



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة الحاج لخضر - باتنة -

نيابة العمادة لما بعد التدرج والبحث العلمي و العلاقات الخارجية

شعبة : علوم الإعلام والاتصال

قسم العلوم الإنسانية

دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام

الثورة التونسية أنموذجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة

إشراف الأستاذ الدكتور

مقلاتي صراوي

إعداد الطالب :

مبارك زودة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
فضيل دليو	أستاذ التعليم العالي	قسنطينة	رئيسا
مقلاتي صراوي	أستاذ التعليم العالي	باتنة	مقروا
مولود سعادة	أستاذ التعليم العالي	باتنة	عضوا
كمال بوقرة	أستاذ محاضر	باتنة	عضوا

السنة الجامعية : 2011 2012

مقدمة :

لفتت مواقع الشبكات الاجتماعية انظار الفئات العمرية في المجتمعات ، وفي كل دول العالم حتى صارت ظاهرة كونية تستدعي الدراسة والتحليل لوصول إلى بناءات علمية مناسبة ، ونظرا للانتشار المتزايد والكثيف لمشتركي مواقع الشبكات الاجتماعية وهذا لما تقدمه من مزايا وخدمات تفاعلية ، حققت مواقع حققت الشبكات الاجتماعية شعبية كبيرة وانتشارا جماهيريا كونيا بين المستخدمين حول العالم ، و هذا نظرا للإقبال الكبير والمتزايد عليها وبالأخص من ناحية التصفح والبحث ، إذ عمدت الشركات القائمة عليها إلى ترتيبها وتنسيقها وتطيرها وتطبيقاتها

تحليل الاستخدام في دراسة اهتمامات التجمعات الإنسانية على الانترنت .

الافتراضي

أصبح الإنترنت بتفاعلاته جزءا من الحياة اليومية للملايين من البشر. ولم يعد مصطلح " الافتراضي " التي تستوقف الانتباه عند سماعه، إذ أصبح ذا عمومية

من المستخدمين لشبكة الإنترنت. ويرجع المفهوم إلى هاوارد رينجولد

الافتراضي

الافتراضي

في

في أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني. يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات، ولكن عن بعد من خلال آلية الإنترنت

لقد ساهم الإنترنت والذي يعد أحد منجزات الثورة الاتصالية في تشكيل فضاء جديد لاجتماعية مجموعة من الأفراد يجمع بينهم قيم مشتركة وشعور بالانتماء يعيشون في بيئة جغرافية مكانية واحدة تحكمهم قيم وأعراف يجتمعون عليها ويتفقون فيما بينهم علي وسائل الردع وقواعد الضبط الاجتماعي التي تحكم ما يحدث , ولكن الإنترنت ساهم في تش

المكاني وتفاعل الوجه بالوجه وشكل مستخدموه وخاصة الذين يجمع بينهم اهتمامات مشتركة جماعات يطلق عليها الجماعات الافتراضية وهي شكل جديد من أشكال التفاعل الإنساني. تتكون هذه التجمعات من مجموعة من الأفراد والذين يستعملون الحاسب الآلي للاتصال بينهم وذلك يختلف عن اتصال الوجه بالوجه. شكله الإنترنت في الجمع بين أفراد ينتمون إلي هويات مختلفة ويعد هاورد رينجولد من

الاولئ الذين ساهموا في توجيه نظر العالم صوب دراسة المجتمعات الافتراضية وقد جاء ذلك في كتابه الجماعات الافتراضية والذي يؤكد فيه بأن هذه الجماعات تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني يتبادلون المعارف فيما بينهم ويكونون صداقات يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات ولكن ليس عن قرب وتتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية هي الانترنت الذي بدوره ساهم في حركات التشكل الافتراضية .

- هو نظام الدردشة علي الإنترنت ويتم ذلك

الحديث والمشاركات عبر الكمبيوتر وهذه التفاعلات لا يشترط أن تكون عن طريق الوجه بالوجه تتم هذه التفاعلات في اللحظات التي يحدث فيها الدردشة بدخول أكثر من طرف في تفاعل آني عبر الإنترنت, إلا أن هذا لم يكن هو الخط الوحيد لتجمعات الإنترنت الافتراضية , فهناك تفاعلات اجتماعية فائتة لا تتم في نفس اللحظة ولكن تتم عن طريق

البريد الإلكتروني علي التفاعلات التي تتم داخل التجمعات الافتراضية "

إلكتروني تفاعلي" يضم هذا الاتصال أفراداً متنوعين يشتركون في نفس الأفكار والأنشطة ه الاتصالات تفاعلية إلا ان المشتركين في هذه التفاعلات هوياتهم

غير معروفة فالفرد في التجمعات الافتراضية يتنكر في أكثر من شخصية ويستطيع الفرد بذلك أن يعيد نفسه في ذات الجماعة بأكثر من هوية وهذا هو الجزء الذي يقف تحديا أمام دراسة هذه التجمعات

إن اهم ما يميز هذه التجمعات الافتراضية هي انها متاحة للافراد الذي يريدون المشاركة في

, فالمدينة الافتراضية علي حد قول البرتا روبرت وميشيل جينكنسون

فهناك دائما أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حتي في منتصف الليل .

أصبح الإنترنت بشكل عام جزءا من حياة الناس والجماعات الافتراضية بأنماطها المختلفة

باتت تشكل أهمية للعديد من المهتمين بالإنترنت علي وجه خاص وذلك ما دعا ماريا

إلي أن تعلن أن الحاسوب أصبح أسلوب حياة وذلك في الفصل الذي أعدته

بعنوان التكنولوجيا في حياتنا اليومية.

الفصل الأول :الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الأول : مشكلة الدراسة وفرضياتها .

المبحث الثاني : أسباب الدراسة وأهميتها وأهدافها.

المبحث الثالث : حدود الدراسة.

المبحث الرابع : مفاهيم ومصطلحات الدراسة.

المبحث الخامس: منهج الدراسة .

المبحث السادس : الدراسات السابقة .

المبحث السابع : المدخل النظري للدراسة

المبحث الأول : إشكالية الدراسة وفرضياتها

أصبح الإعلام الاجتماعي قوة ضغط عالمية في القرن الحادي والعشرين وصار مصدر قلق لكثير من الحكومات كما هو الحال بالنسبة للويكيليكس ، الفاييسبوك والتويتز الذي تسبب في انتشار الخوف وسط دول كثيرة . ففي بداية الأمر استخدمت شبكات التواصل الاجتماعي للدردشة و الثرثرة و لتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت في شرايين تلك الشبكات الاجتماعية حيث أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية و الأدبية و السياسية منها ، و أستقر الأمر مؤخراً على أن أصبحت تلك المواقع الاجتماعية، لكثير من الشباب خاصة شباب المنطقة العربية ، كفضاء حر مخصص لتبادل آرائهم من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية ، ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية ، التي انتظمت في تونس مروراً بمصر و اليمن و الأردن ، وصولاً إلى دول أقطار عربية أخرى .

و بالتالي أخذ السياسيون يستخدمون هذه الوسائل للتواصل مع الشباب وبناء علاقة مباشرة معهم وتحسين صورتهم بعد أن التمسوا أهمية هذه المواقع . وهكذا أخذ الإعلام الاجتماعي بإعادة تشكيل الأسلوب الذي يتعامل به السياسيون مع شعوبهم قصد التحكم بأجهاهم وتوجيهها لخدمة أهدافهم.

و مما لا شك فيه أن هذه الشبكات الاجتماعية التي تهدف في الأساس للتعارف ، إلا أنها توفر بدائل سريعة ومختصرة ومركزة في اهتمام الأشخاص . ولم تعد- لنسبة كبيرة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي - وسائل الإعلام التقليدية المعروفة مثل الصحافة و الإذاعة والتلفزيون محط اهتمام الناس.. وخلال السنوات والعقود القادمة قد تتعرض شعبية هذه الوسائل للتضاؤل شيئاً فشيئاً، إضافة إلى أنه في خضم التفاعل الإلكتروني يحدث تأثير أشخاص على أشخاص، وثقافات على ثقافات وشعوب على سياسات مثل ما حدث في تونس و مصر و يحدث الآن في ليبيا.

وعلى الرغم من المشاكل التي قد تتسم بها مثل هذه المواقع أحيانا ، والتي اغلقت في بعض الدول لاسباب سياسية او اجتماعية مثل إيران ، باكستان وتركيا، إلا أنها أصبحت واقعا ملموسا مؤثرا على الحياة العامة والحياة الشخصية و السياسية لمئات الملايين من الأشخاص في جميع أنحاء العالم ، فقد بدأ العديد من الدبلوماسيين والسياسيين في العالم باستخدام ادوات الإعلام الاجتماعي من اجل تعضيد علاقاتهم مع شعوبهم ، وغيرهم من الذين يملكون حسابات شخصية على شبكتي : الفاييسبوك والتويتز، الأمر الذي يؤكد مدى تطور الإعلام الاجتماعي حيث لا

يترك الدبلوماسيون والسياسيون اليوم فرصة سانحة لاستخدام هذه الأدوات لإجراء حوارات ونقاشات مباشرة حول قضايا ومشاكل المجتمع .

وهذا ما جعل الإعلام الاجتماعي أداة التنسيق الأساسية لكل الحركات السياسية في العالم،

وأول من استخدم بكثافة هذه الظاهرة الإعلامية الجديدة كان الشعب الفلبيني ، ففي 17 جانفي من سنة 2001 وبعد ساعتين فقط من قرار البرلمان تبرئة الرئيس جوزف استرادا من تهم الفساد، تبادل المواطنون 7 ملايين رسالة إلكترونية تدعو كلها إلى النزول إلى الشارع احتجاجاً والحصيلة: مليون متظاهر في مانيلا، وأسقط الرئيس .

بعد هذا الحدث الفلبيني النادر والمفاجئ، كرّرت سبحة ”الأحداث الإلكترونية“ التي تصب في خانة الديمقراطية المباشرة إسبانيا العام 2004 في التظاهرات التي تم تنظيمها عبر الرسائل الإلكترونية تسقط رئيس الوزراء جوزيه ماريّا انزار . مولدافيا العام 2009 فحكومة الحزب الشيوعي تسقط على أيدي شبان نظّموا أنفسهم بواسطة فايسبوك، والتويتير، ورسائل المحمول، ورفعوا شعارات تندد بتزوير الانتخابات .

وهذا ينطبق أكثر ما ينطبق على المنطقة العربية التي تشهد انتشارا للديمقراطية المباشرة من تونس فمصر ثم ليبيا وربما قد تصل إلى أقطار أخرى، تعتمد أساسا على ثورة الإعلام الاجتماعي الجديدة والاهم انها تتيح قدرا اكبر بما لا يقاس من العمل المشترك، وتعوّض عن سلبيات ونواقص المجموعات غير المنتظمة حزبيا. ومن خلال ما جاء من طرح في هذا الموضوع تكون الإشكالية على النحو التالي:

ما هو الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي ؟

ومن خلال هذه الإشكالية يمكننا طرح التساؤلات التالية:

1. ما هي عادات وأنماط مستخدمي مواقع الإعلام الاجتماعي ، وما هي آثار استخدامها ؟
2. ما هي مراحل الانتقال من الحشد الواقعي إلى الحشد الافتراضي أيام الثورة التونسية ؟
3. ما هو الدور الذي لعبته مواقع الإعلام الاجتماعي في التعبئة الافتراضية للرأي العام التونسي وصناعة الثورة التونسية ؟

4. وتنطوي تحت هذه التساؤلات الفرضيتين التاليتين :

- 1 يعتبر الإعلام الاجتماعي من أهم البدائل الاعلامية والاتصالية الحديثة على الساحة الإعلامية الدولية نظرا لميزاته وخصائصه وتأثيراته الفورية على مستخدميه .
- 2 يعتبر الإعلام الاجتماعي أهم محرك ودافع اتصالي و إعلامي في تعبئة الجماهير وصناعة الرأي العام التونسي.

المبحث الثاني : أهمية الدراسة وأسبابها وأهدافها

1 أهمية الموضوع :

أصبح الإعلام في عصرنا علماً له قواعد وأصول ولم تعد الممارسات العملية وحدها كافية للتقدم في مجالات الإعلام الكلاسيكي من صحافة وإذاعة وتلفزيون وغيرها من وسائل الاتصال ، أو من وسائل الإعلام الاجتماعي ، ولما كان عصرنا هو عصر التقدم والعلم الذي يحتم مساهمة الأفكار العالمية في مختلف المجالات ، ويؤكد ان كل مهضته علمية لا بد لها من الارتباط بالمستوى العالمي في الفكر .

إن دراسة الموضوعات المتخصصة في مجالات الإعلام على اختلافها وتعددتها لا بد وأن ترجع أولاً إلى معرفة الإنسان الذي تتعرض له وسائل الاتصال، ومعرفة هذا الإنسان هي دراسة الرأي العام، وهذا بطبيعته يتطلب معرفة مدى تأثيره بالإعلام الاجتماعي .

الأهمية العلمية :

لإعطاء تصور واضح عن مفهوم صناعة الرأي العام ، بدءاً من تشكيله وتعبئته وصولاً إلى توجيهه، لذا ارتأيت أن أبحث في أثر ودور الإعلام الاجتماعي في بناء الرأي العام خاصة بعد أن أصبح مصطلحاً شائع الاستعمال والتداول، فالأشياء توجد أولاً ثم تعرض أسماءها، ومنها الرأي العام فهو قدم قدم البشرية، وإن كان كاصطلاح من مصطلحات العصر الحديث الذي تعددت فيه وسائل التعبير عن هذا الرأي العام من الصحيفة إلى الإذاعة فالتلفزيون و أخير إلى الانترنت وما تمخض عنها من تطبيقات.

إذا فما هو مدى تأثير وسائل الإعلام الجديدة أو البديلة والتي تعرف بالإعلام الاجتماعي في الرأي العام وهل يمكن لهذه الوسائل الجديدة أن تتحول إلى صحافة شعبية تنافس الإعلام المقروء والمرئي حيث أصبحت الجماهير تستخدم اليوم الانترنت على نطاق واسع في مختلف أنحاء العالم كوسيلة للتواصل والبحث والدراسة والنشر ونتيجة للتقنية العالية وغزارة وتنوع المعلومات بهذه الشبكة أصبحت مصدر من مصادر وسائل الإعلام في استقاء المعلومات .

وانطلاقاً من قوة وقدرة وسعة هذه الوسائل والكم الهائل من المعلومات والصور الثابتة والمتحركة القادرة على تسجيلها وإعادة بثها. فاصبح من يعمل بها او يتعامل معها ضمن فئة الإعلاميين، ونظراً لانتشارها بصورة كبيرة وسريعة فقد تجاوز عدد من يتعامل معها مئات الملايين في العالم أجمع لأن أي فرد يستطيع الدخول عبر النت ويدون رأيه في أي قضية أو

نشر خبر أو كتابة أي نوع من الإنتاج ويدون رأيه في أي قضية بكل يسر وسرعة ، ومع مرور الزمن وكثرة التعامل اكتسبت الجماهير المهارة والكفاءة والخبرة.

2- أسباب اختيار الموضوع :

من أشق الصعاب التي تواجه الباحث هو اختيار موضوع يصلح للدراسة العلمية والعملية ويساهم في إثراء المعرفة الإنسانية، ومن الأسباب التي دفعتنا للبحث في هذا الموضوع ما يلي:

الأسباب الذاتية :

1. الرغبة العلمية في البحث في موضوع يستلزم جهداً أكاديمياً محكماً يكون في مستوى الشهادة المحضرة.
2. الاهتمام والميول الشخصي للموضوع والنابع من الأثر الكبير الذي يلعبه الإعلام الاجتماعي في حياة الأفراد والجماعات .
3. محاولة التعرف على مدى فعالية المواقع الإعلام الاجتماعي وأهميتها بالنسبة للفضائيات الإخبارية.
4. الفضول العلمي في اختيار دراسة هذا الموضوع .

الأسباب الموضوعية :

1. انعدام دراسات عربية حول ماهية الإعلام الاجتماعي .
2. انعدام دراسات على المستوى العالمي حول دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام .
3. الإعلام الاجتماعي كظاهرة إعلامية عالمية تستحق الدراسة ، البحث ، والتحليل .
4. يعتبر الموضوع مهم من حيث أنه حيوي وصالح للدراسة والبحث، كما أنه ميدان حديث ذلك أن الإعلام الاجتماعي مجال حديث مقارنة بالحقول الإعلامية والاتصالية الأخرى.
5. التعرف على مدى استخدام الجمهور لمواقع الإعلام الاجتماعي وعادات وأنماط استخدامهم لهذه المواقع.

3 أهداف الدراسة

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلزمه وإزالة بعض الغموض الذي يحيط بالموضوع الذي يريد معالجته، وعليه

فإننا نهدف من خلال هذا الطرح لقضية الإعلام الاجتماعي إذ يمكننا أن نجمل الأهداف التي نريد تحقيقها في هذا البحث فيما يلي :

- 1- جمع بيانات و معطيات ميدانية حول الثورة التونسية وعلاقة الإعلام الاجتماعي بتحريك هذه الثورة وتصديرها إلى الكثير من الأقطار العربية .
- 2- محاولة تحديد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الاجتماعي في تشكيل الرأي العام التونسي وتعبئته وتحريكه نحو إسقاط الرئيس زين العابدين بن علي.
- 3- معرفة مدى حضور هذه الوسائل الإعلامية البديلة للإعلام التقليدي في الحياة اليومية للمواطن التونسي .
- 4- تحديد الوضعية التي تتموقع فيها مواقع التواصل الاجتماعي ضمن المنظومة الاتصالية خصوصا مع اكتساح الإنترنت للحياة اليومية الإنسانية.

المبحث الثالث: مجالات الدراسة:

يعد تحديد مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية التي لا يمكن إغفالها في أي دراسة، فمن خلالها يتم

التعرف على المنطقة التي أجريت بها الدراسة والافراد المبحوثين -

إلى الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة، وقد اتفق كثير من الباحثين على أن لكل دراسة مجالات رئيسية ثلاث:
المجال البشري والزمني والجغرافي⁽¹⁾. وهي كالتالي في الدراسة التالية:

أ المجال الجغرافي: لكي يتمكن الباحث من النجاح في مهمته، لا بد أن يكون لديه قدر كافي من المعرفة عن
ة للتوصل إلى نتائج وتوصيات تساعد في التخطيط للمجتمع⁽²⁾.

وقد حدد الباحث تونس كمجال جغرافي للدراسة.

ب المجال الزمني: استغرق المجال الزمني لدراسة قرابة سنتين، وتنقسم هذه المدة إلى قسمين:

بدأت الدراسة النظرية في مارس 2011 واستمرت إلى غاية 11 2012

الفترة من أجل تحديد موضوع وجمع جميع المفاهيم المرتبطة به ومدى أهمية دراسة هذا الموضوع، وأيضاً علاقته بما هو موجود
في أرض الواقع، كذلك جمع كم كبير من المراجع والمصادر المرتبطة بهذا الموضوع، وتصنيفها وترتيبها

2012. واستمرت إلى غاية شهر مارس 2012 الباحث بجولة ميدانية

مراجعتها وتسجيل جملة الملاحظات التي لاحظها الباحث أثناء الدراسة الميدانية، وصل الباحث إلى مرحلة التفريغ
والجدولة والتحليل والتفسير النهائي واستخراج النتائج واستغرق ذلك حوالي شهر واحد .

(1) محمد شفيق: (1998) 211.

:)

(1996) 21.

(2) سناء الحولي: مدخل إلى علم الاجتماع، (بيروت):

المبحث الرابع : مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية أمرا لا بد منه في الدراسات والبحوث العلمية ويرجع ذلك إلى أن المفاهيم تتعدد في البحوث الاجتماعية والإعلامية والنفسية تبعا لتلك المجتمعات وخصائصها وكما ان الباحثين . وبذلك اختلفت المفاهيم من باحث إلى آخر، وفي دراستنا هذه سنتطرق إلى المفاهيم التالية :

الرأي العام - الإعلام الاجتماعي - الثورة التونسية

1 - الرأي العام :

1 - تعريف مختار التهامي: " الشعب الواعية ، في فترة معينة ، بالنسبة لقضية أو أكثر ، يتحدث فيها الجدل والنقاش ، وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الانسانية ، مسا مباشرا " .³

2 - تعريف إسماعيل سعد : "

شأن أو شؤون تمس النسق الاجتماعي ، كأفراد وتنظيمات ونظم ، التي يمكن أن تؤثر في تشكيلها عمليات الاتصال ، التي قد تؤثر نسبيا أو كليا ، في مجريات الجماعة الانسانية " .⁴

3 - تعريف إبراهيم امام : " الرأي العام هو الفكرة السائدة بين جمهور الناس تربطهم مصلحة مشتركة ، ازاء موقف من المواقف ، أو تصرف من التصرفات ، أو مسألة من المسائل العامة التي تشيؤ الى اتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة " ⁵

6 .

4 - تعريف محمد صبحي أحمد يوسف : " الرأي العام هو اجتماع كلمة الأفراد على أمر معين ، تجاه موضوع معين ، في حالة انتمائهم الى مجم " .⁷

³ مختار التهامي - الرأي العام والحرب النفسية - 1974 - ص 17.

⁴ إسماعيل سعد - 1979 - 17

⁵ - دار الفكر العربي - 263 264

⁶ عاطف عدلي العبد - 12 -

⁷ محمد صبحي أحمد يوسف - الرأي العام وأثره في التنظيم السياسي وحمية الدستور - رسالة دكتوراه - جامعة عين شمس - 1990

ويقصد بالرأي العام في هذه الدراسة : الرأي العام هو تعبير الجماعة أو المجتمع أو الجمهور العام عن رأيه ومشاعره وأفكاره ومعتقداته واتجاهاته في وقت معين بالنسبة لموضوع يخصه أو قضية تهمة أو مشكلة تؤرقه وهو القوة الحقيقية في المجتمع والحكم الذي تصدره الجماهير على عمل أو حادثة أو نشاط في المجال الداخلي أو الخارجي المحلي أو العالمي وكذلك التعبير عن وجهة نظر الجماعة وعن اجتماع كلمة الجماهير وصوت الجماهير وإرادة الشعب.

2 - الإعلام الاجتماعي :

لم تتضح معالم هذا الإعلام بالمواقع الإلكترونية والمواقع الاجتماعية والمدونات والبوابات ومواقع الإنترنت, وكذلك أثر في تغيير مفهوم الإعلام القديم و شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية, ولكن لغاية اليوم لم يتم الاتفاق على تعريف محدد لهذا

1- (مرام عبد الرحمن مكاوي)

وتعتبره إعلاماً مضللاً بالقول: "المشكلة الكبرى فيما يتعلق بالإعلام الجديد هي أنه بات يقدم صورة غير واقعية عن القدرات التي يملكها، فهو يملك أدوات رائعة غير مسبوقه في تداول والأفكار والربط بين أصحاب القضية الواحدة، لكنه يظل في النهاية كما هو في الأصل وسيلة وأداة إعلامية غير قادرة على صنع الحدث كما يروج الكثيرون، وإنما قدرته تكمن في نقل صورة شديدة

" 8

2 : (Convergence)

, تعددت أسماءه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم

⁸ , مرام عبد الرحمن, في 2011 05 25. (On Line). <http://www.alwatan.com.sa/Articles/Detail.aspx?ArticleId=5795>. (2011/5/1).

, فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة

9 .

3- مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف
2.0 التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو
(... الخ)

للاخرين ومعرفة اخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (10).

ويقصد بالإعلام الاجتماعي في هذه الدراسة : مواقع إلكترونية إجتماعية على الإنترنت , وإنها الركيزة
الأساسية للإعلام الجديد أو البديل , التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل اللامحدود والتفاعلية فيما
بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي .

4 - الثورة التونسية :

المؤشرات التي عززت الحدس بقرب الانفجار،

بالإضافة إلى بلوغ الظلم والفساد أوجهما وما كانت قد عرفته تونس من انتفاضات في العقدين الأخيرين مثلت
سلسلة من الإنذارات للرئيس بن علي الذي لم يستوعبها وتمادى في انتهاج سياسة القمع.

الأسباب التي أدت لقيام ثورة تونس

هناك العديد من الأسباب التي دفعت بالشعب التونسي إلى التظاهر وعمل المسيرات والاحتجاجات والتي قد
تشابه في معظمها مع العديد من الأسباب الموجودة في الكيانات العربية الإفريقية القائمة، وتتركز أهم الأسباب
في الفساد الذي أخذ أشكالاً متعددة ومتنوعة (

:

1 النخبة الحاكمة على مجتمع المال والأعمال في الدولة التونسية، ومن ذلك امتلاك (

زوج ابنة الرئيس السابق زين العابدين بن علي لبنك الزيتونة، وهو أول بنك إسلامي في تونس ويعد الما

⁹ الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة"، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة في الدائمارك، العدد

(2)، 2007

. - متاح في <http://knol.google.com/k/mazen-aldarrab>

/ - 10

- (2011/5/1).

من ابرز رجال الاعمال في تونس وهو ما زال في اوائل الثلاثينيات من عمره، كما كان المطري رئيسا لمجلس

¹¹ ووفقا للوثائق التي ذكرها موقع ويكيليكس، فقد صودرت عقارات في مواقع رئيسية من مالكيها من قبل السلطات ومنحت في وقت لاحق للاستخدام الخاص لمحمد صخر المطري صهر بن علي

12

بدون ضمانات مما أدى إلى تحويل المؤسسات العامة إلى ملكية خاصة لهم ¹³ وبالطبع كان لسيطرة النظام على الأجهزة السياسية والأمنية تأثير كبير أتاح له استغلال النظام الاقتصادي والقطاع المالي لإثراء نفسه.

2 انتشار معدلات البطالة في المجتمع التونسي فقد اشارت برقيات ويكيليكس إلى تنامي مشاعر الاشمزاز بين العديد من التونسيين لوجود الثروات في أيدي القلّة في المجتمع في وقت بلغت فيه معدلات البطالة 30%.

3 حيث لم يبد أي احترام لسيادة القانون وهو ما كان أحد الأسباب الهامة التي

هامش لفئات وسيطة بين الدولة والشعب أو حتى لمعارضات نصف فعلية يمكنها أن تترك حركة الشارع

14

4 صلة له بمزاج الشارع والرأي العام في تونس وقد بدا غير مبال بالقضايا العربية ورتب .وجعل قبلته الشمال بشكل سافر وعلني.

¹¹ - زين العابدين بن علي لم يطلب اللجوء - في الأهرام المصرية. في 2/1/2011

¹² - هل ساعد ويكيليكس في إذكاء جذور ثورة تونس, في 13/4/2011 www-CNNARABic-com

¹³ - محي محمد, في 17/4/2011 www-EJABAT_google-com

¹⁴ - عرب في المهجر يتحدثون عن ثورة الياسمين. تكرار التجربة التونسية في البلاد العربية وارد مع اختلاف النتائج, في-www-ELAPH-com 16/4/2011

5 الظلم المتزايد والفقر المنتشر في الكثير من المناطق، فالمزارعون يعانون من فقر مدقع وبالتالي تتدهور القدرة الشرائية للفرد فالتضخم المالي المتزايد المتمثل في ارتفاع الأسعار وعجز الميزان التجاري بسبب تصاعد الواردات وانخفاض الصادرات أدى إلى انخفاض القدرة الشرائية للفرد¹⁵.

6 : أدت المحسوبية إلى عدم تكافؤ الفرص بين أفراد الشعب الواحد، إلى جانب غير المناسب في أماكن لا يستحقها مع إهدار الفرصة أمام من هو أكفأ منه. كما أدت الرشوة إلى كبير في الاقتصاد جعله يتميز بعدم الشفافية وافتقاد مصداقية الكثير من مؤسسات الدولة خصوصاً

16

إن هذه الأسباب السالفة الذكر إلى جانب الكثير من الأسباب الأخرى هي التي دفعت بالشباب التونسي إلى أن يثور في وجه الظلم والطغيان. والاحداث على مدار التاريخ تؤكد ان اعظم ما يؤدي إلى تدهور واهيار النظم السياسية هو تفشى الظلم والطغيان في المجتمعات.

في هذه الدراسة : هي عبارة ثورة تسمى بثورة الياسمين هو الاسم الذي انتشر على

الفايسبوك لثورة جانفي 2010 التونسية بشكل عفوي، وبالرغم من انه لم يتم بعد الإجماع على الاسم، بل وهناك من يعترض عليه، من طرف ليلي الزيتوني التي لم تكن تعرف انه سينتشر بهذه السرعة حين اقترحت مع أصدقائها واستعملوه على الفايسبوك ، ثم أصبحت الثورة فعلية وأدهشت العالم وانتشرت أنباؤها عبر الفايسبوك من طرف مواطنين، مدونين وصحفيين.

17/4/2011ARwikipedia.org

15

16 - محمد جمال عرفة، جمهوريات - فيس بوك وتويتر ويوتيوب تقود ثورة تونس - في 15/4/2011 www-oNislAM-NeT-

المبحث الخامس : الإجراءات المنهجية للدراسة

أ منهج الدراسة: مسح المسح بالعينة

قبل التعرض لماهية المنهج المسحي والخوض في تفاصيله لا بد من إلقاء الضوء على تاريخ هذا المنهج وبدايته باعتباره من أقدم الطرق المستخدمة في البحث العلمي. وهو طريقة متميزة تدين بتطورها إلى علم الاجتماع ، فعلي الرغم من انها تعتبر من الطرق الحديثة إلا أن جذورها التاريخية ترجع لعهود قديمة ؛ فقد بدأت مع الفراعنة في تعداد السكان ، وحصر الحصول اما بداياتها في العصر الحديث فتبلورت في منتصف القرن الثامن عشر، فيما قام به جون هوارد -1726
1795 من مسح لنظام السجون في إنجلترا و استخدم كطريقة للبحث بصورة موضوعية منتظمة في عام 1886
(1889 1902) عن عمل و حياة سكان مدينة لندن ؛ وبذلك يعتبره البعض أب المسوحات

كما يعد منهج البحث المسحي من أكثر طرق البحث التربوي استعمالاً؛ لأنه يمكننا من جمع وقائع ومعلومات موضوعية ، أو حادثة مخصصة ، أو جماعة من الجماعات ، أو ناحية من النواحي ويعمل الباحث فيه على تحليل واقع الحال للأفراد في منطقة معينة من أجل توجيه العمل في الوقت الحاضر وفي المستقبل القريب.
جده في صفحات الانترنت لمسح
آراء المتصفحين في قضية ما ، أو في شاشات التلفزيون عند مناقشة سلوك أو ظاهرة معينة ، لذا فقد حضى المنهج المسحي في وقتنا الحاضر بممارسات جعلت منه منهجا علميا حيويا وفاعل.

مفهوم المنهج المسحي:

عبر الكثير من التربويين عن ماهية المنهج المسحي ولكن كل بطريقته الخاصة وسأعرض بعض هذه التعبيرات بعد التعرض
:
:

: " إلقاء نظرة شاملة وفاحصة على موضوع معين بغرض فهمه و إدراك مختلف جوانبه وتداخلاته وأبعاده.

"هو البحث الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة ، أو تحديد المشكلة أو تبرير الظروف والممارسات ، أو

التقييم والمقارنة ، أو التعرف على ما يعمله الآخرون في التعامل مع الحالات المماثلة لوضع الخطط المستقبلية "

هو ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطته استجواب جميع افراد مجتمع البحث او عينة كبيرة منهم ، وذلك بهدف

" عدد من مناهج البحث التي تشترك في هدف واحد هو الحصول على المعلومات من مجموعة من الأفراد بشكل
" الدراسة المسحية دراسة شاملة لعدد كبير من الحالات في وقت معين.

المسح الاجتماعي:

فيتعلق بدراسة قضايا المجتمع المختلفة مثل توزيع السكان، العادات، الأسرة، والتي تمثل خطوة مبدئية مهمة لتطوير المجتمع

وعاداتهم وتقاليدهم وغير ذلك.

)

... الخ

و المسح المستخدم في هذه الدراسة هو مسح دراسات الرأي العام :

الجماعة ومشاعرها وافكارها ومعتقداتها، ويهتم بجمع آراء جماعة من الناس حول قضية محددة.

عدد من الفوائد أهمها تساعد في الحصول على معلومات وبيانات ضرورية لأي عملية تخطيط؛ فتساعد على اتخاذ القرارات

و هي دراسات تجرى لرصد توجهات الرأي العام الجماهيري نحو قضية أو موضوع عام، وتتميز بحجم العينة الكبير،

كدراسة آراء أفراد المجتمع حول رؤية تطوير التعليم، وتقابل هذه الدراسات مشكلتين رئيسيتين هما:

مشكلة اختيار العينة:

نظراً للحجم الكبير لعينة الدراسة المسحية للرأي العام تظهر مشكلة " إلى من نوجه السؤال؟ "

" واقع التوطين في قطاع التربية والتعليم "

لياء الأمور؟ الرجال أم النساء، مجتمع منطقة معينة أم كل المناطق؟

قد تُختار العينة عشوائياً، أي لكل عضو في الجماعة الأصلية الكلية، وهي نفس الفرصة ليُختار في العينة، أو عينة مصنفة،

أي يُتار أعضاؤها في ضوء نسب سبق تحديدها، كأن يتم اختيار نسبة 25 % في الميدان التربوي، ومن

ب. أدوات جمع البيانات من مجتمع الدراسة:

للبحث العلمي أدواته التي تساعد الباحث في بحثه، و ترتبط هاته الأدوات بموضوع البحث و المنهج المستخدم في إلى حد كبير على استخدام أدوات البحث، فعليه الإحاطة جيدا بالأدوات و الطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج مرضية بأقل وقت و جهد و تكاليف.¹⁷

و هناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات و يمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في ا و لدراسة الظاهرة من كافة الجوانب، و عموما يتعين أن تقيم هذه الأدوات المختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت لها و يمكن حصرها فيما يلي: ()

18

و انطلاقا من طبيعة بحثنا نطلب منا الاعتماد على اداتين من ادوات البحث العلمي، و هذا بهدف الوصول إلى : () .

الاستبيان:

تعتبر الاستمارة () من الأدوات الرئيسية في عملية جمع البيانات، و ترجع أهمية هذه الأداة إلى طبيعة الدراسة في ذاتها، حيث انه تعتمد في اساسها على قياس مدى استعمال الشعب التونسي للاعلام الاجتماعي ودوره في صناعة

في إطار البيانات المرتبطة لموضوع الدراسة و أهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في

هذه البيانات، و يعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعا و استخدامها في منهج المسح، و ذلك

¹⁷ محمد شفيق، محمد الفاتح، ص.186.

¹⁸ محمد الصاوي محمد مبارك:

لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان

19

و تمر مراحل أو خطوات تصميم استمارة الاستقصاء بالمراحل التالية:

تحديد إطار البيانات المطلوبة و نوعها، ثم تحدد نوع الاستمارة و نوع الأسئلة المطلوبة، ثم إعداد الاستمارة في صورتها الأولية، وضع الأسئلة في أشكالها المختارة، تم اختبار الاستمارة في صورتها الأولية تم المرحلة الأخيرة و هي إعداد الاستمارة في صورتها النهائية.

و لقد اشتملت الاستمارة المصممة لهذا الغرض على المحاور التالية:

- **المحور الأول:** و هي الأسئلة التي تستهدف التعرف على الحقائق، و تشمل الأسئلة الخاصة () و يعد هذا المحور ضروريا في تصميم استمارة أي بحث من أجل التعرف على الخلفية السوسيوديمغرافية للمبحوثين للمبحوثين، أي التعرف على السمات
- **المحور الثاني:** يحتوي على مجموعة من الاسئلة تهدف إلى الكشف عن استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي، و دوافع هذا الاستخدام، و أهمية استخدامها ..
- **المحور الثالث:** و يعد من أهم محاور الاستبيان لأنه يركز على دور استخدام في تعبئة الرأي العام وكيف يتواصل الرأي العام وكيف يتفاعل وكيف يؤثر أعضائه و وحداته في بعضهم البعض، وكيف تمت صناعة هذا الحراك () و الذي احتوى على مجموع 29 ثلاث محاور، و قام بعدها 390 ، و تم تجميع 333 استبيان الكتروني ، و بعد قراءة (13) لعدم إكمال المبحوثين ملئ الاستمارة و في الأخير تحصل (320) قابل للدراسة و التحليل و هذا ما سنوضحه جيدا في طريقة اخ

عينة الدراسة وطريقة اختيارها

من المجتمع الاصلي اخترنا عينة ممثلة فالعينة جزء من الظاهرة الواسعة معبرة عنه كله تستخدم كاساس

بحيث يمكن تعميم نتائج دراسة العينة على الظاهرة كلها

ونظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا باختيار أسلوب العينة، حيث اكتفينا بعدد من المفردات، أخذناها في حدود الوقت والجهد والإمكانات، معتمدين في ذلك على عينة كرة الثلج بالعالم والعالم العربي وتنس بالتحديد

اخر من العينات، وحصر مجتمع الدراسة، إلا بالاعتماد على عينة كرة الثلج التي تعرف على انها " الطريقة التي يتم اختيار المشاركين فيها بواسطة الترشيحات أو الإحالات، وتمتاز بانها عند احوالها تتفرع إلى مجموعة من الكرات الصغيرة دلالة على التفرع والتشعب" (20).

واستخدامها في دراستنا هدفه ضمان الوصول إلى نسبة كبيرة من المبحوثين، خاصة مع تشتت مجتمع

هـ- الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

● التكرارات و النسب المئوية: وهي خاصة بكل الجداول و قد حسبت النسب للمتغير المستقل حتى نتمكن من معرفة الاختلافات في درجة التوزيعات للمتغير التابع.

● مقياس التوزيعات (كا²): (²) يستخدم في اختبار درجة الفرق المعنوي بين المتغيرات

المختلفة، أي بين البيانات الفعلية التي حصل عليها الباحث في دراسته لظاهرة معينة و البيانات النظرية من طرفه. (²) في هذه الدراسة و ذلك بهدف معرفة ما إذا كانت هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين لى مهنة العلاقات العامة وفق متغير التخصص المهني.

$$(\sup>2) \quad (\sup>2) \text{ كالأتي:}$$

$$2(\quad - \quad) = 2$$

(²) () (1 -)
() (0.95)، فإذا كانت χ^2 المحسوبة أكبر من χ^2 الجدولية فهذا يعني رفض الفرض الصفري و قبول

المبحث السادس : الدراسات السابقة :

1 - دراسات تتعلق بالرأي العام :

الدراسة الأولى : استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية والإعلانية حول التغطية التلفزيونية لانتخابات

مجلس الشعب لعام 2000

د. / هويدا مصطفى

المشكلة البحثية :

تتضح مشكلة البحث في التعرف على الدور الذي لعبته التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب

2000 وتقوم مدى فاعلية هذا الدور من خلال استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية والإعلامية

للقوف على آرائها بجاه ما قدمته هذه التغطية طوال المراحل المختلفة التي مرت بها الانتخابات لاسيما وا
اكتسبت أهمية خاصة.

الإطار النظري للبحث :

3

أولاً :

: يمثل ويضم النشاط في السياسة.

المستوي الثاني : يشمل المهتمين أو ذوي العلاقة بالنشاط السياسي.

: هو المستوي الأدنى من المشاركة السياسية.

ثانياً :

ثالثاً :

رابعاً :

خامساً :

سادساً : التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام 2000.

التصميم المنهجي للدراسة :

نوع البحث : من البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف الظواهر والوقائع من خلال جمع المعلومات

المنهج : منهج المسح هو مسح تحليلي يهدف إلى قياس اتجاهات عينة.

أدوات جمع البيانات : صحيفة الاستقصاء وقد شملت استمارة البحث مجموعة كبيرة من الأسئلة يقيس كل منها عنصراً معيناً من عناصر تقويم تناول ومعالجة التلفزيون المصري من خلال برامجه المختلفة لانتخابات مجلس

نتائج الدراسة :

لقد عكست النتائج التي أسفرت عنها الدراسة، الرؤية التقييمية للعينة للجوانب الإيجابية والسلبية للتغطية التلفزيونية، للمراحل الثلاث التي مرت بها العملية الانتخابية. وكان من أبرز الجوانب الإيجابية من وجهة نظر

1 من الوجوه الحزبية المتنوعة من حيث الاتجاهات والانتماءات وإفساحها المجال امام

2

أما عن الجوانب السلبية :

1 عدم الاهتمام الكافي بتبسيط المفاهيم السياسية، ورصد آراء الجمهور تجاه العملية الانتخابية.

2 عدم ملاءمة الفترة الزمنية التي قدمت فيها البرامج الحزبية، بالإضافة إلى قلة الوقت الذي خصص لمناقشة

الدراسة الثانية : اكتساب المعلومات عبر الصورة التليفزيونية في الأخبار من منظور المعرفة التكوينية"دراسة تجريبية على عينة من طلاب الجامعة"

هاني الكيسي

مشكلة البحث وأهدافه :

ترتبط مشكلة البحث الرئيسية بطبيعة الدور الذي تلعبه الصورة الحية في اكتساب المشاهدين المعلومات من أخبار التليفزيون في إطار نظرية المعرفة التكوينية ومن ثم تسعى الدراسة ليس فقط إلى اختبار تأثير المضمون المرئي في - كمتغير مستقل رئيسي -

المعلومات، وإنما أيضاً إلى اختبار تأثير عدد من العوامل أو المتغيرات المستقلة الأخرى ذات الارتباط بمفهوم المعرفة التكوينية في سياق علاقتها بالصورة على اكتساب المعلومات الواردة في الفقرات الإخبارية محل الت .

فروض الدراسة :**1 الفرض الأول :**

المعرفي ومتوسط الاستنتاج عند انخفاض مستوى الاتساق المعرفي، سواء كانت الفقرة الإخبارية المعروضة مصحوبة بمادة مرئية أم غير مصحوبة بمادة مرئية.

2 الفرض الثاني : يظهر فرق معنوي بين متوسط استنتاج المبحوثين من المعلومات الواردة في أخبار

التليفزيون عند ارتفاع مستوى اتساق المعرفي ومتوسط الاستنتاج عند انخفاض مستوى الاتساق المعرفي، سواء كانت الفقرة الإخبارية المعروضة مصحوبة بمادة مرئية أم غير مصحوبة بمادة مر .

3 الفرض الثالث :

البصري في الفقرة الإخبارية المعروضة ومتوسط التذكر عند انخفاض مستوى التعقيد البصري في الفقرة .

4 الفرض الرابع :

التعقيد البصري في الفقرة الإخبارية المعروضة ومتوسط الاستنتاج عند انخفاض مستوى التعقيد البصري في الفقرة الإخبارية نفسها.

منهج الدراسة :

واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي بالاعتماد على تصميمات بعدية يختبر كل منهما العلا المتغيرات المستقلة الأربعة (الاتساق المعرفي، تعقيد الصورة، التطابق، التأثير العاطفي للصورة).

إداة جمع البيانات :

وقد قام الباحث بتصميم استمارة استقصاء مكونة من ثلاثة أجزاء منفصلة تم توزيع الواحد منها تلو الآخر على

نتائج الدراسة :

1

2 ثبت صحة الفرض الثاني حيث اتضح انه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين.

3

4 لم يثبت صحة الفرض الرابع.

