسبة 41.50% من المبحوثين الفاييس بوك ما بين ساعة الى ساعتين و 14.90% ما بين ساعتين الى ثلاثة ساعات و 33% أكثر من ثلاثة ساعات وهي مؤشرات لها دلالة على أن أغلبية متابعي الصفحة يستخدمون الفاييس بوك بحجم

زمني كبير نوعا ما يتراوح ما بين الساعة الواحدة الى أكثر من ثلاثة ساعات مقابل نسبة ضئيلة نوعا ما تمثل 10.60% تستخدم موقع الفاييس بوك أقل من ساعة.

تؤكد هذه المعطيات الإحصائية ما جاءت أغلب دراسات الاعلام الجديد من أن الشبكات الاجتماعية وتطبيقاتها كالفيديسبوك، وتويتر، ويوتيوب، ساهمت في خلق مجال عام سهل تبادل المحتوى الإلكتروني، وأصبحت وسيلة للتعبير عن الاحتجاجات الجماهيرية الاجتماعية و النقابية و السياسية ، كما حدث في إندلاع ثورات الربيع العربي و الحراك في الجزائر و السترات الصفراء في فرنسا وغيرها من الدول ، فالنقاشات السياسية التي تُجرى عبر وسائل الإعلام الاجتماعي ركزت على قوة الإحتجاجات الشعبية حيث أن الشبكات الاجتماعية عملت على دعم المجال العام مما أعطى أهمية للشبكات الاجتماعية في متابعة الأداء الحكومي من قبل الأفراد، والحصول على المعلومات الأساسية ، وفهم الواقع السياسي بأبعاده المختلفة، إلى جانب تمكين المواطنين من اتخاذ القرارات بشأن قضايا الشأن العام ،

وبخصوص المعطيات الإحصائية في دراستنا هذه نجد أن 48.9% من المبحوثين هم من مستخدمي موقع الفاييس بوك مقارنة بباقي المواقع، كما أن أغلبهم يملك حساب الفاييس بوك منذ مدة زمنية طويلة ونجد أكبر نسبة لبداية الاشتراك في موقع الفاييس بوك هي سنة 2011 والمقدرة بنسبة 18.5% التي كانت ذروة الاستخدام وهو ما يفسر ب الاهتمام الذي أصبح يحظى به هذا الموقع خلال بداية الربيع العربي.

خلاصة الفصل الأول:

إن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بما فيه الإعلام الجديد وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي أصبح ظاهرة حديثة تعرف انتشارا واسعا والتفافا حول محتوياتها وتطبيقاتها المتجددة، بعكس وسائل الإعلام التقليدية التي أصبحت في حد ذاتها مجالا خصبا للتطوير التكنولوجي الدائم في خدمة الدعاية والتسويق الإعلامي.

فلا يمكننا أن نتكلم عن تكنولوجيا الإعلام الجديد ومجتمع المعرفة والذكاء الاصطناعي والذكاء الرقمي دون عامل الاستخدام سواء من حيث الفئات المستخدمة أو من حيث الفترات التي يتم قضاؤها في مختلف شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيس بوك.

كل المؤشرات الإحصائية والمعطيات الرقمية لها دلالة كبيرة في النمو المتسارع لاستخدام هذه المواقع في الجزائر سواء كأفراد أو مجموعات أو هيئات رسمية من أجل استغلال لكل غايتها وتوجهاتها الحديثة.

الفصل الثاني

صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران

تمهيد

- (1) الاهتمام بمتابعة صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران
- (2) درجة الثقة في المعلومات والأخبار التي تنشرها صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران
- (3) مجالات النشر محل اهتمام متابعي صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران
- (4) التفاعل مع صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران
- (5) صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران كوسيط بين المواطنين والدولة

خلاصة الفصل الثاني

تمهيد:

سعت السلطات العمومية في الجزائر إلى محاولة ربط الاتصال بالمواطنين مواكبة التطورات في وسائل التواصل الاجتماعي فأنشأت أغلب المؤسسات السياسية الرسمية منصات وصفحات لمختلف وسائل التواصل الاجتماعي بغية تحسين الاتصال العمومي في إطار ما أسمته بالديمقراطية التشاركية التي هدفت إلى إعطاء مصداقية أكبر لمشاركة المواطنين وانخراطهم في إدارة الشأن العام، وتجاوز الإخفاق الذي حدث في الديمقراطية التمثيلية التي كانت أهم أثاره عزوف المواطنين عن الفعل الانتخابي ومقاطعة كل ما هو رسمي. وهنا تأتي أهمية التذكير بأهمية الفعل التواصلي العقلاني الذي دعي إليه هابرماس والذي يهدف إلى الحوار والتفاهم من أجل تحقيق مصلحة مشتركة.

وتعتبر صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران أنموذجا لفضاء عمومي افتراضي محلي يضم قرابة مائتي ألف (200000) مشترك ومتابع للصفحة من مختلف الفئات من المواطنين ويتم فيها النقاش والتداول حول العديد من القضايا والمجالات المجتمعية وتتفاعل فيها ومن خلالها العديد من الفئات الاجتماعية وينتج عن ذلك خطابات وممارسات تهدف إلى مناقشة قضايا الشأن العام المحلي وتسعى للتعبير عن انشغالاته وتعمل على النقد والتقييم الدوري للأداء التنموي للولاية كمؤسسة سياسية تمثل الدولة على مستوى ولاية وهران.

1- الاهتمام بمتابعة صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران:

يطرح وليد، رشاد زكي على ان البنية أو المستويات التي تتشكل خلالها المشاركة الافتراضية تكون على النحو التالي:

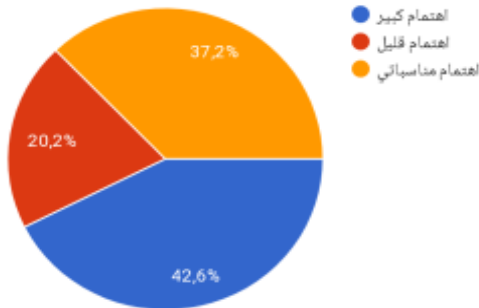
-الاهتمام والمعرفة: إذا كانت المعرفة تمثل أساسا للمشاركة في تفاعلات السياقات الواقعية، فهي ضرورة أيضا للمشاركة عبر الإنترنت، وخاصةً أن المجتمع الافتراضي يقوم بالدرجة الأولى على المعرفة، فلا مشاركة بدون اهتمام ومعرفة، ولا يُقصد بالمعرفة ضرورة الفهم بموضوع الاشتراك فقط، ولكن يشمل أيضا معرفة طريقة النفاذ إلى المشاركة مع الآخرين عبر مواقع الشبكات الاجتماعية أو غيرها.

-الفعل: يشكل الركن الثاني المكمل للمعرفة فلا فعل بدون معرفة، والمعرفة لا ترقى إلى مستوى المشاركة بدون فعل، والمقصود بالفعل هنا النشاط الذي يقوم به الشخص المتفاعل، والذي يمتلك القدرة على النفاذ إلى مواقع التفاعلات للاشتراك في الموضوعات المتباينة للتفاعل عبر الإنترنت.

-التفاعل: المقصود بالتفاعل هنا هو: تبادل المعلومات والمعارف، فتكتمل المشاركة بتحويل الفعل أو النشاط إلى تفاعل، وقد يكون هذا التفاعل مع الأفراد أو يمتد إلى الجماعات، مع الأخذ في الاعتبار أن تفاعلات ومشاركات المجتمع الافتراضي تقوم في الأساس على مشاركة الاهتمامات.

(وليد رشاد زكي، (2010)، ص 26).

ما مدى إهتمامك بمتابعة صفحة الفاييس بوك 1-2 الرسمية لولاية وهران؟
94 réponses



الشكل رقم (9): تمثيل بياني

- تمثل مشاركة الاهتمامات الفرضية الأولى لتشكل

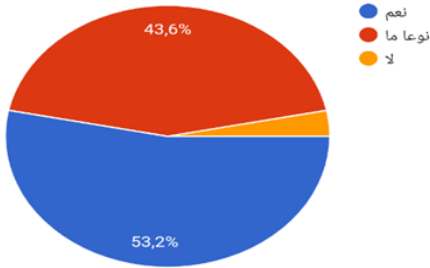
المجتمع الافتراضي حيث يقوم هذا المجتمع بالأساس على فكرة التجانس في الاهتمامات.

يظهر الشكل البياني أن ما نسبته 42.6% من المبحوثين لديهم اهتمام كبير بصفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران، وهي نسبة معتبرة تقارب النصف ما يدل على اهتمام أغلبية مجتمع البحث بالصفحة وما يتم نشره فيها ومتابعتهم لها تتم بوعي تام ومعرفة لمتابعة الاخبار والمعلومات التي تمثلها فهي مركز اهتمام أغلبية ساكنة وهران.

2- درجة الثقة في المعلومات والأخبار التي تنشرها صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران:

ويثق أغلبية المبحوثين بنسبة كبيرة بلغت 53,20

هل تتفق في المعلومات والأخبار التي تنشرها 2-2
صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران؟
94 réponses



% فيما يتم نشره في صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران في حين بلغت نسبة الذين ليس لديهم ثقة في منشورات الصفحة نسبة أقل من 4% وهو ما يبين ان للصفحة مصداقية لدى متابعيها.

وقد عبر المبحوثين على الاسئلة المفتوحة بإجابات تعلق لأسباب ثقتهم في منشورات الصفحة وفق الآتي:

الشكل رقم (10): تمثيل بياني

أسباب عدم الثقة	أسباب الثقة نوعا ما بالصفحة	أسباب الثقة في الصفحة
- تبقى الاجابة شخصية	- كثرة الصفحات - حسب المعلومات - قلة الإعلام الموضوعي - مصدر مشكوك - ترويج إشاعات وأخبار مغلوطة لضرب بعض الاطراف - البحث عن الحقيقة المغيبة - لانها تعالج فقط المجال الاجتماعي - قلة شفافية المعلومة	- اعتبارها مصدر رسمي موثوق به - مصداقية الصور والتوثيق - التعامل معها بكثرة - حقيقة وواقعية المعلومات المنشورة - إمكانية التأكد من المعلومة من جهة أخرى - حصريّة الأحداث المنشورة

جدول رقم 4

3- مجالات النشر التي تحظى باهتمام متابعي صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران:

عبر أغلبية المبحوثين عن اهتمامهم بنسب متقاربة بكل مجالات النشر في صفحة الفايس بوك الرسمية المتمثلة في المجالات التالية:

- السياسي والاعلامي.
- الاجتماعي والخيري والديني.

- الاقتصادي والتجاري.

- الثقافي والعلمي.

- البيئي والصحي.

- الرياضي والترفيهي والفني.

وهذا يدل على الاهتمامات المشتركة للمبحوثين بكل مجالات الحياة وتطلعهم الى متابعة الجديد بخصوص هذه المجالات على مستوى الصفحة.

4- تفاعل متابعي صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران مع منشورات الصفحة:

1.4- تفاعل المتابعين مع المنشورات:

عبر أغلب المبحوثين أن تفاعلهم مع منشورات الصفحة يتم من خلال ما يلي:

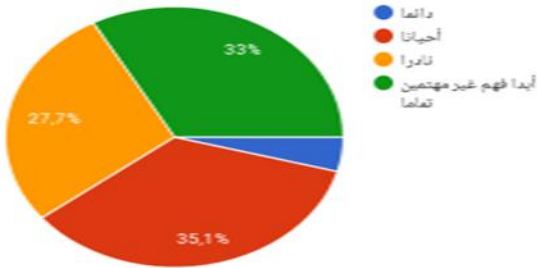
طريقة التفاعل مع الصفحة	التكرارات	النسبة المئوية
الاطلاع فقط دون ابداء الراي	30	32.60%
التعبير بالإعجاب او بأحد الرموز التعبيرية emoji	31	33.69%
التعليق مع مشاركة المنشور	2	2.17%
بعث رسالة الى الصفحة	9	9.78%
التعليق	19	20.65%
حسب الجديد المتاح	1	1.08%

جدول رقم 5

من خلال الجدول يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين المقدرة نسبتهم 33.69 % يتفاعلون من خلال التعبير بالإعجاب او بأحد الرموز التعبيرية emoji التي تتيحها اعدادت الفايس بوك ويأتي في المرتبة الثانية ونسبة 32.6% الذين يقومون بالاطلاع فقط دون ابداء الرأي وهو ما يعتبر تفاعل سلبي يكتفي بالملاحظة فقط في حين يعلق ويراسل الصفحة ما نسبته على التوالي 20.65% و9.78%. هذه المعطيات تؤكد أن أغلبية متابعي الصفحة يتفاعلون مع منشورات الصفحة. لكن بالمقابل كيف يتفاعل المشرفين على الصفحة معهم؟

2.4- تفاعل المشرفين على الصفحة مع ردود أفعال المتابعين على منشورات الصفحة:

هل المشرفين على الصفحة الفايس بوك الرسمية 2-5 لولاية وهران مهتمين بتفاعل... منشوراتها بعين الاعتبار؟ 94 réponses



يرى أغلب المبحوثين أن المشرفين على صفحة صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران غير مهتمين بردود أفعالهم على منشورات الصفحة حيث إن ما نسبته 33% يرون أن المشرفين لا يردون أبداً وهم غير مهتمين بتاتاً بالإضافة إلى نسبة 27,7% يرون أنه نادراً ما يتم التعاطي مع ردودهم وأنه فقط أقل من 5% لهم رأي آخر ويرون أن المشرفين يتفاعلون معهم.

الشكل رقم (11): تمثيل بياني

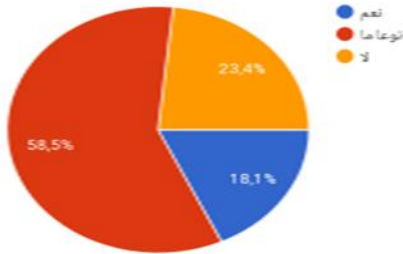
هذه المؤشرات تدل على أن للصفحة اتجاه احادي من الاعلى الى الاسفل اي من السلطات الى المواطنين ولا تستمع للرأي الاخر الذي يطرحه متابعي الصفحة و غالباً ما تكون تمثل انشغالات حول الواقع المعيش او تعبير عن تدمر من اوضاع معينة و ان الصفحة بهذا تعتبر موجهة للدعاية للنشاط الرسمي اكثر منها للاستماع لآراء المواطنين و انما لا تتفاعل بشكل ايجابي وهذا ما سنراه بشكل اكثر تفصيل في البيانات اللاحقة .

3.4- نظرة المبحوثين لكيفية تفاعل المشرفين على صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران مع متابعي الصفحة:

يرى نسبة 35.1% من المبحوثين أن المشرفين على الصفحة يتفاعلون أحياناً بالضغط على إعجاب بالتعليق الذي يكتبه المتابع والرد على التعليق او التعليق على التعليق في بعض المرات. ونسبة 33% من المبحوثين صرحت ان المشرفين لا يتفاعلون حيث لا يردون وغير مهتمين تماماً ولا يجيبون على اجابات على تعليقاتهم. ونسبة قليلة جداً لا تتجاوز 4.2% صرحوا أن المشرفين على الصفحة يردون دائماً على المتابعين. نستنتج من هذه المعطيات أن أغلبية المبحوثين يرون أن المشرفين على صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران لا يتواصلون بشكل كاف مع متابعي الصفحة.

4- صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران كوسيط بين المواطن والدولة:

هل تعتبر أن صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران تؤدي دور الوسيط بين الدولة والمواطنين؟
948nspréponses



الشكل رقم (12): تمثيل بياني

يرى نسبة 23,4 % من المبحوثين أن الصفحة تعتبر وسيط بين الدولة والمواطنين في حين يرى ما نسبته 23.4 % منهم أنها لا تعتبر وسيط والاكثرية التي بلغت نسبتها 58,5 % غير متأكدة من كون الصفحة تمثل وسيط بين الدولة والمواطنين حيث تعتبرها نوعا ما وسيط. وقد علل المبحوثين إجاباتهم حول دور الوسيط ل صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران وفق الآتي:

-تبرير الاجابات بنعم حسب تصريحات المبحوثين

- ✓ لأنها تقوم بحل بعض المشاكل التي يعبر عنها متابعي الصفحة وتهتم ببعض التساؤلات المطروحة.
- ✓ لأنها وسيلة تبادل المعلومات ومصدر توصيل الرسالة بين الشعب والدولة.
- ✓ لأنه ليس لنا صلة مباشرة مع الدولة.
- ✓ ارض الواقع.
- ✓ لأنها توصل المعلومة وترعى المواطن.
- ✓ مصدر معالجة الانشغالات ومتابعة الاحداث.
- ✓ يصرح بجدية انشغالات الساكنة.
- ✓ لأنها تنقل كل الاخبار.
- ✓ وسيط لنقل المعلومات.
- ✓ تنشر الاخبار والاحداث بالولاية وتقرب من المواطن.
- ✓ لان يكسبك الوقت والمعلومة تصل الى المواطن واغلبية الشعب يستعمل الفاييس بوك.
- ✓ حب لمدينة وهران.
- ✓ تطلعنا حول اخبار كورونا ومعلومات حول الوقاية.
- الاجابات التي لا تعتبر الصفحة وسيط:
- ✓ المسؤولين لا تعجبهم الآراء المختلفة.
- ✓ لأنها لا تلبي احتياجات الشعب كتوضيح الامور ورفع انشغالاته للجهات المسؤولة.

- ✓ المواضيع والتساؤلات ذات الاهمية لا تجد ردا وتجاوبا.
- ✓ هي صفحة اعلامية وليست خدماتية.
- ✓ لم يتم نشر اي حالة لوساطة الصفحة بين الدولة والشعب.
- ✓ فقط تنشر للتعريف بأعمالهم فقط ولا تهتم بالتعليقات وانشغالات المواطن.
- ✓ المسيرين يتجاهلون اراء المتصفحين.