تشير نتائج الدراسة في مجملها إلى وجود تأثير إيجابي للمادة المرئية على اكتساب المعلومات تكوينياً من الأخبار على مستوى التذكر والاستنتاج وإن كان مستوي هذا التأثير وطبيعته يختلف باختلاف نوعية المضمون المرئي ودرجة التعقيد البصري في الفقرة الإخبارية.

ليل النتائج الإحصائية أن التأثير المعرفي للصورة في أخبار التلفزيون يتراجع إلى حد كبير أمام الدور الذي يلعبه عامل الاتساق المعرفي بين ما يشاهده المتلقي وما يحتزنه من معرفة سابقة وهي النتيجة التي تدعم في

الدراسة الثالثة : الوعي السياسي والانتخابي لدي طلاب الجامعات دراسة ميدانية على عينة من طلابجامعة القاهرةد. / إيناس أبو يوسفمشكلة الدراسة :

سعي الدراسة إلى إبراز دور الإعلام في تشكيل وعي الطلاب بما يسمي بثقافة المشاركة لمعرفة تأثير
والجماهير على توجهات عينة من طلاب جامعة القاهرة تجاه المشاركة في الحياة الجامعية
والعمل العام والحياة السياسية وتصوراتهم تجاه الأداء السياسي الحزبي في مصر، والاسباب التي تكمن وراء
إسهامهم في المشاركة العامة أو إحجامهم عنها.

تساؤلات الدراسة :

- 1 ب جامعة القاهرة في الاتحادات الطلابية ؟
- 2
- 3 ما الأسباب التي تكمن وراء هذا التقييم؟
- 4 ما أهم القضايا التي تابعها طلاب الجامعة في الصحف المصرية بمنظومتها القومية والحزبية ؟
- 5 ما البرامج السياسية الإذاعية التي يحرص طلاب الجامعة على الاستماع إليها

الإطار المنهجي للدراسة :

بوعي الطلاب الجامعيين السياسي والانتخابي والتحليلي لتحليل الأسباب الكامنة وراء مشاركة الطلاب في
السياسية في مصر من عدمها وتفسيرها في سياقها المجتمعي.

عينة الدراسة :

تحدد مجتمع الدراسة على أساس انتقاء الباحثة لعينة عشوائية تمثل الكليات العلمية (كلية الهندسة -
() - () . ل هذه الكليات تم اختيار عينة
عشوائية حصرية بحيث تم اختيار 10 مفردات من كل فرقة دراسية نصفهم من الذكور والآخر من الإناث.

أدوات جمع البيانات :

تم جمع البيانات من خلال استمارة استبيان وتم تطبيق اختبار قبلي Pretest 20 .

نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أبرزها الكف عن إحجام طلابي عن المشاركة في كل من :

1 الاتحادات الطلابية لعدم السماح لها إلا بممارسة الأنشطة السطحية.

2

3 "مجرد

المشاركة في العملية الانتخابية لشعورهم بعدم جدواها، وعدم الثقة فيها.

الدراسة الرابعة : الصور الاعلامية والقرارات السياسية التكوينية والعلاقات المتبادلةد/ أيمن منصور ندا

المبحث الأول: وسائل الإعلام وصناعة الصور ونقلها:

- توجد الكثير من العوامل التي تهيئ لوسائل الإعلام القيام بهذا الدور منها:

1 الانتشار الواسع لوسائل الإعلام وامتدادها الافقي والراسي وقدرتها البالغة على الاستقطاب والإبحار:

حيث أسهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مد وأتساع نطاق تغطية وسائل الإعلام إشكالها.

2 استيلاؤها على أوقات الأفراد ومناقشتها الشديدة للمؤسسات الاجتماعية الأخرى في مجال التأثير الجماهيري.

3 إيقاع العصر الحالي الذي يقسم بالسرعة من ناحية ويعزلة الأفراد عن بعضهم البعض " مما يجعل من وسائل الإعلام مصدراً للشعور بالمشاركة وعدم العزلة.

: أحدي أهم المضامين الإعلامية المشكلة للصورة والناقلة لها.

- ومن الأساليب الإخبارية المستخدمة في تشكيل الصور الذهنية:

1

2

3 تجزئ المواق

4

وفي إطار دور وسائل الإعلام في تشكيل الصور هناك العديد من الوظائف التي تحققها وسائل الإعلام للمجتمع من عملية تجريد الآخرين من شرعيتهم.

1 تبرير التصرفات السلبية جداً للجماعة الداخلية، اذ تبرر وسائل الإعلام من خلال التصرفات العدوانية واعمال العنف التي تقوم بها الجماعة الداخلية ضد الجماعة الخارجية.

2

" نحن "

3

4 التأكيد على تألف الجماعة إذ تحاول كل جماعة إبراز تألفها وتماسكها في مقابل تنافر الجماعات

المبحث الثاني: وسائل الإعلام وعلاقتها بمتخذي القرارات السياسية وبصفة عامة

العلاقة بين وسائل الإعلام ومتخذي القرارات السياسية يكن تصور بعض أبعادها من خلال الإجابة على الأسئلة

أولاً: ما هو تصور متخذي القرارات وصانعي السياسات لدور وسائل الإعلام في مجال السياسة الخارجية؟

- ثلة على هذا التصور وهي كالتالي وهي تندرج تحت إن وسائل الإعلام كوسيلة اتصال مع الدول

:

CNN في إيصال رسائل إلى الشعبين الأمريكي والعراقي

وكذلك استخدم الرئيس المصري محمد حسني مبارك وسائل الإعلام في توجيه رسائل تحذيرية إلى الرئيس

العراقي بلغ عددها حوالي سبع عشرة رسالة وذلك بعد سحب السفير المصري من العراق، وإحساس القيادة

- في أغسطس 1994 استخدمت الإدارة الأمريكية وسائل الإعلام في إيصال وسائل تحذيرية إلى القيادة الكويتية تحذرها من السماح للكويتيين بالهجرة المتدفقة إلى الولايات المتحدة، وأن ذلك سوف يواجه بأعمال

ثانياً:

- هناك نماذج عديدة وضعها بعض الباحثين لتوضيح تصور الإعلاميين لطبيعة علاقتهم لمتخذي القرارات

نموذج بسيوني حماده: قدم بسيوني حماده (1994) اثني عشر تصوراً للإعلاميين في علاقتهم بالسلطة الحاكمة في الوطن العربي بصفة عامة وذلك دون تحديد لموضوع معين أو لسياسة بعينها وهذه التصورات عن:

1

2 الإعلام رجل البريد المتخبط.

3 الإعلامي الأناني، النفعي، الغائي.

4

5 الإعلامي المعارض صاحب البرنامج.

6

7

8 الإعلامي البيروقراطي.

9 الإعلامي المتمرد فاقد الهدف والبرنامج.

10

11

12 الإعلامي الإسلامي المستنير.

ثالثاً: ما هو التصور العام لما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في السياسة الخارجية؟

توجد مجموعة تصورات عامة صاغها الباحثون في مجال الإعلام السياسي لما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في مجال السياسة الخارجية، فقد ذهب (حميد مولانا) 1994 إلى أن وسائل الإعلام يمكن أن تقوم بالوظائف التالية:

• كمساند كبير لسياسات الحكومة ومدافعاً عن الوضع القائم **Statues Que**

propagandist prerequisite للوصول إلى أية غاية.

• (watchdogs) لما تريده الحكومة.

على أن هذا التصور يمكن اعتباره "تصوراً انفعالياً" "تصوراً موقفياً" ظروف نشأته المرتبطة بحرب

الخليج، وما ارتبطت به من استخدام الولايات المتحدة بمهارة وإتقان لوسائل الإعلام في تحقيق أهدافها، وفي

الوصول إلى غاياتها ومراميها، ولذا فإن هذا " غير قابل للتطبيق أو التعميم إلا في " .

عبت فيها وسائل الإعلام دور المراقب أو الملاحظ تذكر منها على سبيل

"بفضيحة إيران كونترا" والتي تسبب فيها خبر صغير نشر بأحدي الصحف

كيتين في

يد حزب الله في لبنان. إذ تناقلت وسائل الإعلام الأمريكية ريجان على شعبيته في الولايات المتحدة.

المبحث الثالث: الصور ودورها في صناعة القرارات السياسية:

حظيت الصورة القومية، هنا الباحثين في الدراسات النفسية والاجتماعية لمعرفة أثرها على السلوك

الإنساني، وكذلك لفهم وتفسير العلاقات بين الدول المختلفة وتوجد عدة حقائق يكاد يتفق عليها الباحثون في

مجال صنع واتخاذ القرارات السياسية منها:

1 إن هناك اختلافاً كبيراً وتبايناً شديداً بين الشيء، كما هو في الواقع وتصورنا لهذا الشيء.

2 إن كثيراً من القرارات السياسية لا تتخذ وفق معطيات موضوعية تماماً للحدث وإنما وفق تصورنا لهذا

3 إن كثيراً من السياسات الراهنة تقوم على مجموعة من الاساطير المؤسسة لها والداعمة لاجهاها.

4 إن كثيراً من الصراعات الدولية هي نتاج صور مشوهة للواقع ومحرفة له، وليست نتاجاً مباشراً له.

ثانياً : دراسات تتعلق بالإعلام الاجتماعي وتكنولوجيا الاتصال و علاقتها بالرأي العام :

الدراسة الأولى : دولة الامارات العربية المتحدة وتكنولوجيا الاتصال دراسة فى الاتجاهات النظرية

والتطبيقية

د/ بسيونى ابراهيم حمادة

- مشكلة الدراسة :

تسعى الدراسة الى الاجابة على التساؤل الرئيسى والمتمثل فى ما أهم الاتجاهات العلمية المفسرة للعلاقة بين التكنولوجيا الاتصال والمعلومات والمجتمع؟ والى اى مدى يمكن ان تستخدم كإطار علمى لتفسير العلاقة بين

- أهداف البحث :-

،والبحث فى العلاقة الدائرية بين هذين المتغيرين .

الوقوف على الاستخداماتالاساسية والنتائج الاولية لتكنولوجيا الاتصال فى دولة الامارات العربية المتحدة .

- وقد تناولت تطور الاهتمام بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات من خلال ما يلى :-

تنوع الكتابات العلمية وغير العلمية لاجبايات وسلبيات تكنولوجيا الاتصال المعاصرة،ولعل دلالة هذه الثراء الفكرى والعلمى

تكمن فى حقيقتين هما : التاكيد على اهمية القضية ذاتها ،والحقيقة الثانية :هى التاكيد على اهمية السياق الاجتماعى

وتأتى أهمية دراسة تكنولوجيا الاتصال في السياق الاجتماعي اذا أخذنا في الاعتبار حقيقة أن هذه التكنولوجيا ولدت ونمت وتطورت في سياقات اجتماعية غربية مغايرة لمجتمعاتنا ثقافياً.

- الاتجاهات العلمية المفسرة للعلاقة بين التكنولوجيا والاتصال والمعلومات والمجتمع :

الاتجاه الاول :

الاتجاه الثاني :

الاتجاه الثالث :

الاتجاه الرابع :مجتمع ما بعد الصناعة

:

- وتناولت أيضاً استخدامات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في التعليم :

4 مبررات لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في التعليم هي :

المبرر الاجتماعي ويرتكز على أهمية التكنولوجيا ودورها في المجتمع المعاصر ومحدث نمط الحياة بصفة عامة .

المبرر المهني ويهدف إلى سد حاجة سوق العمل من خريجي الجامعة ذوى المهارات الفنية .

المبرر التعليمي ويرتبط بالارتقاء بعملية التعليم والتعلم .

المبرر الفنى أو التحفيزى ويرى فى تكنولوجيا الاتصال المدخل لتحسين النظام التعليمى على مستوى التدريس

.وأخيراً: اقتراح نموذج تفسيري للعلاقة بين التكنولوجيا والمجتمع فى الامارات.

÷

جانب آخر ،وايضاً فى ضوء ما انتهت اليه محاولة استكشاف وتليل الاستخدامات والنتائج الأولية لتكنولوجيا

الاتصال فى الامارات ، يمكن القول بأن أيا من الاتجاهات العلمية الخمس السابقة لا تصلح لتفسير العلاقة

بين المتغيريين الاساسين للدراسة وهما التكنولوجيا والمجتمع فى دولى الامارات العربية المتحدة بشكل كامل وذلك

لعدة أسباب منها:

- 1 سعى مجتمع الامارات للتمسك بهويته في ظل حرص الدولة على الحفاظ على التراث الشعبي ودعم المؤ والانشطة التي تعمل على إحيائه ،فالسباسبية التي يتبناها رئيس الدولة في هذا المجال هي إن اى امه ليسهل تراث ،ليس لها أول ولا آخر .
- 2 التجه الاسلامى والعربى لدولة الامارات الذى يعنى ضمن ما يعنيه الالتزام بثوابت هذه الامة وعلى رأسها
- 3
- 4 وتطورت في بيئات ثقافية واجتماعية مغايرة للمجتمع العربى والاسلامى عموماً ومنها مجتمع الإمارات .
ولكن تم استيرادها من الخارج .
- 5 تم إستيراد وتوظيف التكنولوجيا بقرار من الدولة حرصاً لها على تحديث المجتمع وتطويره ،والمساهمة في الاقتصاد الرقمى الجديد ،وسد إحتياجات سوق العمل من خريجي الجامعة المزودين بالمهارات العملية ،ولم يحث ذلك

الدراسة الثالثة : تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الإجتماعية
والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً"

رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية / الأكاديمية العربية المفتوحة
في الدانمارك ، سنة 2012 .

الطالب / محمد المنصور

انتهت الحرب الباردة في أواخر الثمانينات من القرن الماضي , وانتهت معها عقود من التستر والتكتم على المنجزات العلمية والمعرفية والابتكارات التكنولوجية الهائلة, التي كانت مسخرة للعلوم والشؤون العسكرية ويتحكم بها قادة المعسكرين الغربي والشرقي فقط, فأطلق العنان لثورة المعلومات والاتصالات في بداية التسعينات,

الإنترنت عصرًا مدنيًا جديدًا، سهل الطريق لكافة شعوب الأرض في التواصل والتقارب وتبادل المعرفة، تبعاً للمواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية والبوابات () .
ومن باب التعريف والمقارنة بين هذه المواقع ومدى تأثيرها على المتلقين، انطلقت هذه الدراسة الموسومة: (تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية " أنموذجاً")، وتضمنت خمسة فصول معززة بالجدول والملاحق واستمارات التحليل.

الفصل الأول:

- أولاً: "الفييس بوك أنموذجاً" .
ثانياً: () وبين شكل الموقع الإلكتروني (.) .
ثالثاً: الكشف عن مضمون المواقع الإلكترونية " . نت أنموذجاً" .
رابعاً: المقارنة بين مضمون الموقع الإلكتروني (.) () .

الفصل الثاني:

المبحث الأول:

أولاً: المواقع الإلكترونية الساكنة والديناميكية والتجارة الإلكترونية
ثانياً: المدونات الإلكترونية
ثالثاً: البوابات الإلكترونية
رابعاً: () ، التي تثير دائماً الكثير من الشكوك حولها وتطرح العديد من التساؤلات،
بجمل ما قيل عنها يتلخص في رأيين فقط، : يعتبرها نتاج للتطور التكنولوجي الذي قرب المسافات بين . والثاني: .

المبحث الثاني:

أولاً:

ثانياً:

ثالثاً:

المبحث الثالث: يتناول دور وتأثير شبكات التواصل الاجتماعية () على جمهور المتلقين

الفصل الثالث: يتطرق هذا الفصل إلى الإجراءات الإجرائية في هذه الدراسة التي اعتمدت على استمارتين واحدة

الفصل الرابع: (مقارنة بين المواقع الإلكترونية والمواقع الإجتماعية "
 أمودجاً") ,

الفصل الخامس: (, , , والمقترحات). :

أولاً: نتائج تحليل الشكل:

1 إن وجود العنق الذي يفصل بين راس الصفحة وباقي محتوياتها, ضرورياً إلى حد ما في الموقعين الإلكتروني , إلا أنه اقتصر في الإجتماعي على بعض الصفحات, بينما نجده ملازماً لجميع صفحات الإلكتروني.

2 استخدم الموقعان الإلكتروني والاجتماعي العنوانات الرئيسية كوهما المعبر الحقيقي عن موضوع المتن, العنوانات الفرعية التي تعنى بتفاصيل أدق وتحليل أوفى واستعراض واضح للمادة الإعلامية.

3 تكاد تكون أنواع الصور في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي متشابهة, وهي الفوتوغرافية المعبرة والصحفية المثيرة ير والكارتون والصور الرياضية وغيرها,

, أو على شكل مشهد متعاقب يرافقه تعليقاََ حياناً في الإلكتروني, أو تحت عنوانات بارزة في داخل أو حول مربعات كبيرة ولا يرافقها أي تعليق في الإجتماعي.

4 (,) مساحة كبيرة للحوار المفتوح ولإبداء الآراء والتعليقات دون قيد أو شرط, ولكن اغلب ما ينشر على صفحاتهما لا يمت باية صلة للهم الثقافي, ويحصر صفحة ()

, متخصص في الإلكتروني, وتكتب فيها العديد من الأسماء المتداولة في الساحة الثقافية العربية والخ , وترفد بتعليقات القراء التي غالباً ما تكون بعيدة كل البعد عن موضوع الحوار, () في الإجتماعي مفتوحة لكل الآراء, بل لكل من يجيد القراء والكتابة بصرف النظر عن مادة الحوار,

5 (الأخيرة,) في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي على انهما استراحة القارئ, فكلاهما

لا تحتاج إلى التركيز في قراءتها أو الجهد في فهمها, اي انها بمثابة الفاكهة الصحفية بعد الوجبات الإخبارية الدسمة التي تناولتها الصفحات الرئيسية والمتخصصة, (الأخيرة)

تضمنت المواضيع القصيرة والأخبار الخفيفة والأحداث المسلية والغرائب والطرائف والفكاهة والمفارقات, () باهما تضمنت على الاف الصور المنتقاة وعشرات مقاطع الفيديو المتنوعة.

6 الإلكتروني ست زوايا (التغيير) () ,

(التغيير) ,

دول عربية حدثت فيها مؤخراً تغيرات سياسية هامة, (.)

() .

7 () في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي,

, واعتمدت اللغة العربية لغة أساسية في الموقعين,

الكمبيوتر في أنواع الخط المستخ , وقد وظفت الصورة بشكل موفق وساهمت في لفت نظر القارئ ودفع الملل عنه وكان لها حديثها, وبدت أغلب صفحات الموقعين جذابة ومشوقة في إخراجها وطريقة توزيعها وتنوعها وتلوينها ومرمجة لعين وذهن الزائر.

ثانياً: نتائج تحليل المضمون:

1 اهتمت الصفحتان السياسيستان في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي, بالأوضاع الجارية في كافة أنحاء العالم , وقد وظفتا كامل إمكانياتهما في تغطية احداث وتطورات ربيع الثورات

, واعتمدت في الإلكتروني على المواد التحريرية ومواد الرأي المختارة والقصص الإ

الكبيرة والعنوانات البارزة, بينما في الإجماعي لم تهتم بالإبحار اكثر من اهتمامها بإيصال المعلومات والاخبار إلى

2 أكد الموقعان الإلكتروني والاجتماعي على الاهتمام بالقضايا الإقتصادية والتجارية وأسواق المال العربية

, بينما اهتم الثاني بتقديم آخر الأخبار وأحدث التطورات

3

التي تحدث في الملاعب الرياضية وحلف الكواليس،
وفي الأول خصصت حقول للصور ومقاطع الفيديو والبرامج الرياضية، بينما في الثاني اقتصر الخبر على
وان مقتضب وصورة صغيرة أو رابط مرفق.

4

(آراء – والآراء) في الموقعين الإلكتروني والاجتماعي، إهما صفحتان متخصصتان تهتمان بآراء
الخبراء وذوي الاختصاص والكتاب والقراء من عامة الناس، وإن الآراء المطروحة في الموقع الإلكتروني تتصف
والرصانة في كل الموضوعات، بينما الآراء في الموقع الاجتماعي تفتقد إلى هذه المواصفات.

5

تبين إن صفحات مقاطع الفيديو المختارة هي عبارة عن زوايا وأبواب ثابتة في الموقعين الإلكتروني
تقدمان خدمة مشتركة واحدة وتوثقان للأحداث الساخنة في المنطقة العربية وفي العالم، وإن الأولى
تدعو زوارها للمشاركة في تحرير بعض المواد المرئية من خلال زاوية ()، والثانية يجد الزائر فيها أرشيفاً مصوراً
كاملاً لمئات مقاطع الفيديو التي تغطي الأحداث الساخنة في المنطقة العربية والعالم.

أهم الاستنتاجات:

أولاً: قعا العربية الإلكتروني والاجتماعي،
(وغيرها، تجعلهما من المواقع التي تحظى بالقبول والرضا من شرائح متعددة في مجتمعاتنا العربية،
إلى حد ما بمبادئ العمل الصحفي والأسس والقيم التي تحكم ع

ثانياً: تمييز موقع العربية الإلكتروني عن المواقع الإلكترونية الأخرى بتخصيص زاوية (التغيير) التي تضمنت صفحات
خاصة تعنى بآخر أخبار وتطورات أحداث ()،
(التي يجد فيها القارئ كل ما يرغب الإطلاع عليه من أخبار ومعلومات وآراء وصور

ثالثاً: بالإضافة إلى توفير الوقت والجهد للزائرين بتقديم كل ما هو جديد، وكل ما يرغبون في الإطلاع عليه من
، فقد وفر موقع العربية الإلكتروني والاجتماعي أيضاً خدمة التوثيق والأرشفة بالكلمة

, وأتاح موقع العربية الاجتماعي فرصة الإطلاع على آخر الأخبار المتنوعة ومجريات الأمور

رابعاً: بحسب لموقعي العربية الإلكتروني والاجتماعي إهما افسحا في المجال لإبداء الآراء المتعددة في القضايا , والتعليق على تلك الآراء الذي تجاوزت في بعض الأحيان حدود اللياقة والأدب, ووصلت إلى القدر , ولا يعرف إن كان هذا من باب الحرية الإعلامية المفتوحة كما يروونه حسني

, أم من باب التشفي بالآخر حسب ما يروونه أصحاب نظرية المؤامرة.

خامساً: أتضح من خلال الدراسة إن البعض يأخذ على موقعي العربية الإلكتروني والاجتماعي, الانتقائية في () وما يدور في المنطقة,

ورؤية محددة في التعامل مع الآخر, تتناغم مع التوجهات السياسية والاقتصادية والاجتماعية لبعض دول المنطقة ومراكز القرار في العالم.

سادساً: وأهمية الإعلام الجديد أو البديل مقارنة بالإعلام القديم,

, قياساً بما تقوم به المواقع الإلكترونية من دور إعلامي بارز

سابعاً: خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين, وإنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها, لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف , ومحادثة ()

, إضافة إلى أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات,

صدقات افتراضية جديدة واستراحة وثقافة وترفيه.

سادسا: الإطار النظري للدراسة

نظرية الاستخدامات والإشباع

أ- الخلفية المعرفية للنظرية

والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد

السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير، ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على انها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على انها فعالة في انتقاء افرادها لوسائل، ومضمون

21

ويعد مدخل الاستخدامات والإشباع بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وساء يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الإعلام والاتصال على تغيير المعرفة، والاتجاه، والسلوك، بينما يركز مدخل الاستخدامات والإشباع على كيفية استجابة وسائل الاتصال

هور في ظل مدخل الاستخدامات والإشباع بالمشاط، والإيجابية، والقدرة على الاختيار الواعي، والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير، والذي يعنى بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور، إلى دراسة ما يفعل الجمهور بالوسائل.²²

سائدا، يمكننا أن ندرك بأن محور العملية الاتصالية، حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء،²³

فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الافراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية، والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات، والترفيه المتاحة.²⁴

الأفراد لوسائل الإعلام، ويحدد أسباب استعمال نوع محدد دون الآخر، وكذلك الإشباع التي يحققها الفرد

إيجابي، وأن تفاعله مع وسائل الإعلام يهدف إلى تحقيق عدد واسع من الاحتياجات، بالإضافة إلى أن مستهلكي وسائل الإعلام يعرفون لماذا يستعملونها، وان الإشباع تظهر في الأساس في محتوى وسائل الإعلام، وفي التعرض لها وفي المجال الاقتصادي، والا²⁵

ب تطور محل الاستخدامات والإشباع

الإعلام والاتصال، في تلك الأثناء وبالضبط في سنة 1959 Alihu Katz

رؤية بيرنارد بيرلسون Bernard Berelson بموت حقل أبحاث الإعلام، وقال إن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات، حيث استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس؟ وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع واقترح كاتز التحول إلى التساؤل:

²² : الالكترونية القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1 2007 255

²³ صالح خليل: 140

²⁴ : 240.

²⁵ 2004 56.

والإشباع في دراسة بلومر وكاتز سنة 1969 حول الانتخابات العامة البريطانية التي جرت سنة 1964 مر وكاتز وغير فاش سنة

1974

والتوقعات من وسائل الاتصال، والمصادر الأخرى، والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في لي نتائج أخرى لم يكن مخططا لها.²⁶

وتطورت أبحاث الاستخدامات والإشباع في فترة الثمانينات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسات

ريكوميني وستاند فورد Riccomini and Stand Ford

Zillmar and

Braint سيلة، والتعرض لها في حالة توافق الإشباع

المتوقعة مع الإشباع التي تم الحصول عليها.

وقد كان لسرعة انتشار الانترنت كما، وكيف، وجغرافيا، وكذلك طبيعتها التفاعلية دورا كبيرا في تطور أبحاث

الاستخدامات والإشباع، خاصة أن الانترنت تتطلب من مستخدميها تفاعلية أ

التقليدية، فالمبدأ في شبكة الانترنت أن مستهلكيها يستهدفون عن قصد المحتوى الذين يريدونه، ويحتاجونه لإشباع

حاجات معينة، على عكس مستخدمي وسائل الإعلام الذين في كثير من الأحيان يستخدمونها من باب التعود،

والروتين بدون دوافع محددة.²⁷

ج فروض مدخل الاستخدامات والإشباع

() وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات، واختيار و

غيرها.

- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه لوسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد

وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.

- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور، واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.²⁸

- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل، والمضامين التي تشبع حاجياته.

- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.²⁹

➤ الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع

تلقت نظرية الاستخدامات والإشباع مجموعة من الانتقادات أشهرها التي أوردها ماكويل وهي:

تعتبر مقارنة نفسية حدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.

- تعتمد بإفراط على دفا تر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.

- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم، وبين تطويعه () الرسائل وهما حدان متناقضان.

- تفترض بأن السلوك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات

- " باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون الاتصال.³⁰

أما من أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع فتكمن في الطابع الوظيفي لها، وهو ما يعني تكريس الوضع القائم والتنكر للتغيير الاجتماعي.³¹

وقد ساهمت هذه الانتقادات وغيرها في تطوير نظرية الاستخدامات والإشباع وأدت إلى ظهور اتجاهات

جديدة في محاولة لاستدراك النقائص المسجلة: اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدامات

وطبيعة المضمون، وطبيعة الوسيلة المستخدمة، واتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية، والاجتماعية عند تعرض

²⁸ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير القاهرة، عالم الكتب، ط2 2000 222.

²⁹ م العادي: - دراسة في الاستخدامات والإشباع القاهرة، دار الفجر، ط1 2004 126.

³⁰ : مدخل إلى الاتصال الجماهيري (قسنطينة، مخبر علم الاجتماع الاتصال، 2003) 31 32.

³¹ حمدي حسن: (مصر، دار الفكر العربي، 1991) 33.

الأفراد للوسائل، واتجاه ثالث يهتم بالعلاقات المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل

32 .

الفصل الثاني مدخل عام للرأي العام

المبحث الأول : تعريف الرأي العام

المبحث الثاني : تاريخ الرأي العام

المبحث الثالث : تصنيفات الرأي العام و أنواعه

المبحث الرابع : وظائف الرأي العام وخصائصه

المبحث الأول : تعريف الرأي العام :

المطلب الأول : التعريف اللغوي :

أولاً : المعاجم العربية :

تستخدم مفردة الرأي العام ، للدلالة على معانٍ متعددة ، أهمها : النظر العقلي لأجل المعرفة ، أو ما يتوصل إليه العقل من اعتقاد بعد تمحيص ونظر ، أو حكم محدد حول مسألة ما .

٤- المعنى اللغوي لمفردة " الرأي " :

مفردة الرأي تعني : نظر بالعين أ والعقل ، والثاني هو المقصود ، كما يتضمن كذلك معنى الترجيح و الاعتقاد ، ويحمل كذلك معنى التأمل والنظر العقلي ، والرؤية بالعين تتعدى الى مفعول واحد ألا وهو الإبصار ، أما الرؤية بمعنى العلم فتتعدى الى مفعولين هم : التفكير والمعالجة العقلية .¹ والرأي كذلك هو اعتقاد النفس أحد النقيضين عن غلبة الظن ، وعلى هذا قوله تعالى : ((يروهم مثليهم راي العين))² ، اي يظنونهم بحسب مقتضى مشاهدة العين مثليهم ، والرؤية التفكير في الشيء و الإمالة بين خواطر النفس وتحصيل الرأي³ .

وعند تفحصنا للقرآن الكريم ، نجد أن مفردة رأي قد وردت بألفاظ متعددة ، وهي كالآتي⁴ :

1- الرأي : مرة واحدة .

2- رأي : مرة واحدة .

3- رأيت : (16) ست عشر مرة .

¹ ابن منظور - لسان العرب - دار صادر - بيروت - ط1 - 1990 - مجلد 14 - ص291 .

² سورة آل عمران - الآية 113 .

³ الراغب الأصفهاني - المفردات في غريب القرآن - دار المعرفة - بيروت - ط1 - 1998 - ص189 و190 .

⁴ حسين محمد فهمي الشافعي - قاموس الألفاظ القرآنية - دار المعارف - القاهرة (حرف الألف ، حرف الراء) .

5 -

أراني : (2) مرتان .

أراكم : (4) أربع مرات .

6 - أراك : (2) مرتان .

ب- المعنى اللغوي لمفردة " العام " :

تشتق مفردة " العام " من الجذر اللغوي " عمم " ، ومنه يقال شيء عميم : أي تام ، وعمهم الأمر : شملهم الأمر ، يقال : عمهم بالعطية ، ورجل معمم يعم القوم بخيره ، والعامّة خلاف الخاصة وقيل الجماعة من الحي ، وقيل الخلق الكثير ، والعام : الجماعات المتفرقون.⁵

" العام " في اللغة اسم فاعل من عم بمعنى شمل ، مأخوذ من العموم ، وهو لغة الشمول ، يقال : مطر عام ، أي شمل الأمكنة كلها ، و خصب عام : أي عم الأعيان ووسع البلاد ، ونخلة عميمة : أي طويلة . وفي هذا الصدد نجد أن ابن فارس قد قال : " العام الذي يأتي على الجملة لا يغادر منها شيئاً " .⁶

1 - 2 - المعاجم الأجنبية :

4 - تعرف الموسوعة الفلسفية الرأي العام بأنه:

مجموع معين من الأفكار والمفاهيم التي تعبر عن مواقف مجموعة أو عدة مجموعات اجتماعية إزاء أحداث أو ظواهر من الحياة الاجتماعية إزاء نشاط الطبقات والأفراد.

ب- ويعرفه قاموس وبستر بأنه:

هو الرأي المشترك خصوصاً عندما يظهر أنه رأي العامة من الناس.

⁵ ابن منظور - لسان العرب - مرجع سابق - ج4 - مادة عمم - ص 311 .

⁶ السيوطي - المزهري في علو اللغو وأنواعها - دار الجيل - بيروت - ج1 - النوع 29 - ص 426 .

ج - ويعرفه معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه:

هو وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين في وقت معين إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات.

المطلب الثاني : التعريف الاصطلاحي :

لقد حظي مفهوم الرأي العام بتفكير العديد من المؤلفين والكتاب في المجالات السياسية والاجتماعية والنفسية وذهبوا في تعريف الرأي العام مذاهب شتى اختلفت في بعض الأحيان والتقت في أحيان أخرى حول جوانب محددة من هذا المفهوم.

تناولت المؤلفات العربية ظاهرة الرأي العام نذكر من بين التعريفات تعريف :

1 - تعريف أحمد أبو زيد : " الرأي العام هو وجهة نظر أغلبية الجماعة الذي لا يفوقه أو يجبه رأي آخر ، وذلك في وقت معين ، وإزاء مسألة تعني الجماعة ، وتدور حولها المناقشة ، صراحة أو ضمنا ، في إطار هذه الجماعة " .⁷

نستخلص من هذا التعريف :

أ - الرأي العام يتجسد غالبا في وجهة نظر الأغلبية ، لكن ألا يوجد كذلك ما يصطلح عليه برأي الأقلية .

ب - الرأي العام قد يكتسي الصفة الضمنية ، كما يكتسي كذلك الصفة العلنية ومنه نستنتج أن الرأي العام قد يكون علنيا ، أو ضمنيا غير مصرح به .

⁷ - محمد عبد القادر حاتم - الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية - الكتاب الثاني - الإعلام والدعاية نظريات وتجارب - ص 38

2 - تعريف مختار التهامي: " الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية ، في فترة معينة ، بالنسبة لقضية أو أكثر ، يتحدث فيها الجدل والنقاش ، وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الانسانية ، مسا مباشرا " .⁸

يؤخذ على هذا التعريف على أنه : أ - الأغلبية أو السواد الأعظم للشعب غالبا ما تكون غير واعية ، وحتى أن توفر الوعي ، فهو وعي ظرفي حيني مؤقت .

ب - ركز صاحب التعريف على القيم الانسانية ، إلا أنه أغفل القيم الثقافية ، الاجتماعية ، و المادية .

3 - تعريف إسماعيل سعد : " الرأي العام هو حصيلة أفكار ومعتقدات ، ومواقف الأفراد والجماعات ، إزاء شأن أو شؤون تمس النسق الاجتماعي ، كأفراد وتنظيمات ونظم ، التي يمكن أن تؤثر في تشكيلها عمليات الاتصال ، التي قد تؤثر نسبيا أو كليا ، في مجريات الجماعة الانسانية ، على النطاق المحلي ، والدولة " .⁹

4 - تعريف إبراهيم امام : "الرأي العام هو الفكرة السائدة بين جمهور الناس تربطهم مصلحة مشتركة ، إزاء موقف من المواقف ، أو تصرف من التصرفات ، أو مسألة من المسائل العامة التي تشيؤ الى امتامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة " ¹⁰

و يؤخذ على التعريف أن الفكرة ما هي الا مرحلة سابقة على تكوين الرأي العام .¹¹

5 - تعريف محمد صبحي أحمد يوسف : " الرأي العام هو اجتماع كلمة الأفراد على أمر معين ، تجاه موضوع معين ، في حالة انتمائهم الى مجموعة اجتماعية واحدة " .¹²

⁸ مختار التهامي - الرأي العام والحرب النفسية - 1974 دار الفكر - القاهرة مصر - ص 17.

⁹ إسماعيل سعد - الرأي العام - دار المعارف - بيروت لبنان- 1979 - ص 17

¹⁰ ابراهيم امام - أصول الاعلام الاسلامي وتطبيقاته العملية - دار الفكر العربي - القاهرة - ص 263 و 264

¹¹ عاطف عدلي العبد - الرأي العام وطرق قياسه - دار العلم للملايين - بيروت 1999- ص 12

¹² محمد صبحي أحمد يوسف - الرأي العام وأثره في التنظيم السياسي وحماية الدستور - رسالة دكتوراه - كلية الحقوق - جامعة عين شمس -

يؤخذ على هذا التعريف مايلي : أ - يوجد فيه الكثير من الإبهام.

ب - لم يحدد صاحبه ما المراد بالمر المعين ، والموضوع المعين .

ج - ماذا يمثل الرأي العام كذلك لهؤلاء الأفراد .

د - كيف تم الإجماع لهذه الكلمة .

6 - تعريف محمد عبد القادر حاتم : " الرأي العام هو الحكم الذي تصل اليه الجماعة ، في قضية ما ، ذا

اعتبار ما " .¹³

وينقد هذا التعريف من حيث : أ - لا يفرق صاحبه بين الحكم والرأي العام .

ب - يخلط كذلك بين الحكم و الرأي العام ، حث أن الرأي

العام يشترط فيه العلانية ، اما الحكم فلا يشترط ذلك .¹⁴

ج - ما علاقة الإعتبار بحكم الجماعة .

7 - تعريف أحمد بدر : " الرأي العام هو التعبير الحر عن آراء الناخبين ، أو من في حكمهم ، بالنسبة

للمسائل العامة المختلف عنها ، على ان تكون درجة اقتناع الناخبين بهذه الاراء وتباكم عليها ، كافية للتاثير على

السياسة العامة والمور ذات الصالح العام ، وبحيث يكون هذا التعبير ممثلا لرأي الأغلبية " .¹⁵

نلمس في هذا التعريف بعض النقائص، والمتمثلة في :

أ - أسقط صاحب التعريف مصطلح الرأي العام على الحياة السياسية والحملات الإنتخابية فقط، إلا انه أغفل

باقي مناحي الحياة الاجتماعية ، الاقتصادية ، المعرفية ، والثقافية التي تتجسد فيها مظاهر الرأي العام .

¹³ محمد عبد القادر حاتم - الرأي العام وتأثره بالاعلام والدعاية - الكتاب الثاني - الإعلام والدعاية نظريات وتجارب - ص 200 .

¹⁴ سامية جابر - الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث ، النظرية والتطبيق - ص 124 .

¹⁵ أحمد بدر- الاتصال الجماهيري - دار المعارف العربية دمشق - 1990 - ص 12

ب - لا يتجسد الرأي العام على أنه اتفاق على المسائل المختلف فيها فقط ، بل قد يتجسد الرأي العام في صورة تعديل لمواقف سابقة حول مسائل متفق عليها مسبقا .

8- إسماعيل علي مسعد : " الرأي العام هو حصيلة أفكار ومعتقدات ومواقف الأفراد والجماعات .إزاء شأن من شؤون تمس النسق الاجتماعي كأفراد أو منظمات ونظم والتي يمكن أن يؤثر في .تشكيلها من خلال عمليات الاتصال لتي قد تؤثر نسبيا أو كليا في مجريات أمور الجماعة الإنسانية على النطاق المحلي أو الدولي".

ويمكن اعتبار تعريف الدكتور إسماعيل علي مسعد أكثر تعبيرا عن الرأي العام ، ويمكن أن يؤخذ في الدراسات الخاصة بالرأي العام وشؤونه .¹⁶

9- تعريف محمد الحماحي و أحمد رجب :¹⁷ يذكر محمد الحماحي و أحمد رجب بأنه يوجد العديد من المفاهيم الشائعة في الاستخدام في مجالات علم النفس و علم الاجتماع تتداخل مع مفهوم الاتجاه و منها الرأي الذي يُعد تعبيراً باللفظ عن الاتجاهات والمعتقدات والقيم .

إذ يرى صاحب التعريف : " أن الرأي العام يمثل مجموع الرؤى النظرية و الاتجاهات و المعتقدات الفردية التي تعتنقها نسبة لها دلالتها من افراد المجتمع , وذلك حول موضوع معين بالذات , و أن التعبير عن الرأي العام أو محاولة توجيهه أو تغييره لا يتم إلا عن طريق الإقناع الذي يستلزم التواصل لمناقشة جميع الآراء المطروحة و دراستها ,نقد للأفكار التي يتم معارضتها مع الاستعداد بقبولها في حالة ثبوت صحتها و دلالتها

¹⁶ - سليمان بن عبد الرزاق " الرأي العام المفهوم - التكوين - التعريف - الخصائص " . 1996 . . 42

¹⁷ - محمد الحماحي و أحمد سعيد , الإعلام التربوي في مجالات الرياضة و استثمار وقت الفراغ , الأولى ,

10- سمير عبد الحميد : يذكر سمير لحميد في تحليل مفهوم الرأي العام أن ____ : وجهة النظر التي يعبر عنها تعبيراً خارجياً و مكشوفاً ,¹⁸: الإعلان عن وجوده بواسطة ألفاظ أو رموز تسمح بفهم

, فإنه لا بد من أن يخرج الرأي من نطاق الباطن أو من الحيز الداخلي إلى العالم الخارجي حتى يمكن أن يقال أنه , فالعنصر الهام للرأي هو الذي يتمثل في الإعلان عنه أو في الإ

ذلك هو معنى الرأي أما عن كلمة العام فيمكن أن تشير إلى إحدى المعاني التالية :

(1) هو ما ليس بخاص : , وطبقاً لهذا الاستخدام

(2) هو المشترك : فيقال مثلاً أن صفة الكرم هي صفة عامة في الشعب المصري , اي انها خاصية مشتركة

(3) هو العلني :

, و إنما يجب أن ينبعث من الإنسان الذي يعبر عن ذاته تعبيراً حراً و بتلقائية كاملة .

يمكن أن يجمع بين الصفات الثلاثة أو المعاني الثلاثة السابقة , فهو ليس بخاص لأنه لا

يقتصر على فرد أو جماعة أو فئة معينة , كما انه يميل إلى ان يعبر عن موقف مشترك لاغلب عناصر المجتمع

¹⁸- سمير لحميد سمير عبد الحميد على, الإعلام و العلاقات العامة في المجال الرياضي, الطبعة الأولى , 2006 . 56 64

, و أخيراً فهو يتصف بصفة العلانية . , إنما يجب أن

ينبعث من الإنسان الذي يعبر عن ذاته تعبيراً حراً و بتلقائية كاملة .

من خلال هذه التعريفات فأنا نستطيع أن نتبين قواعد عامة تحكم الرأي العام وهي:

1- الرأي العام موقف اختباري يتخذه المرء إزاء قضية مثيرة للجدل.

2 لرأي العام هو التعبير عنه.

3- يتصف بالديناميكية والحركة، أي أنه استجابة لمعطيات الحياة المتنوعة، فهو بذلك يختلف عن العقائد التي

4- الراي العام نتاج اجتماعي لعملية اتصال متبادل بين العديد من الجماعات والافراد في المجتمع، ويشترط وجوده

اتفاقاً موضوعياً كما يفترض المناقشة العلنية لموضوع الرأي العام.

5-

6- إن الرأي العام يمثل آراء جمع كبير من الأفراد، وأن هذه الآراء تتصل بالمسائل المختلف عليها وذات الصالح

العام، وإن هذه الآراء لا تمارس تأثيراً على سلوك الأفراد والجماعات السياسية الحكومية.

المبحث الثاني : تاريخ الرأي العام :

لم تكن ظاهرة الرأي العام وليدة العصر الحديث ، وان كان اصطلاح الرأي العام قد استخدم اول مرة كهاية القرن

(16) ، للتعبير

1789

(18)

عن سلوك المتظاهرين ، فالظاهرة قديمة قدم المجتمع الإنساني ، فقد الانظمة الاجتماعية ، منذ بداياتها الاولى ،

تولى اهتماما كبيرا براء الناس و اهتمامهم ، واستطلاع افكارهم ، وارئهم للوصول إلى القرارات السد

الرأي العام من المصطلحات الحديثة التي لم تعرف إلا مع أواخر القرن 18

والثورة الفرنسية، فلا يمكن القول ان بان الحضارات القديمة لم تعرف المفاهيم المشابهة للرأي العام.

العام ، كالاتفاق العام او الابعاهات السائدة وكانوا يحتفون بها

اشد احتفاء حتى اهم خلدوها في معبد البانتويون. وتحدث الرومان أيضا عن الآراء الشائعة بين الناس ووصلوا في

أواخر عهد إمبراطوريتهم إلى مفهوم صوت الجمهور أو صوت الشعب، ولعله يقترب كثيرا من اصطلاح ال

العام في التاريخ الحديث .

المطلب الأول : الرأي العام في الحضارات القديمة :

الأنظمة السياسية ، الاجتماعية والاقتصادية التي تركت آثارا شاخصة على مر العصور

الكتابة ازدادت أهمية الرأي العام ، وتطورت الطرق و الأساليب التي يتم بموجبها التحكم في الرأي العام وتوجيهه ،

وتشهد الآثار التي خلفها السومريون ، البابليون والفرعنة على ذلك ، حيث كان حكام وادي الرافدين ()

() () للرأي العام وزنا ، من خلال إقامة مجالس الشعب ، المؤتمرات ، والاجتماعات

الجماهيرية الكبيرة ، وكيف كانوا يسعون إلى كسب رضا شعوبهم¹⁹ .

كما قد ارتبط استخدام الرأي العام ، والاهتمام به ، بتطور حضارة بلاد الرافدين ونشوء نظام سياسي في بلاد 3000 . في الجزء الجنوبي من العراق ، وهذا بظهور دولة المدن فيعصر فجر السلالات

2- الحضارتين الإغريقية والرومانية :

ومنذ ظهور أول مراكز الاستيطان البشري ، حتى ظهور نظام دولة المدينة ، كأول شكل من أشكال الحكم التطورة في تاريخ البشرية ، فانفردت بشؤونها حضارة بلاد الرافدين ، ولعل أقرب شيء يضاهيه ، مو نظام دولة المدينة في - - إذ كان ذلك النظام في كلتا الحضارتين ، نظاما نموذجيا للدولة .

Citizenship فنمت في ظلها فكرة المواطن والمواطنة

وكذلك الشأن بالنسبة للحضارة المصرية القديمة ، إذ تدل الدلائل والقرائن التاريخية ، عن الأساليب والطرق الراقية في التأثير في الرأي العام ، وتوجيهه الوجهة المطلوبة ، مثل تأليه () الأهرامات ، إذا لم يكن هذا كله إلا أسلوبا من الأساليب المتطورة للتأثير في الرأي العام .

وكانت المدن اليونانية القديمة ، اول من اعطى للرأي العام مجالا واسعا لتنظيم شؤون المجتمع ، فكانت حكومة المدينة التي تتصف بالديمقراطية تعطي الرأي العام الفرصة للتعبير عن نفسه ، عن طريق الحوارات ، المناقشات والخطب السياسية ، أو الحربية والدينية ، كما لا يخفى علينا كذلك الدور الذي لعبه الفلاسفة ، والمفكرون

اليونانيون الذين أدركوا مدلول الرأي العام ومعناه ، فقد ظلت آرائهم حتى الآن موضع اهتمام الباحثين والعلماء²⁰

¹⁹ محي - - - 91 .

²⁰ محمد عبد القادر حاتم - الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعاية ، مرجع سابق ، ص 57...60 .

: كمر قيمة الرأي العام مثيرا الشك حول وجوده أصلا²¹

وتعريفه ، إلا أن أرسطو كان أكثر إيجابية في تقديره للدور السياسي الذي يلعبه ، كما يظهر في تصنيفه لأنواع

الأنظمة السياسية ، فالكثره يجب أن تكون لها السيادة وحكم هو الذي يعبر عن الحقيقة ، إذ الكثرة حكمها

كم الفرد ، لأن البعض يفهم جزءا ، والآخر يفهم جزءا نخر ، ولكن فيما بينهم يفهون الكل في

²² ، وهنا كان الرأي العام صاحب الكلمة العليا في دويلات المدن اليونانية القديمة ، فكان الخطباء

يلتقون بالناس في ساحات أثينا و إسبرطة ل ليصل الجميع الى وجهات النظر الأخرى

23

و ما إن تطورت روما وتوسعت ، حتى أجتاز الرأي العام مرحلة جديدة من مراحل نموه ، والاعتراف بأهميته ،

خاصة فيما يتعلق بشؤون الحكم ، إذ توجد العديد من القرائن والدلائل التاريخية التي سجلها المؤرخون و

تمثلة في المصطلحات الدالة على الرأي العام ، أو المستخدمة للعبير عليه أو الإشارة إليه ، مثل

:

وأما إذا انتقلنا الى مفكي الإمبراطورية الرومانية ، فإن

احتراما كبير للعوام وسواد الناس ، كما يظهر في خطابات " " 24 " " " "

²⁵ . وكذلك كان لكتاب يوليوس قيصر صحيفة تصدر يوميا تسمى بمعنى الوقائع

Actadiurna

يومية ، بدأت في الظهور سنة 59

²¹ (347 427 .) إذ عاصره أرسطو وقال عنه : هو أول من أثار مشكلة التعريف الخاصة بالكثير من المفاهيم.

²² هذا ما يظهر في كتابات أرسطو (322 384 .) :

²³ - - 15 .

²⁴ (-106 43 .) أكبر خطيب وكاتب عرفته روما من أشهر كتبه :

²⁵ - الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية - 60.61 .

بمجلس الشيوخ ، ونواب البرلمان ، حيث كان لهذه الصحيفة الأثر الكبير في في صياغة الرأي العام ، كما أن هذه

26 (400)

المطلب الثاني : الرأي العام في العصر الإسلامي :

الرأي العام والشورى :

(الرأي العام في الإسلام يشير إلى اتجاهات جماهير المسلمين نحو قضية هم هذه الجماهير في وقت ومجتمع معين بعد مشاورة وحوار ونقاش يحكمه كتاب الله وسنة رسوله).

قد استكمل شروط التعريف آخذاً في اعتباره ما حققته

الدراسات العلمية الحديثة في حقل الدراسات النفسية والإعلامية، وما قدمه المفكرون من تعريفات تتفق مع ايدولوجياتهم ونظمهم وافكارهم . مستلهما منهج رسول الله وسيرة السلف الصالحين من الخلفاء الراشدين الذين () في هذا الصدد.

ولكن هل وفق صائغ هذا التعريف في تقديم تعريف علمي جامع مانع للرأي العام الإسلامي أم لا؟

في نظرة أولية للتعريف المتقدم ينكشف للقارئ مدى الإخفاق الذي مني به الكاتب من خلال عدم الانسجام الكبير بين المعرف . بالكسر . والمعرف .

والمعروف جلياً أن الرأي العام الإسلامي يعني اتحاد جميع المسلمين في ذلك الرأي.

ولكن التعريف المتقدم لم يكن ليشمل تلك الحالات التي تتفق فيها آراء المسلمين على مسألة معينة، بل جعل

(في وقت ومجتمع معين)

تمة بين كل من الشورى والرأي العام الإسلامي فما هو نوع هذه العلاقة؟

قبل الإجابة على السؤال المتقدم يجدر بنا تقديم تعريف للشورى لكي تتضح طبيعة تلك العلاقة من خلال تحديد

لقد عرف القدماء الشورى بالتالي:

(استطلاع الرأي من ذوي الخبرة فيه للتوصل إلى اقرب الأمور إلى الحق)

إن الشورى بهذا المعنى لا تؤيده النظرية الإسلامية في الشورى، وإذا كان يطلق على استطلاع رأي ذوي الخبرة

مصطلح الشورى وإنما هو من باب التسامح وإلا فهذا ليس من الشورى في شيء وفق النظرية الإسلامية.

كما أن أسباب النزول في الآيات القرآنية التي تشير إلى مسألة الشورى مثل:

(...)²⁷.

وقوله تعالى:

(وشاورهم في الأمر...)²⁸.

لا توافق المعنى المتقدم الذي ذكر للشورى وأن التعريف السابق الذكر إنما يدخل في باب الاستعانة بذوي الخبرة في

مسألة ما وهو من الأمور التي يدفع العقل الإنسان نحوها.

فيما عرفت الشورى من قبل الكثير بالتعريف التالي:

(الشورى هي استطلاع رأي الأمة او من ينوب عنها في الامور القائمة المتعلقة بها).

:

(تقليب اوجه الرأي والنظر في مختلف المسائل والقضايا المطروحة حتى تصل الجماهير باجهاها إلى

تتفق عليه وتؤيده) وتتبناه الأقلية كما تتبناه الأغلبية بعد مناقشة وحوار وذلك عن رضا واقتناع).

²⁷ . 38

²⁸ . 165

بناءً على ما تقدم يمكن القول بان الشورى إنما تمثل النافذة التي يمكن من خلالها الإطلاع على الرأي العام وهي بمثابة البوابة التي نلج من خلالها الى عالم الرأي العام لنعرف مواقفه تجاه قضية معينة.

على هذا يكون الراي العام الإسلامي الدعامة التي يمكن ان نحتمي بها المثل والاخلاق في المجتمع الإسلامي إذ ان الراي العام سيرفض بلا شك . اي تصرف لا اخلاقي يمكن ان يصدر من قبل اي فرد من افراد المجتمع الإسلامي رأي العام سوف يضع في الدائرة الحمراء من ينتهك المثل الأخلاقية للمجتمع الإسلامي فيكون ذلك . وبما أن الإنسان بمقتضى فطرته لا يمكنه العيش بمعزل عن الحياة في الجماعة .

سيتمل كثيراً قبل أن يتصرف ما يمكن أن يضعه في دائرة العزلة الاجد .

)

العام تتفق مع أفكار هؤلاء الخبراء والباحثين، فالرأي العام الإسلامي مطالب بالحفاظ على الأخلاق الإسلامية التي وردت في كتاب الله وسنة رسوله وعليه ان يقوم اي انحراف او خروج عن المثل التي جاء بها الإسلام، بل جميع المسلمين بعدم السكوت على أي خطأ أو منكر يواجهونه

المطلب الثالث : العام في الصر الحديث :

في العصور الوسطى عبارة الاتفاق العام أو الإجماع وهي مبنية على المفهوم الراقي لفكرة الشعور

العام أو الجماعي التي كان يستعملها أنصار البابا وخصومهم أنصار الإمبراطور للتعبير عن التقاليد السائدة

والاتجاهات العامة للرأي في المناطق المتنازع عليها. أما في " " " "

" خلال العصور الوسطى مدخلاً أساسياً لتبلور و ظهور الرأي العام و برزت في تلك " "

الأونة تعابير مثل " " . " أخترع

جوتنبرج

ذلك تأثيراً كبيراً في ازدياد قوة الرأي العام . و بدأ الإهتمام به و أخذ مكانه الطبيعي في كتابات المفكرين و لقي

وفي مستهل العصور الحديثة كان مكيافيللي أولمن وجه الأنظار إلى ضرورة الاهتمام بصوت الشعب واتجاهاته وكثيرا

ما كان يردد العبارة القائلة بأن صوت الشعب هو صوت الله ، وقد عبر الشاعر الإنجليزي شكسبير بلسان هنري

" الرأي العام الذي يساعد في الوصول إلى الحكم."

الحروب والمنازعات التي قامت في إنجلترا بين الملك والبرلمان قد ساعدت كثيرا على تداول معاني الرأي

السائد التي كان يتمسك بها الطهريون والبلدانيون في خصومتهم الدموية من الملكيين والكاتوليك وقد عبر

" فيما نشره سنة 1672 صدر إنما يرجع إلى الرأي السائد إلى الحكومة

والخير والشجاعة التي يتصف بها الحاكم ، اما الفيلسوف الإنجليزي جون لوك فقد اهتم بدراسة الاسس القانونية

والأخلاقية للرأي العام وخاصة في مقاله الذي نشره عام 1690 بعنوان الفهم الإنساني .

ى الطغيان من إنجلترا حيث التوترات الأهلية في القرن السابع عشر، التي كلفت

1649، وعرش الملك جيمس الثاني 1688 إلى أمريكا حيث اندلعت

حروب الاستقلال ، ثم فرنسا حيث شبت الثورة الفرنسية التي أطاحت بالإقطاع ورأس الملك لويس السادس

. وقد عبر الفلاسفة الفرنسيون عن مفهوم الرأي العام بمسميات مختلفة فاختار مونتسكيون "

" وكانت العبارات الألمانية مطابقة لهذه المصطلحات "

volks geest .

(1527 1469) حدث تطور معتبر في الكيفية التي تناول الفكر الفلسفي ما

() ، فقد اعتبره عنصراً يجب أن يؤخذ بالحسبان في عملية الصراع من أجل السلطة .

(1712 1778) أول فيلسوف يستخدم تعبير الرأي العام ومن أهم كتابات روسو العديدة

كتابه في العقد الاجتماعي، ويمكن اعتبار الفكرة الأساسية وراء العقد الاجتماعي هو موضوع الوحدة... .

البناء الاجتماعي وذلك بإخضاع المصالح الخاصة للإدارة العامة.

بمجموع إرادة الشعب الذي يضع القوانين والحكومة ما هي إلا

مفهوم إرادة الشعب يشير في المعنى العملي التطبيقي إلى جوهر الرأي العام في معناه المعاصر.

و في مناقشة " أن لتأييد الجمهور هو كل شئ فتأثير الجمهور لنظام معين هو أساس نجاح

هذا النظام و تخليهم عنه بسبب فشله ,

, فالقانون إذا لم يحصل على تأييد الرأي العام أصبح و كأنه لم يكن . "

وفي خضم الثورة الفرنسية ظهر الاصطلاح الحديث وهو الرأي العام **Public opinion** وكان يتكرر كثيرا

Necker

الرأي العام كان تنويجا لمراحل طويلة من الكفاح المرير من أجل

1215م والبرلمان الذي اجتمع بعد صراع سيمون دي مونتفورت ضد الملك هنري الثالث

1265 . 1640م وخلع الملك جيمس الثاني 1688م، ثم انتقال

شرارة الحرية إلى القطرة الأمريكية حيث شبت حروب الاستقلال وإلى فرنسا حيث اندلعت الثورة الفرنسية في

أواخر القرن الثامن عشر، هذه الحركات التحررية التي عجلت على إعلان صوت الشعب هي التي أدت إلى ظهور

الرأي العام والاعتراف بقوته.²⁹

ثم جاء القرن التاسع عشر المليء بالأحداث والتغيرات حيث قامت الثورة

واختراع وسائل الاتصال الجديدة حتى أصبح الرأي العام ذو سطوة وسلطان كبير، كان من نتائجه مطالبة العمال

بوضع التشريعات التي تضمن حقوقهم ومصالحهم.

() العالم الاجتماعي الذي كان أحـ

() () الشعبي، وتأثيرها في العمل السياسي .

أن قوة و سلطة رئيس الولايات المتحدة قوة كبيرة يعترف

, و لكن في المدى الطويل أستطيع أن أقول أن هذه القوة و تلك السلطة يتوقف أثرها إلى حد بعيد

على درجة النجاح في العلاقات العامة ,

افراده و يجذبهم إلى رايه .

وأخيراً جاء القرن العشرين فتوج انتصارات الرأي العام بمزيد من الانتصارات ذلك أن ظهور الراديو والتلفزيون

والسينما قد جعل هذا القرن قرن الرأي العام، وكان للحرب العالمية الأولى التي شهدها هذا القرن أثرها في تدعيم

الرأي العام فظهور الدراسات النفسية في القارة الجديدة بعد هذه الحرب التي ركزت على دراسة السلوك، قادت إلى

() ()

وهذا المفهوم ليس إلا الرأي العام في جوهره، أو القاعدة التي يقوم عليها الرأي العام.

ومنذ بداية الثلاثينات بدأ ما يسمى بأبحاث قياس الرأي العام حيث تقوم هذه الأبحاث بقياس المواقف وردود

الموضوعات التي تشهدها الحياة السياسية والاجتماعية. إن الأحداث الضخمة التي شهدها

القرن العشرين والتي هزت الوجدان العالمي بأسره بدءاً من الحرب العالمية الأولى (1929-1932)

الثانية، قد اترت بهذا الشكل او ذاك بالرأي العام وبدوره في الحياة السياسي

دور كبير في صياغة الاحداث وفي توجيهها وبات اصحاب القرار السياسي يضعونه في حساباتهم سواء صرحوا

بذلك أم لم يصرحوا به.

تعقيب و ملاحظات أساسية

من المفيد الإشارة إلى

:

- 1- إن بعض الكتاب الذين يتناولون ظاهرة الرأي العام يذهبون في رأيهم إلى
أو الجماعة باختياره أو باختيارهم له من متغاييرين أو أكثر ، وأعتقد أن هذا الرأي يخالف الواقع
أن الرأي العام تخصيصا يتعلق بقضايا واجتماعية تطرح وجهات النظر في
- وإنما تحصيل حاصل مجموعة كبيرة من الآراء ، والوصول أخيرا
إلى رأي عام له صفة الأغلبية والعمومية.
- 2- يحرص بعض الباحثين ظاهرة الرأي العام في الامور السياسية ، ويعدوها ظاهرة سياسية بحتة ، ولكن النظرة
والحديثه لهذه الظاهرة يجعلنا نوسع من دائرتها
والثقافية والاجتماعية والسياسية ، ولنا في ذلك سند من واقع الحياة المعاصرة
التي تشابكت فيها هذه الجوانب وتداخلت نتيجة لتعدد مصالح لإنسان ، وارتباط بعضها ببعض ، ونتيجة
بين الناس أفرادا ومجتمعات.
- 3- يؤخذ الرأي العام في كثير من الأحيان بالاستناد إلى أوساط معينة وتغيب أوساط أخرى
مصلحة جماعة أو دولة معينة عند هذه الأوساط مما يجعلها تقوم بتزييف
بينما الواقع غير ذلك تماما ، هذا الأمر مهم جدا عند تناول موضوع الرأي العام .
- 4- لم يتم حتى الآن -الأخذ بالرأي العام إلا في حالات محدودة أو قضايا قليلة جدا ، ولو
عولجت بالاستناد إلى الرأي العام لكنت العديد من الق
أخرى غير الرأي العام منها المصالح

إلى أن الرأي العام ليس .

المذكورة انفا تاخذ دورها في هذا المجال.

5- يتأثر الرأي العام بالأحداث أكثر من تأثره بغيرها ، فهو شديد الهامة .

6- القائمة أو المتوقع حدوثها قريبا ، وتشغله القضايا الأكثر أهمية

أهمية.

7- كلما أعطيت الشعوب فرصة أكبر في التعليم كان الرأي العام أكثر نضجا وواقعية وأخيرا

الرأي العام عبارة عن محصلة جملة ومؤثرات ووسائل متعددة تؤثر في قضية معينة أو عدة

لها أطرافها المتنازعة

- -

بالعوامل المذكورة أنفا سلبا أو إيجابا.

المبحث الثالث : تصنيفات الرأي العام وأنواعه

المطلب الأول : تصنيفه حسب عمق التأثير والتأثر :

يقسم مجموعة من الباحثين الرأي العام إلى ثلاث أنواع حسب درجة تأثيرها في المجتمع ومدى تآثر المجتمع بها ، وتأثير المجتمع فيه : 30

1 - الرأي العام القائل- المسيطر : يتمثل هذا الرأي في رأي صفوة المجتمع وخبته التي تتمثل في القادة

بث ان نسبة هذه الفئة جد ضئيلة في المجتمع ، إذ يمتلكون قدرة كبيرة في التأثير في غيرهم من خلال كونهم قادة رأي في المجتمع ، ولما لهم من اثير إقناعي كبير في نفوس العامة ، ويرى الكثير من الباحثين أن هذه الفئة لا تتأثر بوسائل الإعلام ومختلف أنواع المضامين الإعلامية ، وإنما هم الذين يؤثرون في

2 - الرأي العام القارئ أو المثقف : يمثل هذا الرأي نسبة لا بأس بها في المجتمع ، ويتمثلون في مثقفي المجتمع

ومثقفيه ، وهي فئة تقل نسبة ثقافتها مقارنة بالفئة السابقة - وكما أن حجم هذا النوع يختلف الدرجة التعليمية والثقافية التي يتمتع بها ، إذ تتأثر فئاتها تآثرا نوعيا وطبقيا وكذلك حسب مستوى الوعي والثقافة التي يتمتع بها .

3 - الرأي العام المنساق أو المنقاد :

وثقافي محدود ، كما قد يضم هذا النوع الأميين وغير القدرين على متابعة الأحداث أو محاولة متابعتها وهلة بوهلة ، وتتأثر هذه الفئة تأثرا عميقا بوسائل الإعلام وتفاعل فيها ووسائل الإعلام ما تفعل ، وتتقبل بسهولة ما تنشره أو تبثه وسائل الإعلام ، وتتناقل هذه الفئة الشائعات كمادة خام لمختلف حواراتها ونقاشاتها ، كما تتأثر هذه الفئة بالفئتين السابقتين وتنساق ورائهما .

1- عدلي	-	-	-	20...18
عوايشية محمد حقيق	-	---	-	24 23
سمير محمد حسين - الاعلام والاتصال بالجماهير-	-	-	-	344 - 343

المطلب الثاني : حسب الاستمرارية الزمنية :

يرى بعض الباحثين أنه من المهم أخذ العامل الزمني كمعيار أساسي في تقسيم الرأي العام ، ويصنف الرأي العام زمانيا إلى ثلاث أنواع وهي³¹ :

1 - الرأي العام المتقلب - اليومي :

هو في الأصل عبارة عن رد فعل لما يحدث يوميا وتتناقله العامة ، كما يعرف على أنه مجموع الآراء اليومية التي - مدير معهد الصحافة في جامعة

- هو أول من أشار الى هذا النوع من الرأي العام .

2 - الرأي العام المؤقت :

بسرعة فور زوال الأحداث أو الدوافع التي أدت إلى تكوينه ، ويوصف هذا التعريف بأنه نشيط متحرك ويستمد اده على الحيوية والدينامكية والتجديد في الآراء أكثر من اعتماده على التقاليد والقيم الراسخة

3 - الرأي العام الدائم أو المستقر : هو رأي عام ثابت دائم ، يدوم لفترة طويلة ويتصف

والثوابت تبعا للعوامل المؤدية لنشأته ، ويتأثر عموما بالعوامل الحضارية ، ويتميز بأنه أكثر رسوخا ، ويساعد في العام ، وتعتنقه فئات واسعة من المجتمع ، ويتصل اتصالا قويا بالثوابت كالدين

2 محمد عبد القادر حاتم - الرأي العام وتأثره بالدعاية والاعلام - الكتاب الثاني - 127 - 128 .

. 12

. 33 32 -

هاني الرضا ، رامز عمار -

، لأنه يدور ويتشكل في فترة

المطلب الثالث : حسب النطاق الجغرافي :

إلى أربع أنواع وهي³² :

1 - الرأي العام المحلي : هو الرأي العام السائد في رقعة جغرافية ضيقة أو صغيرة نوعا ما أو حن في نطاق محلي ، إذا هو الرأي المعبر عن مستوى إقليمي ، أي داخل الإقليم وفي نطاق مصالح هذا الإقليم ، ويعكس جميع صفات الرأي العام الوطني ؛ بدرجة أكثر نوعية وتلاكيذا وتحديده ، ويمكن تحديده بصفات أهمها :

● : هو الشعور القوي لدى الجماهير بالانتماء للمجتمع المحلي .

● :

● : بمعنى تشابه الافراد واجهاهم ع

المحلية و المستويات التعليمية .

2 - الرأي العام الوطني أو القومي :

، ويتميز بخصائص أهمها :

● : حيث بالرغم من مختلف الخلافات والنزاعات الداخلية التي قد تصل إلى حد الصراع ، إلا أن

الرأي العام الوطني يملك خلفية من التراث والتقاليد.

3 هاني الرضا ، رامز عمار - 33 32 -

عوايشية محمد حقيق - 26 25 -

عاطف طدلي العبد - 114 ... 110 -

سمير محمد حسين - الاعلام والاتصال بالجماهير - 340 - 339 -

- إمكانية التنبؤ به و بأبعاده : عن طريق الدراسات المسحية الاستطلاعية التي تقوم بها مراكز و وحدات بحوث الرأي العام .

- : على أساس أن هذه المشاكل الوطنية تعني الرأي العام بالدرجة الأولى ، وبالتالي

3 - الرأي العام الإقليمي : هو الراي العام السائد بين مجموعة من المجتمعات والشعوب المتجاورة جغرافيا ، او

، لغويا ، عرقيا ، تاريخيا ، أو تتقارب في العادات والتقاليد أو يربطها مصير مشترك ، أو حتى تتشابه

من حيث الأوضاع السياسية ، الاقتصادية والاجتماعية ، إذا للرأي الأقليمي مقومات أهمها :

- المصلحة المشتركة.

- التاريخ المشترك أو الارتباط التاريخي .

•

•

4 - الرأي العام الدولي أو العالمي :

: الحروب والكوارث ، قضايا حقوق الإنسان والانتهاكات التي تتعرض لها

... الخ ، لكن الواقع العالمي اليوم يتجه إلى إلغاء الفروق والتمايز بين البشر ، وهذا من خلال كونه ا

ماكبرايد ألى أن الرأي العام يتشكل تدريجيا إما حول مشكلات وطنية مشتركة بين عدد كبير من

..... أو قضايا ذات نطاق دولي ، مثل :

التنمية ، نزع السلاح ، إقامة نظام دولي اقتصادي جديد .

المطلب الرابع : التصنيف الكمي للرأي العام :

يتعلق هذا التصنيف بمدى توزع الرأي العام وانتشاره ، ويصنف إلى أربع أنواع³³:

1 - رأي الأقلية :

معينة ، وتمثل عدد لا يستهان به من الأفراد لم ينالوا صفة الأغلبية ، وكن لرأيهم أهمية كبرى في الحياة ، ولهذا بحسب الاغلبية للاقلية حسابها ، لا سيما انها قد تصبح في المستقبل اغلبية إذا تمكنت من فرض نفسها وتعاطفت الجماهير الواسعة معها وزادت نسبة مؤيديها .

2 - رأي الأغلبية : وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعة الفعالة ذات التأثير ويمثل هذا الرأي

ككم عددي أكثر من نصف الجماعة ، ورأي الأغلبية معرض لأن يصبح رأي أقلية ، وم عيوبه أنه قد يركن الى الفشل أو الكسل و الخمول ويدع شؤونه لفئة قليلة من غير الأكفاء للتعبير عنها .

3 - الرأي الائتلافي : وهو رأي جملة من الأقليات المختلفة إزاء مشكلة معينة في وقت معين ، تحت ضغط

ظروف معينة مما يستلزم قيام رأي ائتلافي ، وهذا الرأي ليس وليد المناقشة الحرة التي أفضت إلى نتائج واضحة وقرارات حاسمة ، وإنما وليد عوامل خارجية يول بزوال هذه الظروف ، و الرأي الائتلافي دليل على أن الجماعة لم تصل أغليبتها الى رأي واحد في المسائل العامة .

4 - الرأي الساحق أو الرضا العام :

ليس رأي الأغلبية ، وإنما رأي قريب من الإجماع العام ، ويقترّب من العادات و التقاليد والأعراف ، فهذا الرأي لم

4 عوايشة محمد حقيق - 24 .
سمير محمد حسين - الاعلام والاتصال بالجماهير - 340 - 341 .

شعوب ، والمظلة التي يستظل

بها الجميع في رفضه او قبوله ، وهو درع الامان الذي يحمي الافراد حتى لا يخرجوا عن التقاليد الموروثة .

المطلب الخامس : حسب درجة الظهور :³⁴

يذهب بعض الباحثين الى أن الرأي العام يمكن تقسيمه حسب درجة ظهوره الى نوعين :

1 - الرأي العام الظاهر : وهو الرأي العام المعبر عنه ، وينتشر هذا الرأي ويتجسد في الدول ذات الطابع

الديمقراطي والتي تتميز وسائل اعلامها بجرية واسعة في الوصول الى مختلف المعلومات وتناقلها

أصبح موجودا نتيجة حدوث أحداث معينة تشغل اهتمام الجمهور و يترتب على ذلك تكوين الجمهور رأيا نحو هذه الأحداث .

2 - الرأي العام الكامن : هو الرأي العام الضمني غير المعبر عنه ، وينتشر هذا النوع ويتجسد في الدول ذات

نظام الحكم الشمولي ، ذات النظام الإعلامي الموجه ، والتي يخشى فيها الأفراد بالإدلاء بأرائهم حول مختلف

القضايا والأحداث ، ويتحول هذا الرأي إلى رأي عام ظاهر في الحالات التالية :

- باد شدة اتجاه الجماهير نحو مشكلة معينة إلى درجة لا يستطيعون كتمانها ، وهنا يظهر الرأي العام

- رفع المعاناة الاجتماعية أو القانونية التي كانت تحول دون التعبير عن الرأي العام ، كمواقف الد

- تشجيعها على ظهور آراء معينة كانت غير موجودة سلفا .

- الثورات والانتفاضات الشعبية وحالات الغضب الجماهيري .

34 سمير محمد حسين - الاعلام والاتصال بالجماهير - 340 - 341 .

عاطف طلدلي العبد - 111 116 -

المطلب السادس : من حيث التواجد :

يصنف الرأي العام حسب التواجد الى نوعين اثنين ، وهما ³⁵ :

1 - رأي عام موجود : لبعض الأحداث التي تظهر آثاره في التعليقات

هو تعبير مجموعة من الناس عن ابجائهم واءهم إزاء المشكلة تعبيرا صريحا بحيث

تتوافر الحرية ولا يخشى الناس أن يعبروا عن آراءهم بصراحة .

2 - الرأي العام المتوقع : هو رأي عام لم يكن موجودا أصلا ، لكن متوقع حدوثه عقب بعض الأحداث و

الوقائع ، وتلعب مراكز البحوث المتعلقة بالرأي العام ، دور اهالما في التنبؤ بالرأي العام المتوقع :

العام المتوقع وجوده حينما تثار قضية ما أو حينما يقع حدث معين ، فحينما يحدث هذا الحدث في المستقبل

يتكون حوله رأيا وهذا يعني أن الرأي العام ليس موجودا في الوقت الحالي ولكن من المتوقع نشأته في المستقبل.

المبحث الرابع : وظائف الرأي العام وخصائصه

المطلب الأول خصائص الرأي العام ³⁶:

1- رأي العام هو رأي جماعي لا يشترط أن يكون رأيا اجماعيا ومعنى ذلك أن الرأي الجماعي أي رأي الجماعة

³⁵ - عاطف طدي العبد - 22 .

أي محصلة تفاعل آراء الجماعة من مؤيدين ومعارضين على السواء. ولا يشترط في الرأي العام أن يكون رأيا
اجماعيا أي انه لا يشترط أن يتوفر الإجماع التام بين أفراد الجمهور، ذلك أن الإجماع العام يكون في اغلب الأحيان
بنيا على العرف والتقاليد والعادات ، أما الرأي العام فأساسه الحوار والنقاش واحتكاك الأفكار وتفاعل الآراء،
فالرأي العام كراي موحد للجماعة ، امر لا يمكن تصوره حتى اثناء مراحل كفاح الشعوب ونضالها من اجل كيانها
وحياها ، ويرجع ذلك إلى اختلاف الجماعات في الشعب الواحد الى وجود فروق واضحة بين اعضاء المجتمع
الواحد ، وقد أكد هذا الاتجاه كل من Ross . Burgess Park وهذا يعني أن الرأي العام هو الرأي
الغالب على ما حوله من آراء أخرى في جماعة معينة أو جمهور نوعي معين.

-2

ومصالح الجمهور.

3- الرأي العام يتكون ويتبلور من خلال التفاعل بين الآراء المتعارضة داخل الجماعة ، وهذا يعني أن كل فرد من
جمع هذه

الآراء ، ولكن يشترط ضرورة التفاعل والحوار والجدل والمناقشة بين هذه الآراء المختلفة ، ومن خلال هذه
المناقشات يتبلور الرأي العام فهو بذلك يعد ثمرة لتفاعل آراء أفراد الجمهور حول مسألة معينة .

4- الرأي العام لا يفرض على الجماهير فرضا ، بل هو تعبير إرادي وهو رد فعل واستجابة لمثيرات معينة في المجال

Trotsky " إن البعض يتهمنا بخلق الرأي عند الجماهير ، وهذا

التهام غير صحيح وكل ما هنالك اننا نحاول صياغته وهذا يعني ان الرأي العام يظهر بصورة تلقائية فما إن تظهر

نضية تمس مصالح الجماهير واهتماماتهم سرعان ما يتبلور لهذه الجماهير رأي نطلق عليه الرأي العام. "

5- الرأي العام يتصف بالحركة والتغير من فترة زمنية إلى فترة زمنية أخرى، وهو في ذلك يختلف عن الاتجاه الذي

يتصف بالاستمرارية لفترة طويلة لاتصاله اتصالا وثيقا بالتراث الثقافي من عادات وتقاليد.

أهم خصائص الرأي العام فيما يلي: ويذكر محمد الحماحي و أحمد رجب 2006 39 – 40³⁷

- 1- يمثل ظاهرة معنوية و قوة تأثيرية في المجتمع و بوجه خاص في المجتمعات .
- 2- يُعد عملية متتالية المراحل من التفاعلات التي تدخل في تكوينه و التعبير عنه كالتفكير في المناقشات و الاقتناع و التعبير عن الرأي .
- 3- : مما يعني اختيار الأفراد بجرية لموقف معين تجاه مسألة أو
على أن حرية التفكير و حرية التعبير إبداء الرأي هي الأساس
الرأي العام في المجتمع .
- 4- ذو تأثير على صنع القرار بعد معرفة حقائق الموضوعات و القضايا التي تحظى باهتمام الفئات العريضة .
- 5- رأي العام بالعاطفة و بالإعلام ,
ثباتاً إذ كان مصدره العاطفة , وبذلك يختلف الرأي العام في درجة ثباته لصدق مضمونه , وفي هذا الشأن يرى
عناصر جديدة إلى مناقشة موضوع جادلي أو خروج
- 6- الإعلام تستثير انتباه بعض الجمهور في بعض أنواع ضايا في بعض أنواع الظروف , و يكون لها بعض أنواع
من التأثير على هذا .

- 7- بل دوره يقتصر على إحداث رد .
- 8- يتأثر في تكوينه بالعادات و التقاليد و القيم المتوارثة في المجتمع السياسي , و النظم التربوية السائدة في المجتمع و بالمناخ السياسي للدولة , مما يزيد من مسؤولية المؤسسات الإعلامية في هذا , و يُشار إلى العناصر التي يتكون منها الرأي العام () بالتراث الثقافي :
- المبادئ و العادات و التقاليد , بينما يُشار إلى العناصر التي يتكون منها الرأي العام الديناميكي بإرادة التغيير :
- 9- يتأثر بالعديد من المتغيرات التي ترتبط بالجمهور كالمستوى التعليمي و الثقافي و الاقتصادي و التنشئة .
- 10- يتأثر بالعديد من المتغيرات الاجتماعية كنوع و طبيعة القيادة في المجتمع , النفوذ في المجتمع .
- 11- يتأثر بالدعاية الأجنبية التي تتم عبر وسائل الاتصال الدولي .
- فهناك من وصف الرأي العام كعاطفة إزاء موضوع معين التي يرحب بها أكثر اعضاء الجماعة اطلاعا وذكاء، تم لا تلبث هذه العاطفة أن تنتشر وتعتنق من قبل معظم الأشخاص الذين تتكون منهم جماعة متعلمة ذات مشاعر سوية تعيش في دولة متمدنة ومتحضرة.
- فيما أعتبر آخرون أن كل ما يمكن أن يحث على عملية التفكير والإعراب عن ذلك حول قضايا المصلحة العامة يدخل في تكوين الرأي العام، وبالتالي يمثل الرأي الأكثر فعالية لأكبر عدد .

والرأي العام إنما يصبح ذا معنى، حين يكون متعلقاً بموقف يتخذه افراد كثيرون يعبرون او يمكن مناشدتهم للتعبير من خلاله عن أنفسهم في شكل تحييد أو تأييد أو بالعكس في شكل رفض ومعارضة لحالة محددة، أو شخص معين بالذات، أو اقتراح محدد ذي أهمية واسعة النطاق، بشرط ان يكون هذا متمتعاً بقدر كبير من القوة العددية والشدة بحيث يسمح باحتمال اتخاذ إجراء مباشر أو غير مباشر إزاء الهدف المقصود.

ويؤكد العلماء على هذه الطبيعة المائعة للرأي العام، فهو قوة حقيقية شأها شأن الريح، له ضغط لا تراه ولكنه ذو ثقل عظيم، وهو كالريح لا تمسك بها ولكنك تحني لها الراس متطبعاً.

هذه التسميات المختلفة وحسب الضرورة للتمييز بينها لمعرفة المعنى الدقيق لكلمة الرأي الذي نقصده في مصطلح

حاول الباحثون في مجال الرأي العام وضع عدد من الخصائص الشاملة للرأي العام وهي :

الشدة :

الإجهاض بشدة بينما نجد آخرين يؤيدونه بشدة ، وذلك بعيداً عن الظروف المحيطة أو الكائنة بالحدث.

عدم الثبات : الخاصية الثانية تتعلق بالرغبة في تغيير الآراء فنجد أن بعض الآراء اعتماداً على

والسياسية الراسخة أو اعتماداً على المعتقدات السائدة تظل ثابتة أو تكون ذات تغيير بطيء جداً أو يكون من المحتمل عدم تغييرها.

البروز والأهمية : يتم التعامل مع البروز والأهمية على أساس انها شيئان متبادلان بالرغم من انهما قد يكونان

ناحية المفهوم، فيعتبر رأي ما بارزاً عندما يكون في بؤرة الانتباه ويعتبر هاماً عندما يكون موضع

اهتمام ربما تكون الخاصتان مرتبطتين عرضياً، فهما أعطي وقت طويل للتفكير في شيء ما بدأ أكثر أهمية وعلى العكس فقد تشغل الأشياء التي حكم عليها على أنها هامة حيزاً كبيراً من انتباه الفرد

التيقن : ربما يكون التيقن الذي يعتنق به رأي ما هو اقل ما اهتم به تجريبياً ونعني هنا مدى ثقة الفرد من أن رأيه

مضمون الرأي العام ومحتواه : وهي الخاصية التي تتعلق بكمية المعلومات المتوفرة لدى الرأي العام ونوعيتها عن معنية وتحديد مدى قيام الرأي العام على معرفة حقيقة الموضوعات والقضايا المثارة

المطلب الثاني : وظائف الرأي العام:

يقصد بوظيفة الرأي العام هي ما يمليه الرأي العام من مقاصد وأهداف أو برامج و تفضيلات حيث تحدد المهام المنوطة بالرأي العام في المجالين :

أولاً : وظائف الرأي العام في المجال السياسي:

يعد الرأي العام إحدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي من خلال تحديد طبيعة الممارسات :

-التأثير على القرار السياسي: من خلال اعتماد مبدأ الديمقراطية التي تعني سلطة الشعب لذلك فإنه من المفترض

أن القرارات الهامة في الدولة تنبني على الرأي العام.

-التأثير على الانتخابات : تسمح عمليات الانتخابات باختيار القيادات السياسية في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام ويمارسون السلطة في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام.

-التأثير على الحكم:

- : حيث يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية الشاملة كما يقوم بدور في إحباطها إذا لم تتمكن من إقناعه بتوجهاتها لذا تسعى الدولة إلى دعوة الناس للمشاركة في الوضع هذه الخطط وتنفيذها إذ أن نجاحها يعتمد وبشكل كبير في خلق رأي عام مساهم ومتفاهم ومشارك معها.

-تحديد ملامح السياسة الخارجية : حيث أن له دور هام في هذا ، من خلال الضغوط التي يمارسها على الحكومة ، حيث أن الجهة التي تضع السياسة الخارجية لابد والى حدود معينة أن تأخذ في اعتبارها رغبة الشعب أو

- :أي التنمية السياسية من خلال تطوير الهيكل المؤسسي والآلية اللازمة والقادرة على استيعاب التقاليد الجديدة التي تخلقها حركة التغيير الاجتماعي حيث يساهم الرأي العام في التعجيل بهذه العملية.

خ - : حيث أن القوانين ماهي إلا تعبير عن رغبات الرأي العام وضمان للنظم الاجتماعية والمثل الاخلاقية التي يؤمن بها الجميع ويسعون إلى تحقيقها ، وكذلك عندما تصدر السلطات قوانين جديدة فإنها تأخذ مكانها كموضوع يشغل الجماعة ويتكون حولها رأي عام مؤيد أو معارض لذلك من الضروري التمهيد لصدور القوانين بتهينة الازهان لها ومحاولة التاكيد من وعي الراي العام بفائدتها والغرض الحقيقي منها.

ثانيا : الوظائف الاجتماعية للرأي العام :

أ -وظيفة الرقابة الاجتماعية: تتمثل في المحافظة على العادات والتقاليد والقيم الموجودة في المجتمع وما يتضمنه هذا من المعارضة الظاهرة او الكامنة لاي تصرف لا يتفق و عادات المجتمع لهذا يجرم الراي العام القيام بافعال تتنافى وأوامر الشرع وحرمت الناس ، بل ويفرض الرأي العام على الغرباء نفسه حينما يعيشون تحت مظلة هذا

. ومن خلال هذا يحافظ الرأي العام على المثل والقيم الاخلاقية في المجتمع فهو الذي يوجه تيار اللوم

والتحفيز تارة والتكريم والتشريف تارة أخرى حسبما يكون المسلك متفقاً عليه أو غير متفق عليه.

ب - تطوير الحياة الاجتماعية:

له و التي تظهر في قدرته على تغيير الآراء والأوضاع والأنشطة والتشريعات أو تعديلها أو علاج ما يحتاج منها إلى علاج وهو ما يحدث غالباً تحت ضغط الرأي العام . كما يعتبر الرأي العام الدليل العملي لتقييم نشاطات الهيئات والمؤسسات في مدى نجاحها ونوعية الخدمة التي تقدمها. ولذلك فالهيئات بمختلف أنواعها الرياضية والتعليمية ... تحتاج لرضاء الرأي العام ومساندته ليحافظ على وجودها وإلا فشلت برامجها وتوقفت عن العمل، بل

ت -التعبئة الاجتماعية : مثل إصدار القوانين التي تتطلب عرض الحقائق كاملة عليه، حيث أن إخفاءها يؤدي

إلى الإضرار بالحكومة إذ يؤثر في قدرتها على التعبئة الاجتماعية لذلك فإن القضاء على الشائعات من خلال

سياسة عرض الحقائق يخلق تأييداً .³⁸

الفصل الثالث : مدخل عام للإعلام الاجتماعي

المبحث الأول : الخلفية التاريخية والتكنولوجية للإعلام الاجتماعي

المبحث الثاني : أنواع مواقع الإعلام الاجتماعي

المبحث الثالث : خدمات مواقع الاعلام الاجتماعي

المبحث الأول : الخلفية التاريخية والتكنولوجية للإعلام الاجتماعي :

المطلب الأول : تاريخ الويب 2.0

أحدث ظهور هالة الدوت كوم (dot-com) في خريف 2001 نقلة نوعية في الويب .الكثير من الناس استنتج أن الويب أخذت أكثر من حجمها الطبيعي ، بينما في الحقيقة من الفقاعات والتقلبات في السوق (Shakeouts) خاصة مشتركة لجميع الثورات التقنية¹ . التقلبات في السوق أو ما يعرف بـ Shakeouts تشير عادة إلى النقطة التي تكون فيها التقنية الصاعدة جاهزة لان تاخذ مكانها في مكان ما في المنتصف . النجاح الحقيقية تظهر جليا مدى قوتهم وانهم بدأوا يعون ما يفصلهم عن بعضهم البعض .