خلاصة الفصل الثاني:

بالنظر لكون شبكات التواصل الاجتماعي تدخل ضمن الاعلام الجديد فان مواقعها و أنواعها اختلفت باختلاف ميزاتها و تطبيقاتها و كذا الشكل العام لها ، فموقع الفاييس بوك من اكثر المواقع استخداما من حيث عدد المستخدمين و المشتركين و المتابعين عبر العالم ، و في هذا المنحى تبين لنا من خلال دراستنا هذه أن صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران و مجرد إفتتاحها عرفت تزايدا واضحا في عدد متابعيها و المشتركين بها و الذين يتفاعلون مع منشورات الصفحة و مضامينها المختلفة بكل أدوات التفاعل التي توفرها اعدادات موقع الفاييس بوك ،

و تعتبر المجالات و المواضيع المتداولة في صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران محل متابعة و اهتمام و تؤدي دور الوسيط بين الدولة الممثلة في الولاية و المواطنين من ساكنة ولاية وهران، و تحضى برضى أغلبية ساكنة وهران لما توفره من مناقشات حول إنشغالات المواطنين و لو أن ذلك أخذ الطابع الدعائي الترويجي في أكثر الاحيان إلا انها استقطبت اهتمام و متابعة لسكان ولاية وهران .

الفصل الثالث

الفضاء العمومي الافتراضي وتأثيره على الرأي العام المحلي

تمهيد .

- (1) الفضاء العمومي.
 - (2) الفضاء العمومي الافتراضي.
 - (3) الرأي العام.
 - (4) الرأي العام المحلي.
 - (5) صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران كفضاء لمناقشة قضايا الرأي العام.
 - (6) الفئات المتابعة لصفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران.
 - (7) المواضيع المعبرة عن انشغالات سكان ولاية وهران.
 - (8) تأثير صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران في توجيه الرأي العام بولاية وهران.
 - (9) حرية التعبير عن الرأي في صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران.
 - (10) درجة رضى متابعي صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران عن مضمون ومحتوى الصفحة.
- خلاصة الفصل الثالث

تمهيد:

أدى ظهور الاعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي الى تعزيز بشكل كبير مشاركة المواطنين، واهتمامهم بالقضايا المجتمعية وتطوير علاقتهم بمجالهم العمومي حيث لم تقتصر شبكات التواصل الاجتماعي فقط على نقل وتلقي المعلومات بل تحولت إلى فضاء تتجلى فيه الكثير من الأنشطة الاتصالية، نظرا لما تتيحه من سهولة كبيرة للتولوج إليها واستخدامها والتفاعل والمشاركة في الحياة العامة،

الأمر الذي جعل جل المفكرين ينظرون إليها كفضاء رمزي وشكلا جديدا للفضاء العمومي التقليدي حسب نموذج هابرماس، فلم يعد مناقشة قضايا الشأن العام مقتصرًا على الفضاءات العامة التقليدية وإنما أصبح متاحًا للجميع التولوج الى الفضاءات الرقمية الافتراضية، والمشاركة والتفاعل فيها بكل حرية حيث نجد أنفسنا اليوم أمام ظاهرة اتصالية جديدة هي الفضاء العمومي الافتراضي كحتمية لبروز الإعلام الجديد وأحد أهم تطبيقاته شبكات التواصل الاجتماعي.

إن إنتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتعبير عن مختلف الآراء والانشغالات بما يسمى الحاجات النفس إجتماعية والبحث عن تحقيق الرغبات والإهتمامات الفردية والجماعية، جعل متابعي مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفاييس بوك يتزايد بشكل كبير حتى أصبح يوجه ويؤثر في الفضاء العمومي بما فيه الافتراضي،

وهنا نتحدث عن الفضاء الافتراضي المحلي لولاية وهران الذي أصبح يشكل رأي عام وفق مخرجات الاعلام الجديد وعلى سبيل الحصر الفاييس بوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي.

1- الفضاء العمومي:

يعد الفضاء العمومي من أهم نتائج الحداثة وقيمها التنويرية في الخطاب الغربي المعاصر، و من المفاهيم الرئيسية للمفكر الألماني يورغن هابرماس " الذي يعرف الفضاء العام بأنه مجموعة من الأفراد يجتمعون معاً لمناقشة القضايا العامة في الأماكن العامة، (Jurgen Habermas, (1992), p7) ، و لازال يثير العديد من الأسئلة التي تسعى إلى الكشف عن حقيقة هذا المفهوم و تحوله البنيوي و طبيعة تشكله و مختلف نماذجه عبر سيرورته التاريخية ،

فالفضاء العمومي يعتبر سمة أساسية من سمات الحكم الديمقراطي الذي يسمح بالاستجابة لمطالب المواطنين و يساهم في تشكيل الرأي العام و يمنحهم الحق في مساءلة المؤسسات السياسية، و حسب بيتر دلغرن Peter Dalgren " يعرف الفضاء العمومي بأنه مجموعة من المساحات التواصلية في المجتمع التي تسمح بتداول المعلومات و الأفكار و المناقشات بطريقة غير مقيدة و كذلك تشكيل الإرادة السياسية " (امانى المهدي ،Nathanielpoor،(2018-2005)، ص7) ،

فالفضاء العمومي إذا هو المجال الذي يمد المواطنين بالمعلومات و الأفكار و يتيح النقاش حول الشؤون العامة التي تهم الرأي العام، و لقد عرف مفهوم الفضاء العام تطوراً بتطور المدينة و الدولة الاجتماعية و تأثر بتطوراتها الهيكلية و التنظيمية حيث بدأ كساحة و حيز مجالي لتواصل المواطنين و مكان رئيسي يتضمن مناقشة عقلانية لقضايا الشأن العام ذات الاهتمام المشترك بشكل مفتوح و متاح لجميع الأفراد ينتج عنه رأي عام يخدم الصالح العام ،

ارتبط أولاً بالطبقة البرجوازية التي تشكلت كسلطة موازية للدولة للمرافعة عن مصالحها و اعتقدت في البداية أنها الوحيدة القادرة على نقل انشغالات المجتمع و الدفاع عنها إلا أن ظهور الصراع الطبقي أدى إلى بروز مجموعات ذات مصالح مختلفة و متنافسة حيث شكلت كل فئة اجتماعية فضاءها العام الخاص بها و حتى المهمشين المستبعدين من المشاركة في الفضاء العام الرسمي شكلوا هم أيضاً فضاء عاماً موازياً يطرحون فيه أفكارهم و قضاياهم العامة.

و من ناحية المؤسسات الرمزية و مجالاته انتقل الفضاء العمومي من الساحة العامة (agora) في المدينة الإغريقية التي كانت تعد مسرحاً لممارسة الحياة العامة إلى بلاط الملك الذي كان يستخدم لمناقشة القضايا العامة في مواجهة ساحة المدينة ، و مع النهضة الفكرية في أوروبا انتقل الفضاء العام إلى التشكل في قاعات المسارح و النوادي الأدبية و دور السينما لينتقل إلى المقاهي التي تعددت هي أيضاً و صنفت حسب روادها و اهتماماتهم و أخذ الفضاء العمومي في بعض الأحيان شكل المظاهرات و المسيرات و الإضرابات الاحتجاجية خاصة من قبل الطبقات العمالية المطالبة بتحسين ظروفها الاجتماعية.

و خلال القرن العشرين ارتبط الفضاء العمومي أكثر بوسائل الإعلام الجماهيرية التي أتاحت نشر و نقل المعلومات بشكل واسع و اعتبر هابرماس " أن لوسائل الإعلام دور فعال كوسيط و مفاعل للنقاش العام " (كولمانن، ستيفن و كارين ،روس،(2012)،ص55) ، و مع مرور الوقت تحولت وسائل الإعلام إلى أدوات لصناعة و تعبئة الرأي العام و توجيهه بما يخدم مصالح و أجندات فئات محددة من المجتمع خاصة مع تعاظم دور قادة الرأي و حراس البوابة الذين أصبحوا يلعبون دور الوسيط الإعلامي و يسيطرون على تدفق المعلومات فانحسر دورها لصالح وسائل الإعلام الجديدة التي أتاحت للمواطنين فضاء جديدا مفتوحا للتعبير و المشاركة في النقاش العام بدون حواجز ، و سمحت لهم بالخروج عن إطار الفضاء العام التقليدي و سهلت لهم الولوج و الانخراط في فضاء عمومي افتراضي مفتوح متاح لكل فرد فيه الوصول إليه و المشاركة فيه.

ولفهم فكرة الفضاء العمومي بطريقة أفضل اقترح كل من جرهارد ونايدهارت ، Gerhards و Neidhart التمييز بين ثلاثة أنواع مختلفة من منتديات الفضاء العمومي:

• النوع الأول هو الفضاء العمومي المواجهاتي:

"الذي يكون عبر التواصل اليومي بين المواطنين وجها لوجه، والذي يحدث في الشوارع وفي الحدائق وفي المقاهي وهو لا يملك هيكلًا تنظيميًا ثابتًا، ولكنه يعطي فرصة كافية لمناقشة قضايا متنوعة جدًا، ويبقى تأثيره المجتمعي ضعيفًا إلى حد ما، وعدد الناس الذين يمكن الوصول إليهم صغير نسبيًا." (بن بوزيان عبدالرحيم، الفضاء العمومي الافتراضي عبر الصفحات الاخبارية لموقع الفايس بوك، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد24، ديسمبر 2017، ص 77 / Gerhards and schaffer ; is the internet a better public sphere ? comparing old and new media (in the US and germany new media et society ; 2010 ; p14

• النوع الثاني هو الأحداث العامة:

"وهو الاجتماعات العامة التي تحدث في قاعات السينما والمسارح والمطالعة العامة، أو حتى مسيرات الاحتجاج ." (بن بوزيان، نفس المرجع السابق، ص78)، هذا النوع من منتديات الفضاء العمومي يمتلك هيكلًا تنظيميًا في حده الأدنى، وهو ليس مفتوحًا للجميع بل يشارك فيه المتخصصين وقادة الرأي ، وبالتالي فإن للأحداث العامة قدرة تأثيرية أكبر في المجتمع وتستطيع الوصول إلى شريحة أوسع من الأفراد بالمقارنة مع الفضاء العمومي المواجهاتي،

• النوع الثالث للفضاء العمومي وسائل الإعلام الجماهيرية :

"تشكل وسائل الإعلام الجماهيرية كالصحف، الإذاعة و التلفزيون و تعتبر مجاله الرئيسي في المجتمعات الحديثة، وهي قادرة على إنشاء منتدى اتصالي دائم للمناقشة السياسية،" (بن بوزيان , نفس المرجع السابق , ص 78)، حيث تساهم وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام عن طريق تزويد المواطنين بالمعلومات، وهي لا تجعل الأحداث السياسية الجارية علنية فقط، بل تجعل آراء الفاعلين وردودهم علنية أيضا للجمهور الواسع ، كما تمتلك بنية تحتية تقنية وتنظيمية كاملة، ويمهمن عليها المتخصصين مثل الصحفيين والخبراء.