2.0 في جلسة عصف ذهني في اجتماع جمع جهتين هما: . ديل داوتيري-

في مجال الويب ونائب الرئيس في أو ريلي- أشار أن الويب أصبح أكثر أهمية من ذي قبل ، بوجود تطبيقات جديدة ممتعة . علاوة على ذلك ، الشركات التي اجتازت الفشل بدت وكأن بينها عوامل مشتركة .

كوم حدد نقاط تحوُّلية للويب أدت إلى ظهور حدث " 2.0 "

د يكون وجيهاً ؟ اتفقنا في تلك الجلسة على أنه 2 " 2.0 "

¹ Technological Revolutions and Financial :
Edward Elgar, Cheltenham, UK, -Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages
2002

² Web 2.0 Summit
2.0 عقد في
Tim O'Reilly في عام 2004
2.0 O'Reilly Media.
San Fransisco أهم الأحداث في الساحة العالمية لتكنولوجيا المعلومات ، وسيعقد هذه السنة بمدينة سان فرانسيسكو
California CA 19 48 47 2012.

9.5 إشارة في محرك البحث قوغل .

"2.0 "

ولكن لا يزال هناك قدر كبير من الاختلاف حول معنى الويب 2.0³: فالبعض يرى بأنه مجرد زوبعة تسويقية بدون أي معنى، في حين يتقبله آخرون على أنه حقيقة بديهية.

الويب 1.0		الويب 2.0
- DoubleClick	←	- Google AdSense
Ofoto -	←	- Flickr
- Akamai	←	- BitTorrent
- mp3.com ³ إم بي	←	- Napster نابستر
- Britannica Online	←	- Wikipedia
- Personal webpages	←	- Blogging
- evite	←	EVDB upcoming.org
	←	الاعتمادية على الظهور في محركات البحث SEO
- page views	←	- cost per click
screen scraping	←	- web services
- publishing	←	- participation

³ -Not 2.0? - Tim Bray and Tim O'Reilly - <http://radar.oreilly.com/archives/2005/08/not-20.html>

TrackBack URL for this entry : <http://blogs.oreilly.com/cgi-bin/mt/mt-t.cgi/4229>

- content management systems	←	- wikis
- directories (taxonomy)	←	- tagging ("folksonomy")
- stickiness	←	- syndication

" 1.0 "

2.0) السؤال من الأسئلة الملحة ويرجع السبب في ذلك أن فكرة الويب 2.0 أصبحت منتشرة لحد كبير لدرجة أن

الشركات تقوم الان بمعاملتها وكأها زوبعة تسويقية بدون اي إدراك منهم بما تشير إليه. إن السؤال بحد ذاته صعب، لأن كثير

من الشركات الناشئة التي تدمن الزوبعات هي بالتأ 2.0. وفي المقابل كثير من التطبيقات التي تصنف على انها

2.0 (! لقد بدأنا في محاولة لتوضيح المبادئ التي

1.0 في التطبيقات الجديدة.

1- الويب كمنصة

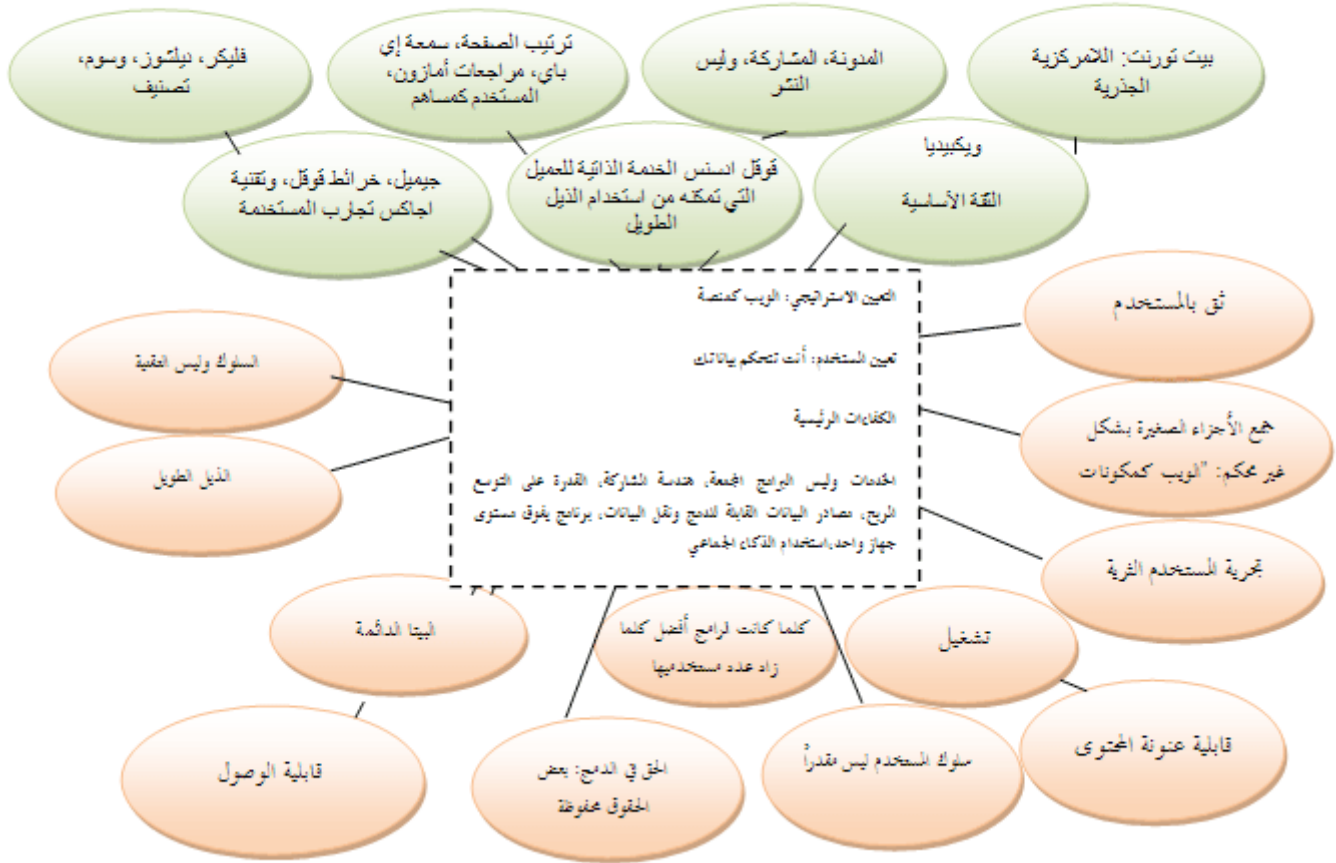
مثل كثير من المفاهيم فإن الويب 2.0 ليس له حدود واضحة لكنه في المقابل يمتاز بامتلاكه أساساً جاذباً.

2.0⁴ على أنه مجموعة من المبادئ والممارسات التي تجتمع مع بعضها البعض لتكوّن أشبه ما يكون بنظام شمسي من

المواقع التي توضح بعضاً من تلك المبادئ

⁴ - Oct. 2009: Tim O'Reilly and John Battelle answer the question of "What's next for Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software" in *Web Squared: Web 2.0 Five Years On* - <http://www.web2summit.com/web2009/public/schedule/detail/10194>

خريطة توضح فكرة الويب 2.0



الشكل أعلاه يوضح شكل مختصر للويب 2.0 تم إنتاجه بعد جلسة عصف ذهني في مؤتمر FOO Camp

كما يظهر الشكل أن كثير من المشاريع انطلقت من جوهر الويب 2.0

على سبيل المثال، في الاجتماع الأول ل الويب 2.0، في أكتوبر 2004 م، أعددنا أنا وجون باتيل مجموعة من المبادئ التمهيدية في بداية حديثنا.

1.0 والذي تحطم لأشلاء بعد معركة محتدمة مع مايكروسوفت. أضف إلى ذلك اثنان من الأمثلة التي كنا

1.0 (كانا روّاداً في التعامل مع الويب ك منصة لدرجة أن الناس كانوا

" في موقع دبل كليك يعامل كل بانر إعلاني بمعزل عن المواقع الأخرى، ويعرض للقارئ معلومات

ذات صلة في كمبيوتر آخر. وكذلك أكامي التي تعاملت هي الأخرى مع الشبكة ك منصة حيث بنت في طبقة سفلية جداً

مع هذا قام هؤلاء الرواد بتوفير بدائل مفيدة استفادت منها شبكات النطاق العريض entrants

2.0، وفي

2.0.

لاختبار العناصر الأساسية للفروقات؛ دعونا نتعمق أكثر في هذه الأمثلة الثلاثة:

2- نتسكيب ووقل Netscape & Google :

5" " 1.0 - - 2.0

قامت نتسكيب بتأطير "

سطح المكتب، بالإضافة إلى استراتيجيتهم القائمة على الاستفادة من سيطرة الشركة على سوق المتصفحات لبدء سوق من

وخوادمها في نهاية المطاف مجرد وسيلة، في حين انتقلت القيمة الفعلية للخدمات التي تقدم

والتي يتم الوصول إليها عبر محركات البحث وأهمها هو محرك شركة قوقل Google⁶.

وعلى النقيض تماماً فإن قوقل عندما بدأت كتطبيق ويب لم يتم بيعها أو توزيعها،

⁵ نتسكيب (Netscape Communications) :

(Netscape Navigator) والذي سيطر لفترة من الزمن على سوق مستعرضات الويب.

. /http://isp.netscape.com

⁶ شركة جوجل Google Inc :

التي توفر الوصول إلى محتوى الإنترنت ومنتجاتها وخدماتها، بما في

AdWords تشكل نسبة كبيرة من جميع

Mountain Larry Page في 4 - 12 - 1998

البحث على الإنترنت الحوسبة والبرمجيات و

مؤسس الشركة هما سيرجاي برين Sergey Brin

. View, California, United States

الذين يدفعون بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مقابل استخدام تلك الخدمة.

قوقل بطرح خدماتها للعالم. وقتها لم يكن هناك إصدارات للتطبيقات ولكن تحسينات مستمرة. ولم يكن هناك بيع أو تر

. لقد كانت تطبيقات قوقل تعمل على جميع الأجهزة بدون الحاجة إلى تنصيب برامج خاصة لتتوافق

أنظمة مفتوحة المصدر ودون الاستعانة بجها

في الحد الأدنى، تتطلب قوقل نوعاً من المنافسة التي لم تحتاجها نتسكيب ألا وهي إدارة قواعد البيانات. فقوقل ليست مجرد

مجموعة من أدوات التطبيقات وإنما قاعدة بيانات متخصصة. بدون البيانات تصبح الأدوات عديمة المنفعة وبدون البرامج لا

. إن ترخيص البرامج والتحكم بها عن طريق APIs التي كانت الانتصار الأكبر في الحقبة السابقة) لم

يعد لها مكاناً هنا لأن التطبيقات يتم تنفيذها ولا يتم توزيعها. إضافةً إلى ذلك أن المنفعة من التطبيقات لن تكون كبيرة من

دون القدرة على جمع وإدارة المعلوم. في الواقع إن قيمة التطبيق تتناسب طردياً مع ديناميكيته وقدرته في معالجة المعلومات.

. وعلى الرغم من انها تقدم عن طريق مجموعة كبيرة من خوادم الويب وليس عبر المتصفح

. ضح هنا هو محرك بحث قوقل الشهير

. هذا الأمر أشبه ما يكون بمكالمة هاتفية، والتي تكون بين

متصل ومتلقي لهذا الاتصال. فقوقل هنا تلعب دور شبكة الاتصال التي توفر لهذا الاتصال المناخ

للولصول للنتيجة النهائية لخلاصة تجربة المستخدم لخدمة محرك البحث.

نستكيب تنتمي إلى نفس عالم شركات التطبيقات التي تنتمي لها شرك

وساب، وغيرها من الشركات التي بدأت نشاطها في ثورة التطبيقات الحاسوبية عام 1980. بخلاف قوقل حيث يمكن

تصنيفها على انها تتبع تطبيقات ويب شهيرة مثل:

3- دبل كليك وآد سنس DoubleClick & AdSense :

⁷ إحدى منتجات عصر الإنترنت تماماً مثل قوقل. إذ تمتاز بإمكانية تطويعها لتحويل التطبيقات إلى خدمات، وكفاءة أساسية في إدارتها للمعلومات، أضف إلى ذلك أنها كانت أحد عمالقة خدمات الويب في فترة مبكرة تسبق ظهور . على أية حال، دبل كليك انتهى بها المطاف أخيراً بسبب نموذج عملها. ولو عدنا بالذاكرة إلى

مسؤولية اتساع حجم الإنترنت، وانما أصبحت تحت سيطرة مجموعة م
ومواقع تختص بحساب الإعلانات.

نتيجة لذلك ، اعلنت دبل كلك وبكل فخر عبر موقعها الالكتروني انها " 2000 " لبرنامجها.

! (Overture) _____ (AdSens) ⁹¹⁰ في المقابل تقوم حالياً
بخدمة مئات آلاف المعلنين.

" the long tile " Overture

المجتمعة للمواقع الصغيرة التي تكون اغلب محتوى الويب. تشتت عروض دبل كليك وجود عقود مبيعات، وتخصر سوقها

⁷ Double Click Google Inc التي تطور و الإعلانات في الإنترنت .

Universal McCann Interactive

Microsoft, General Motors, Coca-Cola, Motorola, L'Oréal, Palm, Inc., Apple Inc., Visa USA, Nike, Carlsberg

في مدينة نيويورك

<http://www.google.com/doubleclick/>

⁸ Media Metrix ميديا ميتريكس هي مؤسسة للبحوث في الإنترنت إلى

العديد من كبريات الشركات للإنترنت السلوك الإنساني الإستهلاكي عبر الأنترنت ، وأصبحت هذه الشركة تحمل اليوم إسم

comSCORE <http://www.comscore.com> .

⁹ AdSense AdSense الخاص بأي شركة أو شخص للإعلانات

الإعلانات التي يختارها قوقل التي هي محتوى الموقع .وهذه الخدمة مجانية المال في كل مرة

¹⁰ - What Is Google AdSense by Sarah Milstein, Rael Dornfest 07/26/2005 --

<http://www.oreillynet.com/pub/a/network/2005/07/26/WhatIsAdSense.html> .

Overture

بمجموعة من آلاف المواقع الإلكترونية.

الإعلانات في معظم صفحات الويب. بالإضافة إلى تجنب استخدام البانرات المزعجة والنوافذ المنبثقة واستبدالها بخيارات أقل فضولية كالإعلانات النصية الملائمة للمحتوى الموجود في الصفحة والإعلانات المفيدة للعميل.

درس ويب 2.0: أتح للعملاء خدمات ذاتية وخوارزمية إدارة المعلومات تمكنهم من الوصول إلى كامل الويب، للأطراف وليس المركز فقط، للذيل الطويل وليس الرأس فقط!

ليس في الأمر غرابة، فقصص نجاح مواقع ويب 2.0 - Ebay.

التعاملات بين الأفراد مقابل بضع دولارات، على شكل وسيط الكتروني. نابستر ()

بناء شبكتها دون الاعتماد على قاعدة بيانات مركزية، ولكن بهندسة نظام ادى بطريقة مميزة إلى تحول كل شخص يقوم بتحميل الأغنية إلى خادم يمكن تحميل الأغنية عن طريقه وبالتالي توسيع نطاق الشبكة.

آكمي وبت تورنت Akamai & Bit Torrent

¹¹ بناء أعمالها بحيث تستهدف الرأس وليس الذيل، وتركز على المركز وليس الأطراف.

فيينما تقوم بخدمة الأفراد في أطراف الويب بتسهيل وصولهم إلى المواقع في المركز ذو الطلب العالي تقوم آكمي بجمع عوائدها

تشابه بت تورنت في تحركها رواد مشاركة الملفات P2P ، حيث تأخذ موقفاً متشدداً نحو إنترنت غير مركزية.

خادم، ويتم تقسيم الملفات إلى أجزاء يتم الحصول عليها من أكثر من موقع بطريقة ضمنية حيث يتم استغلال شبكة

الأشخاص المحملين للملفات لغرض توفير كمية مرور بيانات وإتاحة البيانات للآخرين. هر ملف ما فإنه في الواقع

¹¹ Akamai آكمي هي شركة متخصصة في محتوى الإنترنت ومقرها في كامبريدج، ماساشوستس
Cambridge, Massachusetts, US أكبر شركة في العالم المتخصصة في computing platforms.

Daniel Mark Lewin دانيال مارك لوين

في عام 1998

MIT Massachusetts Institute of Technology و البروفيسور طوم لايتون Tom Leighton في

الرياضيات التطبيقية

تزيد فرصة وسرعة الحصول عليه نتيجة وجود عدد كبير من المستخدمين الذين يوفران كمية مرور بيانات وأجزاء من هذا الملف

2.0 : Bit Torrent¹²

يتم استخدامها من قبل عدد أكبر من الناس .

تورنت تتحسن خدماتها بمجرد استخدام المستخدمين لها. " ، ثقافة جزئية للمشاركة

لآخرين ببعضهم ويفعل إمكانيات المستخدمين بعضهم ببعض.

المطلب الثاني : تفعيل نظام بناء المحتوى :

المبدأ الأساسي الذي يقف خلف نجاح كبار المواقع التي وُلدت في جيل الويب 1.0 والتي نجحت بالبقاء وقيادة جيل ويب

2.0 يعود في الغالب إلى أنها احتضنت قوة الويب :

- الارتباطات الشعبية هي أساس الويب. عندما يقوم مستخدم بإضافة محتوى جديد، وموقع جديد.

لزيادة نشاط المستخدمين الويب.

Yahoo¹³ قصة النجاح الأولى على شبكة الإنترنت، بدأت عملها كدليل لوصلات يقوم بجمع أفضلها

¹² Bit Torrent كميات كبيرة من البيانات عبر شبكة الإنترنت .

البروتوكولات نقل الملفات الكبيرة، وتشير التقديرات إلى أنه يمثل % 43 إلى % 70 من مجموع حركة المرور على الإنترنت

Schulze, Hendrik; Klaus Mochalski (2009). "Internet Study 2008/2009"

Leipzig, Germany: ipoque. Retrieved 3 Oct 2011. "Peer-to-peer file sharing (P2P) still generates by far the most traffic in all monitored regions – ranging from 43 percent in Northern Africa to 70 percent in Eastern Europe."

Sunnyvale, California

رركة أنترنت أمريكية متعددة الجنسيات مقرها في

Yahoo! Inc

¹³

. حتى بعدما تحولت ياهو! إلى نشاط إنشاء محتويات مختلفة

- قفزة قوقل في البحث، والتي جعلت منها قائدة سوق محركات البحث، هو عائد لما يعرف بالبيج رانك Page Rank¹⁴، وهي عبارة عن طريقة تستخدم تركيب الوصلات على شبكة الإنترنت عوضاً عن استخدام معايير تعتمد على المستندات لغرض تقديم نتائج بحث .

منتج إي بي eBay الأساسي هو مجموع نشاطات مستخدميه تماماً كالويب، ينمو إي بي تلقائياً بتفاعل . ويقتصر دور الشركة على تمكين كل فرصة لتفعيل نشاطات المستخدمين في الموقع. إضافة إلى ميزة إي بي التنافسية حيث تقوم على عدد عمليات البيع والشراء التي يقوم بها المستخدم في الموقع والتي تدفع أي مشترك جديد في الموقع لزيادته نشاطه لإثبات وجوده.

تبيع أمازون نفس المنتجات التي يبيعها منافسوها على سبيل المثال Barnesandnoble.com جميعهم نفس تفاصيل المنتجات والأغلفة والمحتوى من قبل مورديهم. أمازون برعت في إشراك مستخدميها في . سواء عن طريق إعطاء ثقل لتعليقات المستخدمين أو دعوتهم لتقييم كل صفحة في الكتاب بطريقة مختلفة والاهم من ذلك كله أنهم قاموا باستخدام نشاط المستخدمين في إنتاج نتائج بحث أفضل. في حين يقوم البحث في Barnesandnoble.com إلى إظهار منتجات الشركة نفسها أو لنتائج ذات ارتباطات دعائية ، أمازون تظهر

مجموعات	على الانترنت، و
الانترنت و	من أكبر في الولايات المتحدة وفي العالم .
¹⁴	PageRank
محرك	الترجيح
الغرض من قياس "أهميتها النسبية ضمن مجموعة .	الارتباط، الذي يحمل اسم
P R . للإطلاع أكثر يرجى :	مجموعة من الوثائق
	إلى مجموعة

Altman, Alon; Moshe Tennenholtz (2005). "Ranking Systems: The PageRank Axioms" (PDF). *Proceedings of the 6th ACM conference on Electronic commerce (EC-05)*. Vancouver, BC. Retrieved 2008-02-05.

" ، والتي يتم حسابها انيا ليس فقط على نسبة المبيعات بل على معايير اخرى " .
 " يُطلق عليها العاملين في أمازون " .
 المفاجئ أبداً أن نجد أن مبيعات أمازون أضعاف مبيعات منافسيها.

الان، الشركات الإبداعية والتي ركزت على هذه الجزئية وفي بعض الحالات طورتها بشكل افضل، وهي بلا شك تضع لها :

تي تقوم على التصور الغريب بأن أي شخص يستطيع إضافة أي

مدخل كما أن بوسع شخص آخر التعديل عليها، وهذا يمثل تجربة فريدة في الثقة بالمستخدم. ولإيريك راموند رأي في إنشاء

100

"

"

15

موقع، ويعتقد الكثيرون انها ستكون قريباً من ضمن افضل 10 . وهذا بلا شك نقلة نوعية في ديناميكية إنشاء المحتويات.

، عبارة عن شركتين حازتا على كثير من الاهتمام مؤخراً، وقد كانتا من رواد مفهوم "

folksonomy" ¹⁶ (taxonomy)

اوتتيح عملية التوسيم أو الوسوم تصنيفات مفتوحة غير معدة مسبقاً تتيح للعقل حرية الاختيار من تصنيفات مختلفة.

سبيل المثال قد يتم وسم صورة في فليكر لجرو ب " " "ظريف" مما يتيح تسهيل عملية جلبها للمستخدم.

تقوم المنتجات التعاونية المرشحة للبريد المزعج كـ Cloudmark بتجميع قرارات الأفراد المتعلقة بما إذا كان البريد مزعجاً أو

عادة ما يشير إلى البرامج التي يتم

Open Source

¹⁵

ويحظر

يجمي

What Is Open Source by Dan Woods, coauthor .

البرنامج أو

09/15/2005 of Open Source in the Enterprise

<http://onlamp.com/pub/a/onlamp/2005/09/15/what-is-opensource.html>

غير مزعج وقد تفوقت على جودة الأنظمة التي تقوم بالاعتماد على تحليل الرسائل تلقائياً .

الحقيقة الظاهرة للعيان ان معظم قصص الإنترنت الناجحة لا تقوم بالإعلان عن منتجاتها. تبني تلك المشروعات في الواقع

viral marketing ويقوم على انتشار مجموعات من الـ

تخرج باستنتاج أن المواقع أو المنتجات التي تعتمد على الانتشار عن طريق الإعلان لتوصيلها للعالم لا تطابق الويب 2.0.

الأمر الأهم من ذلك أن معظم البنى التحتية للويب- MySQL، وبيرل وبّي اتش بي

Paython والتي تتضمنها معظم خوادم الويب- peer¹⁷-production في

. هناك أكثر من مئة ألف مشروع لتطبيقات

مفتوحة المصدر موجودة في موقع سورس فورج. SourceForge.net.

تعمل، عملية طبيعية لتبني تطبيقات تعتمد اعتماداً كلياً على ما يعرف بـ

المطلب الثاني : التدوين و صناعة المحتوى

2.0 هي الارتفاع في نسبة التدوين.

داية الويب، كما كان عمود المفكرات الشخصية موجوداً قبل ذلك بكثير، إذاً ما الداعي لكل هذه الجلبة؟

تشير ريتش سكرينتا ، فإن الترتيب

mass collaboration or commons-based peer

Peer production ¹⁷

التي تعتمد على التنظيم الذاتي

production

إخبراء في هذا المجال.

عامّة الناس

مشتركة .

"User Generated Content". Farlex. Retrieved 25 October 2011

<http://encyclopedia2.thefreedictionary.com/Peer+production>

الرمزي للمدونة " يبدو عادياً ولكنه يحقق إمكانية وصول، ودعاية، وقيمة مختلفة "

إن أحد الأمور التي أحدثت اختلاف هي تقنية تدعى خلاصات RSS¹⁸ RSS وتعد من أهم البنى التحتية المتقدمة

RSS

في الويب منذ أن بدأ الهاكرز بإدراك أنه بالإمكان استخدام CGI

تتيح للشخص الربط ليس فقط بصفحة، وإنما الاشتراك بها أيضاً، حيث يتم إرسال تنبيهات عند حدوث أي تغيير أو تحديث

في الصفحة. وتشير لها سكرينتا ب " " " " .

(المواقع التي تعتمد على قواعد البيانات والتي تنتج محتويات بشكل " "

. الأمر التفاعلي في الويب المباشرة (

. يفترض من الرابط لمدونة أن يشير إلى رابط دائم لصفحة متغيرة، مع استخدام "

permalinks " لكل تدوينه مستقلة، كما انها تنبه لاي تغيير. تغذية RSS هي إذاً رابط أقوى بكثير من إضافة

موقع للمفضلة أو رابط لصفحة محددة .

تعني RSS أن المتصفح ليس الطريقة الوحيدة التي يمكن من خلالها مشاهدة الصفحات.

لتلك التغذية مبنية على الويب مثل موقع Bloglines ، فإنه وفي المقابل هناك برامج سطح مكتب تقوم بنفس المهمة،

RSS في الوقت الراهن لدفع ليس فقط

¹⁸ - خدمة الأرأس أس آر إس إس هي ومحتوى ، بما في ذلك

الكبرى سمي

RSS: " التغييرات الأخيرة " الى حد كبير والتي يمكن تقسيمها إلى

، والتغيير checkins السير ، وحتى تاريخ مراجعة . في

RSS ، يمكن للبرنامج-RSS لإجراء تغييرات التغييرات

What Is RSS - by Mark Pilgrim - December 18, 2002 -

<http://www.xml.com/pub/a/2002/12/18/dive-into-xml.html>

() RSS : بدأت في عام 1997 " تحويل آر إس

إس " - والتي استُخدمت لإرسال تحديثات المدونات- "خلاصة الموقع الغنية" والتي أتاحت لمستخدمي

نسكيب إنشاء صفحة رئيسية تحتوي على محتوى يحدث تلقائياً . لكن نتسكيب فقدت الرغبة، والتقنية، وتم الاستمرار في

Userland . ولازلنا في المنتج الحالي بصورته النهائية نرى بعض الموروثات من

RSS وحدها هي من جعلت المدونات تختلف عن صفحات الويب العادية. في ملاحظة لتوم كوتيس حول

- Permalink وأهميتها : " قد تبدو وكأها امر تافه للعمل في الوقت الراهن، ولكنها كانت الجهاز

الذي حوّل المدونات من ظاهرة سهولة النشر إلى ظاهرة المجتمعات المتداخلة مع بعضها البعض.

عداً إمكانية التعرف على مداخلة قام بإدخالها شخص آخر والمشاركة في نقاشها. لقد نشأت النقاشات، والمحادثة كذلك.

" 19

لقد كانت الإشارات الراجعة هي المحاولة الأولى والأكثر نجاحاً

RSS permalinks الكثير من المميزات لـ (NNTP Network News Protocol of the

Usenet) ، ولبروتوكول الويب. " ك شبيه مماثل للـ Usenet ولوحات النقاش

الملتقيات الإنترنتية في بدايات الإنترنت . لم يعد بإمكان الناس فقط الناس الاشتراك في مواقع بعضهم البعض، وربط الردود

المفردة في صفحة واحدة، وإنما أيضاً أصبح بإمكان أصحاب المدونات التعرف على من قام بالإشارة إلى موقعهم، والرد عليهم

.trackbacks

¹⁹ - Tom Coates - On Permalinks and Paradigms - June 11, 2003

http://www.plasticbag.org/archives/2003/06/on_permalinks_and_paradigms/

المثير للانتباه ، أن الروابط ثنائية الاتجاه كانت الهدف الأساسي لأنظمة الروابط الشعبية مثل Xanadu

trackbacks كخطوة للأمام نحو روابط ثنائية الاتجاه. ولكن يجب ملاحظة

trackbacks ليست ثنائية الاتجاه فعليا . لكنها فعلاً روابط باتجاه واحد لها تأثير الروابط ثنائية الاتجاه.

دو دقيق، ولكنه فعليا كبير. LinkedIn Friendster Orkut ، والتي تتطلب

ال ، تفتقد إلى نفس التوسع الذي تفتقد له الويب. تشير كاترينا فيك، مؤسسة موقع

(: - - والتي

يمكن من خلالها الاشتراك في قوائم الصور المعروضة من قبل أكثر من مستخدم RSS. يتم فقط لفت انتباه

(

إذا كان تفعيل التجميع الذكي جزءاً أساسياً في الويب 2.0 فإن تحويل الويب إلى دماغ عالمي، "

مساو للفص الأمامي منه ، الصوت الذي نسمعه في كل رؤوسنا. هو قد لا يعكس التركيب الدقيق للعقل، والذي عادة ما

ولكنه في المقابل يوازي الجزء الواعي منه. ومع انعكاس التفكير الواعي والانتباه ، بدأ فضاء المدونات بامتلاك

، لأن محركات البحث تستخدم تركيب الروابط لتساعدنا في التعرف على الصف

للروابط، وأصبح لهم دور غير مماثل في تكوين نتائج محركات البحث. ثانياً ، لأن مجتمع المدونين أيضاً مترابط فيما بينه، هذا

بدوره قام بتضخيم ظهورها وقوتها ، "والنتيجة من النقد هي أيضاً عامل من عوامل تضخيم ظهورها.

إذا كانت فقط مكبر، سيكون التدوين مملاً. ولكن مثل ويكيبيديا ، فإن التدوين يحفز الذكاء الجماعي كنوع من الفلاتر والذي

أطلق عليه جيمس سيريوبيكي "20 PageRank

تحليل وثائق الأفراد، فالاهتمام لجميع فضاء المدونات هو من يحدد القيمة.

²⁰ - The Wisdom of Crowds - James Surowiecki .

بينما يعتبر الاتجاه السائد من الإعلام المدونات الشخصية منافساً لها. هذه ليست .

. عالم الويب 2.0 هو أيضاً عالم ما يدعوه دان جيلمور "نحن الإعلام"²¹. عالم

يقوم بتشكيله المشاهدين أنفسهم وليس مجموعة من الأشخاص يجتمعون في غرفة خلفية يقررون ما هو مهم.

كل تطبيق هائل على شبكة الإنترنت، كان وراءه قواعد بيانات متخصصة:

أمازون، قاعدة بيانات إي باي للمنتجات والبائعين، ماب كوست وقواعد بيانات الخرائط، قاعدة بيانات نابستار للأغاني.

كما تشير هال فاريان في حديث شخصي السند "الإس كيو إل SQL هي ال إتش إم إل HTML".

2.0 إلى درجة أننا أحيانا نقوم بالإشارة لتلك التطبيقات بـ "

- Infowaere " ²²

هذه الحقيقة تقودنا إلى تساؤل رئيسي:

في عصر الإنترنت، يستطيع الشخص مشاهدة عدد كبير من الحالات التي تُظهر أن التحكم عن طريق قواعد البيانات أدى إلى

. السيطرة على تسجيل أسماء النطاقات والتي تم تحويلها بأمر من الحكومة لشركة

Solutions Network والتي تم شراءها لا (كانت واحدة من أكبر استثمارات الإنترنت.

²¹ - We The Media - Dan Gillmor .

Amazon.com التي تستخدم

(عبر موقع على شبكة الانترنت

في عام 1997 . في وقت

في خاص).

في Kongress لينكس في

في

(البيانات المشتركة)

Infoware ²²

(آراء الناس

في infoware

في محادثات واحد في ISPCON 98

Infoware ، والبرمجيات، في :

بينما قد نختلف حول الفائدة للأعمال عن طريق التحكم بالـ APIs الخاصة بالبرامج بائها أكثر صعوبة في عصر الإنترنت، و التحكم في مصادر المعلومات الأساسية وهذا غير صحيح. ات مكلفة في إنشاءها أو اتها تكون تتأثر بالزيادة في العوائد عن طريق تأثير الشبكة.

قم بالنظر إلى حقوق الملكية في قاعدة كل خريطة من خرائط ماب كوست- MapQuest

maps.yahoo.com ، خرائط إم إس إن maps.msn.com maps.google.com

" حقوق الخرائط محفوظة لـ NavTeq TeleAtlas

" حقوق الصور محفوظة لـ Digital Globe " لقد قامت هذه الشركات بعمل استثمار أساسي في قواعد

(التقارير تشير بأن NavTeq 750 مليون دولار لبناء قواعد بياناتها والتي اشتملت على

Digital Globe 500 مليون لإطلاق قمرها الصناعي الخاص لتحسين جودة

(NavTeq) وقد ذهبت إلى أبعد من ذلك ، حيث قامت بمحاكاة شعار

: سيارات مزودة بأنظمة ملاحية تترك بصمة لا تنسى " Onboard NavTeq - "

" . البيانات هي بلا شك المعالجات لتلك التطبيقات، وهي مصدر أساسي للبنية التحتية لتطبيقاتها مفتوحة المصدر

شكل كبير أو حتى محولة تجارياً .

في حلبة جلب الخرائط من الويب يوضح كيف أن الفشل في فهم أهمية امتلاك التطبيقات للمعلومات

الجوهرية سيؤدي في نهاية المطاف تعريض موقفها التنافسي إلى موقف ضعيف. - MapQuest

من الرواد في جانب جلب الخرائط من الويب في عام 1995 !

قوئل السوق، أصبحوا قادرين وبسهولة من توفير تطبيقات منافسة بشكل سهل ولم يكلفهم الأمر سوى الحصول على ترخيص

لنفس البيانات التي تستخدمها MapQuest .

كوم في موقع على النقيض تماماً . Barnesandnoble.com

. ISBN

Bowker .R.R من أمازون الأساسية تأتي

MapQuest، لقد حسنت أمازون كثيراً في البيانات، وأضافت البيانات التي وصلتهم من قبل الناشر مثل صفحة

الغلاف، جداول المحتويات، الفهرس، ونماذج من المواد.

Bowker

الأساسي للبيانات البيولوجرافية في الكتب، ومصدر مرجعي للطلاب وأمناء المكاتب وكذلك العملاء.

namespace مكافئ

ISBN

²³ ASIN بالمنتجات

" البيانات المقدمة لها عن طريق مزوديها.

"

تخيل الآن ، لو أن ماب كوست MapQuest

ظهور خرائط قوقل مؤخراً ، أتاحت معامل حية للتنافس بين

lightweight للبرجة المقدم من قوقل ، أدى إلى ظهور عدد كبير من

الخدمات التي تقدم قيمة مضافة على شكل وسيط يربط بين خرائط قوقل مع مصادر معلومات يمكن الوصول لها عن طريق

Craigslis

²⁴ ، والتي تربط بين خرائط قوقل مع

. الإنترنت.

للتأجير وشراء للمنازل لغرض إنشاء أداة بحث تفاعلية للبحث عن المنازل، هي مثال رائع لهذا الربط.

في الوقت الحالي، هذه القيم المضافة هي تجارب إبداعية، تمت بواسطة هاكرز (ليسوا المخترقين وإنما محسني الأداء يطلق عليهم

²³ ASIN هو معيار شركة أمازون لرقم الهوية بالنسبة للمنتجات التي تسوقها على موقعها www.amazon.com

Amazon.com

Amazon Standard Identification Number

. Amazon.com

²⁴ هي خرائط تابعة لشركة **Craigslis** كريغسليست هو عبارة عن شبكة مركزية من المجتمعات المحلية على

الانترنت يضم الحرة الإعلانات المبوبة على الإنترنت، مع فروع مخصصة لفرص العمل، والسكن، وشخصية، للبيع، والخدمات، والمجتمع، العربات، السير الذاتية، ومنتديات المناقشة.

(. ولكن ثمة نشاطات فيها قدر كبير من المخاطرة قادمة في الطريق يمكن حالياً لأي شخص أن يرى أن مجموعة

لمطورين، قوئل قد أخذت التحكم في مصدر المعلومات بعيداً عن Navteq

. من المتوقع أن نرى معارك بين مقدمي البيانات ومقدمي التطبيقات في السنوات المقبلة، لأن كل منهما

أدرك كيف أن تصنيف البيانات سيصبح هو حجر الأساس لتطبيقات ويب 2.0 .

تقد بدأ السباق في امتلاك تصنيفات من البيانات الأساسية: الأماكن، الهوية، التواريخ للمناسبات العامة، معرفات المنتجات

namespaces في حالات مختلفة، حينما تكون هناك تكلفة عالية لإنشاء البيانات، قد يكون هناك فرصة لتجربة تشابه

تجربة إنتل إنسايد في المعالجات، فقط مع م . وفي حالات أخرى، فإن الراجح هو الشركة التي تصل إلى جمع

كبير من المعلومات عن طريق تجميعها بواسطة المستخدمين وتحويل تلك المعلومات الهائلة التي تم تجميعها إلى نظام خدمات.

على سبيل المثال، في مجال الهويات ، فإن باي بال PayPal

الاتصالات، كل هؤلاء قد يكونون أجزاء مناسبة لبناء قاعدة بيانات عريضة النطاق متخصصة في الهويات. (بهذا الخصوص،

ناولة قوئل مؤخراً لا استخدام رقم الهاتف المحمول كوسيلة للتعرف على أصحاب حسابات Gmail

نحو توسيع نطاق أنظمة الهواتف وتدعيمها). في الوقت الحالي، شركات ناشئة مثل Sxip

فيما يعرف بالهوية الفيدرالية، للوصول إلى ما هو أشبه ما يتم " والتي ستيح نظام فرعي م

2.0 متخصص في الهويات. وفي مجال التقاوم، EVDB تحاول هي الأخرى لبناء أكبر قاموس مشترك حول العالم يأخذ

. بينما لا يوجد حتى الآن أي تحكيم لتلك المحاولات من الشركات الناشئة

دمه، لكنه يتضح جلياً أن المقاييس والحلول في تلك المناطق، سيتحول وبفاعلية تصنيفات محددة من البيانات إلى أنظمة

" نظام تشغيل الإنترنت "، والذي بدوره سيُظهر لنا جيل جديد من التطبيقات.

هناك نقطة أخرى متعلقة بالبيانات ينبغي الإشارة لها ، وهي تلك المتعلقة بقلق بعض المستخدمين حيال الخصوصية والملكية

. في كثير من تطبيقات الويب التي ظهرت في بدايات الويب ، لم يكن هناك اعتبار كبير لمسألة الحقوق الفكرية.

امازون تفترض انها تملك الحق في اي تعقيب يضاف للموقع، ولكن مع غي

نفس التعليق في مكان آخر. على كل حال، مع إدراك الشركات أن تحكمها بالبيانات قد يكون ميزة تنافسية كبيرة لها، سنلاحظ جهود كبيرة منهم للتحكم.

كما أن زيادة البرامج الاحتكارية أدى إلى نقلة نوعية في مجال البرامج المجانية²⁵

سينتج عنه نقلة تجاه بيانات مجانية في العقد القادم. يمكننا حتى أن نبصر إشارات لهذا الاتجاه المنافس في مشاريع متاحة

: ويكيبيديا، وكريبتف كومنز وفي مشاريع التطبيقات مثل Greasemonkey²⁶

للتحكم في طريقة عرض المعلومات في أج .

المطلب الرابع : إطلاق التطبيقات الخاصة بمواقع الاعلام الاجتماعي :

كما تم الإشارة إليه سابقاً عن قوقل ضد نتسكيب، واحدة من أهم المميزات المتعلقة بالتطبيقات التي ظهرت في عصر الإنترنت هي انها تقدم على انها خدمة، وليس على اساس انها منتج. هذه الحقيقة قادت إلى العديد من التغييرات الجذرية في نموذج

:

1. **التشغيل يجب أن يكون مصدر الكفاءة.** خبراء التطوير في ياهو وقوقل يجب أن يكونون خبراء في التشغيل اليومي.

²⁵ البرامج المجانية Free Software : البرمجيات الحرة البرامج التي بحرية

كبيرة على الكيفية التي يمكن بها تغيير رمز، والاستخدامات التي تقاسمها .

إلى المقال التالي : **What is free Software . Karl fogel**

على الرابط التالي : <http://onlamp.com/pub/a/onlamp/2005/09/29/what-is-free-software.html>

²⁶ M GreaseMonkey غرسمونكي

التي تسمح لك لكتابة النصوص التي تغير

التي تزورها . موقع على شبكة الانترنت . الأخطاء التي

يمكن ازعجت لإصلاح . يمكنك تغيير بحيث انها تعمل على نحو أفضل مع التي

إلى صفحة على شبكة الإنترنت بصوت عال تحويله إلى . حتى استرداد البيانات منمواقع أخرى

إلى المقال التالي : **What is GreaseMonkey . Mark Pilgrim**

على الرابط التالي : <http://www.oreillynet.com/pub/a/network/2005/09/01/what-is-greasemonkey.html>

greasemonkey.html

أساسي التحول من معاملة التطبيقات كوسيلة إلى معاملتها كخدمة سيتم إيقافها من قبل التطبيقات إلا في حالة تم تطويرها . يجب أن تقوم قوقل وباستمرار بالمرور على صفحات الويب وتحديث فهارسها، وعليها كذلك أن تقوم

ترة الروابط المزعجة والمحاولات الأخرى التي قد تؤثر على نتائج البحث سلباً ، وعليها أيضاً الإجابة وبشكل ديناميكي استعلامات ملايين المستخدمين وفي نفس الوقت عرض إعلانات مناسبة لطلابهم.

بجهاز قوقل وإدارتهم للانظمة التابعة لهم والشبكات وتقنيات موازنة الضغوط لم تاتي محض صدفة.

وليس محض الصدفة أيضاً، أن لغات برمجة مثل بيرل، بايثون، بي اتش بي ، وحالياً روبي تلعب دوراً هاماً في شركات ويب 2.0 .²⁷ لقد كانت بيرل توصف من قبل حسان شرودر ، أول مدير لموقع شركة Sun "صمام الأمان الإنترنت ."

على اللغات الديناميكية (بالبا) سكريبتات، ويتم تجاهلها من قبل مهندسي برمجيات الجيل القديم من التطبيقات)

2. يجب أن يعامل المستخدمون كمطورين، كإعكاس لممارسات المشاريع مفتوحة المصدر (

يتم إصداره تحت رخصة مفتوحة المصدر). فالقول الشهير في المصادر المفتوحة " اطلق برامجك مبكراً ، واطلق محدثاتها واحدة

" إلى موضع أشد من " والتي من خلالها يتم تطوير المنتج على مرأى العالم، مع مميزات يتم

تلاقيها تباعاً بشكل شهري أو أسبوعي أو حتى يومي. ليست محض صدفة أن خدمات مثل جي ميل ، خرائط قوقل ،

,del.icio.us " " Beta " بجوار شعارهم لمدة قد تصل إلى سنة.