ويعرف هابرماس الفضاء العمومي بأنه: "المجال الذي يتم فيه التفاوض والمناقشة وتبادل الآراء حول قضايا الشأن العام ومسائل المواطنين السياسية هو الفضاء الذي يتيح للمواطنين إمكانية التواصل و التفاعل لمناقشة قضايا مجتمعهم المختلفة " (Habermas ;l'éspace public ,paris, payot , 2006) (P5). ويعرفه كذلك " بأنه حقل الحياة الاجتماعية الذي يجري من خلاله تشكيل و مقارنة الرأي العام م و انه الحقل الذي يتوسط بين المجتمع و الدولة "، (مهند، مصطفى، (2016)، ص1).

ومن الجانب الإجرائي، نقصد بالفضاء العمومي المساحة الاجتماعية التي تتيح لأفراد المجتمع النقاش الجماعي الحر من أجل تكوين رأي عام يخدم الصالح العام و القضايا المشتركة من أجل الوصول لاتفاق يخدم المصلحة العامة، لهذا يقول نيغت: "يتمثل رهاني الأول في بيان الأشكال البديلة والجماعية التي ستمنح تجارب عمومية للحاجات الإنسانية". (أوسكار نيغت، (2010)، هابرماس: المثقف السياسي. إلى هابرماس في عيد ميلاده الثمانين، ترجمة رشيد بوطيب مجلة فكر و فن العدد 92) ويعزز هذا نقاشاً حول المنفعة العامة والخير المشترك.

1.1-الفضاء العمومي المحلي في الجزائر:

يطرح التفكير في الفضاء العمومي في المجتمع الجزائري العديد من الاشكاليات المرتبطة بالشأن العام و بخصوصية التطور التاريخي للمجتمع الجزائري و التحولات السياسية والاجتماعية والاقتصادية و الثقافية الجارية على المستوى المحلي والصعيد العالمي، حيث نشأ وتشكل الفضاء العمومي في الجزائر و تطور عبر فترات زمنية مختلفة ارتبطت بإحداث متعددة ساهمت في تكوين صورته الحالية عبر فترات أهمها:

• فترة الاستعمار:

حيث حاول الاستعمار القضاء على الموروث الثقافي للمجتمع الجزائري وفصل الهوية الوطنية و محو مقومات أفرادها مما جعل المجتمع يواجه أشكالا متناقضة لثقافته وإجباره الدخول الى الفضاء الحضري

والتزوح من الريف لعوامل عدة . يذكر بيبار بورديو " أن كل ما بنته وملكته العائلة الجزائرية من قيم وتصورات وسلوكيات في فضائها الريفي والطبيعي حطمه الاستعمار ثم اقتلعها منها بعنف لكي يضعها داخل فضاء حضري وممارسة سياسة اقتصادية قائمة على التبادل النقدي والعقلاني وهذا سماه بالعنف الرمزي من خلال تصادم الاستعمار عبر سياسته الاجتماعية والاقتصادية مع البنية الاجتماعية الجزائرية وما كانت تحمله من تصورات ومعتقدات " (pierre bourdieu et abdelmalek sayad ; Le)
Déracinement ; la crise de l'agriculture traditionnelle algerienne ; Paris ; minuit ; 1964 ; p)

● فترة ما بعد الاستقلال :

تحمل الاعباء التي خلفها الاستعمار متجاهلا الحقيقة الأنثروبولوجية للعائلة الجزائرية حيث يقول عدي الهواري : " إن استقلال الجزائر في عام 1962 زاد في عمق التحولات وذلك بمواصلة عملية الهدم والتدمير التي بداها الاستعمار الفرنسي للمجموعة الريفية " (Addi lahouari ,1999;p48)
عرفت هذه المرحلة إهمال الأسس الثقافية المحلية السائدة داخل المجتمع ومحاولة ادماج العائلة في محيط يختلف تماما عن مقوماتها.

إن الفضاء العمومي في المجتمع الجزائري يحمل ثقافة خاصة مبنية على العلاقات التقليدية من خلال الرأسمال الاجتماعي , حيث ان هذه الشبكة الاجتماعية من العلاقات التقليدية تكبح العلاقات المبنية على المصلحة العامة داخل الفضاء العمومي فالمصلحة الفردية والشخصية تفرض نفسها على المصلحة العامة داخل الفضاء العمومي .

وتذكر لشلاش عائشة " أن المجتمع الجزائري يتصور الفضاء العمومي أنه المرأة العاكسة للمجتمع التي تكشف عن جملة العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية و عن السياسات والمشاريع التي تتبناها الدولة وعن تمثيلات السكان للدولة من خلال ممارستهم اليومية وانها ايضا توضح حقيقة العلاقات القائمة بين أفراد المجتمع والدولة " (لشلاش عمارية , مقارنة أنثروبولوجية لإشكالية النظافة في المدن الجزائرية، مدينة وهران نموذجا ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة وهران ، سنة 2011-2012 , ص73).

و من مميزات الفضاء العمومي في الجزائر أنه مرتبط بالدولة ويختصر إدراك المواطنين للفضاء العمومي على جوانبه المادية فقط، حيث يقول لويس إرث " أن إدراك الظاهرة الحضرية لدى الافراد تكون أولا كبنية مادية لكي يستطيعون فيما بعد إدراك الظاهرة كنظام اجتماعي و من خلال ذلك يستطيعون تحديد مواقفهم وأفكارهم لكي يندمجوا بصفة إرادية وحررة في تكوين جمعيات ومنظمات

تخدم مصطلحهم العامة " ; in American journal sociology ; urbanisme as a way of life ; louis wirth (1938 ;)

ومما سبق نجد أن أهم عوامل تكون الفضاء العمومي هي الفضاء الرمزي الذي يتكون عبر الزمن وتبلور منظومة قيم مشتركة واعتراف متبادل بكل الفاعلين بالإضافة الى امكانية التعايش والاعتراض والتشاور داخل هذ الفضاء.

• فترة دخول تكنولوجيايات الاعلام والاتصال للجزائر:

مع بداية الالفية الثالثة حيث ساهمت إنتشار الانترنت و دخول شركات الهاتف النقال العالمية وانتشار استعمال ذلك بشكل واسع في ظهور ممارسات اتصالية جديدة حيث تحرر المواطن الجزائري أكثر من هيمنة الاعلام الرسمي وبدا يصنع لنفسه فضاءات جديدة تعبر عن الواقع المعيش الفعلي بعيدا عن الصورة النمطية التي كانت تنشرها السلطة الرسمية بمنطق *tous vat bien* , حيث ظهرت صفحات الفايس بوك مثل راديو طرطوطار وغيرها من الصفحات التي لاقت انتشارا واسع لدى الجزائريين .

يعتبر هواري حمزة " أن إعلام الدولة إقصائي في المجتمع الجزائري و موجه من طرف الدولة وأحزاب السلطة باعتباره جهاز أيديولوجي يخدم خطاب السلطة بمفهوم الفيلسوف ألتوسير مع تهميش شريحة واسعة من الفئات المجتمعية، فكانت الفضاءات الاتصالية البديلة التي تشكلها الميديا الجديدة هي الوعاء والوسيط الذي ينفذ من خلاله الكثير من المهمشين للتعبير عن آراءهم وبالتالي تكوين فضاء عام للنقاش والجدال المتحرر من الهيمنة الاجتماعية والسياسية للسلطة " ، (حمزة ، هواري، 2015)، ص 228 .

واستخدم الجزائريون هذه الوسائط الاجتماعية للتفاعل مع قضايا الشأن العام والتعبير عن مواقفهم من مختلف القضايا و علاقتهم بالنظام السياسي القائم خاصة مع الحركات الاحتجاجية التي عرفتها الجزائر منذ بداية ما سمي بثورات الربيع العربي في سنة 2011 وازداد حجم التفاعل مع الحركة الاحتجاجية الشعبية التي سميت بالحراك.