. فمطور للويب يعمل في تطوير أحد أبرز الخدمات الالكترونية لاحظ ما يلي: " نحن

ميزتين أو ثلاث في بعض أجزاء الموقع يوميا ، وإن لم يتقبلها المستخدمين نقوم بتعطيلها. ولكن في المقابل لو تقبلوها، فإننا نقوم بتعميمها على جميع صفحات وأجزاء الموقع".

28

هذا بالتأكيد يعكس نموذج عمل مختلف تماماً! صحيح أن تطبيقات الويب ليست كلها لا تُطور بالطريقة التي تتم في فليكر ، لكن جميع تطبيقات الويب لها دورة تطوير تختلف جذرياً عن تطوير البرامج الحاسوبية أو تلك المعتمدة على الخادم لهذا .

ZDnet

:"

عمل مايكروسوفت على أن يقوم الجميع بتحديث بيئة عملهم كل سنة أو سنتين.

يع باكتشاف ماهو جديد في بيئة عملهم يوميا .²⁹

بينما قامت مايكروسوفت في وقت مضى بإظهار قدرة جيدة بالتعلم وإظهار أفضل ما لديها من منافسيها، يبدو الحال الآن

(أن تصبح شركة مختلفة تم .

فالشركات التي ظهرت مع الويب 2.0 تتمتع بإيجابية طبيعية، لأنها لا تعاني من نمط عمل معين)

(ليتبعوه.

نماذج البرمجة الخفيفة

عندما ظهر للسطح مفهوم خدمات الويب - Web Service ، هبت الشركات الكبرى إلى معركة شديدة مع مكس

يب صمم خصيصاً لإنشاء بيئات برمجية فعالة ومعتمدة للتطبيقات الموزعة.

لكن مع نجاح الويب وتحديداً بسبب سقوط ما يدعى بنظرية الارتباطات، والتي تم إحلالها ببرمجية بسيطة وبتصميم نموذجي،

RSS ربما خدمة الويب التي تم تطويرها بطريقة أكثر انتشاراً من غيرها بس

²⁸ المقال All 3entries tagged Flickr deploy every 30 minutes

الرابط <http://blogs.warwick.ac.uk/chrimay/tag/flickr/>

²⁹ المقال Why Microsoft can't best Google . Phill Wainwright

الرابط <http://www.zdnet.com/blog/saas/why-microsoft-cant-best-google/13>

الصادرة عن منظمات كبيرة لم يقوموا بعد بالوصول لمستوى كبير من الانتشار.

:

ي توفير المعلومات عن طريق ملف (SOAP (Simple Object Access Protocol

XML HTTP بطريقة خفيفة يتم الإشارة لها في بعض الأحيان بما يسمى REST

(State Transfer (Representational . بينما يستخدم كثير من شركات قطاع الأعمال لقطاع الأعمال)

SOAP (B2B lightweight REST تصل إلى 95% .

دافع البساطة ذاته ، يمكن رؤيته في كثير من خدمات الويب " " . آخر نسخة طرحتها قوقل من خرائطها هي خير

(AJAX XML)

بواسطة المخترقين، والذين قاموا باستغلال البيانات لخدمات أخرى جديدة.

خدمات الويب المتعلقة بالخرائط كانت متوفرة من كثير من مزودي أنظمة معلومات الخرائط GIS ESRI

Microsoft MapPoint MapQuest . ولكن خرائط قوقل أحدثت جلبة كبيرة بسبب بساطتها.

كثير من مقدمي الخدمات إلى توقيع عقود قبل تجربة أي من خدمات الويب خاصتها ، تم توفير خرائط قوقل للعموم ولم

يستغرق الأمر كثيراً حتى قام الهاكرز بإيجاد طرق إبداعية أحسنوا فيها استغلال البيانات.

هنا مجموعة من الدروس المهمة :

1. ادم نماذج الويب الخفيفة والتي تتيح أنظمة أكثر استقلالية.

التعقيد الذي يتم في برمجة خدمات الويب المقدمة من قبل القطاعات صممت لتفعيل عدم الاستقلالية (tight

(coupling) . بينما تكون تلك الطريقة ضرورية في كثير من الحالات، هناك الكثير من التطبيقات المثيرة يمكن أن يتم توفيرها

بشكل استقلالي، بل ربما مستقلة بشكل تام. 2.0 تختلف تماماً عن عقلية التقنيين التقليدية!

2. REST RSS .

البيانات للناس، وليس التحكم في ماذا يحدث عندما تصل البيانات للمتلقي هذه الفكرة أساسية جداً حتى في الإنترنت هي انعكاس لما يعرف بمبدأ (end-to-end):

3. " " . RSS ، أجاكس كلهم يشتركون في هذه الجزئية :

. كثير من التطبيقات المفيدة هي في الحقيقة مفتوحة المصدر، وحتى إن لم تكن كذلك، فإنه يندر

أن تواجه حماية لحقوق الملكية الفكرية. " في المتصفح اتاحت لأي شخص أن يقوم بنسخ الكود الخاص

RSS تم تصميمها لتمكين المستخدم من عرض المحتوى الذي يريده، وفي الوقت الذي يريد، وليس ذلك على رغبة

. إن أنجح خدمات الويب هي تلك الخدمات التي يتم أخذها بكل سهولة والتحكم فيها بطريقة قد تُذهل

. "بعض الحقوق محفوظة"، والتي تم تسويقها بواسطة Creative Commons لتعارض العبارة الشهيرة

"جميع الحقوق محفوظة"، هي خير مثال في هذا الصدد.

الإبداع في التجميع

نموذج الأعمال الخفيف عادة ما يصاحب البرمجة الخفيفة والتواصل الخفيف. 2.0 دما يأتي

النقاش لإعادة الاستخدام. housingmaps.com

housingmaps.com () ولكن لكثير من الخدمات صغيرة النطاق، قد يكون قوئل

(هما) عائد جيد مكافئ.

هذه الأمثلة، تقدم نظرة عميقة إلى مبدأ أساسي من مبادئ ويب 2.0 وهو ما ندعوه "الإبداع في التجميع".

البضاعة في السوق وتنوع يمكنك إنشاء قيمة بكل سهولة عن طريق تجميعها بطريقة فعّالة أو غير مألوفة.

في تجميع قطع العتاد للحاسبات الشخصية، واستفادت من تلك الطفرة شركات مثل Dell

عن طريق تجميعها بطريقة علمية منظمة، وبهذه الطريقة قامت بالانتصار على شركات أخرى كانت قائمة على أساس الإبداع

في إنتاج القطع وتطويرها، نحن نؤمن بأن الويب 2.0 ستوفر فرص كثيرة لعدي

برامج نطاق الجهاز الواحد

أحد أهم المميزات في الويب 2.0 والتي تستحق الإشارة، انها وفرت الويب ليس فقط لبيئة الاجهزة الشخصية.

- والذي عمل كمطور تطبيقات في مايكروسوفت لفترة طويلة³⁰

. ولكن في النهاية، أبسط تطبيق ويب

:

الويب كمنصة عمل يتعدى هذه الفكرة لفكرة أعم وهي تفعيل التطبيقات المكوّنة لتلك الخدمات والمتاحة من أكثر من حاسب آلي.

2.0 أثر (20) شيئاً جديداً ، ولكنه أكثر تشبّعاً للمفهوم الصحيح للويب

ه الجزئية تعطينا نظرة جوهرية إلى كيفية تصميم تطبيقات وخدمات للمنصة الجديدة.

حتى اليوم ، تعد iTunes أفضل مثال لهذا المبدأ. ويبدأ من الهاتف الجوال وحتى أكثر

لأجهزة تعقيداً وضخامة، حيث يعمل الجهاز الشخصي كأشبه ما يكون بكاش . كان هناك محاولات

متعددة في السابق لجلب محتويات الويب للأجهزة المتنقلة ، ولكن توليفة iPod/iTunes هي واحدة من أولى البرامج التي

TiVo .

TiVo كذلك يُظهرون مجموعة 2.0 . كلاهما لا يبدوان كتطبيق ويب بمفردهما،

ولكنهما يقومان بتفعيل قوة بنية الويب، ويجعلونها أكثر سهولة وسلاسة وكأها جزء مخفي من بنيتهما التحتية.

³⁰ Advice to Microsoft regarding commodity software. David Stutz :

<http://www.synthesist.net/writing/onleavingms.html> :

iTunes)

تطبيق يقوم بتنظيم معلومات المستخدم الداخلية في جهازه الشخصي فقط) . أضيف إلى ذلك، كل من TiVo

iTunes اظهروا بؤادر جيدة لاستخدام الذكاء التجميعي، بالرغم من انه في كل حالة تصطدم بحارهم تصطدم حروب مع

لوبي أرقام الآي بي IP . فقط هندسة محدودة لمشاركة المستخدم في ال iTunes

31 _____
إلا غيرت هذه المعادلة كلياً .

هذا هو الجانب في الويب 2.0 الذي نتوقع أن نرى فيه تغييرات عظيمة، كلما اتصلت أجهزة جديدة بالمنصة الجديدة.

التطبيقات التي ستجدي عندما تقوم هواتفنا المحمولة وسياراتنا بإرسال تقارير لها وليس بيانات؟

flash mobs - journalism citizen - هي فقط بعض من تلك الإنذارات المبكرة التي

تُظهر مدى قوة هذه المنصة.

تجارب المستخدمين الغنية

Pei Wei Viola browser في عام 1992

برمجيات صغيرة - وأنواع أخرى مختلفة من المحتوى الفعال جميعها من خلال المتصفح. ظهور الجافا في 1995

الحقيقي لمثل تلك البرمجيات. DHTML ظهرت لتقدم حلول ذات وزن خفيف لتقديم برمجيات تعتمد

. بل بضعة أعوام، استحدثت مايكروميديا ما يدعى بـ " تطبيقات الإنترنت الغنية "

(والذي أبرز قدرات الفلاش في توصيل ليس فقط محتويات)

حتى	تستمد اسمها من	بودكاستينغ Podcast	- 31
Podcasting	مشغل موسيقى محمول لهذه المسألة .	إلى امتلاك	إلى
عبر الإنترنت والسماح للمستخدمين الاشتراك عن طريق آر إس	نجمة البرامج الحوارية على الانترنت مشترك	على الانترنت .	إس
		بودكاستينغ .	محتوى

قوم الويب بتقديم تطبيقات معتمدة على الويب لم تظهر للسطح إلا بعد أن قدمت قوقل "

Gmail " ، ثم أتبعها بعد ذلك بخرائط قوقل ، تطبيقات مبنية على الويب مزودة بواجهات تسهل على المستخدمين

استخدامها تناظر التجربة التي يحصل عليها المستخدم في حالة استخدامه برامج ا . مجموعة التقنيات التي

christened AJAX ، والتي كتب جس جيمس قيريت مقالة تتناول بعض المعايير في

جانب التصميم حولها وجاء فيها :

أجاسك ليست تقنية ، هي في الواقع مجموعة من التقنيات ، كل منها ينجح بطريقة الخاصة ، تجتمع معاً بطرق جديدة

:

. CSS XHTML

Document Object Model

. XSLT XML

XMLHttpRequest جلب البيانات غير تزامني بواسطة

وأخيراً ، _____ .

الكفاءات الأساسية لشركات الويب 2.0

من خلال استكشافنا للمبادئ السبعة السابقة ، قمنا بإيضاح بعض المميزات الأساسية للويب 2.0 . الأمثلة التي

ذكرناها أوضح جانب أو أكثر من تلك المبادئ، ولكن قد يفقد البعض.

: 2.0

وليست التطبيقات المعلّبة ، مع انتشار واسع وغير مكلف .

ات فريدة وصعبة المحاكاة والتي تصبح أكثر ثراءً كلما استخدمها عدد أكبر من

الناس.

-
-
-

المبحث الثاني : أنواع مواقع الإعلام الاجتماعي :

المطلب الأول : مواقع التواصل الاجتماعي Social Network Sites

أولاً : مفهومها :

كثير الحديث مؤخراً عن مواقع التواصل الاجتماعي واستطاعت أن تجذب إليها مئات ملايين الأشخاص بل وأكثر من مليار حول العالم ، وذلك لما تتيحه من قدر كبير من التفاعل بين مستخدميها فضلاً عما تحققه من إشباعات وظواهر تؤثر في مجتمعات اليوم ، وتظهر قوة الاجتماعية في المستقبل القريب أول وسيلة يمكن اللجوء إليها في حالة

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة إنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو (... إلخ) للآخرين ومعرفة أخبارهم

ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

2.0 لانها بالدرجة الاولى تعتمد على

ف إلى

في تشغيلها وتغذية محتواها.

حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في

نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس

الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات

علناً على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور .. الخ

شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء ، كما تمكن

الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي

وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توصلت العلاقة الاجتماعية بينهم .

ومن اهم التعاريف التي توصلنا اليها هي كالآتي :

1- هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو

2.0 التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام

(... الخ)

للاخرين ومعرفة اخبارهم ومعلوماتهم التي

32

2- هي حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية، إنما الفرق انها عبر الانترنت وهي :

3-

(MySpace FaceBook).

33- Beer, David. Social network(ing) sites...revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (2), 516-529.

- 4

لتي تجمع بين

الإنترنت

كبيرة، و

الذاتي

موقع على شبكة الإنترنت

منتدى للنقاش، الخ.

ثانيا: نشأة مواقع الشبكات الاجتماعية :

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com

1997 SixDegrees.com

1995

الروابط المباشرة بين الأشخاص . و ظهرت في تلك

. و بالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في

الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً . و بعد ذلك ظهرت

بمجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 . 2001 في

السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات

2002. مع بداية العام ظهرت Friendster التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شرائها

2003. لكن لم يتم التوافق على شروط في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا

skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة 2007.

2008، إلى المركز السابع في

حسب عدد المشتركين.

2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من

الأميركي الشهير و يعتبر من أوائل و أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم و معه منافسه الشهير

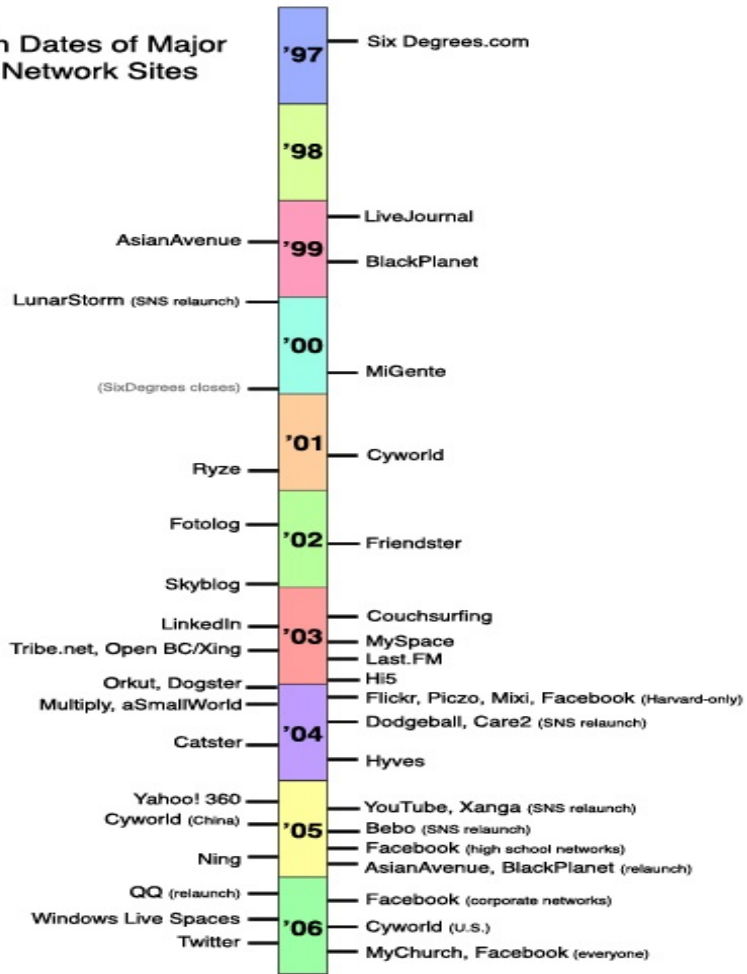
و الذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007

تكوين التطبيقات للمطورين و هذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير و يعتقد أن

مستوى العالم.

900

Launch Dates of Major Social Network Sites



سلم الجدول الزمني لتطور مواقع الشبكات الاجتماعي³³

³³ - Beer, David. Social network(ing) sites...revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (2), 516-529.

أهم مواقع التواصل الاجتماعي هي :

1. الفيس بوك Facebook

أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع ، قيمته

كبيرات الشركات ، نقطة القوة الأساسية في " التي أتاحت الشبكة فيها "

للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة وإضافتها للموقع الأساسي ..

2. ماي سبيس MySpace

الأكثر رواجاً قبل أن يدخل في منافسة شديدة مع الفيس بوك مؤخراً .

3. أوركوت Orkut

منتج جوجل والذي لم يلقَ رواج كبير في أمريكا لوجود العملاقين فيس بوك وتويتر.

4. هاي Hi5

محترف ومحترفة في مجالات متنوعة ومختلفة

150

5. لنكد إن LinkedIn

يتشاركون في مجموعات . خاصية متميزة في

السابقين في وظيفة معينة شغلها تزكيتك عن عملك في الشركة.

ثالثاً : موقع الفيسبوك :

انطلقت تطبيقات الفيس بوك بسرعة الصاروخ على شبكة الإنترنت لتصير أحدث انقلاب في موازين الشباب

في الآونة الأخيرة وفكرة هذا التطبيق تقوم على فكرة الإعتماد على الجيل الثاني من الإنترنت لخلق شبكة

اجتماعية تمكن مجموعة من الشباب من إيجاد علاقة دائمة من خلال الصوت والصورة والفيديو وغيرها من

تم إنشاؤه أصلا

. يهدف في المقام الأول

بشكل كبير

الناس في على الانترنت والشبكات الاجتماعية .

:فهو يجعل ناس

إلى

34

إلى

1- فكرة نشأة الفيس بوك :

ترجع فكرة نشأة موقع الفيس بوك إلى صاحبه " زوكريج "

على شبكة الإنترنت ليجمع زملاؤه في الجامعة ()

وصورهم وآرائهم ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع ينشر أخبار

إلى موقع يجمع شمل أصدقاءه ويسعد على التواصل بين الطلبة بعضهم بعض.

وكريرج موقعه " " في عام 2004

الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى

او طلبة مدارس ثانوية يسعون الى التعرف على الحياة الجامعية.

³⁴ - Motives for Facebook use and expressing "true self" on the Internet - Leman Pinar Tosun Available online 19 April 2012 - Computers in Human Behavior - Volume 28, Issue 4, July 2012, Pages 1510–1517 . 1510.

" " قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين. ثم قرر جوكريج ان يخطو خطوة اخرى للامام، وهي ان يفتح ابواب موقعه امام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في

12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من 2006 إلى

40 في بداية عام 2007.

وكان من الطبيعي ان يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع انظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية واضحة ان سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل، ويسد احتياجا هاما لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن. " " في هذا المجال

بشكل كبير ، وكانت النتيجة ان تلقى جوكريج عرضا لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار العام

جوكريج فاجأ كثيرين من حوله برفض العرض ، وتوقع كثيرون ان يندم على هذا الرفض، خاصة وانه جاء بعد

" " ، التي يمتلكها المليونير الاسترالي روبرت ميردوخ، بشراء موقع

تفاعلية، بمبلغ 580 .

اما سبب رفض جوكريج لهذا العرض فيرجع الى انه رأى ان قيمة شبكته اعلى كثيرا من المبلغ المعروض.

وحسبما قال في مقابلة مع صحيفة فاينانشيال تايمز البريطانية فانه " ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي

" . عملية الاتصال بين الناس ذات اهمية بالغة، و" اذا استطعنا ان نحسنها قليلا

لعدد كبير من الناس فان هذا سيكون له اثر اقتصادي هائل على العالم كله"

ان غالبية مستخدمي الفيس بوك يفتحون حسابهم الخاص

إلى نحو 100 .

عدد مستخدمي الفيسبوك حول العالم :

800 مليون مستخدم حتى نهاية العام 2011 ، والمعلومة الأكثر اثارة أن مستخدمى الفيسبوك في

2010 400 مليون مستخدم ، ، بمعنى أنه زيادة المستخدمين في الفيسبوك كبيرة ، وأن عدد

يبلغ عدد الأعضاء النشطين من

:

احصائيات الفيسبوك الاخيرة تشير إلى أن 50% من عدد المسجلين في الفيسبوك يدخلون إلى حسابهم في

الفيسبوك اصبح لكثير من الاشخاص من روتينهم اليومي ، حيث

يقومون بالدخول ولو لمرة واحدة إلى الفيسبوك ليفحصوا اخبار اصدقائهم أو أية رسائل جديدة وصلت إليهم

أو اخبار العالم عبر صفحات الفيسبوك المشتركين فيها ، والكثير من المهام التي يمكن عملها في فضاء

ان عدد مستخدمى الفيسبوك يشير إلى أن الفيسبوك نجح نجاحاً كاسحاً في جذب مستخدمى الانترنت إليه

بشكل كبير ، فلقد قدم فكرة جديدة ولم يكتفي بذلك ، بل سعى إلى تطويرها بشكل دائم وهذا سر تميزه (

التغيير نحو الأفضل دائماً).

2- نظرة شاملة على الفيسبوك خدماته واستخداماته :

social networking

« »

الانترنت، خلال ثلاث سنوات أن يستحوذ على أكثر من 52 مليون مستخدم حول العالم، واشتراك أكثر

150 ألف مستخدم جديد في الموقع يوميا، يتواصلون معا عبر صفحة شخصية خاصة بكل منه

الدراسية المختلفة، الذين يسعون إلى التعارف وتكوين المجموعات والتجمعات التي تعبر عن ارائهم في الحياة،

رحلة صيف، محبي مطرب، غير أن الأمر

« أيضا عددا كبيرا من الإعلاميين الذين وجدوا في »

« عالما آخر لهم، ينشرون من خلاله أعمالهم، ويبحثون عن قرائهم ومشاهديهم. »

« لم يكن هو الأول فقد سبقته م » «Myspace» «Hi5» غير أن »

« يتيح مساحة أكبر من الخصوصية، حيث يتحكم المستخدم في من يرى المعلومات الخاصة به، حين

يرفض من البداية أو يقبل جعله صديقا له.

« »

الصفحة، وأن يستمعوا إلى موسيقاه المفضلة، فيلمه المفضل، صورته الخاصة التي تحكي تفاصيل حياته، مذكراته،

مواعيده، ماذا فعل بالأمس، صور تفاصيل حياته، يروا صور أفضل أصدقائه، ويلعب الفيس بوك بشكل كبير

على الحنين إلى الماضي، البحث عن أصدقاء قدامى ربم

بمجموعات لفترات مرحلة المراهقة، وربما يبدو هذا أكثر ما يلفت النظر في مجموعات »

« فسيفاجا بهذا الكم من التوصلات، والتشبيكات بين البشر في العالم »

كله من شرقه وغربه، وتجد لدى كل شخص عشرات الأصدقاء من شتى أنحاء العالم، ولدى كل شخص

صفحة خاصة به يتصرف فيها كما يريد، فالولد يستعرض فيها مواهبه، والبنت تستعرض جمالها، وهو ما يطرح

لدى الشباب رغبة لا تقاوم، في إظهار ذاته كما يود، فهو يفكر كيف يجعل صورته متفردة وغريبة، وكيف يضع

في صفحته اشياء غريبة مختلف عن غيره ليشد بها انتباه الاخرين، فهو ما دام صاحب موقع، إن جاز التعبير،

اص به ويدعو أصدقاءه للكتابة والتعليق.

3- أحر نجاحات الموقع في 2007 اشترت شركة " " 6%1

240 في 2008 تمت ترجمة صفحة فيس بوك لعدة لغات وبلغ عدد المستخدمين نحو 110 .

Facebook نسخ محلية من الموقع بعدد من اللغات ولعدد من البلدان والتي تتضمن

في البداية فرنسا إذ تم اعداد النطاق Facebook.fr ، يأتي ذلك بعد أن حقق الموقع نجاحاً شديداً في . وكان الموقع قد تعرض للنقد بعد أن بدأ في طرح المعلومات المتعلقة بأعضائه علنا على محركات البحث على الانترنت مثل " " " " .

وبدورهم، اعتبر خبراء تكنولوجيا المعلومات هذه الخطوة الجريئة بأنها تحول " " خاصة الى ما يشبه الصفحات الصفراء على الإنترنت. " " من وراء هذه

الخطوة الى الدخول المبكر في السباق لبناء دليل الكتروني عالمي يحتوي على اكبر قدر ممكن من المعلومات والتفاصيل الشخصية مثل السير الذاتية وارقام هواتف وغيرها من سبل الاتصال بالشخص وهوايات الاعضاء وحتى معلومات عن اصدقائهم مما قد يعود بارباح كبيرة على الموقع.

" " عدد مشتركه الفعاليين إلى 175 مليون شخص، وذلك بعد نحو شهر 150 مليون مشترك .

في الذي يحتفل فيه " " بمرور خمسة أعوام على تدشينه وتطوره على مدار هذه السنوات من مجرد شبكة اجتماعية لطلاب جامعة هارفارد ليصبح أكبر شبكة اجتماعية على الإنترنت يتجاوز عدد مشتركها حاجز 900 .

فيما أعلن موقع فيس بوك عزمه إعادة صيانة الموقع على الشبكة لجذب أكبر عدد من المشاركين بعض التغييرات فيه مثل استبدال قاء status

" بخلدك الآن "

الأصدقاء مما يعزز من مقدرة المستخدمين في التحكم

. سيضيف الموقع خواصا جديدة إلى المواقع العامة مثل مواقع الرئيس

والسيدة الأولى وموقع المغنية برتني سبيرز وموقع شبكة CNN .

وقال كيفين جونسون رئيس قسم المنصات والخدمات في مايكروسوفت إن الإقدام على هذا الاستثمار وتوسيع

الاتفاق الحالي سيحسن من إمكانية مايكروسوفت و فيس بوك على استغلال الفرص الإعلانية في العالم.

" . كما يعتقد أنه سيكون أكثر جذبا للإعلانات بسبب نظام

الموقع الذي يجعل الاشخاص يستخدمون شخصياتهم الحقيقية في مقابل موقع "

ن المشاركة فيه بهويات غير حقيقية.

ومن ضمن آخر نجاحات الفيس بوك هو التعاون المشترك بين موقع الفيس بوك و شركة Black Berry

للهواتف المحمولة حيث تم الإتفاق على تحميل موقع الفيس بوك على الهواتف المحمولة حتى يستطيع حامل

الهاتف من إستخدام الموقع بكافة خدماته وإمكانياته من خلال الهاتف Black Berry

4- آخر تحديثات الفايسبوك الأخيرة :

، بتطوير مجموعة من الخصائص والمميزات على نظام الموقع ، وقد تزامنت هذه

() والتي جذبت ملايين

تمت على موقع الفيسبوك ، بعض هذه التحديثات كبيرة وملفته ، وبعضها صغيرة وجزئية ، وسيكون الترتيب

بحسب الأكبر ثم الأصغر:

1- اصبح بالإمكان (الاشتراك) بدلاً من (المصادقة)

عندما يصادق أحد المستخدمين مستخدماً آخر في الفيسبوك فإن ذلك معناه أن تصل منشورات كل مستخدم منهما إلى الآخر وتظهر في صفحته الرئيسية، وهذا هو أحد الفروق الرئيسية بين الفيسبوك وبين

تويتر، لأن موقع تويتر يستخدم () () فالمتابعة تعني أن يتبع

() () ()

() فتكون المتابعة مشتركة بين الطرفين. الآن أصبحت هذه الطريقة المتبعة في تويتر موجودة

أيضاً في موقع الفيسبوك واسمها (اشتراك) (Subscribe).

2- قصص هامة وقصص حديثة :

() ليعبر عن منشورات وتحديثات الأصدقاء ، وقد قام بتقسيم هذه

() إلى قصص هامة وقصص حديثة ، حيث تظهر القصص الهامة أولاً في بداية الصفحة

، وتحتها تظهر القصص الحديث ، القصص الهامة يكون معلم عليها في زاويتها العلوية بمثلث باهت اللون ،

وإذا أراد المستخدم أن ينبه النظام إلى أن هذا المنشور غير مهم فما عليه إلا النقر على هذا المثلث ليتنبه النظام

إلى ذلك ، وكذلك هو الأمر بالنسبة للمنشورات الغير هامة حيث يمكن للمستخدم النقر على مكان المثلث

الباهت لتصبح قصة مهمة وتظهر في المقدمة.

3- التحكم بقوائم الأصدقاء أصبح أسهل

ترتيب الأصدقاء ووضعهم في قوائم مخصصة من الأمور الهامة في الفيسبوك وخاصة عندما يكون عدد

قاء كبيراً فيصل إلى آلاف الأصدقاء سواء كانوا فعليين أم أصدقاء تم التعرف عليهم عبر

وحينها يرغب المستخدم في تقسيم أصدقائه وترتيبهم ليضع اصدقاء الدراسة في قائمة منف

في قائمة اخرى وبالمثل مع بقية الأصدقاء وكل مستخدم له تقسيماته الخاصة ، في السابق كانت طريقة اضافة

/

الشخصية أن هنالك ايقونة جديدة بجوار اسم صديقه بعنوان (الأصدقاء)

قائمة منسدلة تبين أي القوائم هو مضاف فيها ، ويمكن اضافة الصديق إلى قوائم أخرى أو الغاءه بسهولة

مشاهدة المنشورات القادمة من أحد قوائم الأصدقاء فقط دون غيرهم ، فإذا كنت تمتلك قائمة تضم أصدقاء

الدراسة فإنه يمكنك أن تستعرض آخر المنشورات والقصص والايخبار التي كتبها أصدقاء دراستك فـ

غيرهم من الأصدقاء ، وفي هذه الميزة فوائد كثيرة . ومن التحديثات الصغيرة المتعلقة بقوائم الأصدقاء أنه اصبح

بإمكان المستخدم أن يكتب منشورا ويقوم بمشاركتها مع قائمة محددة فقط دون البقية ، سيجد المستخدم

خيار أسفل مربع النشر يتيح له التحكم في هذه الميزة.

4- مربع التنبيهات السريعة أو Ticker :

أضفت إدارة الفيسبوك مربعاً جانبياً يظهر في صفحة المستخدم الرئيسي ، هذا المربع يقوم بعرض تنبيهات لما

يقوم به اصدقاءك الان ، فإذا قام صديق لك بالتعليق على منشور احدهم فإن تنبيهها بهذا الخصوص سيظهر

لك مباشرة في هذا المربع ، وإذا نقرت على هذا التنبيه سيظهر لك

5- الإشارة على الصور أصبحت بإذن

لتي

يقوم برفعها إلى حسابه في الفيسبوك ، هذه العلامات تدل على أصدقاء له موجودين في الصورة بحيث تظهر هذه الصورة في صفحة أصدقائه المعلم عليهم فيها ،، لكن المشكلة أن الكثير من المستخدمين يستعملون هذه الخاصية لتنبيه الآخرين بالصور التي يرفعونها من دون ان يكونوا موجودين فعلاً داخل هذه الصور ، وهو ما يزعج الكثير من المستخدمين .

الميزة الجديدة التي اضافها الفيسبوك هي انه عندما يشير أحد أصدقائك إليك في صورة خاصة به فإنه لن يتم اعتماد الاشارة إلا إذا وافقت انت عليها ،، ستلاحظ عند فتح صفحتك الشخصية انه يوجد تصنيف جديد بجانب القائمة الجانبية تحت كلمة () (بحاجه للمراجعة) وعند النقر على هذه الكلمة ستفتح لك صفحة بها الصور التي تمت الإشارة لك فيها منتظرة الإذن منك او عدم الإذن .

6- لن يمتلئ صندوق الوارد برسائل الفيسبوك بعد اليوم

من السلبيات التي كانت تزعج الكثير من المستخدمين في الفيسبوك وخاصة النشطين والذين لديهم الكثير من الأصدقاء هي كثرة الرسائل التي يرسلها نظام الفيسبوك إلى بريد المستخدم الالكتروني ، فقد كان نظام الفيسبوك سابقاً يرسل إلى المستخدمين عندما يضيف احدهم رداً او يشارك في مجموعة هو مشترك في ... الخ ،، مع الإشارة إلى أنه كان بالإمكان التحكم في هذه الخاصية من صفحة (

(لكن اليوم اصبح سيل الرسائل المتدفق افضل بكثير ، فقد قررت إدارة الفيسبوك إرسال رسالة من إرسال رسالة منفصلة لكل نشاط او رد او

7- تحسين نظام الرسائل داخل الفيسبوك

الآن يتم تجميع الرسائل بينك وبين صديقك في صفحة واحدة مع تحديد وقت وتاريخ كل رسالة ، أما في السابق فقد كان يتم عرض كل رسالة في صفحة منفصلة ، وهذا التغيير سيجعل صندوق الوارد اصغر والبحث فيه عن الرسائل أسهل ، كما أن الرسائل أصبحت كلها في صفحة واحدة بدلا من صفحات متعددة مما يسهل عملية البحث والرجوع إلى الرسائل القديمة.

8- مساحة عرض الصور أصبح 960 بكسل بدلا من 720 بكسل

في السابق كان الحد الأقصى لعرض الصورة في الفيسبوك هو 720 بشكل عادي داخل صفحة عادية يكون فيها الجانب مخصص للإعلانات فكانت المساحة لا تسمح بصور عريضة ، وكانت الصور الكبيرة في المساحة يتم تصغيرها بشكل آلي عندما يرفعها المستخدم إلى حسابه في ، الآن أصبح عرض الصور يتم في صفحة منفصلة عن المحتوى ويتم عرض الصورة بدون أي محتوى اضافي بجانبها مما يسمح بمساحة أكبر للصور تصل إلى 960 .

9- أكتب المنشور وحدد المكان الذي انت فيه

في الآونة الأخيرة بإضافة أيقونة صغيرة تحت مربع النشر ،، هذا المربع لتحديد المكان

()

المكان الذي هو في الان ، وبمجرد بدء الكتابة ستظهر الخيارات المشابهة لما تقو. اختيار المنطقة أو المدينة التي انت فيها.

المطلب الثاني : المدونات

أولا : مفهوم المدونة :

المدونة في أبسط تعريفاتها، هي صفحة تشتمل على تدوينات posts مختصرة ومرتبطة زمنياً.

فهي تطبيق من تطبيقات الإنترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن

()

المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني URL دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على

الشبكة، بحث يمكن للمسفيد الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق

” الادوات التي تساعد الافراد المبتدئين بمعرفة الكمبيوتر بانشاء صفحات تفاعلية تشبه

صفحات الويب من حيث المستخدمين لكنها تتيح تعليقات تساعد المدونين في تبادل الخبرات والاراء وكل ما

فة الي وجود الترتيب الزمني في التعليقات مما يخلق بيئة افتراضية تفاعلية ”.

ثانيا : مكونات المدونة: تتكون مقالة المدونة الإلكترونية من العناصر التالية:

1- عنوان المقالة :

التالي: ” .

2- الملخص : وهو شرح مبسط أو اقتباس من المقالة، ويستحسن ولكن ليس ضرورياً كتابة الملخص عند

نشر تغذية RSS على مدونتك الإلكترونية أو إذا كنت تميل إلى كتابة المقالات الطويلة.

3- نص المقالة : ويحتوي على المادة الأساسية للمقالة.

4- تاريخ المقالة : وهو تاريخ ووقت نشر المقالة.

5- التعليقات : وهي الملاحظات التي بإمكان القراء الإدلاء بها عن مقالة معينة في مدونتك الإلكترونية.

ويمكنك عدم فتح المجال للاخرين بالتعليق على مقالتك إلا إذا رغبت في ذلك.

6- التصنيفات : أساسية تكتب عنها بانتظام في مدونتك الإلكترونية.

: ” “ ” “ ” .

7- الرابط الدائم (Permalink) : وهو عنوان إنترنت دائم للمقالة.

الإلكترونية على سبيل المثال myblog.blogger.com

myblog.blogger.com/permanententry.html.

8- الروابط المرجعية (Trackback) و (pingback) : وتعتبر روابط لمواقع أخرى تشير إلى

9- تغذية RSS : وهي نسخة مكتوبة برموز لغة XML-coded XML

الإلكترونية أو أجزاء منها. وإذا قمت بنشر تغذية RSS وقمك الإلكتروني فإن بإمكان القراء الاشتراك في

مدونتك بحيث يتم تنبيههم آلياً عند نشر مقالة جديدة في مدونتك. حيث تظهر التنبيهات في برنامج قارئ

الاحبار الخاص بهم او في متصفح إنترنت متوافق مع RSS

ثانيا : خصائص المدونات :

المدونة هي موقع إلكتروني مصمم لعرض الصفحات والمواضيع على شكل مفكرة ومرتبة حسب الترتيب الزمني

من الأحدث إلى الأقدم حيث تعرض المواد الأحدث أولاً. بعكس العديد من أنواع المواقع الأخرى التي تكون

بالعادة أداة تواصل باتجاه واحد (فإن المدونات صممت لغايات دعم التفاعل بين

المدونة والقارئ ، فالمدونات من المواقع الإلكترونية الديناميكية.

هناك العديد من المميزات للمدونات التي تدعو المستخدم إلى إنشاء وامتلاك مدونة، ومنها:

.1

2. إنشاء وصيانة أي مدونة لا يحتاج إلى خبراء حيث أن برنامج إنشاء المدونات أشبه ما يكون ببرنامج معالجة النصوص.

3. المدونات هي أحد أكثر أدوات التسويق فاعلية وقليلة التكلفة في نفس الوقت.

4. تقدم المدونات بيئة لمشاركة المعلومات حول المؤسسة من أنشطة وصور وفيديوهات ... إلخ.

الفرق بين امتلاك موقع إلكتروني وإنشاء مدونة:

المدونة	الموقع الإلكتروني
	وسيلة في الغالب تعتمد على التفاعل من جانب
إنشاء المدونة لا يحتاج إلى خبرات ومهارات عالية أو مبرمجين بحيث يمكن لأي شخص أو منظمة إنشاء	إنشاء الموقع الإلكتروني يحتاج إلى خبرات ومهارات عالية وفريق من المبرمجين والمصممين ليتم دمج جميع
إنشاء المدونة يمكن أن يتم بشكل مجاني من خلال أحد المزودين لخدمة التدوين وأهمها الورد برس (WordPress)	إنشاء الموقع الإلكتروني وخصوصاً التفاعلي يحتاج إلى ميزانية يمكن أن تكون ضخمة و يتم تنفيذه من قبل
إدارة المدونة بعد إنشائها لا تحتاج إلى الخبرة فهي أشبه ما يكون ببرنامج إدارة النصوص.	إدارة الموقع الإلكتروني يحتاج إلى تدريب وفي الأغلب يحتاج إلى شخص متخصص للتعامل مع نظام إدارة

محتوى الموقع.	
تتم معالجة الثغرات الأمنية لكل موقع إلكتروني بشكل منفصل ويمكن أن يتعرض أي موقع لمشكلة اختراق في أي لحظة مما يتطلب الرجوع إلى الشركة أو فريق	تم تطوير خدمات تزويد المدونات بشكل كبير بحيث تم تلافي عدد هائل من الثغرات الأمنية فيها والتي تسبب مشاكل اختراق المواقع وفي حال ظهور أي ثغرة يتم
يجب الطلب من الشركة المصممة أو فريق البرمجة الجانبية ويجب الرجوع لهم في حالات التعديل.	يتضمن برنامج إدارة المحتوى في المدونة إمكانيات عديدة مربعات القوائم الجانبية وبشكل مجاني.

خصائص وفروقات بين الموقع الإلكتروني والمدونة من حيث المحتوى:

الموقع الإلكتروني	المدونة باستخدام موقع ورد برس	الخصائص والفروقات
يمكن أن يصل إلى مبالغ باهظة	مجاني	ثمن إنشاء الموقع
يجب طلب	مجاني ويمكن إضافتها مباشرة	
يمكن إضافته وتعديله فقط في المواقع الديناميكية وبمحاكاة إلى متخصص	مجاني ويمكن إضافته وتعديله في أي وقت	
يمكن إضافته وتعديله فقط في المواقع الديناميكية وبمحاكاة إلى متخصص	مجاني ويمكن إضافته وتعديله في أي وقت	

نموذج الإشتراك في	مجاني ويمكن إضافته وتعديله في أي وقت	يجب الطلب من مصمم الموقع إضافته أو إلغاءه
	مجاني وسهل الإستخدام بدون الحاجة إلى متخصص	موجود فقط في المواقع الديناميكية وبجاجة
	مجاني ويمكن إضافته وحذفه في أي وقت	يمكن إضافته وحذفه فقط في المواقع
	مجاني ويمكن إضافته وتعديله في أي وقت	موجود فقط في المواقع الديناميكية ويجب الطلب من مصمم الموقع إضافته أو إلغاءه
	مجاني ويمكن إضافته وحذفه في أي وقت	بجاجة لبرمجة خاصة وموجود فقط في
(Domain)	(17\$)	
إمكانية تغيير شكل	يمكن تغييرها بسهولة لعدد محدد بشكل مجاني مع إمكانية التوسع في التغيير مقابل 30\$	بجاجة لإعادة تصميم الموقع بشكل كامل

هذه المقارنة تمت بين المواقع الإلكترونية والمدونات باستخدام المزود “ورد برس”

حيث يمكن إيجاد مزودين آخرين بخدمات إضافية أخرى.

ثالثا : أهم مواقع تقديم خدمة المدونات على شبكة الأنترنت:

اشهر المواقع التي تقدم هذه الخدمة المجانية التي انتشرت بشكل كبير جدا لانها في الاغلب مجانية وسهلة الاستخدام، ويمكن تحويلها إلى موقع على حسب التصميم كما هو أغلب في كثير من المواقع³⁵.

1 - wordpress :

وأبرز موقع يقدم هذه الخدمة ورد بريس كما في عالم التقنية. لا تحتاج لأي خبرات في التعامل مع المدونات سابقا فالموضوع سهل جدا في الاستخدام، مساحة 3 جيجا بايت بالإضافة إلى الباندرث المفتوح، كما إنك تستطيع التحويل إلى نطاق شخصي ليصبح موقع كامل خاص بك بالإضافة إلى إمكانية التثبيت .

2 - Blogger :

1 جيجا بايت بالإضافة إلى الباندرث .

. كثير يفضل الورد بريس عنها ولكني أحب بلوجر بصراحة وأدون عليها منذ 2004.

. ن أرى آرائكم في هذا الموضوع بلوجر أم .

3 - Tumblr :

³⁵ - Bonneau, Joseph, Anderson, Jonathan, Anderson, Ross, and Stajano, Frank. (2009). Eight Friends are Enough: Social Graph Approximation via Public Listings. *In proceedings of the Second ACM Workshop on Social Network Systems*

البساطة وسهولة الاستخدام في هذه المدونة، يمكن بداية تجاربك التدوينية عليها، بالإضافة إلى النطاق الشخصي تتمتع بأشكال خارجية جميلة سوف تعجبك كثيرا .

: Blogsome – 4

بدأت في أخذ شهرة واسعة سهولة في التسجيل والاستخدام، مبنية على بيئة ورد بريس.

: Edublogs – 5

بدأت في أخذ شهرة واسعة سهولة في التسجيل والاستخدام، مبنية على بيئة ورد بريس.

: vox – 6

sixapart

: Xanga – 7

تعطيك هذه الخدمة

: Windows Live Space – 8

المدونات العربية

سنستعرض في هذا الموضوع ثلاثة امثلة لمواقع الكترونية مميزة تتخذ اسلوب التدوين الجماعي الموجه اسلوباً لإثراء الموقع بالمعرفة المستخرجة من عدة عقول وليس من عقل واحد ، وعندما نتكلم عن التدوين فإننا لا نعني

() صغيرة أو أن ()

الموقع مجتمعاً إلكترونياً تلتقي فيه أقلام العقول النيرة وربما كان أسلوب التعبير عن الأفكار أسلوباً آخر غير

النصوص

موقع الثمرات

() كما يعرف نفسه ، يجتمع في الموقع عدة مدونين لهم صيتهم في مجال التدوين وينشر كل واحد منهم ما ينضح في عقله من ثمرات فكرية حيث يتم تناول كل ثمرة بالنقاش والإثراء والتعليق ، هي مدونة جماعية موجهة لنشر ما يصل إليه العقل من افكار ونتائج وما يمر عليه من خواطر كي لا تبقى حبيسه العقل او مدفونة في دفاتر المذكرات .

[/http://thamrat.wordpress.com](http://thamrat.wordpress.com) :

موقع يقضة فكر

هو موقع مهتم بالفكر الذي يقودنا إلى النهضة ،، فيه العديد من القالات المميزة التي يكتبها كتاب مميزون وهو يقبل المشاركات والمواضيع من المتصفحين والمتابعين التي تسير في نفس المنوال (نحو النهضة الشاملة) العديد من الفعاليات خارج النطاق الإلكتروني مثل الندوات والمحيمات وهو من المواقع الفاعلة والهامة في الفضاء الإلكتروني

[/http://feker.net/ar](http://feker.net/ar) :

موقع الجزيرة توك

ب من عدة بلدان تجمعهم حماسة العمل الاعلامي بشتى صورة ،، فهم مراسلون ومصورون ومنتجون للأفلام القصيرة التي تنتقد الواقع بأسلوب شيق وممتع ،، باب الانتساب والإثراء مفتوح والمشاركة التي تصب في نفس المنوال وإلى نفس الهدف مرحب بها .

[/http://aljazeeraatalk.net](http://aljazeeraatalk.net) :

المطلب الثالث : التوين المصغر :

أولاً مفهوم التدوين المصغر :

التدوين المصغر (Micro-blogging) كما هو فن مشتق من التدوين ولكنه لا يسمح بالعدد اللامحدود من المدخلات في التدوين الطبيعي إذ يقتصر التدوين في هذا النوع المصغر علي إرسال رسائل أو تحديثات بحد

140

-

140

200 - رها لتكون معروضة للجميع أو لفئة قليلة من اختيار المستخدم ، وبشكل أكثر تلخيصاً

يمكن أن نقول أن التدوين المصغر عبارة عن تحديثات كتابية تصف الأحداث التي تعاصرها في يومك علي

مدار الساعة، وهو يختلف عن البريد الإلكتروني أو الرسائل النصية عبر الهاتف، حيث أن التدوين المصغر هو

معبّر عن ما يفعله الفرد طوال اليوم فمن الممكن أن تقول انك الآن تشرب أو تأكل ولكن هذه الجملة

ستصبح غير ذات معنى لو انك أرسلتها عبر البريد الإلكتروني من خلال رسائل الهواتف..³⁶

والتدوين المصغر قام بإغلاق الهوة ما بين التدوين والرسائل الفورية³⁷ بل برامج التراسل الفوري وكان موقع

تويتر هو من ابتداء هذه الظاهرة التي عرفت الآن بالتدوين المصغر ورغم انه توجد العديد من المواقع التي ظهرت

بعد تويتر وتوفر نفس الخدمة إلا أن تويتر هو الأشهر والذي يحتوي على أكبر قاعدة مستخدمين..

والتدوين المصغر لا يقتصر فقط على النصوص الموجزة وتحديثاتها ولكن يشتمل الصور او المقاطع الصوتية،

38 - boyd, danah. (2008). None of this is Real.In Joe Karaganis (Eds.),Structures of Participation.New York

39 -boyd, danah. (2008). Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics. (phdthesis)

ومضمونه يختلف عن التدوين الموسع أو التقليدي، لأنه عادة ما يكون أكثر تركيزاً وإيجازاً في تحديد المعنى المراد إرساله أو توصيله للجمهور، وقل في إجمالي حجم الملف ()

نفس الوقت يستخدم لأسباب تجارية وفردية، فقد يكون عبارة عن إبلاغ عن نشاط شركة ما من منتجات أو خدمات، كما يؤدي وظيفة إخبارية عن طريق إعلان خبر دون تفاصيل، لذلك فهو أسرع في الحصول على الخبر أو المعلومة مقارنة وعادة ما يعبر هذا التعليق الصغير على شخصية ا

“ status update الموجودة في المواقع الاجتماعية مثل face book جزءاً من هذا التدوين المصغر .

وكما قال سيث بورجيس المحرر المشارك في مجلة بوبيولر ميكانيكس: "أن التدوين المصغر يتضح أكثر ما يتضح

من خلال خدمات مثل تويتر (Twitter) التي تمكن الأشخاص من إذاعة رسائل تحديثية من سطر أو

سطين عن ما يفعلونه أو عن ما ينوون فعله، والتدوين المصغر لا يرتبط بموقع معين على الشبكة، فالمواقع،

مثل تويتر، تسمح للمستخدمين بتحديث مدوناتهم بإرسال "تغذية" برسائل نصية أو خدمة الرسائل القصيرة

ثم إذاعة تلك

يشكل تدويننا وتواصلنا في نفس الوقت. " " أو الحالة التي يحدثها

المستخدمون بمستجداتهم تشكل أيضاً نوعاً من التدوين المصغر لأن كل أصدقاء الشخص المدون يطلعون

. فالتدوين المصغر يمكن تشبيهه بشجرة هواتف قائمة على

الستيرويد (المادة العضوية الهرمونية المنشطة).

فيديو مع شبكته يمكن إعادة نشر أو بث تلك المعلومة بحيث تنتشر إلى أبعد بكثير عن مصدرها الأساسي...

ثانيا: سكيولوجية التدوين المصغر :

تشير بعض الرؤى إلا أن وعي الإنسان بذاته هو وعي راغب يتوجه نحو الخارج ليعود إلى الذات، فالذات تسعى من جهة إلى التعرف عن ذاتها في الاشياء التي تمثل امامها كموضوع، فتقوم بتحويلها عن طريق الشغل أو الفن .. الخ، ومن جهة اخرى تسعى إلى الاعتراف بها من لدن الاخر اي من وعي اخر.

الإنسان مع الآخر في مختلف القضايا، للحكم والوعي بذاته.

(التي يعتبر التدوين المصغر إحدى ادواتها)

اقراهم في جميع أنحاء العالم، ومع أشخاص لا يتم التواصل معهم في الواقع لأسباب مختلفة، وقامت بتهميش العناصر الواقعية المؤثرة في تواصل الأفراد، حيث أن تعارف الأشخاص على بعضهم أصبح لا يرتبط بقواعد على ارض الواقع بل أصبح الكل متاح له أن يتعرف على غيره في أي مكان وفي أي وقت .

كما يأخذ التدوين المصغر فلسفته من الفكرة الجوهرية للويب 2.0 وهي إيجاد بيئة فعالة لمساهمة وتشارك الزوار واعتبار المستخدم هو المركز الذي تدور من حوله كل الأنشطة ويؤثر فيها تبعاً لاهتماماته .

ولكن ما يميز التدوين المصغر عن غيره من باقي أدوات البرمجيات الاجتماعية هو السرعة في الاتصال والتواصل

مع الآخرين ، فالأمر لا يتطلب سوى جملة أو كلمة بسيطة هي معبرة عن موضوع كامل، كما أن رجوع

الصدى أيضا يكون سريع لأنه لا يتطلب سوى الرد بأقل الكلمات وهذا يوفر السرعة وأيضا الوفرة في كم

لمتدوينة المصغرة .

وبالإضافة إلى ذلك فان تعددية الوسائل التي يمكن من خلالها ممارسة التدوين المصغر، تضيف ميزة كبيرة إلى

هذه الأداة ، فالمدون يستطيع أن يرسل تدويته التي لا تزيد عن 140

الرسائل النصية القصيرة في تلك الهواتف .

ن نحن نتحدث عن وسيلة للفضفضة السريعة في مجتمع افتراضي، تلك الوسيلة تتغلب على كافة العناصر

ثالثا : انظمة التدوين المصغر :

التدوين المصغر الكثير من القبول بين قاعدة عريضة من المستخدمين وكثر استخدامه لعرض تحديثات

خبار اولاً باول، بالإضافة إلى إمكانية اطلاع المستخدم على اي جديد لدى من يهتم بهم، وماذا حدث

لهم خلال اليوم .

موقع تويتر **Twitter** :

ومن أشهر الانظمة التي تقدم فكرة التدوين المصغر هو موقع تويتر **Twitter**

انتباه عدد كبير من الشبكات **Bebo Face book**، مما دعا تلك المواقع الاجتماعية

إلى استخدام تلك الفكرة وتطبيقها لمستخدميها، وبتناول فيما يلي عدد من تلك المواقع بالشرح :-

1Twitter

من أوائل من قدم فكرة التدوين المصغر، وبشكل مجاني، وقد بدأت الخدمة في أمريكا إلا أن انتشارها عبر

العالم جاء سريعاً، حيث تشير الإحصائيات إلى أن مدينة طوكيو هي رقم واحد علي العالم في عدد

مستخدمي التويتر ، كما أن مستخدمي تويتر حول العالم وصل إلى 2

اجريت في أوائل يوليو 2008..

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحث **Obvious** الأميركية، وبعد ذلك أطلقتته

الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة

على الساحة في عام 2007 من حيث تقدم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007

Twitte ...

Obvious

ولم يتوقف الموقع عند اللغة الإنجليزية فقط ولكن في أبريل 2008

...

في اليابان وتفوقت بشكل أكبر

، وقد قامت الشركة المسؤولة عن الموقع بإدراج اللغة العربية كلغة في الموقع في يوليو 2007

العرب علي الخدمة بالموقع، وقد بلغ عام 2007 قمة نجاح تويتر حيث بدأ العام بنصف مليون زائر وانهاه

بحوالي 6 ملايين زائر، أما معدل الزوار الجدد في ديسمبر 2008 4

الخدمة للتدوين المصغر والأخبار العاجلة واستخدامات عديدة لا حصر لها....(8)

← خدمات تويتر

1- في مايو 2008 Twitter Status حالة تويتر وذلك لمتابعة أي مشكلة

تحدث مع الموقع و تبليغ المستخدمين بوقت عودة الموقع للعمل إذا توقف.

2- ويمكن من خلال موقع تويتر إرسال وتلقي الرسائل والمستجدات وتحديثات الأخبار العاجلة من رسائل

التبليغ، والمعروفة باسم تويتس، من خلال الهاتف أو البريد الإلكتروني أو موقع انترنت، فالخدمة تخصص لك

وللمشتركين معك على موقعها صفحة تستعرض آخر المستجدات، كما يمكن اختيار الحصول عليها عبر

RSS

الهاتف من خلال الرسائل القصيرة SMS

رسالة بريد الكتروني، كما يمكن أيضا الحصول عليها عبر الفيس بوك .

3- متابعة الأشخاص الذين قمت بإضافتهم لقائمة أصدفائك فما أن يقوم أحدهم بإضافة جديدة لحسابه

تظهر لديك هذه الإضافة في الحال علي صفحتك و هو ما يعرف بخدمة الـRSS.

4- وكالات الأنباء أصبحت ناشطة في تتبع مشتركين في الخدمة لمتابعة الأخبار الساخنة

حال المنظمات الإنسانية الدولية التي بدأت تتواصل مع بعض الفلسطينيين في غزة عبر المؤسسات الإعلامية

التي ينشرون فيها الأخبار، كما هو الحال مع قناة أخبار غزة. <http://twitter.com/gazanews>

4- الاشتراك بالأخبار العاجلة من مصادر متعددة مثل قناة الجزيرة المخصصة لغزة في تلك الخدمة على الموقع

<https://twitter.com/AJGaza>.

5- هناك مؤسسات إعلامية كبيرة تتواصل مع جمهورها من خلال التويتر مثل CNN BBC

والفوكس نيوز، وقد تعرض تويتر لمشاكل أمنية مثل اختراق حساب الرئيس الأمريكي باراك أوباما، والذي

اعتمد عليه اعتماد كبيراً خلال حملته الانتخابية، إلا أن الموقع يتمتع بشعبية وثقة كبيرة في الأوساط الفردية

والرسمية وبين الشركات والمؤسسات الإعلامية الكبيرة .

6- ربط موقع التويتر تحديثاته بأكثر التطبيقات شعبية وانتشاراً داخل مجتمع الانترنت وهما الفايسبوك من

<http://apps.facebook.com/twitte>

لتدوينة عبر الهاتف الجوال أو من خلال صفحة m.twitter.com

سالفة الذكر فان الموقع يقوم بإضافة على الفايسبوك أو إلى المدونة ليشاهدا أكبر عدد من

ميز تويتر - كخدمة لتقديم التدوين المصغر عن غيره من بقية التطبيقات الاجتماعية وانتقل من مجرد موقع

اجتماعي إلى واحد من أهم مصادر الأخبار وأكثرها سرعة .

7- **twitpic** ، هذه الخدمة تتيح لك إرسال الصور كتدوينة ويتم رؤيتها من خلا

المشركين عبر وصلة بالضغط عليها تظهر الصورة المرسله .

8- **twitfeed** ، تتيح للمستخدم إرسال آخر خلاصاته إلى حسابه وتحديد فترة التحديث لها

بخطوة واحدة بسيطة.

- 9- TwitterReader ، وهي تسمح للمستخدم بقراءة آخر التويترات والرد عليها بشكل أفضل.
- 10- TwitterFox add-ons تتيح تلك الخدمة بمتابعة تحديثات التويترات
- 11- twistori ، وهذه الخدمات تعرض عدد من التدوينات التي استخدمت فيها مجموعة من الكلمات المعبرة عن المشاعر مثل believe. wish feel think love hate
- 12- TWIDROID ، وهي خاصة بإرسال التدوينات المصغرة من خلال نظام تشغيل الهواتف النقالة أندرويد، وهي برمجية تؤدي دور مشابه لما تقوم به windows في الحواسيب الشخصية.
- 13- twitterbar وتسمح هذه الخدمة بإرسال أي من الوصلات أو الصفحات التي عليها المستخدم إلى صفحة حسابك في تويتر بمجرد الضغط عليه (post to twitter)
- 14- TweetDeck تسمح هذه الخدمة للمتصفح بمتابعة كل ما هو جديد أو كل ما يحدث الآن من تحديثات تجري على المواقع التي تتشابه معها تويتر مزود بعدد من الأيقونات كل أيقونه تمثل موقعا من المواقع التي يتشابهك ويتعامل معها موقع تويتر ومثلها برنامج Twhirl Spaz.
- 15- twe2 ، ويقوم بإرسال الرسائل القصيرة إلى هاتفك من تويتر ولكن هذه الخدمة لا تقوم بإرسال جميع الرسائل حيث تقتصر على الردود المرسله إلى حسابك في تويتر أو الرسائل المباشرة والموجهة لك أي انك لن تستطيع استقبال تحديثات الأشخاص الذين تتابعهم على تويتر.
- 16 TIME: فمن خلال تلك الخدمة يمكنك إرسال طلب لتويتر للتذكير بموعد هام وهذه تحتاج للمشاركة عبر الهاتف المحمول.
- 17- Remember The Milk, Nozbel : وهذه تتم من خلال موقعين هما

حيث يتم إرسال رسالة بالمهام التي تود عملها خلال اليوم ومتابعتها.

18- strawpollnow يوفر تويتر خدمة strawpollnow التي تسمح

بالتصويت على أي استطلاع رأي أو نقاش، ويعطي الموقع نسبة إحصائية لكل إجابة .

2 - موقع جايكو :

Twitter انطلق بعدة بفترة قليلة وحالفة الحظ في تلك الأثناء عند تعطل Twitter لفترات

متكررة طويلة مما حدا بمستخدميه للتحويل إلى Jaiku لكن الأمر لم يطل ومازال Jaiku في مرتبة تلي سلفه،

وقد اشترتها جوجل في 9 2007 .

وقد زاد الاهتمام بالموقع منذ قيام موقع تويتر قبل فترة بإرسال رسالة إلى مشتركيه مفادها أن تحديثات أصدقاء

مستخدمي تويتر لن تصلهم على الجوال إلا إذا كانوا في أمريكا أو كندا أو الهند فقط، وبالطبع فالخبر لم يكن

في صالح جمهور تويتر الموجودين في غير تلك الأماكن التي استثناها تويتر من التعميم، ولم يكن في صالح الموقع

بالطبع، فقد شعر البعض أنه لا فائدة من وجودهم في تويتر طالما انه لن يكون مرتبطا بالهاتف الجوال، لذلك

قام بعض من مستخدمي تويتر بالتوجه إلى Jaiku حيث انه يتيح خدمة تبادل الرسائل القصيرة مع الأصدقاء

ق الإنترنت وكذلك عن طريق الجوال بدون مقابل، إلا انه على الرغم من ذلك فانه يتم فيه تعديلات

في البنية التحتية، ويأتي في المرتبة الثانية من حيث الشهرة بعد تويتر .

3 - موقع ماي ساي MySay :

my say بأخذ فكرة التدوين المصغر من تويتر ولكنه قام بتحريرها

المستخدم بالاتصال برقم معين وخاص بالنظام وتسجيل بصوته ما يريد أن يقوله ليقوم من يريد أن يسمع ما تم

تسجيله عبر الاتصال الهاتفي أو عبر الويب .

وتسمح الخدمة بإرسال التسجيلات إلى كل أصدقائك سواء كان لديهم أو لم يكن لديهم حساب على الموقع، والخدمة لا تعمل إلا في عدة دول فقط هم الولايات المتحدة الأمريكية وكندا بلجيكا إيرلندا فرنسا وهولندا وبريطانيا، ويتم تحويل التدوين الصوتي إلى كود يمكن إرساله .

4 - موقع باونس Pounce :

أحدثهم وهو يزيد على إمكانية الكتابة النصية إمكانات إضافة الروابط والملفات وغيرها ومشاركة ذلك مع الكل أو مجموعة مختارة، طوره ويديره فريق تطوير وإدارة Digg والموقع مغلق منذ 15 ديسمبر 2008

Six Apart التي تدير عدد كبير من خدمات الويب 2.0

Six

WordPress

TypePad

Apart قد اتخذت القرار للتخلي عن المنافسة في هذا الحقل الذي يسيطر عليه twitter لصالح دعم خدمات أخرى تقدمها الشركة في مجال التدوين و الاستعانة بجهود فريق Pownce لدعم هذه الخدمات و تطويرها، وتجدر هنا الإشارة إلى أن Pownce Digg... (13).

9- موقع وت وت نموذج عربي :

موقع وت وت وهو البديل العربي لخدمة تويتر مع إمكانية إرسال واستقبال الرسائل عبر الهاتف إلا انه لم يحظى بالشعبية كما أنه يقتصر على 3 .

المطلب الرابع : مواقع اشتراك الفيديو :

أولاً- مفهوم مواقع اشتراك الفيديو

تعتبر خدمه وتقنيه اليوتيوب الأكثر تصفحا وأكثر انتشارا على الشبكة العنكبوتيه مع حدوثها فقد استطاع أن تجذب الشباب بل وحتى كبار السن رغم أن الإحصائيات جاءت من صالح الذكور الشباب.

يجني الإرباح لم يكن يتوقع حتى من اخترع هذا الموقع أن يصل هذا الموقع إلى هذه الحد من أشهره.

هذه ألتقنيه أليه جديدة للاتصال وطريقه مشوقه لطرح الحوار والآراء والأفكار.

وسهولته عرضها وتصفحها لكل مستخدمى الانترنت. هذا بالإضافة إلى آخر تحديث حيث وصلت سعه الملف المراد تحميله إلى واحد كيك بايت أي ما يقارب أكثر من مائه مره مضاعفه من حجم ملف التحميل عند أنطلاقه لموقع اليوتيوب أضافه إلى بعض الميزات مثل ضغط الملف المحمل إلى حجم صغير.

لدينا ألتقنيه التي وصل إليها الموقع فهي مسألة طبيعية مع التطور السريعه في التكنولوجية في مجال الانترنت

موقع اليوتيوب حالياً يحتل المركز الثالث من بين أكثر المواقع تصفحا حول العالم بناءً على احصائيات اليكسا الأخيرة ، ولا عجب أن يتصدر هذا الموقع الكبير هذه المكانة ، فيكفي أن نعرف أن موقع

48 ساعة فيديو كل دقيقة وهذا يعني أن كل يوم يرفع ما يعادل 8

أن عدد المشاهدات اليومية للفيديوهات من قبل الزائر وصل إلى 3

ثانيا : نشأة موقع يوتيوب وتطوره :

عد موقع يوتيوب أهم وأشهر موقع لرفع ومشاركة الفيديوهات على مستوى العالم، وسوف نقوم برحلة

نستعرض فيها سوياً أهم التواريخ، اللحظات، الإحصائيات

4- تاريخ موقع يوتيوب:

تأسس موقع يوتيوب بواسطة ثلاثة موظفين في شركة PayPal Steve Chad Hurley

Jawed Karim Chen في بداية عام 2005 في إنشاء

موقع لمشاركة الفيديوهات حيث كانوا في حفلة عشاء في منزل Chen في سان فرانسيسكو وقاموا بالتقاط

بعض الفيديوهات لكنهم واجهوا مشكلة في نشر تلك الفيديوهات ومن هنا جاءت فكرة الموقع

المشروع في بدايته تمويلاً قدره 11.5 مليون دولار كإستثمار، وكان أول مقر للموقع في مكتب مؤقت في أحد

2005 . في 6 شهور وفي نوفمبر 2005

إطلاق النسخة الرسمية.

و في أكتوبر 2006 كانت أهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة جوجل بالإستحواذ على موقع

يوتيوب بصفقة ضخمة بلغت قيمتها 1.65

لشركة جوجل، ويقع مقر الشركة الحالي في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا.

ب- خيارات البحث المتعددة في اليوتيوب :

قد لا يتلفت كثير من المستخدمين إلى خيارات البحث المتعددة عندما يبحثون عن مقطع فيديو معين ، فهذه

الخيارات تكون شبه مخفية وتظهر عند (تصفية) (filter) التي تظهر بعد اجراء عملية

البحث فوق قائمة الفيديوهات التي تم العثور عليها ، عند النقر على هذه الكلمة ستظهر مجموعة من

الخيارات يمكن التحكم بها للوصول إلى افضل عملية بحث يريد المتصفح.

في الآتي:

- 1 تحديد نوع النتائج /) بدورها على مجموعة قائمة تشغيل (تحتوي قائمة التشغيل على مجموعة ها في مجال معين تم تجميعها وترتيبها من قبل احد المستخدمين (
- 2 التصنيف ، او ترتيب النتائج بحسب / - تاريخ التحميل (بحيث تظهر الفيديوهات الأحدث في المقدمة)- (بحيث تظهر الفيديوهات الأكثر مشاهدة أولاً) - بحسب التقييم (بحيث تظهر الفيديوهات التي حصلت على اعلى تقييم في المقدمة)
- 3 تحديد تاريخ التحميل ، فيمكن من خلال هذا الخيار البحث في الفيديوهات التي تم تحميلها خلال هذا
- 4 بعض الخيارات الاخرى ، مثل تحديد البحث في الفيديوهات ا (اكبر من 20) البحث في الفيديوهات ذات الدقة العالية فقط (HD) وبعض الخيارات الاخرى. هذه الخيارات المتعددة للبحث مفيدة جداً ، فوقت وقوع الاحداث الساخنة مثلا يود المستخدم ان يبحث عن احداث الفيديوهات أو عن تلك التي تم رفعها في نفس اليوم ، أو قد يود المتصفح ان يبحث عن قناة متخصصة في مجال معين بحيث يجد فيها الكثير من الفيديوهات التي يود 'هدها في ذات المجال.
- المطلب الخامس : مواقع المفضلات الاجتماعية :

Social Bookmarking هي ظاهرة إنترنتية تنتمي لأحد تيارات تطبيقات

الإنترنت Web Applications التي تنتمي للمرحلتين الثانية والثالثة من الإنترنت، وهي المرحلة التي

الخبراء على تسميتهما Web 2.0. Web 3.0 ويكاد المراقبون يتفقون على تسمية الغالبية

الساحقة من البرمجيات المكونة لبيئة Web 2.0 بمصطلح صار متداولاً في الأوساط الأكاديمية تحت اسم:

البرمجيات الاجتماعية³⁹ Social Software التي صار لها أهمية كبيرة استنادا لتغير فلسفة الإنترنت الجديدة على نحو تبدلت فيه الأوضاع ليصبح المستخدم هو مركز ظاهرة الإنترنت بعد أن كان أصحاب المواقع يتبوأون هذا المركز لفترة امتدت من 1992 وحتى 2003 .

أولا : لمحة تاريخية :

لإنترنت الاجتماعية أو Social Web

البرمجيات الاجتماعية التي استندت للجيل الثالث من لغات بناء تطبيقات الويب. وتتضمن هذه الحزمة ظواهر برمجية متعددة لها وجودها المتميز أونلاين؛ لعل أبرزها⁴⁰:

- 1- Blogs Blogger
- 2 Clipping Clip Marks
- 3 Instant Messaging
- 4 Forums
- 5 Chatting Rooms
- 6 والتعليم الإلكتروني E-Learning
- 7 Online Games
- 8 Media Sharing You Tube Flickr
- 9 Cataloging Media Yellow Pages

³⁹ - Wikipedia, the free encyclopedia, The Article of: Social Software.

⁴⁰ - تم الاعتماد في هذا الجزء بتصرف على المقالة

:

Stowe Boyd, Are You Ready for Social Software?, Personal Site of Stowe Boyd, 17-10-2006.

Personals	-10
Social Citations	-11
BibSonomy Connotea CiteULike	
Face Book Social Networks	-12
Second Life Virtual Worlds	Hi5، والعوالم الافتراضية
Wikipedia Softpedia Wikis	-13

وتتفاوت المراجع المختلفة المؤرخة لتاريخ الويب في وضع الفئات العامة التي تصنف تحتها هذه التنويع العريضة من مواقع الجيل الثاني من الإنترنت أو مواقع Social Software. فبعضها يصنفها لأربع فئات تتضمن

الفهارس أو الأدلة الاجتماعية Social Guides Social Libraries

Virtual Worlds. Social Network Services ، والعوالم الافتراضية.

ويضيف بعض الخبراء مواقع Social Media كالمدونات والمنتديات والمواقع المجانية والمجموعات البريدية.

بينما البعض الآخر يضيف البرمجيات التواصلية Communicational مثل غرف الدردشة وبرمجيات

⁴¹.Windows Live Messenger

ثانيا : انتشار ظاهرة التدوين المصغر :

Tags هي مصطلح ظهر خلال الأعوام القليلة الماضية بحسب تعبير الباحثة سو شاستين، وهي

() () الويب عبر تقنية علامات تداول المواقع المستخدمة في مواقع

⁴¹ - وسام فؤاد، الإنترنت ما بعد التفاعلية وتطوير الإعلام الإلكتروني، موقع اتحاد كتاب الإنترنت العرب، بتاريخ 10 11 2007.

: نحو إنترنت عربية حرة الذي دشنته الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان

Technorati del.icio.us وغيرها⁴² وتشير موسوعة ويكيبيديا إلى أن مصطلح Tag

يستخدم في إطار الحديث عن ما وراء البيانات (Metadata)

(16). وتقوم هذه

المواقع على قواعد بيانات تستقبل هذه العلامات لتحتفظ بها في الوقت الذي تقوم فيه بتزويد محركات البحث

بهذه العلامات والمواقع التي تم تعليمها بها، وهو ما يسهم في رواج الصفحة او الموقع بدرجة أكبر.

ويرتبط باستخدام هذه العلامات أن تتسم المرحلة الجديدة من فهرسة المواقع بعدة سمات؛ أهمها سهولة الفهرسة

Folksonomy. ويعتبر الخبير

Jakob Voss Folksonomy يعد مرادفا للمعاني التالية :

Social Classification

Collaborate Tagging

أو الفهرسة بغرض التشـ Social Indexing ، أو وضع علامات على المواقع بغرض التداول Social

43. Tagging

Folksonomy منحتين من كلمتين؛ هما Folk : Taxonomy

تصنيف الكائنات، وعليه فالمصطلح يعني علم التصنيف الذي وضعه مستخدمو الإنترنت. وهو بهذه الكيفية

الاشترك في بناء جوهر مشروع الفهرسة . Tags التي

⁴² - Sue Chastain, What is Tagging?; Using Keyword Tags for Digital Photo Organization, About.com.

⁴³ - Wikipedia, the free encyclopedia, The Article of: Folksonomy.

يتعامل معها مستخدم الإنترنت باعتبارها كلمة مفتاحية عادية يعد ثورة على المنظومة القديمة التي كان الخبراء والمتخصصين فيها يحتكرون مساحة الفهرسة وفق تقنية تضاءلت جدواها بمر الزمن .

ثالثا: تطور الظاهرة واستقرارها

يرجع تاريخ مفهوم تداول علامات المواقع إلى أبريل من عام 1996 مع تدشين موقع حمل اسم itList تضمن هذا الموقع خدمات تداول علامات المواقع بخدمتين تقوم إحدهما على جعل العلامات المنتقاة علنية ومتاحة للجميع من مشترك الموقع بالإضافة لتأمين إمكانية أن تتاح للمستخدم إمكانية الاحتفاظ بقدر من . وخلال السنوات التي تلت ذلك التاريخ، أصبحت خدمة

الاحتفاظ بعلامات المواقع أونلاين خدمة تنافسية دخل حلبتها شركات مثل Backflip, Blink, Clip2,

ClickMarks, HotLinks وغيرهم. واعتمدت هذه الخدمة على تنظيم علامات المواقع في مجلدات

ينشئها المستخدم في الموقع يدويا أو آليا () . ثم انتجت شركة Blink

يمكن للمستخدم أن يضيفها في متصفحه لكي تيسر عملية حفظ المواقع وتعليمها.

Backflip بابتكارها خدمة تمكن المستخدم من إرسال الموقع بالبريد لنفسه أو إلى من يريد، كما مكنت

المستخدمين من استضافة ازرار لحفظ علامات المواقع داخل صفحاتهم الخاصة او مواقعهم. لكن هذه

المشروعات باءت بالفشل لعدم قدرة هذه الشركات على إبداع منظومات لتحقيق أرباح من وراء مثل هذه

وفي خواتيم عام 2003 del.icio.us مدشنا العلامات غير الرسمية للفهرسة Tags

Social Bookmarking ، غير ان نجم هذا الموقع بدأ في الأفول نسبيا

في مواجهة مجموعة جديدة من المنافسين الذين عملوا بفلسفة ج Furl Simpy

الذين يصنفهما البعض باعتبارهما موقعي Social Citation Connotea Citeulike

Stumbleupon. وبدأت دقات المواقع تترى

Social Bookmarking

بعد ذلك حتى تجاوزت اليوم 250 موقعا تتفاوت حظوظهم من الشهرة.

رابعا : أجيال الظاهرة وملامح خدماتها:

يمكن الإشارة إلى مرور الظاهرة الجديدة التي ظهرت منذ 2003 بمجموعة من الأجيال بحسب مقدار

الخدمات التي تقدمها للزائر.

وقبل الشروع في رسم ملامح هذه الاجيال؛ لابد من الإشارة إلى أن القول بوجود جيل سابق لا يعني أن هذا

اختفى، بل لا تزال ثمة مواقع تمثله، وربما هي بطريقتها للتلاشي خلا ستة أشهر أو عام أو ربما أكثر.

اللحظة الراهنة تثبت أن هذا الجيل لا يزال حاضرا بجمهوره.

ويمكن إجمال هذه الأجيال بقدر من الإيجاز :⁴⁴

1- الجيل الأول: del.icio.us ، ولم يلبث أن انضم لقافلته

الكثير من المواقع مثل Google Bookmarks Yahoo-My Web Add This

Netvouz.

Taggly. linkaGoGo

إمكانيات وضع العلامات وتداولها وإدارتها مع تفاصيل واسعة في الإدارة والاستيراد والتصدير؛ لا زالت تجعل

لهذا الجيل رونقا، ويكتفي بهذا القدر.

2- الجيل الثاني: الجيل الثاني فيتسم بوجود اهتمام حقيقي بحالة التشبيك التي مثلت الأساس الأول الذي

⁴⁴ - قام الباحث بإجراء مسح استطلاعي شمل 50 موقعا من مواقع علامات تداول المواقع وخلص لهذا التقسيم الجيلي

. ويقدم هذا الجيل دوائر مختلفة ومتعددة للـ

بينها، ثم يطرح الموقع تفضيلات للمستخدم لينتقي علامات التداول المحددة بواسطة أي من دوائر التشبيك التي يختارها، مع وجود تعدد في مستويات وكيفيات التعامل مع الفهرسة في علاقتها بدوائر التشبيك.

المواقع المعبرة عن هذا الجيل موقع **Magnolia** ، بالإضافة إلى مواقع مثل موقع **Diigo** **Feed** **NewsVine** **BlinkList** **Me Links** .

3- الجيل الثالث: الجيل الثالث يوفر درجة عالية من درجات التفاعل والنقاش بين المستخدم ودوائر

على فكرة فهرسة المواقع في إطار

. ومن أهم المواقع التي تعد رموزا لهذا الجيل موقع **BUMPzee** **BlogLines**

co.mments.

4- الجيل الرابع: الجيل الرابع من مواقع علامات التداول هي تلك المواقع التي صممت لكي تلتحم

قلا وهذا الجيل من علامات تداول المواقع لها مواقع، لكن أكثر هذه

البرمجيات تطورا هو برنامج **Yoono** يقتصر فيه دور الموقع على تحميل البرنامج مع المتصفحات التي تقبل

. **Yoono** يعمل مع المتصفحات بخلاف الإكسبلورر .وهو يفتح في بار جانبي في

: القسم العلوي يتولى عرض المواقع التي يغلب

عليها أن تتم فهرستها بالعلامات التي تنطبق على الموقع المفتوح، والقسم الأسفل يكون به أسماء المتواجدين

أونلاين ممن أضافوا علامات للموقع الذي يفتحه المستخدم في نفس اللحظة، بحيث يم

يدخل في دردشة مع من أضاف هذا الموقع.

وينتمي لهذا الجيل أيضا موقع مثل **Yolicit** **Stumble Upon**، ويتشابه الأخيران في وظائفهما التي

تتعلق بإنشاء حوار غير مباشر حول المواقع المفضلة وتلك المرفوضة؛ بالإضافة للوظيفة التقليدية من التصنيف ما يختلفان عن البرنامج الأول في أن الأول يوفر تواعلا مباشرا أكثر في مساحة التشبيك، يضل إلى درجة توفير مساحة للدردشة حول علامات التداول. فلو أن أحدا صنف إسلام أونلاين باعتباره موقعا أسباب اختياره لهذه الكلمة المفتاحية أو تلك تعبيرا كوصف للموقع. وربما يكون لمثل هذا الإجراء وظائفه الترويجية بجانب وظائفه المرتبطة بصورة الموقع ومدى وصول رسالته للجمهور المستهدف.

المبحث الثالث : خدمات مواقع الاعلام الاجتماعي :

المطلب الأول الخدمات الاجتماعية والترفيهية :

تعدد الخدمات التي تبثها الشبكات الاجتماعية ,

الشبكات او المستخدمين يؤكد علي انها تقدم خدمات تستدعي الاهتمام ومن ابرز الخدمات التي تقدمها

45

† الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي ملفات تمكن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل

الاسم والسن وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية ,

إلي عالم الشخص.

⁴⁵ - Danah m. Boyd, Nicole B.Ellison , Social network sites; Definition , history and scholar ship , Journal of computer mediated communication , vol(13),issue (1)

- 2 الأصدقاء أو العلاقات :
 صديق الذي يعرفهم في الواقع ,
 يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي .
- 3 إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص , أو غير الموجودين في القائمة.
- 4 البومات الصور: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الالبومات ورفع مئات الصور , وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضا.
- 5 المجموعات: تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجتمعات , حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة , ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة او المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتدى حوار مصغر , كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events , ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين.
- 6 الصفحات: ابتدع هذه الفكرة موقع facebook , حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع او المنتجات للفئات الذي يحددها , ويقوم موقع الفيس بوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل

ترى دانه بويد **Danah Boyd**⁴⁶ خدمات مواقع شبكات التواصل الاجتماعية حيث أصبحت هذه الأخيرة تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات و النشاطات المختلفة ذلك من خلال مجموعة من الخدمات و التي يمكن أن ندرج أهمها فيما يلي:

1. **الاتصال مع أفراد العائلة:** ذلك لما تتيحه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم و الفوري مع مختلف

2. **الممارسات السياسية:**

المستخدم بالمشاركة السياسية من عن طريق إبداء آرائه و توجهاته، و مختلف الممارسات كعملي العديد من القضايا عبر تلك المواقع.

3. **تكوين العديد من الأصدقاء:** حيث أصبحت تشكل مواقع شبكات التواصل الاجتماعية البيئة الافتراضية

التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاءه و وفقاً للمعايير التي يختارها هو .

4. **التسليية و ممارسة الهوايات:**

خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب و التسليية، بالإضافة إلى ذلك أصبحت هذه الأخيرة تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في نفس اللعبة مع أفراد آخرين و مباشرة، و من جهة أخرى أصبحت تشكل البيئة التي يقوم من خلالها المستخدم بممارسة مختلف هواياته و اهتماماته.

5. **التسويق والإعلان:** حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع شبكات التواصل

الاجتماعية ذلك من اجل الترويج و الدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الإشهارية المتنوعة، كما

⁴⁶ - Danah Boyd ; Understanding Socio-Technical Phenomena in Web 2.0 Erea ; Microsoft Research New England ; Combridge MA ; 22sd of September 2008 in <http://www.danah.org/papers/talks/MSR-NE-2008.html>; at 15-11-2011.

6. الخدمات الطبية: ذلك من خلال ما تتيحه مواقع شبكات التواصل الاجتماعية من مختلف الصفحات

...الخ.

المطلب الثاني : الخدمات السياسية :

إن عضوية الأفراد سواء في الجماعات المتشكلة عبر الشبكات الاجتماعية فتح الباب للممارسة السياسية في الفضاء المعلوماتي فالشأن السياسي أصبح متغير أساسي بالنسبة للشبكات الاجتماعية .

الاجتماعية ساهمت في تأرجح التفاعلات السياسية بين عالين الأول هو العالم الواقعي , والثاني هو العالم الموازي المتمثل في الشبكات الاجتماعية

المنتشرة عبر الفضاء الرمزي . أن المردود البارز للشبكات الاجتماعية يتجلى بوضوح في النواحي السياسية ويمكن التدليل علي ذلك في ثلاث محاور يتمثل الأول هو تعبئة الرأي العام , ر الثاني في ممارسة , والثالث في تفعيل دور المجتمع المدني.

٤- تعبئة الرأي العام

تلعب الجماعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية دورا فعالا في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية ويمكن صياغة بعض الوقائع -

الجماهيرية : فقد أضحت الشبكات الاجتماعية مجال الآن للاحتجاجات والتشجيع علي الإضرابات.

6 استغلت الفضاء الافتراضي في

التحريض علي الإضراب والتحول من السياق الافتراضي إلى السياق الواقعي . المثال الثاني متمثل في الدعاية

: فقد فتحت الشبكات الاجتماعية مجال جديد للدعايات الانتخابية وطرح البرامج الانتخابية .

والدليل علي ذلك تكوين الجماعات عبر شبكة علي مستوي الصعيد المحلي لنشر البرامج

, أكبر قدر ممكن من المستخدمين .وتستخدم في جمع التأييد الشعبي

بجماعات تعمل في هذا المنحي . ويتجلي في .

إذ أن منشأ هذه الشبكات عالمي , ومعظم الشبكات الاجتماعية تأسست لغرض اجتماعي متمثل في فكرة التواصل الاجتماعي بين الأفراد الذين يشتركون في نفس الاهتمام , ثم توجه الاهتمام وخصوصا مع ظهور الموجة الثانية للشبكات الاجتماعية وعن استحياء في البداية إلي ممارسة السياسة عبر الشبكات , ثم ازداد لشبكات الاجتماعية ومردودها علي ممارسة السياسة علي الأصعدة المحلية.

ب- ظهور المواطنة الافتراضية

إن الشبكات الاجتماعية فتحت المجال امام ممارسة قضايا المواطنة عبر الإنترنت والتي اطلق عليها المواطنة

الافتراضية Virtual citizenship . يغيب

بمقوق محددة

في الثقافي الافتراضية

ظل التي تعاني - إلي - في

في الافتراضي

. فهناك ممارسة لحقوق المواطنة في المجتمع الافتراضي ,

الواقع إلي المجتمع الافتراضي الذي يعد بوابة جديدة لعبور وتحقيق المواطنة مع الاخذ في الاعتبار ان قضايا

: المواطنة الافتراضية عملية نشأة ومحلية المردود

1- المواطنة المقننة المتمثلة بافراد المجتمع وهم يستخدمون المواقع المقننة مثل بوابات الحكومة الإلكترونية ومواقع الوزارات والجامعات والجمعيات وغيرها، والتي في الغالب تقع ضمن النطاق (.edu, .gov, .org). وإن هذه المواقع تحكمها ضوابط وتعليمات وحتى شروطا للملاحة فيها، مثل اسم الما السر أو بيانات الاشتراك بالموقع. تتمكن هذه المواقع من التحكم بسلوكيات المستخدم كما يمكنها من خلال برامج الحماية من احتواء الفيروسات والقرصنة قدر الإمكان.

2- المواطنة الحرة التي تمكن المستخدم من الملاحه في مواقع الانترنت بحرية وبدون شروط وقيود.

(Social Networking-Facebook, Twitter,)

(MySpace,) على مساندة هذا النوع من المواطنة حيث يسهل ربط افراد المجتمع العالمي في جماعات صغيرة تسعى نحو تبادل المعلومات والمعارف والتشارك بها بغض النظر عن الجنس واللغة والدين . لقد ذلت تلك التكنولوجيا كل الحدود ولم يعد الضمان الوحيد لحسن التعامل من خلالها إلا الأخلاق والتربية والحصانة الذاتية الناجمة عن الثقافة والقيم الإنسانية.

ج تفعيل دور المجتمع المدني.