2-الفضاء العمومي الافتراضي:

الفضاء الافتراضي أو الفضاء السيبري و هو عالم مصطنع يتكون بعرض بيانات في فضاء مركب ثلاثي الأبعاد ، يمكن للمستخدم التجول فيه من خلال إصدار أوامر للحاسوب ويفرض هذا العالم متغيرات ،

وهو نمط إتصال متوفر من خلال الأنترنت ويمنح الفرصة أمام تشكيل مجال عام ويعبر عنه على أنه مجال يعتمد على التبادل المجاني للأفكار والآراء بين المواطنين..

يعرفه بينكلر Benkler " بأنه تحول الفضاء العمومي من التماثل الى الرقمية مما أتاح للأفراد و المجموعات المختلفة بانتاج و نشر و تداول المعلومات و الافكار بهدف الفعل السياسي و المدني " (بن بوزيان , مرجع سابق , 2017 , ص 78)

يقدم عدة باحثون تعريفات أخرى للفضاء العمومي الافتراضي مثل كاستلز castells " أن الفضاء العمومي الافتراضي يمكن ان يؤدي الى فضاء عمومي عابر للأوطان عندما تتدفق الافكار على المستوى المحلي الوطني الاقليمي و الدولي " (بن بوزيان , المرجع السابق , 2017 , ص 78)

3 - الرأي العام :

يعتبر من المفاهيم التي نالت حظا وافرا من الدراسات العلمية و الاكاديمية كما نال المفهوم كظاهرة مجتمعية اهتمام الانظمة السياسية و صناع القرار فيها التي تريد معرفة ما تفكر به شعوبها ازاء اي قضية من القضايا .

الرأي العام في الاصل مصطلح غربي تم استخدامه من قبل الانظمة السياسية الغربية الديمقراطية التي كان لديها اهتمام كبير بالتحدث عن الرأي العام اتجاه مختلف القضايا التي تهم المجتمع ,

من أهم التعاريف الأكثر تداولاً للرأي العام نجد :

-هو " الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية بالنسبة لموضوع أو أكثر يمس هذه الاغلبية مسا مباشرا أو يشغل بالها و يحتدم فيه الجدل و النقاش في فترة معينة و لا يقلل في اهمية هذا الراي وجود اراء مخالفة لبعض الفئات ذات المصالح المغايرة لمصالح الاغلبية " (اللحام , 2007 , ص 60) .
- " يقصد بالرأي العام صوت الشعب أو الإرادة الجماهيرية أو موقف الرعية أو السواد الأعظم أو أغلبية الناس أو أكثرتهم " (كنعان . علي ، (2015)، ص 189).

4-الرأي العام المحلي :

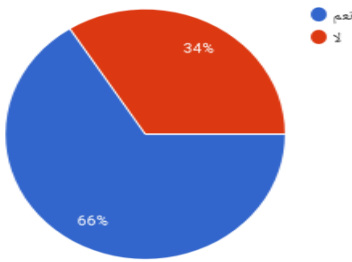
أدى تطور وسائل الاتصال الجماهيري إلى مضاعفة أهمية الرأي العام ، وذلك لأن التطور التكنولوجي المذهل الذي حدث وتطور الوسائل الاتصالية الجماهيرية سهل توصيل الأخبار ووردود الأفعال عليها في الحال لقطاع كبير من الناس والرأي العام هو السلطة الجماهيرية التي تعمل علي تقييم وتقويم الأعمال والأقوال الصادرة عن الساسة والمسئولين في شتى المواقع . وبناءً علي هذا فإنه من الأهمية بمكان تزويد الجماهير بالمعلومات والحقائق التي تمكنهم من الحكم علي مختلف الأمور وتعددت مجالات الرأي العام وتشعبت اتجاهاته ، وذلك سواء علي المستوي المحلي أو الوطني أو الإقليمي أو الدولي .

ومن التعريفات الحديثة للرأي العام المحلي نجد :

الفصل الثالث: الغضاء العمومي الافتراضي وتأثيره على الرأي العام المحلي

ما ذكره الدكتور سمير محمد حسين أن: " الرأي العام في مجتمع ما هو إلا خلاصة آراء مجموعة من الناس، أو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد ، أو إجماع الآراء ، أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر ما أو ظاهرة أو موضوع ، قضية من القضايا الجدلية الخلافية قد تكون اجتماعية ، ، ثقافية ، اقتصادية ، سياسية ، تربوية ، أو فنية ، كما قد تكون ذات طابع محلي ، وطني ، إقليمي أو دولي وأن تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد الجمهور ويثور حولها الجدل ، ويكون لهذا الإجماع قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به . " (سمير محمد حسين، (1997)، ص29) .

هل تعتبر أن صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية 1.3
وهران هي فضاء يتيح لمتابعي...ايا التي تهم الشأن العام ؟
94 réponses



و نقصد بالرأي العام المحلي هو ما اتفق عليه اغلبية الجمهور المتواجد في منطقة جغرافية محددة وفي دراستنا هذه حددناها بولاية وهران أي سكان ولاية وهران الذين يتشكل لدى اغليبتهم رأي غالب حول موضوع معين .

5- صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران كفضاء لمناقشة قضايا الرأي العام:

بخصوص مواقف متابعي الصفحة يرى أغلبية المبحوثين بنسبة

66% أن الصفحة الرسمية للفايس بوك لولاية وهران تعتبر فضاء يتيح لهم إبداء الرأي ومناقشة قضايا الشأن العام، في حين 34% منهم يرى عكس ذلك.

تعليل إجابات المبحوثين حول اعتبار الصفحة الرسمية لولاية وهران فضاء عمومي:

- إن فضاء صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران يتيح لمتابعيه إبداء الرأي ومناقشة القضايا التي تهم الشأن العام.

الشكل رقم (13): تمثيل بياني

- يرى المبحوثون ان صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران تتيح الاطلاع المباشر على ردود المواطنين من قبل مسؤولي الولاية من باب الواجب المهني.

- كما أنها تمكن المواطن من التعبير بحرية وإيصال الرسالة دون قيد حسب المواضيع المتاحة، التي تخدم الشأن العام، فهي منبر حر للعقلاء حسيهم.

-هي فضاء لحرية التعبير بكل شفافية ونقل المعلومة بتفاني وإخلاص.

- فضاء لحرية التعبير بكل شفافية ونقل المعلومة بتفاني وإخلاص.

-لأنها تفتح مجالاً للتعليقات والردود وتوجيه الاستفسارات والشكاوى من طرف المتصفحين.

تبرير تعليل إجابات المبحوثين الذين لا اعتبار الصفحة الرسمية لولاية وهران فضاء عمومي:

- قلة التفاعل،

-وجود أزمة ثقة بين المواطن والإدارة فهناك قضايا طرحت ولكن بدون اجابة أو حل.

-لأنها اعلامية فقط ولا يوجد متابعة.

هل تجد في منشورات صفحة الفايس بوك 3.3

الرسمية لولاية وهران أهم...شغالات سكان ولاية وهران ؟

94 réponses

-لا تتم مشاركة والرد على الإنشغالات مع إهمال

الانتقادات.

-لأنها تفتح مجال للتعليقات والردود وتوجيه

الاستفسارات والشكاوى من طرف المتصفحين.

6- الفئات الأكثر متابعة للصفحة الرسمية للفايس

بوك لولاية وهران:

نجد ان الفئات الأكثر متابعة لصفحة الفايس

بوك الرسمية لولاية وهران هم من أفراد عاديون

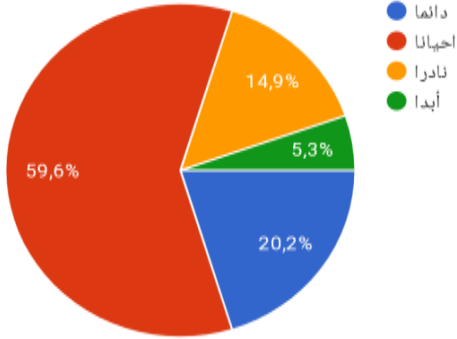
وموظفي هيئات رسمية وإطارات الدولة وأعضاء

جمعيات المجتمع المدني وأعضاء أحزاب سياسية وأعضاء نقابات مهنية واعلاميون ويتوزعون بطريقة

تناسبية بحيث لا تغطي اي فئة عن أخرى وهذا ما يعني ان كل فئات المجتمع تقريبا معنية بمتابعة

الصفحة. (أنظر الجدول المبين لإجابات المبحوثين حول هذا الامر في قائمة الملاحق جدول

رقم: 01)



الشكل رقم (14): تمثيل بياني

7-المواضيع المعبرة عن انشغالات سكان ولاية وهران:

بخصوص هذا المتغير يرى 20,2 % من المبحوثين أن مواضيع منشورات صفحة الفايس بوك الرسمية

لولاية وهران تعبر دائما عن انشغالات سكان ولاية وهران في حين عبر 59,6 % منهم ان ذلك يكون أحيانا

معبرا عن انشغالاتهم وترى نسبة قليلة منهم عكس ذلك اذ يعتقد ما نسبته 5.3 % و 14.9 % من

المبحوثين أن مواضيع الصفحة لا تعبر عن انشغالاتهم.

ويبرر أفراد العينة الذين تم استجوابهم أن اهم المواضيع التي يفترض نشرها في الصفحة حيث أنها

الانشغالات الحقيقية لسكان وهران هي:

• مشكل السكن والتعليم والصحة واخبار السوق ومشكل الزيادة في الأسعار.

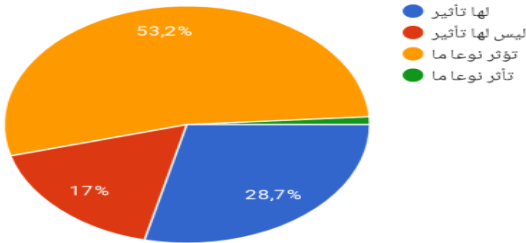
• مشكل النقل الكارثي وبشاعة الأحياء.

• -مخرجات الثقافة والفن.

الفصل الثالث: الغضاء العمومي الافتراضي وتأثيره على الرأي العام المحلي

- مواضيع اجتماعية معاشة كالبطالة في أوساط الشباب والحرقة.
- -مواضيع علمية،
- -مشاكل الأيتام ودار العجزة.
- -متابعة سير المجالس البلدية والتنمية المحلية في البلديات بما في ذلك تعبيد الطرقات.
- -الطب البديل والصحة والنظافة العمومية والمحافظة على البيئة ومحاربة التلوث قرب المناطق الصناعية.
- -اقتراح روابط للمشاريع والتوظيف لفئة البطالين وتطوير قدراتهم في إطار التنمية البشرية.

هل تعتقد أن منشورات صفحة الفايس بوك 5.3 الرسمية لولاية وهران تؤثر ف... الرأي العام بولاية وهران ؟
94 réponses



- تدعيم الصفحة بالمواضيع الدينية والتربوية.
- نقص وهشاشة مرافق الترفيه
- -الحقرة الإدارية بما يسمى البيروقراطية والمحسوبة.

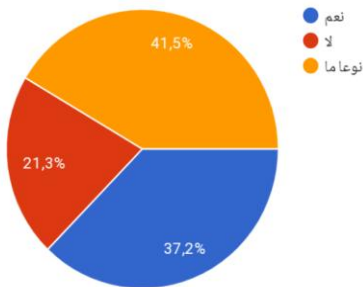
8-تأثير صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران

في توجيه الرأي العام بولاية وهران:

يرى 28.7% من المبحوثين ان للصفحة تأثير على الرأي

العام المحلي وأكثر من 53.2% منهم يرون أن لها تأثير نوعا ما بالمقابل ترى نسبة 17% انه ليس للصفحة أي تأثير على الرأي العام المحلي بولاية وهران.

هل تتيح لك صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية 6.3 وهران التعبير عن رأيك بكل حرية ؟
94 réponses



الشكل رقم (15): تمثيل بياني

9- حرية التعبير عن الرأي في صفحة الفايس بوك الرسمية

لولاية وهران:

يرى 37,2% من المبحوثين أن الصفحة تتيح لهم حرية التعبير

و41,5% منهم يرون ان ذلك ممكن نوعا ما في حين يرى 21.3%

من المبحوثين أن الصفحة لا تتيح لهم حرية الرأي.

الفصل الثالث: الفضاء العمومي الافتراضي وتأثيره على الرأي العام المحلي

تعليل إجابات المبحوثين حول حرية التعبير في الصفحة حيث برر المبحوثون إجاباتهم وفق الآتي:

- تبرير الإجابة بنعم:

- التعليق بدون قيود وفضاء مفتوح أسس لهذه الغاية.
- يتم كتابة الرسائل دون حذف الردود.

الشكل رقم (16): تمثيل بياني

- تبرير الإجابة بنوعا ما:

- تزيين أنشطة الولاية اعلاميا والتغاضي وإخفاء الآراء المعارضة أو الغاضبة من الوضع المعيشي.
- -مكثهم حذف الآراء المخالفة.
- لا تمرر المواضيع المهمة.
- لا يصل للمعنيين وبدون اهتمام.
- لأنها مفيدة ولم أتلقي إي إجابة.
- ممتع من الوعود.
- -تم حذف تعليق خاص بي.

- تبرير الإجابة بلا:

- البحث عن التغيير الحقيقي.
- يتم تجاهل المراسلات.
- صفحة إخبار فقط.
- تعرض للمضايقة والحضر بمجرد تعليق.
- -لا يلبون حاجات المواطنين..

10-درجة رضى متابعي صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران

عن مضمون ومحتوى الصفحة:

10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	درجة الرضى
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	------------

الفصل الثالث: الغضاء العمومي الافتراضي وتأثيره على الرأي العام المحلي

5	4	10	13	13	21	12	12	0	2	التكرار
5.4	4.3	10.9	14.1	14.1	22.8	13	13	0	2.2	النسبة المئوية

جدول رقم 06

يتبين من الجدول رقم 06 أن درجة رضى متابعي صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران على مضمون الصفحة و منشوراتها محصورة بين الدرجة الاولى و العاشرة حيث يتمركز ما نسبته 22.8% من المتابعين في الدرجة الخامسة و هي أعلى نسبة في حين فنه فقط 2.2 % من المتابعين ما يعني رضى محسوس بمضمون الصفحة .

- اقتراحات متابعي الصفحة لتفعيل دورها بشكل أفضل حسب إجابات المبحوثين:
- -الابتعاد عن الطابع البروتوكولي للصفحة والخروج من القوقعة والتقرب من المواطن.
- -استقراء رأي المتابعين وجعل الصفحة أكثر تشاركية.
- -عقد لقاءات مع المواطنين للتعبير عن قضايا شأنهم العام وعرض نتائج هذه اللقاءات.
- -الرد، التفاعل، التنفيذ، الواقعية لإحياء المصادقية.
- -التطرق للمواضيع الحساسة، والهادفة.
- -المتابعة والمرافقة والرد على الأسئلة والاهتمام.
- -الاستمرارية والالتزان.
- -النزول للميدان.
- -الصراحة.
- -إشراك صفحات البلديات في الصفحة الرسمية.
- -إيصال المعلومة وتنويعها وإيصال الانشغالات في وقتها.
- -المعالجة الحقيقية للمشاكل.
- -تفتح الصفحة على كل الكفاءات والتعاون مع كل الجهات لهندسة الوعي المحلي.
- -احترام الرأي الآخر وفتح نقاشات.
- -وضع خلية من الإعلاميين يتمتعون بحس المواطنة واستقبال آراء المواطنين وجرّد الإنشغالات وشرحها ومناقشتها وتوجيهها لكل القطاعات المعنية.
- -التطلعات المستقبلية.
- -صناعة محتوى سمعي بصري احترافي في شكل فيديوهات قصيرة بدل البيانات الإعلامية.

- متابعة كل النشاطات والإجابة على الإنشغالات والاهتمام بالمقترحات.
- الاستماع والإنصات للمواطنين.
- توجيه الرأي لخدمة الصالح العام.
- فضح بيروقراطية الإدارة وتوضيح السلبيات والإيجابيات.
- الاهتمام بالجانب الصحي والتعليقي والبيئي.
- الالتفاف حول النماذج الناجحة.

-خلاصة الفصل الثالث:

يبرر المبحوثين ماهية صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران كفضاء عمومي حقيقي لإثارة الأفكار ومناقشة الإنشغالات والتعبير بحرية عن قضايا الشأن العام او القضايا الفردية، وهذا ما تؤكدته نظرية هابرماس للفضاء العمومي والمجال العام وكل المنشغلين بالإعلام الجديد كفضاء افتراضي، بالرغم من وجود نسبة ضئيلة يتم رفض او حذف منشوراتهم لأنها قد لا تتناسب مع الشروط القانونية لحرية التعبير والنشر.

ومن جانب اخر قد تكون ردود المشرفين على الصفحة لا تتناسب مع طموحات واهداف متابعي الصفحة مما يخلق عدم الثقة، وهذا رغم ان أغلبية المتابعين هم من فئات الموظفين وأعضاء جمعيات المجتمع المدني والأحزاب السياسية والنقابات المهنية والإعلاميين سواء كانوا أفرادا أو مجموعات مهيكلة تنظيميا.

وبنسبة معتبرة يرى المبحوثون أنه وبالرغم من النقص في معالجة كل المواضيع، إلا أن صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران تعبر عن بعض انشغالاتهم، وهناك فئة أخرى أن الصفحة تزين فقط أنشطة الولاية إعلاميا أي الاخبار والدعاية أكثر من نشر ما يمكنه تحسين الوضع المعاش للمواطنين بالنظر الى الوعود الكثيرة التي يطلقها المسؤولين ولم تجسد في الواقع، إذا هذه الفئة هي في بحث مستمر من خلال الصفحة كوسيلة إعلامية عن تغيير حقيقي.

ويتطلع متابعوا الصفحة لمجموعة من السلوكيات الإعلامية التي يجب ان يتحلّى بها المشرفون على صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران حتى تزيد درجة الرضى لدى متابعي الصفحة، معتمدة في الأساس على عامل الثقة والمتابعة من خلال صناعة محتوى سمعي وبصري يليق بطموحات ساكنة وهران.