تسهل الشبكات الاجتماعية وتنميتها في السياقات العالمية ومردودها المحلي في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني , حيث ان هناك العديد من منظمات المجتمع المدني منه علي سبيل المثال الاحزاب السياسية علي الصعيد القومي قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية . تروج من خلال هذه الشبكات للبرامج والسياسات التي تتبناها , وهناك بعض النقابات والجمعيات الأهلية استغلت الشبكة في , ودعوة المستفيدين إلي برامجها ومشروعاتها .

المطلب الثالث : الخدمات التعليمية :

إن النظام التعليمي اليوم يخضع لتغيرات كبيرة على كافة مستوياته :
 رد في خطط التنمية الاجتماعية والاقتصادية للدول ، ثم الحاجة إلى تنفيذ هذه الخطط عبر مخرجات تعليمية قوية تتحول لديها المعرفة إلى مهارة ؛ تزداد التوجهات لتطوير التعليم ودعم المتعلمين ليس فقط من أجل
 س المعلومات ، ولكن لتطوير المهارات اللازمة للاندماج في المجتمع مع ما يستلزمه
 من مواكبة الثورة التقنية المعاصرة من خلال ترسيخ مفهوم التعلم والتدريب مدى الحياة .

والسؤال الفيصل في تكنولوجيا التعليم هذه الأيام هو :

كيف يمكن تطوير أنماط تعلم من المتعلم من بناء المعرفة في منظومة التعليم التعاوني حيث يتشارك هذه
 المعرفة مع آخرين في المجتمع في هذا العصر قد تغيرت : من منظور واحد يقدم المعرفة في

قالب ضيق محاط بالقيود والأطر الجاهزة ، إلى تفاعلات ديناميكية فة ممارسة تتحقق في

مختلف الظروف وعبر مراحل حياة المتعلم . أهم أوجه هذه العلاقة :

- تخطي الحواجز الفيزيائية :

المتغيرة للأهداف التربوية وتوفير سلسلة واسعة من التفاعلات ، والأدوات اللازمة للتدريس ، والخبرات المهنية
 حين يتم إعادة تشيكل هذه الأبعاد في عوالم افتراضية على الويب وتجارب مجتمعية الكترونية .

- تشجيع النبوغ الجماعي : لم تعد النظرة إلى الابتكار والإبداع كأحد ثمار العبقرية الفردية المنفصلة عن

تأثيرات المجتمع فحسب ؛ بل أصبح العمل الجماعي في اكتساب المعرفة وتطبيقها رافدا أقوى في تنمية

المواهب الفردية أيضا، حيث تظهر التغذية المرتدة في التعليم التعاوني كنشاط إضافي يضاف إلى خبرة المتعلم

- دمج المعرفة الطلابية والتخصصية معا : حيث يتمكن المتعلمون من الوصول إلى الفئات المختلفة في المجتمع ذات الصلة بفكرة التعلم وحقل المعرفة كالخبراء التعليميين والمتخصصين في كل علم وصناعة مما يثري المتعلمين بطرق جديدة تشجعهم على الإبداع خارج حدود التعليم الرسمي .
 - الوصول إلى المعرفة والتواصل مع أطراف العملية التعليمية :
- المكتوب إلى توظيف الوسائط المتعددة وتسخير التقنيات المحمولة والتي تبشر بمستقبل واعد في إثراء التواصل .
- تحول المتعلمين من التلقي إلى المشاركة "

المطلب الرابع : القضايا المتعلقة بمواقع الاعلام الاجتماعي :

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعية مفهوما وفكرة مميزة إذا ما ارتكزت أساسا على تلبية احتياجات ومصالح المجتمع الرقمي او ما يطلق عليه ايضا بالمجتمع الافتراضي. إنها تبني اكبر بجمعات عالمية تضاهي مجموع سكان أكبر دول العالم كما هو الحال مع الفيس بوك كي يتفاعل الناس مع أصدقائهم وضيوفهم بغض النظر عن . لم يتوقف الأمر عند هذا الحد بل تجاوزه ليوفر فرصة للمستخدمين لتبادل ملفات البيانات والبرامج وتقارير الأعمال.

ناهيك عن تلك الأهداف الإيجابية الرائعة التي صممت هذه التقنية لأجلها، هنالك العديد من المخاطر التي تصاحب استخدامها، ببساطة إنها منبثقة من حقيقة وطبيعة الخصوصية على الإنترنت التي بلاشك تدعو إلى . لقد أثار موضوع الخصوصية الكثير من المخاوف الأخلاقية والاجتماعية التي تتمركز في وجهات الذ :

1 منظور الحقوق الفردية والملكية: فشبكات التواصل الاجتماعي هي بمثابة وسيلة منفتحة للجميع وإن مجرد اعتبارها مساحة شخصية على الإنترنت غير كاف للتحكم بما يطرح فيها من معلومات وملفات شخصية، وبالتالي يفقد الفرد حقه في منع الآخرين من تتبع معلوماته والاط

آخرين ويوزع عليهم تلك المعلومات وإن لم يكن الأول صاحب المعلومات يعرفهم، وهكذا تتحول المعلومات

2 منظور النفع الإيجابية والسلبية: حيث تسمح شبكات التواصل الاجتماعي في بناء علاقات تفاعلية بين الافراد وقد تكون تلك العلاقات مجدية عندما يعكس افراد المجموعة قيمهم الاخلاقية عند التشارك بالمعلومات والاهتمامات الموضوعية والمعرفية، ولكنها في ذات الوقت قد تتضمن أنشطة غير قاز

رسائل التهديد وتشويش الحقائق وتسخير الصور لأهداف لا أخلاقية عبر الإنترنت عموما مؤدية إلى أضرار محتملة تلحق بمفهوم هذه الخدمة. ولكون مجتمع الشبكات متناميا بشكل كبير وبدون توقف، ولكون ما ينتج عن أنشطته فيضا من المعلومات الهائلة، يصبح من الصعب جدا الحفاظ على التوازن بين تلك المنافع الإيجابية

3 منظور الإنصاف :

المساواة بين الجميع، فالفرد في الجماعة لا يعرف السمات الشخصية لمن يتحاور معهم عبر الانترنت وبالتالي

4 منظور المصالح العامة المشتركة:

الاجتماعية بما تتيحه من فرصة التشارك بالافكار والاهتمامات، بينما يرى اخرون انها فرصة لتدمير الاخلاق
قدرة البعض على تعزيز قيم أو محاولات توريط بقيم أخرى غير مقبولة.

بقي البوصلة هي التي

حدد الاتجاه، إنها التربية والثقافة معا.

5 منظور الخصوصية : البيانات المتحصلة من الشبكات الاجتماعية، لا سيما نمط الصداقة بين المستخدمين،

قد تشكل مصدرا ثميناً للمعلنين، كما يقول فيتالي شماتيكوف أستاذ علوم الكمبيوتر في جامعة تكساس الذي
ترك في عملية البحث. ومخطط اغلبية الشبكات الاجتماعية لعمليات جني الارباح عن طريق التشارك بهذه
المعلومات، في حين يأمل المعلنون في استغلال ذلك، للعثور مثلا بشكل خاص على مستخدم ذي تأثير كبير
وإغراقه بالإعلانات لكي تصل إلى حلقة أصدقائه أيضا. لكن شماتيكوف يقول إن مثل هذه المعلومات تجعل
«لأنه لدى إطلاق هذه المعلومات ونشرها ينبغي الاحتفاظ بتركيب الشبكة

الاجتماعية وبنيتها، فإذا لم تتمكن من ذلك، فإن ذلك يعني أن الشبكة ليست ذات فائدة للغرض الذي
أنشئت من أجله» على حد تعبيره.

ناجحة عن التفاعل مع البيئة الافتراضية. فهي لا تختلف عن أية بيئة طبيعية لها أبعاد

ثقافية بالإضافة إلى أبعادها التقنية. ثقافيا، إنها محاكاة حيثما تدعونا لزيارة مواقعها لنقضي فيها وقتا غير

محسوب. . لم تصمم هذه البيئة اعتبارا بل هي تتبع الذكاء

لاصطناعي وتتوافق مع فلسفة افتراضية حديثة تنسجم معها وإن كانت، وهذا شيء طبيعي، تتعارض مع

. أما تقنيا، فقد استغرق تطوير هذه البيئة عقودا من العمل المستمر،

لمؤسسات والأفراد جهودا وثروات لتحقيقها قبل أن تأخذ المسائل

الأخلاقية لها دورا فيها، وهذا وارد إذ لا يمكن قياس البعد الثقافي المتعلق بالسلوك الأخلاقي إلا بعد تطويع

البيئة غير الواقعية (الافتراضية) والتفاعل معها ومن ثم قياس أفعال الناس الذين يتعاملون معها لـ

..

وبالرغم من إدراكنا لها بانها بيئة افتراضية، غير واقعية، فهي من صنع الفكر البشري الواقعي وإنها خبرة وليست

بمجرد قطعة تكنولوجية، وعليه فلها تأثير حتمي مباشر على واقعنا. كمستخدمين، نحن لا نمثل أدوارا فيها

فحسب، بل نحاكيها . ومن هنا علينا الاعتراف بانها نموذج افتراضيا (غير واقعي)

. النقطة الأهم هي تحليل دور الأخلاق في تنظيم سلوكنا ضمن هذه

البيئة الحرة غير الواقعية.

الفصل الرابع : بناء الرأي العام في المجتمعات الافتراضية

المبحث الأول : ماهية المجتمع الافتراضي

المبحث الثاني : الاتصال إلكتروني تفاعلي في المجتمع الافتراضي

المبحث الثالث : التعبئة الافتراضية للرأي العام

المبحث الأول : ماهية المجتمع الافتراضي :

المطلب الأول- سوسولوجية المجتمع الافتراضي :

من أهم منجزات الثورة الاتصالية التي ساهمت في تشكيل فضاء جديد وهو الفضاء الرمزي Cyber space الذي يعد إطارا جديدا لعلاقات اجتماعية عابرة للقوميات والأماكن وهي ما تسمى بالإنترنت فالمتعارف والذي يعد أحد عليه أن الجماعة الاجتماعية مجموعة من الأفراد يجمع بينهم قيم مشتركة وشعور بالانتماء يعيشون في بيئة جغرافية مكانية واحدة تحكمهم قيم وأعراف يجتمعون عليها ويتفقون فيما بينهم علي وسائل الردع وقواعد الضبط الاجتماعي التي تحكم ما يحدث بينهم من علاقات ,ولكن الإنترنت ساهم في تشكيل علاقات تتجاوز الإطار الفيزيقي المكاني وتفاعل الوجه بالوجه وشكل مستخدموه وخاصة الذين يجمع بينهم اهتمامات مشتركة جماعات يطلق عليها Virtual Community¹ الجماعات الافتراضية وهي شكل جديد من أشكال التفاعل الإنساني. تتكون هذه التجمعات من مجموعة من الأفراد والذين يستعملون الحاسب الآلي للاتصال بينهم وذلك يختلف عن اتصال الوجه بالوجه² Face to face Communication.

شكلت الأنترنت الفضاء الرمزي الذي نجح في الجمع بين أفراد ينتمون إلي هويات مختلفة ويعد هاورد رينجولد Haward Rhingold من الاوائل الذين ساهموا في توجيه نظر العالم صوب دراسة المجتمعات الافتراضية وقد جاء ذلك في كتابه الجماعات الافتراضية Virtual Community والذي يؤكد فيه بأن هذه الجماعات تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني يتبادلون المعارف فيما بينهم ويكونون صداقات يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات ولكن ليس عن قرب وتتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية هي الأنترنت الذي بدوره ساهم في حركات التشكل الافتراضية³.

وقد طرح رينجولد شكل جديد للتفاعل الحديث وكان أول من كتب عنه هو نظام الدردشة علي الإنترنت ويتم ذلك من خلال تبادل الحديث والمشاركات عبر الكمبيوتر وهذه التفاعلات لا يشترط أن تكون عن طريق الوجه بالوجه تتم هذه التفاعلات في اللحظات التي يحدث فيها الدردشة بدخول أكثر من طرف في تفاعل آني عبر

¹ أحمد زايد, عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية, عالم الفكر, مجلد 32, يوليو- سبتمبر, 2002, ص61.

² - Bishop, Ann Peterson, Community for the new century, Journal of Adolescent & Adult Literacy, vol- 34, issue 5 Feb 2000, P. 472.

³ - Rhingold Haward, Virtual Community,1993, [http://www.com.user/h\(R\)Vcboal](http://www.com.user/h(R)Vcboal)

الإنترنت, إلا أن هذا لم يكن هو الخط الوحيد لتجمعات الإنترنت الافتراضية, فهناك تفاعلات اجتماعية فائتة لا تتم في نفس اللحظة ولكن تتم عن طريق البريد الإلكتروني⁴.

وقد أطلق علي التفاعلات التي تتم داخل التجمعات الافتراضية الاتصال الإلكتروني التفاعلي⁵ يضم هذا الاتصال أفراداً متنوعين يشتركون في نفس الأفكار والأنشطة وعلي الرغم من أن هذه الاتصالات تفاعلية إلا أن المشتركين في هذه التفاعلات هوياتهم غير معروفة فالفرد في التجمعات الافتراضية يتنكر في أكثر من شخصية ويستطيع الفرد بذلك أن يعيد نفسه في ذات الجماعة بأكثر من هوية وهذا هو الجزء الذي يقف تحدياً أمام دراسة هذه التجمعات⁶.

إن أهم ما يميز هذه التجمعات الافتراضية هي انها متاحة للأفراد الذي يريدون المشاركة في احد انماطها, فالمدينة

الافتراضية علي حد قول البرتا روبرت Alberta Ropert وميشيل جينكنسون Jenkinson Michael مدينة لا تنام. فهناك دائماً أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حني في منتصف الليل⁷ ولا

غرابة في ذلك فلقد أصبح الإنترنت بشكل عام جزءاً من حياة الناس والجماعات الافتراضية بأنماطها المختلفة

باتت تشكل أهمية للعديد من المهتمين بالإنترنت علي وجه خاص وذلك ما دعا ماريا باكردجيفا Maria

Bakardjieva إلي أن تعلن أن الحاسوب أصبح أسلوب حياة وذلك في الفصل الذي أعدته بعنوان

Technology in everyday life⁸ التكنولوجيا في حياتنا اليومية

تعد البحوث الإمبريقية العلمية للجماعات الافتراضية مجال خصب ووعد كبير للباحثين وذلك كونها تقدم تفسيراً

لفهم نتائج التقنية الإلكترونية علي التفاعل الاجتماعي علي الرغم من أن ما يواجهه هذا النوع من الجماعات من

صعوبات في دراستها قد لا تتوافر في دراسة الجماعات العادية - فهذه العلاقات

الكونية الجديدة وليدة التقدم في وسائل الاتصالات فقد اتخذت هذه التجمعات من الإنترنت آلية للاتصال

والتفاعل وذلك بعدة مستويات وأبعاد منها البريد الإلكتروني, صفحات الويب وأن هذه

⁴ - Mathewj Smith , Community Building Strategies in online fanzines , journal of Popular culture vol 33 , issue 2 , 99, P.87.

⁵ - A. Beghetto Ronaldo, virtually in the middle Alternative Avenues For parental Involvement in Middle , levels schools, learning house , vol 57 , issue 1, Sep. Oct 2001 , P.23.

⁶ - Alison Smith, Cyber Life and Cyber harm: a human rights approach, social alternatives, Vol 17, issue 4, Oct 98, P. 8.

⁷ - Jenkinson, Michael, Alberta Report, Welcome to the virtual world, Western report, Vol 21, issue 3, 1/3/94, P.24.

⁸ - Bakardjieva Maria, Internet Society. The Internet in every day life, Sage publications, London, 2005, P.37.

التجمعات تفتقد إلى الإطار المكاني وهذه التجمعات يجمع بين أفرادها فضاء مشترك لا يعتمد بالأساس علي

9

الرغبة في التواصل مع الغير متأصلة لدي الإنسان ومهما قيل عن حوار الإنسان والآلة والإبحار في محيطات الإنترنت, فليس هناك ما هو أروع للإنسان من أن يقيم حوارا مع إنسان غيره علي الطرف الآخر يشاركه اهتماماته وهمومه ويتبادل معه معارفه وخبراته. ولقد اقترب اليوم الذي لن يبقى فيه شيء يصعب علي مشارك فيه غيره وذلك بفضل تكنولوجيا المعلومات, ومن الطبيعي أن تنمو الرغبة في التواصل مع ما نشهده في زماننا هذا من ظاهرة الاغتراب والانكفاء علي الذات وانقطاع الصلة مع جار السكن . انتشار الجماعات الافتراضية علي الإنترنت ¹⁰.

همت الأنترنت في تشكيل وعي الفئات الاجتماعية التي تتفاعل بداخلها وتلعب أيضا دورا حيويا في تكامل منظومة الثقافة والأهم في هذا الصدد هو أن البنية المعلوماتية الجديدة توفر تفاعل بين منظومات الثقافات

International net

, فالثقافة التي تجمع بين الأفراد الذين يتفاعلون عبر ش

أطلق عليها لفظ الثقافة السيبرية¹¹ Cyber culture وهي مجموعة متكاملة من النقلات النوعية علي الصعيد الثقافي, ولقد احتلت ثقافة الإنترنت مكانا بارزا لها عند دراسة التجمعات الافتراضية فهي ثقافة خاصة Post national community¹² يشكل هذا النمط الثقافي الجديد إطارا ثقافيا خاصا يجمع بين المنخرطين في التفاعلات الافتراضية.

في الوقت الذي ينتشر فيه نمو العلاقات الاجتماعية العابرة للقوميات والحدود يزداد التفاؤل تارة والتشاؤم تارة . فالبعض يري ان هذه العلاقات الاجتماعية الجديدة تؤدي إلي تدعيم الحرية والحوار المتبادل وفتح المجال أمام تبادل الأفكار والخروج من سلطة الحكومات التي تستبد بالحريات في حين أن البعض الآخر يجد أن الإنترنت تساهم في سحب الناس من مجتمعاتهم ليصبحوا اقل ارتباطا بقومياتهم, مما يثير القلق حول مستقبل الانتماء إلي

⁹ - C. kinnelly Susan problems and promises in the study of virtual community: A case Study, university of Pennsylvania, school of social works USA 2000 .
www.isoc.orglinet2000/cdproceedings/29/29-.1.htm.

¹⁰ , رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي, عالم المعرفة, 2001, 265, 501.

¹¹ , صورة الثقافات العربية والإسلامية علي الإنترنت وخطة تنفيذية مقترحة لإقامة شبكة مواقع خدمات للإعلام الثقافي العربي,

العربية للتربية والعلوم والثقافة, إدارة البرامج العامة والاتصال, 1999, 1.

¹² - Irvein Martin, Global cyber culture, reconsidered, cyberspace Identities, and the Global information city, www.georgetown.edu/faculty/Irvein/articles/globalculture.html

Real society كما أن الإنترنت تخلق فرصا للحكومات ليس لها مثيل لمراقبة حياة المواطنين

13

المطلب الثاني : مفهوم المجتمع الافتراضي :

NTIC – New Information And

ساهمت

Communication Technologies في تقليص المسافات بين القوميات المختلفة في هذا الصدد

سهل الإنترنت العلاقات بين البشر الذين يتشاركون نفس الاهتمامات ليتبادلوا بينهم الخبرات والمعارف اقترب اليوم الذي لن يبقى فيه شيء يصعب علي الإنسان أن يشارك فيه غيره وذلك بفضل تكنولوجيا المعلومات¹⁴ Informlation Technology ومن الطبيعي أن تنمو الرغبة في التواصل والتي امتدت لتشمل تواصلات وعلاقات علي المستوي الكوني تشكلت هذه التقاطعات في جماعات افتراضية.

يعد مصطلح المجتمع الافتراضي Virtual Community من المفاهيم الجديدة التي برزت من خلال ثورة يثة ويحاول الباحث أن يشير إلي تعدد الترجمات حول المصطلح نظرا طبيعة المفهوم الجديد فالمصطلحات الجديدة أكثر إثارة للجدل منها إلي الاتفاق لاسيما إن كان أصل المصطلح غريبا وليس أدل علي ذلك من الاختلافات في ترجمة هذا المصطلح سوي طرح بعض الترجمات :

1- نبيل علي : Virtual Community Virtual

Virtual ()

في , , , يخيل, مخيل, وخائلات وقد مارس الكاتب في هذا حقه في توسيع فعل ()¹⁵ إلي معني التعدي بأداة خال له الأمر كائنا .

2- أحمد زايد : أحمد زايد المصطلح إلي " " .¹⁶

3- Virtual إلي مصطلح افتراضي .¹⁷

¹³ - Bruce Bower, the social net, science news, vol 161, issue 18, 2002/4/5 P.282.

¹⁴ .501 ,2001 ,

¹⁵ أحمد زايد,

¹⁶ .301 , ,

¹⁷ .82 ,2002 ,211 , عصر الصورة الإيجابية والسلبيات, عالم المعرفة,

4- محمد محيي الدين : محمد محيي الدين Virtual Virtual Community

وقد تنوعت التعريفات حول مفهوم الجماعات الافتراضية من ذوي التخصصات المختلفة ما بين مهتمين بعلوم ريف التي توصلنا إليها هي :

1 - تعريف عمرو الجويلي : " جماعات تشكلت إثر الثورة المعلوماتية التي أتاحت الفرصة إلي تقليص التباعد الجغرافي مما أتاح الفرصة للاتصال بين أفراد يقعون عبر مسافات متباعدة يجمع بين أفرادها نوع من الإحساس " 19

2- جوناثان لايزر Jonathan Layzer : " تجمعات تشكلت من خلال شبكة الإنترنت لا يقطن أعضاؤها في بوتقة جغرافية واحدة ولكنهم موزعون في أنحاء مختلفة ومنتشرة حول العالم يجمع بين هذه التجمعات اهتمامات مشتركة ومختلفة وتتعدد أنماط هذه التجمعات ما بين تجمعات تجارية وتجمعات " 20

4 - berne : " أن مفهوم الجماعات الافتراضية هو مفهوم مركب يشير إلي علاقات تظهر بين الافراد الذين يتشاركون عبر الإنترنت استغل هذا المجتمع التقنيات الإلكترونية وادواتها في تحقيق وتنفيذ مشاركات " .
(Brenner) هذا المفهوم في المؤتمر السنوي الذي عقد في لندن في سبتمبر من 2001, Virtual Community²¹ .

5- نبيل علي : بأنها تجمعات اجتماعية يجمع بين اصحاب الاهتمامات المشتركة واهل التخصص الواحد وأصحاب الرأي وجماعات السمر والدردشة وتبادل المعلومات والنوادر ويمكن لأي عضو في هذه الجماعة أن

32, 4, 2004, 018.

¹⁸ - محمد محيي الدين, المشكلات النظرية والمنهجية للبحث السيسوأنتوجرافي, في المجتمعات المتخيلة, مجلة

¹⁹ - العلاقات الدولية في عصر المعلومات مقدمة نظرية , العلاقات الدولية في عصر المعلومات مقدمة نظرية , 123, 1996, 32.

²⁰ - Layzer Jonathan, and others, collecting user requirements, in a virtual population: A case study, USA, 2000, www.user page un bc. Edv / Nbuch wiet / Papers, lazr. Htm.

²¹ - EV. Brenner, Report from the field virtual community in the business world, information today, vol 17, issue 11, Dec. 2000, P. 67-68.

يث حديثه لجميع أعضائها دون استثناء أو يختص فريقاً منهم أو يسر لفريق بعينه ما يريد أن يجبهه عن الآخرين ويمكن للعضو أن يقدم نفسه تحت أسماء مستعارة بل ويمكن أن يتنكر العضو في شخصيات متعددة²².

6 بسبوني إبراهيم حمادة: "تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة، بينهم ويشعرون كأنهم في مجمع حقيقي"²³

7- أحمد زايد: "تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الإنترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن يجمع بينهم شعور إنساني كاف بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني"²⁴.

8- محمد محيي الدين فيري ان مصطلح المجتمعات المتخيلة من المصطلحات الشائعة والذي يشير إلى تلك الأنماط المتمفصلة من العلاقات والأدوار والمعايير والنظم واللغات التي تطور بوساطة الأفراد خلال عمليات الاتصال المباشر علي الخط كما اشار إلى ان مصطلح المجتمعات المتخيلة²⁵ من خلال الطرح السابق للمفاهيم التي تتعلق بالجماعات الافتراضية تجدر الإشارة إلي أن هناك ثمة اتفاق حول الآتي:

- 1 الجماعات الافتراضية تشير إلى تجمعات اجتماعية لا مكانية بمعنى لا يشكل أعضاؤها تجمعا مكانيا فلا يجمع إطار جغرافي ولكن هذه التجمعات تنطلق لتشمل أفرادا ينتمون إلى هويات وقوميات مختلفة.
- 2 اتفقت المفاهيم الآنفه علي أنه ثمة وسيلة تجمع بين أعضاء هذه الجاليات التي تنتشر في الفضاء الرمزي وهي
- 3 هناك اتفاق بين جميع المفاهيم علي وجود اهتمامات مشتركة بحيث يشترط لعضوية الفرد في إحدى الجماعات الدخول إلى موقع الجماعة التي تتفق واهتماماته بحيث يتقابل مع أعضاء آخرين من نفس الاهتمام
- 4 يمكن لأي عضو في الجماعة أن يدخل في مناقشات مع فرد واحد أو أكثر في مضامين تتفق واهتمامات

²² ، ، 501.

²³ بسبوني إبراهيم حمادة، حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة، مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، الدراسات وبحوث الدول النامية، ، 2001، 34 53.

²⁴ أحمد زايد، ، عالم الفكر، 3، - سبتمبر 2003، 61.

²⁵ محمد محيي الدين، ، 608.

فرد كما يمكن للفرد أن يشارك في أكثر من جماعة علي حسب ميوله واهتماماته. من خلال هذه الرؤية السابقة يمكن القول ان هناك تقاطعات بين المجتمعات الحقيقية والمجتمعات الافتراضية, أنه في الغالب يحدث بين المتفاعلين افتراضيا مثلما يحدث في الواقع الحقيقي ولكن ليس المنخرط في هذه التفاعلات أن يتجه بالحديث في الواجهة التي تناسب مع اهتماماته, في ذات الجماعة, تتيح هذه التجمعات حرية قد لا تكون متوفرة في الواقع المعاش مثلما هي في الحيز الرمزي.

المبحث الثاني : الاتصال إلكتروني التفاعلي في المجتمع الافتراضي

المطلب الأول : التفاعلات الافتراضية :

إن المتأمل لواقع التفاعلات الافتراضية يدرك أنها لا ترتبط ببنية أو هوية محددة كونها تتم من خلال وسيط اليكتروني وهو الانترنت. وفي هذا الشأن يمكن الخروج بمجموعة من السمات التي تميز علي النحو التالي:

- **الانقطاع:** إن المتأمل حقيقة التجمعات الافتراضية علي تشكالاتها المختلفة يدرك أن هذه العلاقات والانخراط المستمر فيها يؤدي إلي قطيعة علي المستوي الاجتماعي, فهذه العلاقات الافتراضية تؤدي إلي انقطاع العلاقة مع . وتستهلك وقت الفرد في علاقات تخرج به عن إطار العلاقات الفيزيقية لتسبح بالفرد في فضاء جديد هو الفضاء الرمزي, غير أن هذه النظرة المتشائمة تحدث عندما تتراد التفاعلات الافتراضية لتجاوز تفاعلات الفرد الواقعية.

- **تعدد المراكز وتبادلها:** تتسم التفاعلات الاجتماعية علي المستوي الافتراضي بتعددية المراكز وتبادلها, فهذه العلاقات لا مركز لها, كلها علاقات تخرج من السيطرة,

, فكل فرد يستطيع أن يكون مركز الجماعة في أحيان كثير , الحوار مرة أو مرات فهذه التفاعلات تفاعلات لا يحتكرها شخص يهيمن أو من يقوم بفرض سيطرة علي الحوار ولكن الجماعات الافتراضية كلها تفاعلات لا مركزية, فتبادل الأدوار وارد في هذه التجمعات إذ تسمح هذه التفاعلات بتعدد المراكز في الوقت ذاته , من هنا فمن الممكن أن يكون للجماعة الافتراضية أكثر من مركز في موضوع الاهتمام الواحد وهذا المركز ليس حكرًا علي فرد مهيم ولكن يخضع للتبادل حسب رغبة الداخل في الحوار في معظم الأحوال.

ج الإخفاء: إن العلاقات الاجتماعية الافتراضية في معظمها تجمعات خفية مجهولة الهوية- إلا في القليل منها فالفرد الذي ينخرط في هذه التفاعلات له الحق أن يخفي نفسه تحت مسميات مختلفة, وأحيانًا يدخل التفاعلات باسم مشهور من المشاهير,

, وأحيانًا ويدخل بأسماء فكاهية ... الخ فهوية الفرد أو شخصية تختفي في ظل هذه التفاعلات بل وتباين في قوالب عديدة. فلا يستطيع الداخل في هذه التفاعلات أن يعرف من الذي يتحدث إلي من وعنصر تجهل الهوية يفرض تحديًا نظريًا في دراسة هذه الجماعات التي قد تتعدد هويات أفرادها أو تزييف في صور متعددة.

→ **التفكك:** Gray Krug في فصله المعنون بالتكنولوجيا كثقافة Technology as

Culture إن ابتكار الواقع الافتراضي وعوامله الالكترونية أدي إلي تفكيك العلاقات الفيزيائية بين الأفراد-

يقصد بذلك أن تفاعلات الواقع الافتراضي التي تتم في إطار الإنترنت أثرت بدورها علي تفكيك العلاقة بين التفاعلات التي تقوم علي أساس الوجه بالوجه²⁶. فتشكل الفضاء الرمزي أدي إلي تفكك في العلاقات الفيزيقية لمي المستوي الافتراضي, وتشير الدلائل الواقعية أن

هناك مزيدا من الاتجاه نحو التفاعلات الافتراضية وخاصة في ظل التحديات الطارئة علي الواقع المعاش. ولقد طرح ألبرت بورجمان **Albert Borgman** فكرة في هذا الصدد مؤداها أن حاسبتنا تبعدنا عن علمنا حيث أن الإنترنت يلعب دورا في التأثير علي الأشخاص,

عبر فضائه²⁷ ساهمت هذه العلاقات في تفكك ما هو تقليدي من العلاقات الاجتماعية وتشكل ما هو افتراضي علي المستوي العالمي إذ ان هذه الجماعات لا ترتبط بهوية بداها او قومية معينة ولكنها بح ينتمون إلي هويات مختلفة وقوميات متعددة كل ما يجمعهم فقط هو اهتمامات مشتركة.

→ **التمرد:** لقد فتح الفضاء السيبري مجال جديد للتمرد والحركات الثورية والتحررية, التفاعلات الافتراضية تفاعلات تمردية,

, وخاصة في المجتمعات السلطوية, فلقد فتح الإنترنت مجالا جديدا للتفاعلات تقوم علي الحرية وتخرج , فاجال مفتوح في الفضاء الرمزي للاتفاق علي الثورات او التظاهرات من دون قيود المكان , المستويات القومية أو العالمية أن الإنترنت وتجمعاته الافتراضية يشكل آلية رئيسية تساهم في تقارب المسافات والاهتمامات والاتفاق علي مناهضة بعض القضايا أو المطالبة ببعض الحقوق.

→ **الفردية:** هناك نزوع في المجتمع الافتراضي وتفاعلاته إلي الفردية,

, فالفرد المنخرط في التفاعلات الافتراضية - حتي لو كانت جماعية

بوصفه فردا من أمام شاشة كمبيوتر خاصة تأخذه من عالمه الواقعي إلي عالم افتراضي , يؤدي ذلك إلي ما يمكن تسميته عند التجاوز في هذه التفاعلات إلي نوع من أنواع الاغتراب وذلك في حال انفصاله عن واقعه الحقيقي.

المطلب الثاني : تشكيل الرأي العام في المجتمع الافتراضي

²⁶ - Krug, Gary, communication, Technology and culture chang, SAGE publications, London-Thousand Oaks, New Delhi, P.2.

²⁷- - borgmann Albert, society in the postmodern era-the Washington Quartey, winter, 2000, P.189-200.

- إن المجتمع الافتراضي لم يكن ليظهر فجأة ولكن حدث نتيجة عدد من العوامل التي مهدت لظهوره من أهمها ، ومع ذلك فإن هذا المجتمع لم تكتمل صورته بعد ، وبمجتمع المعلومات العالمي وهذا المجتمع اخذ في التشكل ولا يستطيع احد التكهّن بالصورة الأساسية للمجتمع الافتراضي في المستقبل ،
- 1- سرعة التغيرات التي تطرا علي هذا المجتمع ، وارتباط تحولاته بصناعة البرمجيات التي تتطور في عالمنا بشكل
- 2- كثرة المتفاعلين في السياق الافتراضي ، إذ أن هذه التفاعلات بدأت علي المستوى النخبوي ، معها كل من يجيد أساسيات التعامل مع الكمبيوتر.
- 3- اثار المترددين علي تفاعلات المجتمع الافتراضي ، إذ انه لا يرتبط بشريحة عمرية واحدة ، الأعمار منذ الطفولة حتي الشيخوخة تتفاعل في هذا السياق.
- 4- تعدد الصور والايات التي يتواصل بها الافراد في التفاعلات الافتراضية ما بين غرف محادثات ومجموعات ، ومدونات وغيرها من طرق التفاعل.
- ورغم هذه الصعوبات في محاولة رسم سيناريوهات مستقبلية حول واقع التطور الذي يحدث علي خلفية التفاعلات الافتراضية إلا ان ذلك لا يعني ان المجتمع الافتراضي يزيح المجتمع الواقعي ليحل محله ، ت التي تخرج عن إطار المحلية وتبقي إشكالية حول مستقبل التفاعلات الواقعية في ظل الانخراط في التفاعلات الافتراضية ومستقبل التفاعلات الاسرية علي وجه الخصوص في ظل انفراج بوابة المجتمع الافتراضي.

حركة الرأي العام في الاتصال عبر الحاسوب :

1- طريق الحاسوب أو ما يعرف بالسي إم سي هو عبارة عن عملية اتصال بشرية عبر استخدام الحاسوب، بحيث يجمع بين مجموعة من الناس مع الاحتفاظ بخصوصيتهم. مختلفة ومتنوعة الغرض منه الوصول لغايات وأهداف معينة²⁸.

2- encoding

أنظمة حاسوب شبكية أو غير شبكية، والتي تيسر عملية ترميز الرسائل المرسلة. ونشاهد في هذه العمليات encoding وترجمة لوجهات النظر عبر العالم التناظري من خلال التركيز على مزج الناس، ولوجيا، والعمليات، والتأثيرات²⁹.

التفاعلات الافتراضية في الاتصال عبر الحاسوب³⁰ :

1. خلق وتجسيد معاني جديدة عن طرق المراسلات بالبريد الإلكتروني بإرسال مواضيع مختلفة، في غرف
2. نشر الأفكار بطريقة تسلسلية بحيث ينتقل المتصل من نقطة إتصال إلى نقطة أخرى عبر سيرورة معينة.
3. يلاحظ الأفكار المختلفة والآراء من خلال استخدام وسائط متعددة منها النص الكتابي والصوت والصورة والفلم القصير.
4. المشاركة الفعالة في المنتديات لغرض الإتصال والذي يبدأ بإبداء الرأي ومن خلاله نستنتج الهدف والمعيار

العوامل المؤثرة على عملية الإتصال عبر الحاسوب وهي التالية: ³¹

- 1 الحرية والمساواة في المنزلة والمكانة، حيث تكون فيه حرية الفرد لا محدودة غير مرتبطة بجنس أو عمر أو مركز اجتماعي أو ثقافة معينة، فالكل سواسية وكل فرد يملك حرية التعبير عن آراءه وأفكاره دون قيود

²⁸ - Computer-Mediated Communication and The Public Sphere: A Critical Analysis . Journal of computer Mediated Communication issue 7 volume (1) October 2001

²⁹ - Introduction: Computer-Mediated Collaborative Practices , Caroline Haythornthwaite Journal of Computer-Mediated Communication, issue 10 volume (4) , 2005

³⁰ -Multimedia Performance in a Computer-Mediated Community: Communication as a Virtual Drama , Charles Soukup , Journal of computer Mediated Communication issue 9 volume (4) july 2004.

³¹ - Interactive Internet? Studying Mediated Interaction With Publicly Available Search Engines , Paul Wouters , Diana Gerbec , Journal of computer Mediated Communication issue 8 volume (4) july 2003.

اجتماعية أو سياسية أو غيرها لأن سرية الهوية تشجع الفرد على التفا

إيجابية تحتسب لصالح الـ CMC

كلامية أو تبادل لألفاظ غير أخلاقية خلال المناقشات بسبب الحرية الواسعة في هذا النوع من الاتصال.

2 CMC يساعد جدا في كشف الصفات والسمات الكامنة في شخصية الفرد خصوصا قدرات الفرد على التحليل والمناقشة والتعبير عن الذات، كما إنه يسهم في تنمية الذات وزيادة الخبرات، كما ان عملية الاتصال نفسها تكفل للفرد الحرية في العمل والتعبير بعيد عما يعترض حياته من مشكلات قد تعوقه عن العمل في الحياة العادية،

. CMC

3 سهولة نشر المواضيع المختلفة الصحيحة منها و غير الصحيحة قد يؤثر سلبا على الـ CMC

العوامل المساهمة في نشر الفتنة والإشاعات وغيرها.

4 السرقات الأدبية والفكرية سهلة الحدوث في الاتصال عبر الحاسوب عنها في الاتصال المباشر.

المطلب الثالث : مواصفات الرأي العام في الاتصال عبر الحاسوب :

أولاً: ترشيح الاشارات تقليلها **cues-filter-out**

تعتبر من النظريات الاتصال عبر الحاسوب التي تدمج بين نظريتي ال SOCIAL PRESENCE
MEDIA RICHNESS النظرية هي أن في الاتصال المباشر ftf communication
عديدة يمكن استخدامها لتوصيل الرسائل و التي يفتقر لها ال CMC كتعبير الوجه و الشكل و البيئة و حركات
الجسم و غيرها .

Communication Mediated Face to face group

: Ccommunication group

1. في ال CMC يتم انجاز العمل في وقت أطول

2. عدم وجود رئيس للمجموعة في ال CMC

3.

4. flaming من السلوكيات التي ظهرت في ال CMC :

Name calling, swearing, insult, attacks....

Communication-Relevant Qualities Of Computer Media

ثانياً: الوقت و المكان **TIME AND SPACE**

المكان : لا فرق في التفاعل أو الاتصال بين شخصين في مبنى واحد أو شخصين كل منهما في بلده مختلفة عند

CMC

الزمان: تتميز هذه التقنية بسرعة الاتصال و انتقال المعلومات خاصة في ال Synchronous Media .

ثالثاً: عدم الرؤية وإخفاء الهوية **Anonymity or Invisibility**

عدم توافر معلومات اكيده عن المستخدمين و يفتح ذلك المجال لتعدد الهوية و الاحتفاظ بالسرية و الخصوصية و

E-mail:

addressivity Instant messages و تسمى هذه البرامج بال

الأفراد مما يجعلها أكثر شخصية interpersonal في التعامل بين الأفراد و لكم عن ال FtF بأن الأخير لا يحتاج إلى عنوان.

CMC باحها يمكن حفظها و نسخها و ارسالها في تواريخ محددة و ايضا يمكن تعديلها و هذا FtF

رابعا: هوية المستخدمين Computer-Mediated Identities:

أن اللغة في المستخدمة في ال CMC Anonymity حيث أن الشخصية تكون مجهولة و هذا يجعل CMC يمرر المستخدم نفسه من قيود المكان و الزمان و كانه انسان مختلف و يقوم البعض بتكوين شخصيات مختلف كليا عن شخصياتهم الحقيقية .

توجد ايضا ظاهرة تغيير الجنس ، حيث تدعي البنت انها ولد او العكس ، و لكن يلاحظ انه عندما يجسد جنس شخصية جنس آخر تتميز هذه الشخصية بالـ .stero-type personality

CMC هي نفسها في الواقع لذلك لا تكون شخصياتهم مجهولة و لكن استخدامهم لهذه التقنية تكون لتحسين صورتهم في الحياة الواقعية.

خامسا : العلاقات الانسانية عبر الحاسوب Computer-Mediated Relationships

هناك فرصة أكبر لنشوء علاقات صداقة على الانترنت لعدم وجود مخاطر اجتماعية و لأن الهوية مجهولة فالمتصلين يكونون أكثر جرأة في التحدث للغرباء .

الإعجاب في ال FtF cmc

وجود اهتمامات مشتركة و الإعجاب بطريقة المحادثة CONVERSATIONAL STYLE.

أن العلاقات المتكونة على الإنترنت تبدأ عادة في ال discussion chat public ثم تنتقل إلى ال e-mail instant messages ثم التلفون حتى تصبح في النهاية FtF.

cmc دور كبير في تقوية العلاقات بين أفراد الأسرة ، فإذا كان أحد الأبناء مثلا يدرس في الخارج يمكن استخدام الإنترنت للتواصل و ذلك لأنه أقل تكلفة من الوسائل كالتلفون و يوفر تسهيلات أكثر كال VIDEA .CONFERENCING

سادسا : الجماعات الاجتماعية في الاتصال عبر الحاسوب Computer-Media Social Groups

مع بداية الأبحاث على ال CMC Group أو التي تسمى الوحدة
Online-Groups Community في تقييم و تحليل الجماعات تم التركيز على ثلاث محاور :

1. التنظيم المعياري Normatively regulated

المعايير المتبعة بين الجماعات في ال CMC يقوم الأفراد في الجماعة بوضعها و ليس الوسيط medium.

'The Way Of Speaking '

يشمل أو يتضمن الشكل أو الاستخدام الثقافي للغة .

لمة لا معنى لها أو تقوم بالمزاح بطرق فريدة ، يكون ذلك طبيعيا و عاديا لأفراد

.FtF

2. الزعامة Hierarchical

الزعامة في ال cmc يجعلهم متساوون و لا اختلاف بينهم .

heavy users

light users. حيث يلاحظ أن بعض المشتركين يكتبون عدد قليل من الرسائل أو المشاركات بينما

البعض الاخر تكون لهم مشاركات كثيرة .

MUDs

بعض البرامج في ال CMC

لبعض المستخدمين بحذف المستخدمين الاخرين أو القيام ببعض التغييرات و يكون هناك نوع من المنافسة و القوة

3. الدعم Supporting

هناك جماعات على الإنترنت تقدم الدعم و المساعدة للمشاركين و نوع الدعم المقدم يعتمد على ما تحدده الجماعة من البداية فهناك جماعات تقدم الدعم و النصيحة و المساعدة الصحية و البعض الاخر الاجتماعية أو العاطفية و غيرها. وهناك أيضا جماعات تقوم بمناقشة موضوعات خفيفة كاهوايات مثلا و لكنها أيضا قادرة على

هذا الدعم المقدم على الإنترنت في الجماعات يتميز ان الفائدة تكون عامة فعند عرض مشكلة يقوم الجميع

البعض يكون متحمس لهذه الجماعات لأنها تتغلب على حواجز الزمان و المكان و توفر اتصال باناس لهم نفس لا يكونوا متوفرين في الواقع . وتسمح هذه الجماعات بمناقشة مواضيع حساسة لا يمكن . تتميز هذه الجماعات بافتقارها التعهدات الأخلاقية .moral commitment . المتصلون يمكنهم الذهاب بسهولة دون الحاجة للإستئذان مثلا كما يحدث في ال FtF .