الخاتمة:

بعد الدراسة الميدانية والملاحظات التي لمسناها من خلال التفاعل مع المبحوثين عبر الصفحة الرسمية للفيس بوك لولاية وهران، اتضح وفق محاور الاستبيان المرسل لأفراد العينة، وكذا النتائج المتوصل إليها والمعبر عنها، سواء من خلال الأسئلة المغلقة أو المفتوحة، أن الفرضيات الأربعة الخاصة بالدراسة تحققت إلى حد بعيد وفق الآتي:

أولاً : حيث أنه وبالنظر لتطور وسائل الإعلام الحديثة أو ما يسمى الإعلام الجديد أو الرقمي فقد تبين لنا أن صفحة الفيس بوك الرسمية لولاية وهران، هي فضاء عمومي افتراضي يتداول فيه المتابعين و النشطاء المعلومة والأحداث والأفكار، بطريقة تفاعلية، من خلال كتابة الرسائل، والرد عليها ومشاركة المنشورات، او الدعاية الإعلامية في مختلف مجالات حياة المواطن في ولاية وهران، اذن تحقق الفرضية يتمثل مع عدد المتابعين وكيفية التفاعل الافتراضي المبني على الاعلام الجديد .

ثانياً : تبين أن الخطابات المتداولة في صفحة الفيس بوك الرسمية لولاية وهران تشكل فعلاً أهم قضايا الرأي العام وتعبّر عن مختلف إنشغالات متابعيها حيث نجد أن الصفحة تحتوي على مختلف مجالات الحياة اليومية لسكان ولاية وهران ، ومنها المجال الاجتماعي كتداول مشكل السكن وارتفاع الأسعار و البطالة وفئة اليتمى والعجزة والمجال الإعلامي والسياسي الذي يعتمد على الدعاية ، كأهم النشاطات الجوارية التي يقوم بها الوالي والسلطات المحلية من مختلف القطاعات ،والمجال البيئي كمشكل النظافة و التلوث و الطاقات المتجددة ، و المجال التعليمي و الثقافي كالمؤسسات التعليمية ، و التكوين المهني و الجامعات سواء عند الامتحانات أو النشاطات التعليمية و التربوية ، و مجال الرياضة و الترفيه من خلال المنافسات الثقافية و الرياضية المبرمج و مختلف الرزنامات الخاصة بهذا الجانب ، اذن نجد أن الرأي العام المحلي يتداول في هذه الصفحة مختلف مناحي الحياة ، هنا يجد المتابع بعض الحرية في التعبير عن انشغالاته .

ثالثاً : ان عملية الإستخدام والتفاعل بين المشرفين على صفحة الفيس بوك الرسمية لولاية وهران ومختلف المتابعين بتنوعهم السوسيوومني، و من كل الأطياف و المشارب السياسية وكذا المجتمع المدني المتمثل في الجمعيات و النقابات و النوادي و الشبكات الإجتماعية و المجموعات و الأفراد كلها تمثل رأي عام محلي، نراه من خلال الصفحة في عملية تفاعلية تصل الى حالة الرد و الإقناع الإعلامي. وتداول الأفكار والنقاش المستمر والموجه، تعبيراً على انشغالات الساكنة، إذن حجم الأفكار والمعلومات المتداولة

مؤشر لتأثير صفحة الفاييس بوك الرسمية لولاية وهران على الرأي العام المحلي وفق النتائج المحصل عليها بعد تطبيق الاستبيان الإلكتروني.

رابعاً : بالنظر الى نتائج المحصل عليها من المعطيات البيانية لكافة أبعاد موضوع البحث وعلاقته بجميع المتغيرات السوسيو مهنية لمتابعي الصفحة الرسمية لموقع الفاييس بوك لولاية وهران والمتعلقة بالجنس، السن، الإقامة، المستوى الدراسي، الحالة العائلية، الوضعية المهنية مكان الإقامة، الإنتماء وممارسة النشاط المجتمعي فإن كاف 2 Khe أكبر من 0.05 وهو ما يعني إحصائياً تحقق الفرضية.

تبقى هذه الدراسة تمثل فضول علمي تفتح للمهتمين مجالاً واسعاً للبحث في تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه وصناعة الرأي العام وفي إعادة تشكيل الفضاء العمومي من أجل الاستجابة للواقع العلمي المستجد الناتج عن الثورة الرقمية ومجتمع المعرفة وما صحبه من ظواهر جديدة تتعلق بعلم الاجتماع الإتصال،

فمن خلال عامل المشاركة والتفاعل الإيجابي مع كل الانشغالات التي تم ملامستها خلال البحث الميداني تظهر الحاجة إلى البحث في تطوير وتنمية أدوات الإتصال العمومي من خلال طرح تساؤل مستقبلي حول واقع ومحتوى الإعلام الرسمي ومدى استجابته للحاجات الملحة للمجتمع المحلي.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

- أماني المهدي، Nathaniel poor، (2018-2005)، المجال العام من الواقع الفعلي الى العالم الافتراضي : معايير التشكل والمعوقات، المركز العربي الديمقراطي، عن nathaniel poor ; mechanisms of an online public sphere : the website slashdot ; journal of computer – mediated communication ; vol 10 ; n°2 ; january, 2005
- أنتوني، غدنز، ترجمة الدكتور فايز الصياغ، (2005/2001)، علم الاجتماع 1، المنظمة العربية للترجمة، لبنان
- أنجريس، موريس، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون (2004-1996)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، دار القصة للنشر.
- أوسكار، نيغت، (2010)، هابرماس: المثقف السياسي. إلى هابرماس في عيد ميلاده الثمانين، ترجمة رشيد بوطيب مجلة فكر وفن العدد 92.
- حسنين، شفيق (2006)، في حسين، محمود هتيمي، (2015)، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- خالد وليد محمود، (2011)، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، دار مدارك، بيروت .
- رحيم، يونس كرو العزاوي، (2008)، مقدمة في منهج البحث العلمي، الطبعة 1، دار دجلة، عمان، الأردن.
- سبعون، سعيد وجرادي، حفصة، (2012)، الدليل المهني في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصة للنشر.
- سمير، محمد حسين، (1997)، الرأي العام الأسس النظرية والمنهجية، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ط 1، القاهرة.
- شراد، سهيل، (2017)، شبكات التواصل الاجتماعي بين اختصاص البنية وعمومية الاستعمال مدخل نظري، مجلة العلوم الانسانية، عدد 47.
- الصادق، الحمادي، (2006)، الاعلام الجديد مقارنة تواصلية، الاذاعات العربية، مجلة تصدر عن اتحاد اذاعات الدول العربية، عدد 4.
- عبد الله، زين الحيدري، (2018)، المجال العمومي وقيم ما بعد الحداثة، المدخل الأخلاقي، المجلة العربية للإعلام والإتصال .
- فريدة، صغير عباس، (2018)، تجليات الفضاء العمومي الافتراضي من خلال التفاعل الافتراضي عبر المجموعات الافتراضية - دراسة تحليلية اثنوغرافية-المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، جامعة جيجل، العدد 4.
- فضل الله، وائل مبارك خضر، (2010)، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، مدونة شمس النهضة، الخرطوم.

- كاستلز، CASTLES، (2004)، في إدريس، الغزواني، (2020)، مانويل كاستلز ومفهوم مجتمع الشبكات من المجتمع إلى الشبكة: نحو مقارنة تأويلية للهوية والسلطة في عصر المعلومات ، مجلة عمران العدد 33/9 ،
- كنعان ، علي ، (2015) الرأي العام بين النظرية والتطبيق ، دار الأيام للنشر والتوزيع ، عمان .
- كولمان ، ستيفن و كارين روس ، (2012)، الاعلام و الجمهور، ترجمة صباح حسن ، عبدالقادر، دار الفجر، ط1، القاهرة .
- اللحام ، 2007 ، ص 60 .
- لعياضي، نصر الدين، (2014)، فضاء عمومي أم مخيال اجتماعي؟، مقارنة لتمثل التلفزيون في المنطقة العربية ، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية ، الكويت .
- محمد، حمدي الفاتح وآخرون، (2013)، الجزائر اشكالية الواقع ورؤى المستقبل، سلسلة كتب المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة 1 بيروت، لبنان.
- محمد، عبيدات وآخرون، (1999)، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، الطبعة 2، دار وائل للطباعة والنشر.
- مريم، ماضي، (2020)، الشبكات الاجتماعية الرقمية ك مجال عام رقمي: قراءة في الأبعاد والحدود، مجلة دراسات و أبحاث المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية
- ، مجلد 12، عدد 1 جانفي 2020، ص 704-716.
- المنجد في اللغة والأعلام، (1988)، دار المشرق ، الطبعة 30، بيروت لبنان.
- مهند، مصطفى، (201) حول مفهوم و حدود المجال العمومي، مجلة مدى الكرمل ، العدد 29، كانون الأول .
- هوارى، حمزة، (2015)، مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية العدد 20 .
- وليد، رشاد زكي، (2010)، المشاركة عبر المجتمع الافتراضي، مجلة الديمقراطية، العدد 40 .

المراجع باللغة الأجنبية :

- Addi lahouari, 1999, les mutations de la société algérienne, famille et lien social dans l'Algérie contemporaine, Édition la découverte .
- Jurgen Habermas, traduction Marc B de Launay, (1962-1992), L'espace public Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise , édition Payot , paris .
- Louis Wirth , 1938, urbanisme as a way of life, in American journal sociology .

الأطروحات و المذكرات :

- لشلاش عمارية، (سنة 2011-2012) مقارنة أنثروبولوجية لإشكالية النظافة في المدن الجزائرية، مدينة وهران نموذجاً ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة وهران .
- هوارى، حمزة، (2013-2014)، مواقع التواصل الاجتماعي والفضاء العمومي، دراسة المجتمعات الافتراضية الجزائرية على الفايسبوك وتناولها لقضية الفساد في سوناتراك ،صفحة راديو طرطور نموذجاً ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير كلية علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 3.

المراجع الإلكترونية :

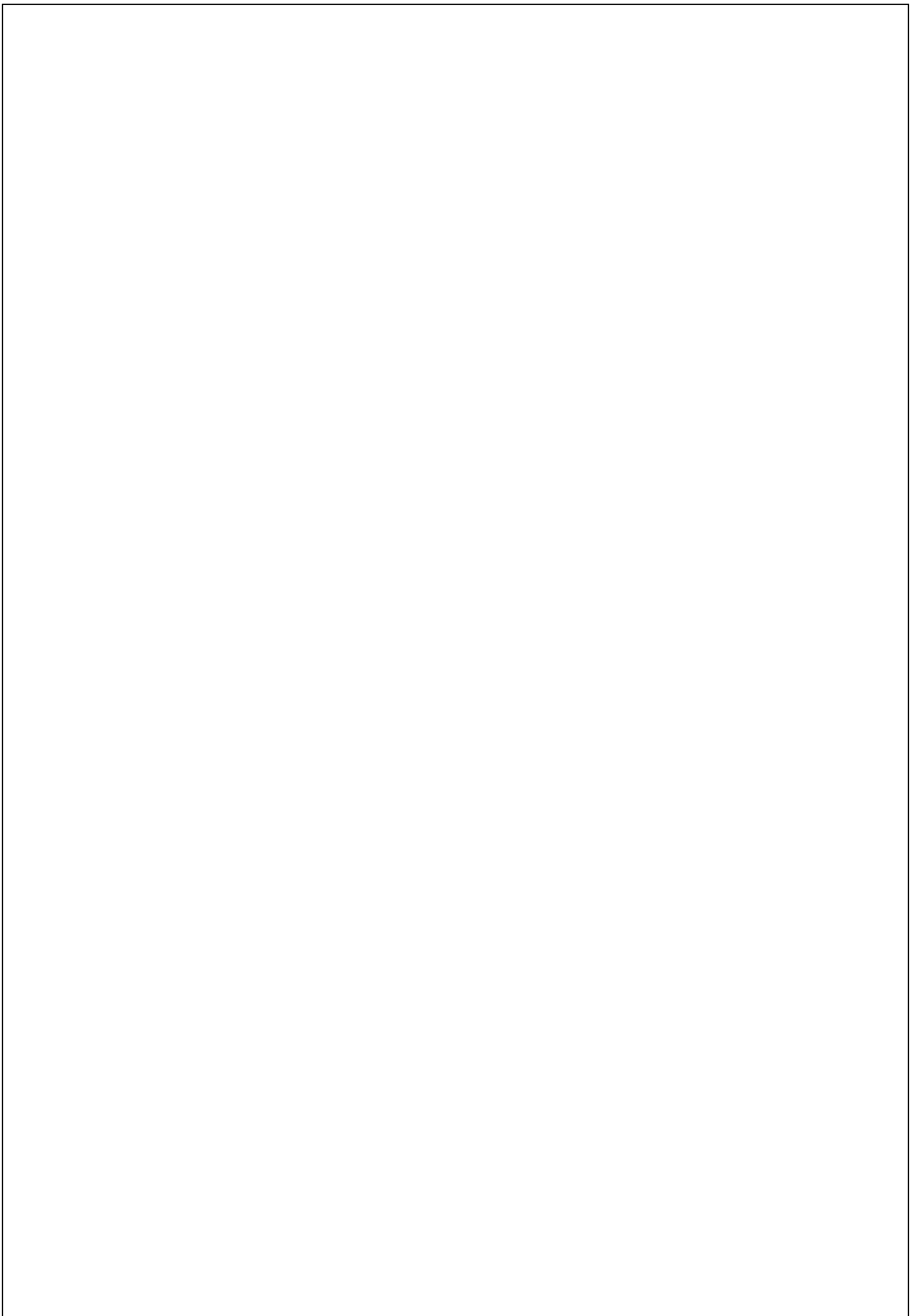
- Rapport de 2021 ; Voici le nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux en Algerie
موقع Echoroukonline، تم الاطلاع عليه بتاريخ 3أفريل 2021، الساعة 17-00 سا.
- محمد، منصور، (2012)، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين رسالة، ماجستير في الإعلام و الإتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدانمارك، منشور ملخص عنها على الموقع:
http://accronline.com/article_detail.aspx?id=4709&fbclid=IwAR33NsjCszWJONBE1MTvgh
Q5-g7HTsdk4_ckPBAX3ECg8xgjOLhP_kPqB7A
تم الاطلاع عليه بتاريخ 17أفريل 2021 الساعة 23.12 سا
- Marc Lits ,2014,L'ESPACE PUBLIC : CONCEPT FONDATEUR DE LA COMMUNICATION, C.N.R.S. Editions , Hermès, La Revue n° 70,pages 77 à 81,
<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2014-3-page-77.htm>.
- مجلة دراسات كمال، حميدو، 2018، الإعلام الاجتماعي الجديد وتحولات البيئة الاتصالية العربية،
، نشرت في 6مارس 2018 عبر موقع مركز الجزيرة للدراسات ، إعلامية
Al Jazeera Centre for Studie: jcforstudies@aljazeera.net <http://studies.aljazeera.net>
تم الاطلاع عليها يوم 15 مارس 2021 الساعة: 23,29 سا
- رغبس إناس ،(2019)، الاتصال العمومي وادارة الفضاء العام، مجلة الأدب والعلوم الاجتماعية، العدد 2، ص100،
<http://dspace.univ-setif2.dz/xmlui/handle/123456789/1312>
- S. Proulx , (2005) Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances in Lise Vieira et Nathalie Pinède, éd, Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels, t. 1, Presses universitaires de Bordeaux, Bordeaux, p. 7-20
<http://www.sergeproulx.info/>

فهرس الأشكال:

الرقم	الموضوع	الصفحة
01	توزيع المبحوثين وفق الجنس	26
02	توزيع المبحوثين وفق السن	26
03	توزيع المبحوثين وفق المستوى التعليمي	26
04	توزيع المبحوثين وفق الحالة العائلية	27
05	توزيع المبحوثين وفق الوضعية المهنية	27
06	توزيع المبحوثين وفق مكان الإقامة	28
07	دورية فترات استخدام موقع الفايس بوك	38
08	عدد ساعات استخدام الفايس بوك	38
09	الاهتمام بمتابعة صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران	43
10	درجة الثقة في المعلومات والاحبار التي تنشرها صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران	44
11	تفاعل المشرفين على الصفحة مع ردود أفعال المتابعين على منشورات الصفحة	46
12	صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران كوسيط بين المواطن والدولة	47
13	صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران كفضاء لمناقشة قضايا الرأي العام	58
14	الفئات الأكثر متابعة لصفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران	59
15	تأثير صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران في توجيه الرأي العام بولاية وهران	60
16	حرية التعبير عن الرأي في صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران	60

فهرس الجداول:

الرقم	الموضوع	الصفحة
01	توزيع المبحوثين حسب الانتماء وممارسة النشاط المجتمعي	28
02	علاقة متابعي صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران مع مواقع التواصل الاجتماعي	36
03	سنة بداية استخدام الفايس بوك	37
04	تعليل إجابات المبحوثين حول درجة الثقة	44
05	تفاعل متابعي صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران مع منشورات الصفحة	45
06	درجة رضی متابعي صفحة الفايس بوك الرسمية لولاية وهران	61



الملاحق



الصفحة الرسمية Wilaya d'oran

ولاية وهران

Organisme gouvernemental



J'aime

 Envoyer un e-mail



Accueil

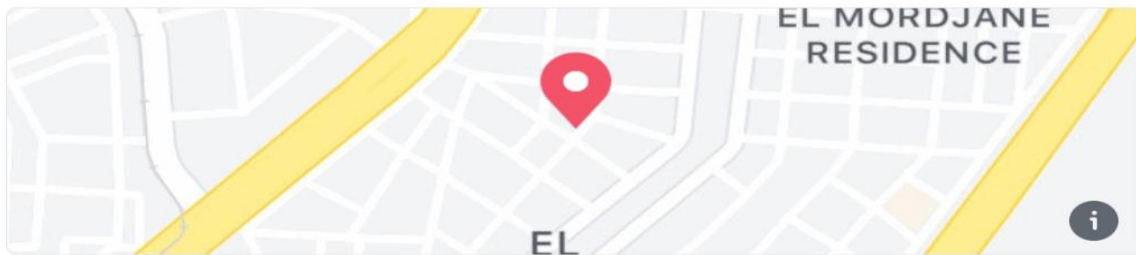
Publications

Vidéos

Photos

Commun

À propos



Siège wilaya D'oran, 31000 Oran,
Alaérie

[Obtenir l'itinéraire](#)



539 personnes ont visité ce lieu



041 31 30 04



<http://www.wilayaoran.dz/>



Ferme bientôt

· 08:00 - 17:00 ▾



La wilaya d'Oran dispose d'un site officiel
<http://www.wilayaoran.dz> contenant la page facebook
ainsi qu'un accès public.

Voir plus ▾



Transparence de la Page

Facebook fournit des informations pour vous aider à mieux comprendre le but de cette Page. Découvrez l'historique des publications et de la gestion de cette dernière.