المبحث الثالث : التعبئة الافتراضية للرأي العام

المطلب الأول : الاعلام الاجتماعي و الاحتجاج الرقمي :

تعد تونس إحدى دول شمال أفريقيا المطلة على البحر المتوسط، والتي يشهد لشعبها بثوراته على الظلم. مدار تاريخها شهدت دولة تونس الشقيقة العديد من الثورات، . وكثيرا ما كانت تلك الثورات تمتد لتشمل معظم دول المغرب العربي، 1881

1907 وتأثرت بحركة تر ، ثم ظهر الحزب الدستوري ³² . تونس في مارس عام 1956 على استقلالها وتولى الرئيس الحبيب بورقيبة الحكم كأول رئيس لتونس التي استكملت استقلالها عام 1963 ، وفي 7 نوفمبر عام 1987 تولى

1959 ³³ . ورغم تضمن مواد هذا الدستور للعديد من المواد التي تضمن حياة وتضمن حرية الفكر والتعبير وحرية المعتقدات وحرية التنقل، وهو ما يوجد في معظم الدساتير أرض الواقع في دولة تونس. وبالتالي كان الواقع هو الافتقار للحريات من حرية التعبير والتدين والتحرر من الخوف والتي ، ورغم ذلك فقد فشل النظام التونسي وحكومته في توفيرها للمواطنين، ة توفير هذه الحريات وعمل الإصلاحات السياسية وتحقيق العدالة الاجتماعية ، بجانب انتشار الفساد في عهده بشكل فاق كل حد إلى جانب العديد من الأسباب التي دفعت لثورة الشعب في تونس الاحتجاج الاجتماعي علي ساحة الإنترنت وساهم في استبدال أدوات الاحتجاج التقليدية إلى أطر جديدة تسبح في الفضاء المعلومات ³⁴ . ويعد الإنترنت هو الوسيلة الثورية لعصر المعلومات ³⁵ . ولقد نجح في

³² - هنا محمود - معلومات أساسية عن جمهورية تونس، آفاق أفريقية (: الهيئة العامة للاستعلامات. 7 (2001). 158.

³³ - هنا محمود - معلومات أساسية عن جمهورية تونس، 159.

³⁴ - MELISSA A. WALL ،Social movements and email: expressions of online identity in the globalization protests ،new media & society ،Vol9(2) ،SAGE Publications ،2007 ،p :258-277

³⁵ - James W. Lindenschmidt ،JWL.Freakwitch.net ،From Virtual Commons To Virtual Enclosures: Revolution and Counter-Revolution In The Information Age ،The Commoner ،Summer/Spring 4002 ، p 2- 5

تشكل المجال العام الافتراضي، ذلك المجال الذي أصبح يشكل ساحات للتفاعل تتم في إطاره مناقشة القضايا . ولقد اعداد المجال العام الافتراضي الامل في ظل تناقص الحريات في المجال

تنطبق علي الإنترنت الذي شكل مجاله العام ليتخطي

حدود المجال الفيزيقي ويسبح في افق المجتمع الشبكي³⁶.

للقوف أمام ظاهرة توافد الحشود علي الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت Social network sites وهذا يعود الى :

الحرية الافتراضية Virtual Freedom : حيث فتح المجال العام الافتراضي الحرية امام تشكل الحركات الاجتماعية التي كانت تعاني من تأزم الواقع. فانحسار محيط الحرية في الواقع جعل من الفضاء المعلوماتي ملاذاً لها، خاصة في ظل سهولة التفاعل مع الشبكات وحرية الانضمام ومرونة التحرك.

الاهتمامات المشتركة Common Interests : وتعد هذه هي الفرضية الاولى لتشكيل المجتمع الافتراضي، حيث يقوم هذا المجتمع بالاساس علي فكرة التجانس في الاهتمامات، فلقد سمح مجال الانترنت في تشكل الحركات الاجتماعية علي مختلف أشكالها. فإذا كان المجال العام الواقعي يعاني من الانحسار فإن الإنترنت قد اعداد تشكل المجال العام ولكن علي نحو افتراضي.

التفاعلية الفورية Instant Interactive: فلقد فتح الإنترنت مجال للتفاعل وتشكل الحركات

تفرقة بين ما هو اجتماعي وسياسي وثقافي علي خلفية السياقات الافتراضية والواقعية التي لم تعد مقبولة، خاصة في ظل التفاعلية التي تشهدها التفاعلات وتراجع تفاعلاتها بين متصل الواقعي والافتراضي.

إن ظهور الإنترنت اعداد النظر في بنية الاحتجاجات في المجال العام الافتراضي وادي إلي مراجعات متعددة حول الأسس التي تقوم عليها هذه الاحتجاجات الجديدة وسائل الاتصال الرقمية قد أعادت النظر في الاحتجاجات الاجتماعية علي عدة أوجه متعددة ومن هذه الأوجه :

³⁶ - وليد رشاد، المتغيرات الفاعلة في المجال العام الافتراضي، تحليل سيبيولوجي، المؤتمر السنوي الحادي والعشرون للبحوث السياسية: التوافق الاجتماعي، مركز البحوث السياسية كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة الفترة من 11 12 ديسمبر 2007.

1. الخلفية التكنولوجية للرأي العام التونسي : تتشكل الاحتجاجات التي تعبئ طاقتها عبر الإنترنت من خلال بنية معرفية، فمرجعية التفاعل في المجتمع الافتراضي هي مرجعية معرفية بالاساس، ذلك لان الذي يحرك الاحتجاج عبر الإنترنت هم النشطاء الجدد أو النخب المعلوماتية . لاحظ أن هؤلاء النخب قد أعادوا النظر في المفهوم الطبقي التقليدي، حيث شكل هؤلاء النشطاء وحتى الجمهور المتفاعل والمشارك في الثورة طبقات جديدة من النخب السياسية التي ادارت ظهرها إلى النظم التسلطية التقليدية في المجتمع كتلك النظم التي ادارت ظهرها لنفسها حق توزيع السياسات دون اعتبار لواقع الشباب، واكتفت النخب التقليدية في تفاعلها من الشباب بشعارات زائفة لم تكن لتتحقق في الواقع بشكل واضح وفعال، ففتحت فئة الشباب لنفسها واقعا . ولعل هذه النخب هي التي قامت .

نسبة الارتباط:

100%	
100%	مخابر البحث العلمي
100%	
70%	
604.102	
737.275	عدد عناوين البريد الإلكتروني
4.200.000	عدد مستعملي شبكة الأنترنت
19.991	عدد اسماء المجالات
12.454	
544.392	()
إحصائيات شهر ديسمبر 2011 حول الأنترنت في تونس	
للانترنت ³⁷	

للانترنت

³⁷ - إحصائيات شهر ديسمبر 2011 حول الأنترنت في تونس

- 2. مرونة التفاعل:** تتيح فرصة أمام تشكل تفاعلات ايجابية تتسم بسهولة التواصل عبر الإنترنت³⁸ وتتجلى هذه المرونة من خلال تشكل ما يمكن تسميته بالأبعاد المماثلة، حيث المرونة في القدرة علي توحيد الأهداف العامة للاحتجاج علي ساحة الانترنت³⁹. ولعل مرونة التفاعل الشبكي واستغلال البعد الثقافي للإنترنت لعب دوره الكبير في تنظيم الثورة المصرية التي حققت نجاحها في الانتقال من السياق الافتراضي إلي الواقعي .
- 3 الاستثمار العاطفي:** حيث استغلت النخبة الشبكية الجديدة تقنيات الاتصال في التعبئة العاطفية للمتفاعلين من خلال الاحتجاج، واستغلال القدرة علي التشبيك في جمع التأييد حول قضايا الاحتجاج. والملاحظ أن الثورة جمعت التأييد عبر الإنترنت وبمجرد نزولها إلي الشارع احتشد إليها العديد من الشعب في محافظات الجمهورية المختلفة، بما ساهم في تعبئة الحشد الكبير الذي حقق مطالب الثورة، وحولها إلي ثورة شعبية .

³⁸ - تشارلز تيلي، الحركات الاجتماعية، ترجمة ربيع وهبه، المشروع القومي للترجمة، المجلس الاعلي للثقافة، القاهرة، الطبعة الأولى 2004 210

211

³⁹ -Christine Petit ،Social Movement Networks in Internet Discourse Presented at the annual meetings of the American Sociological Association ،San Francisco ،August 17 ،2004. Paper available at <http://irows.ucr.edu/papers/irows25/irows25.htm>

المطلب الثاني : مراحل تحرك الحشد "من المجتمع الافتراضي إلي المجتمع الواقعي

ندرك أن الحشد الافتراضي بدأ علي ساحة الشبكات الاجتماعية وخصوصا شبكة

Facebook، ولعل هذه الشبكة لها صدي كبير عند الشباب .

المستخدمين لهذه الشبكة بشكل تباين معه الإحصاءات، وتسير في اطراد يصعب معه التنبؤ بواقعها المستقبلي . وقد لعبت هذه الشبكة دورها البارز في الثورة المصرية، وصدقت هنا مقولة كاستيلز Castells في أن الشبكات الاجتماعية لها قدرة لا مركزية علي التشبيك والتنسيق واتخاذ الإجراءات ولقد ترجم في تورهم الفكرة النظرية التي قدم لها بويديراديز Boudourides والتي تتمثل في أن مرونة الشبكات الاجتماعية قدمت مجموعة من المناورات التكتيكية للحركات الاجتماعية حتي تسير في تحقيق أهدافها والمدرك للثورة المستطاعت من خلال الفيس بوك عقد هذه المناورات، ويبرز ذلك في كل مراحل الثورة وتساعد مطالبها باطراد بشكل يتضح معه مرونة التكتيك الحركي في المجتمع الافتراضي وانعكاسه علي المجتمع الواقعي.⁴⁰

في هذا الإطار يمكن تقسيم المراحل التي مر بها الحشد الافتراضي الثوري في التحرك من المجتمع الافتراضي إلي المجتمع الواقعي علي النحو التالي:

1. الدعوة إلي الثورة:

بدأت الدعوة إلي الثورة عبر موقع الفيس بوك، وتبني هذه الدعوة مجموعة من النشطاء فيما يمكن تسميته بنخب قام هؤلاء الأفراد بمحاولة بتشجيع المشتركين في القوائم المختلفة من الانضمام إلي أهداف الثورة بما يشكل دعم للدعوة إلي فاعلية الاحتجاج⁴¹ وانطلقت هذه الدعوات في ظل نجاح التجربة التونسية التي تشكلت أيضا عبر مواقع الشبكات الاجتماعية. واعتبر ذلك عاملاً مشجعاً في محاولة التماس مع هذه التجربة، ومحاولة السير علي هداها في المجتمع .

وتشير التحليلات في هذا الإطار إلي ان المجال العام الافتراضي الذي تشكلت علي ساحته الثورة هو ليس مجالاً مغلقاً ولكنه مجال مفتوح لا يتعامل مع انساق اجتماعية مغلقة ولكنه يتعامل مع نسق اجتماعي مفتوح يتأثر

⁴⁰ - Moses A. Boudourides 'Risk 'Social Networks and Social Movements ، http://nicomedia.math.upatras.gr/sn/Boudourides_RiskSNs&SMs.pdf

⁴¹ - MELISSA A. WALL ،Social movements and email: expressions of online identity in the globalization protests op . cit p 272

2. التعبئة والحشد الافتراضي الداعم للثورة :

إن واقع التظاهرات بشكل عام يعتمد بالدرجة الأولى على القناعة بالأهداف والقدرة التنظيمية والقدرة على الحشد، وخصوصاً في الثورات التي تتشكل مرجعياتها على القوة الشعبية.

يد من المطالبين بالحقوق بما يشكل مصدر ضغط والسعي نحو تحقيق الأهداف. وفي هذا السياق

ت فيرونيكا Veronica Alfaro ، إلى أن الانترنت له القدرة على تعبئة الجماهير من خلال

الارتباطات المتشكلة بين الأفراد في إطاره ومن خلال رسائل البريد الإلكتروني.

في أن هناك ارتباطاً كبيراً بين القوة والتقنية، وقد أطلق على ذلك هابرماس اسم التفاعلية التحدثية التي تساعد فلقد تحولت التقنية التي

شكلها الانترنت إلى قوة اتصالية عبر الشبكات الاجتماعية سمحت بتعبئة الرأي العام داخل تفاعلات الفيس بوك للمطالبة بالحقوق المنقوصة في الواقع⁴² ، ومن أم مؤشرات تحرك الحشود التونسية :

1 اندلاع مواجهات دامية في ولاية باجة الواقعة بالشمال الغربي أواخر التسعينات من القرن الماضي بين المواطنين وقوات الأمن على خلفية مباراة رياضية انحاز فيها الحكم إلى فريق "الترجي الرياضي التونسي"

" يا زين تلفت لنا وإلا الجزائر أولى بينا" في إشارة واضحة إلى

2 اندلاع احتجاجات ومواجهات دامية أواخر الألفية الثانية من القرن الحالي في الحوض المنجمي بمدينة الرديف ليين بحق أبنائهم

في العمل، وقد سقط في تلك الأحداث قتيل واحد وكثير من الجرحى في صفوف المتظاهرين ووقعت اعتقالات عديدة وتعذيب شديد انتهى بسجن العشرات على إثر محاكمة جائرة.

⁴² - Veronica Alfaro ،Comparing Social Movements In The Virtual Public Sphere ،From Silence And Disruption To Cyber activism 2.0: Cyber Zapatistas ،Electro hippies ،And Global Voices .available at newpolcom.rhul.ac.uk/politics-web-02-paper-download/.

3. اندلاع مظاهرات ومواجهات عنيفة في ولاية مدين الواقعة في أقصى الجنوب احتجاجا على إ
التونسية على غلق المعبر الحدودي الرابط بين تونس وليبيا والذي يمثل شريان الدورة الاقتصادية لأهل الجهة
الذين يواجهون تضخم نسبة البطالة وتدهور القدرة المعيشية بسبب سياسة التهميش.

وإذا كانت كلاسيكيات علم الاجتماع تنظر إلي الحشد من منظورات متعددة، وتقسّمه إلى تنوعات عديدة فإن
الحشد الفاعل في تعبئة الجماهير نحو الثورة يسمي بالحشد الثوري الذي يضم الأفراد الذين لديهم مطالب
. والملاحظ أن عملية التعبئة الافتراضية للثورة مرت بعدة

أهمها :

المرحلة الأولى : مرحلة الانضمام للمجموعات الشبكية : حيث شكل أرباب النشطاء مجموعات عبر مواقع
يدرك أن هناك مجموعات متعددة تشكلت علي خلفية أحداث
هذه المجموعات اهداف ورفعت مجموعة من الشعارات تحدد المطالب الثورية وتباین ردود الأفعال حول مجموعة

الحوار إلي بلورة الأهداف وخطوات التحرك بشكل يمكن من خلاله التحول نحو المرحلة

المرحلة الثانية : مرحلة بلورة الأهداف:

تبلورت مجموعة من الأهداف، مع الأخذ في الاعتبار أن أهداف الثورة كانت ذات سمة تصاعديّة إذ
بدأت الحشود الافتراضية تعلي من طموحاتها تبعاً للموقف علي الصعيد الواقعي.

المرحلة الثالثة: مرحلة المشاركة : والمقصود بها هنا واقع الدور الايجابي لاعضاء الشبكات. وتجدر الإشارة هنا
إلي أن تعبئة الحشد علي المستوي الافتراضي يقوم علي فرضيات الاتصال الشبكي.

3 التحول من الحشد الافتراضي إلي الواقع:

يتباين جمهور الحشد المتشكل عبر المجتمع الافتراضي إلي تنوعات منها النشطاء، وهم الافراد الذين يقومون
بتأسيس الصفحات والمجموعات وإرسال الدعوات إلي المجموعات الاخرى المنتشرة علي الصعيد الشبكي.
الجمهور المتفاعل: وهم الافراد الذين يستقبلون هذه الدعوات ويرسلونها إلي أصدقائهم وربما يؤسسون
المجموعات بناء علي قناعاتهم باهداف النشطاء، مع ملاحظة ان فكرة القيادة في الحشود الافتراضية او الزعامة
مفتقدة حول دائرة الأفراد، حيث تدور في فلك الجماعات.

الجمهور المتعاطف:

يتحرك نحو التحول من الحشد الافتراضي إلى الواقعي. جمهور المشاركين الواقعيين

في الميدان بما شكل بدوره محفزاً للآلاف الذين لا يتفاعلون عبر الشبكات في الانضمام، وبما يمكن من خلال وصف الحشود التي تجمعت في أنحاء عليهما ذات سمعة شعبية.

ولقد لعبت مجموعة من العوامل دورها البارز في عملية الحشد الافتراضي وتمثلت هذه العوامل في:

أ - الفهم: المتمثل في فهم دواعي تشكل الحشد والوعي بالقضايا المطروحة في إطاره، ولعل هذا العنصر محدد بشكل فاعل في أحداث الثورة المصرية إذ أن هناك اتفاقاً واضحاً من خلال موقع الفيس بوك عدل الأساسية للثورة، والتي تزايد طموحها مع المكاسب المحققة ولعل واقع الشبكة لم يشر إلى معضلات في عملية فهم الواقع سواء من حيث الأهداف أو رفض الواقع الذي يشوبه الفساد سواء كان ذلك في إطار المجتمع الافتراضي أو .

ب . الاتصال: وتعد هذه هي النقطة الفارقة بين الحشود الواقعية والافتراضي، إذ إن الحشود الافتراضية تنه آليات اتصال اتصّال عبر شبكة الإنترنت .⁴³

ج . التفاعل: إن توافر الفهم والوسيلة الاتصالية لا يجدي بدون التفاعل مع الأخذ في الاعتبار أن الحشد في المجتمع الافتراضي يتشكل على خلفية هذا المجتمع. ويشير واقع الثورة انها جمعت بين ثقافتين في محرك ولي هي ثقافة الإنترنت الذي حركت في البداية على ساحته الثورة، والثاني هو ثقافة المجتمع الذي انطلق منه الحشد إلى الواقع.

المطلب الثالث : آليات تعبئة الحشد الافتراضي في الثورة التونسية

⁴³ - Wei-Ming Chao ، Tsai-Yen Li ، 'Simulation of Social Behaviors in Virtual Crowd ' ، Appear in Proceedings of International Conference on Computer Animation and Social Agents (CASA0102) ، 2010.

تتعدد اليات تعبئة الحشود في المجتمع الافتراضي، وعند تأمل الحالة المصرية نجد أن هناك عدة آليات تم من خلالها عملية الحشد الافتراضي :

1. مجموعات الفايبيوك:

فالواقع يشير إلي أن موقع الفيس بوك

لعب دورا أساسيا في تعبئة الجماهير للمشاركة في الثورة

تونس يبدو أن موقع التواصل الاجتماعي لم يكن مجرد موقع لتكوين صداقات والتواصل بين الأصدقاء إذا تعذروا في ألتقائهم في حال حدوث ظروف ما أو مواصلة الاقارب في بلاد بعيدة تبعدهم عن بعض مشقة السفر، داة جديدة استخدمها التونسيين من أجل التواصل والتعبير عن غضبهم من الأوضاع التونسية المتدهورة في البلاد، ورجبتهم في الاطاحة بالرئيس التونسي زين العابدين بن علي.

وكان موقع الفيسبوك المحرك الأساسي للثورة في منتصف شهر ديسمبر

خلال الفترة ما بين 18 26 ديسمبر الماضي تجاوز المليون مستخدم يوميا بعد أن كان في حدود المليون و790

استعانت المخطات الإخبارية العربية والاجنبية بمده المقاطع في تغضية الاحداث التي عوضت المراسلين الإخباريين ووكالات الأنباء الذين تم منعهم من تغطية الاحتجاجات.

ومن اهم المجموعات التي عرفت على الموقع هي ”يوميات الأحداث في سيدي بوزيد“ “ “ “ “

والغريب أن بعض المراقبين أعتبروا الفيديوهات واللقطات الحية عبر الفيسبوك المحرك الأساسي للأنتفاضة الشعبية واما الوقود الذي حرك هممة الشعب.

ولم تكن المطالب الشعبية التي طالب بها الشعب مقتصره على الماء والخ

23 عاما بالحديد والنار والترهيب الأمني

2. الرموز والشعارات: أن الشرارة انطلقت من جسد محمد البوعزيزي المحترق، إلا أن

" هو الذي نقلها من سيدي بوزيد المحاصرة إلى باقي المدن، وسرع ردة فعل الشعب في كل أنحاء البلاد، بل خارجه أيضا لتشتعل النيران في جسد الانترنت أيضا، وانطلقت الشرارات من مختلف المواقع والمدونات، إذ

واستطاع هؤلاء الشباب ان يحددوا تاييد وشرعية احتجاجاتهم الشعبية، لتخرج إلى الشارع معلنة عن نفسها غير

"

ولم يقدر التونسيون ثورة ضد بن علي وحسب، بل ضد الإعلام التقليدي أيضا وضد وسائل الاحتجاج التقليدية، واقعهم وامراضهم، قبل ان يفكروا في طريقة لاستئصال الورم الذي اهلك صحة الحرية في بلادهم. واختصرت هذه التجمعات التي لا تحتاج إلى ترخيص من أي سلطة المسافات المكانية والزمانية، لتسقط نظاما فشل السياسيون المعارضون في إلحاق أي هزيمة به. وأهم خدمة قدمها هذا الموقع الاجتماعي في المقام الأول، قبل أن تنخرط مواقع أخرى مماثلة في أداء الدور نفسه، هي تحديد أماكن التجمعات بحرية وأساليب الاحتجاج وغيرها، وهنا أبان شباب تونس على وجه الخصوص، عن مدى الوعي الذي كانوا يتمتعون به رغم عدم انخراطهم في العمل السياسي أو انتظامهم داخل أحزاب أو جمعية أو غيرها، إذ لم يكن هؤلاء في حاجة إلى تأطير سياسي

" " في تونس عقب ثورة الشعب التونسي، من 790 ألف شخص إلى

820 " " إلى أول وأقوى وسائل

الإعلام في تونس إبان الثورة التي بدأت من سيدي بوزيد عقب إحراق شاب لنفسه أمام الولاية، وهي الرسالة التي تناقلها التونسيون عبر ال " "، قبل أن يفتنوا إلى قوة هذه الوسيلة للدعوة إلى ثورة لم يعرف أحد كيف

الصحافيين، دون أن يدري أن التغيير آت من مواقع اجتماعية لا تعترف بالانتماء الحزبي ولا باليسار ولا اليمين، " " الدور الحاسم في تشجيع التونسيين على رفع

" " في وجه نظام مستبد، وقادوا ثورة لم يكن يتزعمها خصوم بن علي السياسيون سواء الموجودين منهم المنفى أم في الداخل، بل انطلقت من صالونات النقاش وتبادل الآراء التي جمعت الشباب التونسي، قبل أن يجمعوا على ضرورة التغيير وملهمهم في ذلك " " ...

" " وغيرها من العناوين والتعليقات التي صاحبت الثورة التونسية داخل هذا الموقع، وأعطت لهذا الموقع الاجتماعي مكانته الحقيقية ودوره الرئيسي في سحب البساط من تحت أقدام نظام .

الفصل الخامس : أسباب ودوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع الاعلام الاجتماعي

ودورها في صناعة الرأي العام

المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

المبحث الثاني: عادات وأنماط استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع الاعلام الاجتماعي

المبحث الثالث: دوافع وأسباب استخدام أفراد العينة لمواقع الاعلام الاجتماعي ودورها في

صناعة الرأي العام .

المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

المطلب الأول: أدوات جمع البيانات

يعتمد الباحث على مجموعة من الأدوات التي تساعد في بحثه، وترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة، وهناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات، ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث لتجنب عيوب إحداها ولدراسة الظاهرة من كافة الجوانب، وعموما يتعين أن تقيم الأدوات المختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت لها ويمكن حصرها فيما يلي: الاستمارة (الاستبيان)، المقابلة، الملاحظة، تحليل المحتوى، التحليل الإحصائي، التجريب،¹ ويتوقف نجاح الباحث إلى حد كبير على استخدام أدوات البحث، فعليه الإحاطة جيدا بالأدوات والطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج مرضية بأقل وقت وجهد وتكاليف.

وانطلاقا من طبيعة بحثنا تطلب منا الاعتماد على اداتين من ادوات البحث العلمي وهذا بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية وهي: الاستمارة (الاستبيان) كأداة أساسية، بالإضافة إلى الملاحظة كأداة مساعدة إلى جانب الاستبيان.

1 الاستمارة Questionnaire: تعتبر الاستمارة الأداة الرئيسية في عملية جمع البيانات، وترجع

اهمية هذه الاداة إلى طبيعة الدراسة في حد ذاتها، حيث انها تعتمد في اساسها على قياس مدى استخدام الطلبة الجامعيين (الشباب) لتكنولوجيا الاتصال والإعلام وعلاقته باغترابهم .

¹ -محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1996، ص26

والاستبيان هو أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف استمارة الأفراد المبحوثين بطريقة ممنهجة ومقننة، لتقدم حقائق وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعا واستخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد.²

وتتم مراحل أو خطوات تصميم استمارة الاستقصاء بمراحل عدة تبدأ بتحديد إطار البيانات المطلوبة ونوعها، ثم يحدد نوع الاستمارة ونوع الاسئلة المطلوبة ثم إعداد الاستمارة في صورتها الأولية، ووضع الأسئلة في أشكالها المختارة ثم اختبار الاستمارة في صورتها الأولية، فالمرحلة الاخيرة وهي إعداد الاستمارة في صورتها النهائية، وقد اشتملت الاستمارة المصممة لهذا الغرض المحاور الآتية:

- **المحور الأول:** ويتضمن ما يعرف بأسئلة الحقائق، تشتمل على مجموعة من الأسئلة الخاصة بالحقائق التكوينية للمبحوثين (الجنس، المستوى التعليمي، الفئة العمرية)، ويعد هذا المحور ضروريا في تصميم استمارة أي بحث من أجل التعرف على الخلفية الاجتماعية والثقافية للمبحوثين، وبذلك التعرف على السمات الشخصية للمبحوثين، ويتكون هذا المحور من 3 ثلاث أسئلة .

²-محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب، 2000، ص،33.

- المحور الثاني: ويحتوي على مجموعة من الاسئلة التي تهدف إلى الكشف عن عادات وانماط استخدام مواقع الإعلام الاجتماعي ودوافعهم لذلك، إذ لا يمكننا فهم وإبراز آثار مواقع الإعلام الاجتماعي دون الاهتمام بأنماط السلوك والدافع إلي ذلك على المستوى الفردي للتحليل ويتكون من (14) سؤالاً.

- المحور الثالث: ويعد من أهم محاور الاستبيان لأنه يركز على العلاقة بين استخدام مواقع الاعلام الاجتماعي ودوره في صناعة الرأي العام وتوجيهه ، ويتكون من (13) سؤالاً.

وبعد انتهاء الباحث من التصميم النهائي للاستمارة (الاستبيان) والذي احتوى في مجموعه على (27)سؤالاً موزعة على 3محاور، المحور الأول به البيانات السوسيو ديمغرافية، والمحور الثاني جاءت فيه الدوافع والأسباب التي تدفع الشعب التونسي للإقبال على استخدام هذه مواقع الإعلام الاجتماعي، ثم المحور الثالث والأخير الذي احتوى على دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام .

بدأت الدراسة النظرية في مارس 2011، واستمرت إلى غاية 11 جانفي 2012 وقد اغتنم الباحث هذه الفترة من أجل تحديد موضوع وجمع جميع المفاهيم المرتبطة به ومدى أهمية دراسة هذا الموضوع، وأيضاً علاقته بما هو موجود في أرض الواقع، كذلك جمع كم كبير من المراجع والمصادر المرتبطة بهذا الموضوع، وتصنيفها وترتيبها فمنها مراجع ومصادر خصصت للجانب المنهجي وأخرى للجانب النظري ومنها ما خصص من أجل تدعيم الجانب التطبيقي، أما الدراسة الميدانية بدأت خلال شهر فيفري 2012. واستمرت إلى غاية شهر مارس 2012 وفيها قام الباحث بجولة ميدانية لتونس العاصمة من أجل توزيع استمارات الاستبيان على الشباب الجامعي. وبعد استعادتها من المبحوثين والقيام بعملية مراجعتها وتسجيل جملة الملاحظات التي لاحظها الباحث أثناء الدراسة

الميدانية، وصل الباحث إلى مرحلة التفريغ والجدولة والتحليل والتفسير النهائي واستخراج النتائج واستغرق ذلك حوالي شهر واحد

2 الملاحظة: تعد الملاحظة كأداة ثانية مساعدة إلى جانب أداة الاستبيان التي اعتمدنا عليها كأداة رئيسية في جمع البيانات، وهدفها يتمثل في احما تفيد في التعرف على مدى التناقض الذي قد يحدث بين تصريح المبحوث وبين حقيقة مشاعره وآرائه حول الأسئلة المطروحة عليه التي تظهر على محياه وردود فعله وسلوكياته، كما تساعد في التعرف على معلومات جديدة لم يفكر فيها الباحث من قبل،³ ولتدعيم نتائج بحثنا قمنا بتوظيف الملاحظة كأداة ثانية كما ذكرنا سابقا وهذا من اجل مشاهدة الواقع على ما هو عليه او في الطبيعة بهدف إنشاء الواقع العلمي، وتكون الملاحظة العلمية حيث تكون الإشكالية، وقد وظف الباحث الملاحظة أثناء زيارته المتعددة إلى مختلف كليات وأقسام جامعة باتنة على مراحل متعددة وسجل جملة من الملاحظات عن مجتمع الدراسة سواء بالمشاركة أو عدم المشاركة لأفراد عينة الدراسة، وقد اعتمدنا في تحليل البيانات على كل الملاحظات التي سجلت من مجتمع الدراسة.

المطلب الثاني: مجتمع البحث وعينة الدراسة

³ -عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط1 ص 41.

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية، وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها داسته وتحديدتها.⁴

ولمعرفة مجتمع البحث أولاً يجب تحديد مجتمع البحث الأصلي وما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفاً دقيقاً يشمل طبيعة وحداته، هل هي متجانسة أم متباينة؟ وهل هي موزعة في شكل فئات أو طبقات أو غير ذلك.

وفي سياق إتمام البناء المنهجي للعمل كان لزاماً علينا تحديد مجتمع البحث الذي سوف تجرى عليه الدراسة التطبيقية والذي يناسب بطبيعة الحال موضوع هذه الدراسة والمتمثلة في دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام ، ومن خلال الموضوع المطروح للبحث تبين لنا من الوهلة الأولى أن مجتمع بحثنا هم سكان العاصمة التونسية

وبعد أن قمنا بتحديد مجتمع البحث والمتمثل في الخصائص التي تميز مجتمع بحثنا عن غيره من المجتمعات الاخرى، فوجدنا أن من سماته الاختلاف من حيث المستوى العلمي وأيضاً التمايز من حيث ()

مفردات مجتمع البحث، حيث عدد مفرداته كبير ويتطلب من الباحث وقتاً كبيراً وجهداً وإمكانات مادية كبيرة من أجل القيام بدراسة مسحية، وهذا مستحيل إذا نظرنا إلى الإمكانيات المتاحة ولهذا فأغلب البحوث العلمية تكتفي

في الغالب بعينة تمثل المجتمع المدروس لان البحث يحكمه عوامل مادية وطاقات بشرية وايضا فترة زمنية محددة

فالعينة جزء من الظاهرة الواسعة معبرة عنه كله تستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب

دراسته بصورة كلية لأسباب تتعلق بواقع الظاهرة أو بالكلفة أو الوقت بحيث يمكن تعميم نتائج دراسة العينة على

5

وهناك شرطان أساسيان يجب توفرهما في عينة الدراسة أولهما أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي، أما

الشرط الثاني للعينة فإنه يتمثل في ضرورة أن تكون للمجتمع الأصلي فرصا متساوية في الاختيار، بمعنى يجب أن

يكون الإطار الكلي للمجتمع الأساسي الذي نعتمد عليه في اختيار العينة حديثا وشاملا لكافة مفردات ويضم

مختلف الحالات والأفراد، دون إغفال لبعضهم أو حذفه دون تحيز للبعض الآخر في هذا الاختيار.⁶

طريقة اختيار عينة الدراسة:

بعد تحديد مجتمع الدراسة ومميزاته وسماته العامة والخاصة، والذي شمل

ح شامل على جميع مفردات البحث من طرف الباحث الممثلة في

29 : جامعة باجي مختار، 2003

⁵ - صالح الدين شروخ:

⁶ - محمد شفيق:

أجل إجراء الدراسة الميدانية، ومن بين الصعوبات والعوائق التي تمنع الباحث من إجراء المسح الشامل على جميع

:

- محدودية الوقت أو الزمن المخصص للدراسة النظرية والميدانية والمقدر في الغالب بـ ()

).

- اتساع وكثرة مفردات مجتمع البحث سواء من حيث عدد مفردات البحث أو البعد الجغرافي مما يتطلب وقت

كبير.

- محدودية الإمكا

وبعد تحديد مجتمع الدراسة تحديدا جيدا قمنا باختيار عدد وبعد تحديد مجتمع

() وهي التي

اختيار مفرداتها على أكثر من مرحلة، فيتم اختيار وحدات العينة من المجموع الكلي لوحدة المجتمع، على ان

يقسم المجتمع الكلي اولا إلى مجموعة من الوحدات، وهي وحدات ابتدائية نختار منها عينة وهذه هي المرحلة

الأولى، ثم يعاد تقسيم الوحدات الابتدائية في العينة التي اختيرت إلى وحدات ثانوية نختار من بينها عينة جديدة،

وهذه هي المرحلة الثانية وهكذا..."

(320) (55) وأيضا عدم استرجاع (15)

(فالعدد الذي وزع على مجتمع الدراسة يقدر بـ (390)

المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

اعتمد الباحث في التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية، وقياس العلاقة الارتباطية بين مفردات

ومتغيري النوع والتخصصات الدراسية بالاعتماد على بعض مقاييس إحصائية وهي:

1 التكرارات والنسب المئوية: هي خاصة بكل الجداول، وقد حسبت النسب للمتغير المستقل (متغير

)، حتى تتمكن من معرفة الاختلافات في درجة التوزيعات للمتغير التابع (متغير الصف)، بمعرفة تأثير النوع

والتخصص على الاتجاه، فمن الواضح أن رأي الشخص لا يؤثر في جنسه أو تخصصه، إن الجنس أو التخصص

الذي يؤثر في الاتجاه كما تقول البحوث والدراسات الاجتماعية.

2- مقياس التوزيعات (كا²): (كا²) يستخدم في اختبار درجة الفرق المعنوي بين

المتغيرات المختلفة، أي بين البيانات الفعلية، التي حصل عليها الباحث في دراسته لظاهرة معينة والبيانات النظرية

المفترضة من طرفه.

(التكرار المشاهد - التكرار المتوقع) / (ش.ت) 2

(كا²) المحسوبة = $\frac{\text{التكرار المتوقع}}{\text{ت}}$

التكرار المتوقع

ثم نقارن كا² () () 2 () () (1 -)

() معين، ثم نحدد هل الفرق بين المشاهد والمتوقع هو فرق معنوي () : (H1=) 2

$$^2 \text{ المحسوبة أو غير معنوي (} H_0 = = \text{)}$$

7 . 2

المبحث الثاني: عادات وأنماط استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع الاعلام الاجتماعي

جدول رقم (01) يبين المتغيرات المستخدمة لدراسة عينة الدراسة

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس
	ى	ى	ر	ر	
	دون جامعي	جامعي	دون جامعي	جامعي	المستوى التعليمي

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
28 18	37	%11,5625	46	%14,375	47	%14,6875	24	%7,5
	154	%48,125						
38 28	77	%24,0625	19	%5,9375	16	%5	06	%1,875
	118	%36,875						
48 38	23	%7,1875	04	,251%	07	%2,1875	00	00%
	34	%10,625						
48 فأكثر	13	%4,0625	01	%0,3125	00	00%	00	00%
	14	%4,375						
المجموع	150	46,875	70	21,875	70	21,875	30	9,375
	320	100%						

1 - 28 18
عدددهم الى 154 320
%11,5625 ومبحوثين يصل عدددهم الى 37 150
%14,6875 ومبحوثات يصل عدددهن الى 47 70
%14,375
70 مبحوث ، اما بخصوص الاناث فاعن يمثل ن ما نسبته %7,5
يصل عدددهم الى 46 30
يصل عدددهن الى 24 .

أسباب ودوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع الاعلام الاجتماعي ودورها في صناعة الرأي العام	الفصل الخامس
--	--------------

36,875%	38 28	-2
	320	عددهم الى 118
	150	77% 24,0625 ومبحوثين يصل عددهم الى
70	5%	ومبحوثات يصل عددهن الى 16
5,9375%		
1,875%	70 مبحوث ،	عددهم الى 06
	30	06 يصل عددهن الى
10,625%	48 38	-3
	320	الى 34
	150	7,1875% ومبحوثين يصل عددهم الى 23
70	2,1875%	ومبحوثات يصل عددهن الى 07
1.25%		
	70 مبحوث ،	عددهم الى 04
4,375%	48	-4
	320	يصل عددهم الى 14
	150	4,0625% ومبحوثين يصل عددهم الى 13
		المستوى الجامعي فإنهن لا يمثلن هذه الفئة ،
70	0,3125%	ومبحوثين يصل عددهم الى مبحوث واحد 01
		اما بخصوص الإناث فإنهن يمثلن هذه الفئة .

جدول رقم (02) يبين مواقع الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما :

المجموع	أنثى				ذكر				مواقع الشبكات الاجتماعية		
	دون جامعي		جامعي		دون جامعي		جامعي				
255	%9.37 5	30	%18.7 5	60	%20.31 2	6	5	31.25%	10	0	فيسبوك Facebook
%79.687 5											
43	00%	00	%2.5	08	%1.562	0	5	%9.375	30		تويتر Twitter
%13.4375											
12	00%	00	%0.62 5	02	00%	0	0	3.125%	10		ماي سبايس My Space
%3.75											
10	00%	00	00%	00	%	0	0	%2.187 5	10		لينكد إن LinkedIn
%3.125											
320	30		70		70		150				المجموع
%100											وع

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بموقع الشبكات الاجتماعية الأكثر تصفحا من طرف عينة البحث ، حيث نجد

:

1- %79.6875 و مبحوثين يصل عددهم الى

255

150

100

70

56

70

60

30

30

2- تويتر
عدددهم الى 43
%13.4375
150 30
70 05
70 08

3-
مبحوثين يصل عددهم الى 12
جد منعدمة تصل الى 3.75%
150 12
70 05
30 03

4-
3.125% و مبحوثين يصل عددهم الى 10
جد منعدمة تماما تصل الى
وأما بالنسبة لباقي المتغيرات الأخرى فهي منعدمة.

$$\frac{\dots^2}{\dots^2} = 11.86$$

$$\frac{\dots^2}{\dots^2}$$

$$(1 - \dots) \times (1 - \dots) = 9 = 3 \times 3 = (1 - 5) \times (1 - 4) = 0.05 =$$

$$16.919 = \dots^2 \quad 0.05 \quad 9 = \dots^2$$

$$\frac{\dots^2}{\dots^2}$$

أسباب ودوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع الاعلام الاجتماعي ودورها في
صناعة الرأي العام

الفصل
الخامس

$$16.919 = \frac{\chi^2}{2} < 11.81 = \frac{\chi^2}{2}$$

. 0.05

المجموع	أنثى				ذكر				مواقع المدونات
	دون جامعي		جامعي		دون جامعي		جامعي		
44		00		12		00		32	ورد برس Wordpress
00	00	00		00		00		00	بلوغر Blogger
00	00	00		00	00	00		00	تيمبلر Tumblr
44	00		12		00		32		المجموع

جدول رقم (03) يبين مواقع المدونات الأكثر استخداما :

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بمواقع المدونات الأكثر استخداما من طرف عينة البحث ، حيث نجد أن :

1 - 73.0769% و مبحوثين يصل عددهم الى 19

19

12

26

02

07

2 - 26.9230% و مبحوثين يصل عددهم إلى 07

07

$$\frac{2}{3.66} = 2$$

$$\begin{aligned} & \frac{2}{2} \\ & : \\ & (1 - \quad) \times (1 - \quad) = \\ & 6 = 3 \times 2 = (1 - 4) \times (1 - 3) = \\ & \quad . 0.05 = \\ 12.592 = & \quad^2 \quad 0.05 \quad 9 = \quad^2 \quad \text{بالبحث في جداول كا}^2 \\ & \quad : \\ & \quad \frac{2}{2} \\ & : \\ 12.592 = & \quad^2 \quad > 3.66 = \quad^2 \\ & \quad . 0.05 \quad \quad \quad 2 \end{aligned}$$

جدول رقم (04) يبين مواقع التدوين المصغر الأكثر استخداما :

المجموع	أنثى				ذكر				مواقع التدوين المصغر
	دون جامعي		جامعي		دون جامعي		جامعي		
19	%00	00	%10.5236	02	%00	00	%89.4736	17	تويتر Twitter
%100									
00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	جايكو Jaiko
%00									
00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	باونس Pownce
%00									
19	00		02		00		17		المجموع

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بمواقع التدوين المصغر الأكثر استخداما من طرف عينة البحث ، حيث نجد أن

1 - تويتر Twitter 100% و مبحوثين يصل عددهم الى 19
17 17 19
02 02

2 - Jaiko Pownce

$$\frac{2}{2} = 7.19$$

$$\begin{aligned} & \frac{2}{\dots} \\ & : \\ & (1 - \dots) \times (1 - \dots) = \\ & 6 = 3 \times 2 = (1 - 4) \times (1 - 3) = \\ & \dots 0.05 = \\ & 12.592 = \dots^2 \quad 0.05 \quad 9 = \dots^2 \end{aligned}$$

بالبحث في جداول كا²

$$\begin{aligned} & \frac{\dots^2}{\dots} \\ & : \\ & 12.592 = \dots^2 \quad > 7.19 = \dots^2 \\ & \dots 0.05 \quad \dots \end{aligned}$$

جدول رقم (05) يبين مواقع تبادل واشتراك الفيديو الأكثر استخداما :

		تبادل واشتراك الفيديو							
320	%9,375	30	%21,875	70	%21,875	70	%46,875	150	يوتيوب Youtube
%100									
00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	دايلي موشن DailyMotion
%00									
00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	فليكر Flickr
%00									
320	30	70	70	70	70	150			
%100									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بمواقع تبادل واشتراك الفيديو الأكثر استخداما من طرف عينة البحث ، حيث :

100% و مبحوثين يصل عددهم الى	يوتيوب Youtube	1
150	320	320
70	70	150
70	70	
30	70	

$$\begin{aligned}
 & \text{Flickr} \quad \text{DailyMotion} \quad -2 \\
 & \text{كافة المحسوبة} = 11.81 \\
 & (1 - 0.05)^2 \times (1 - 0.05)^2 = 9 = 3 \times 2 = (1 - 4) \times (1 - 3) = 12.592 = 2 \\
 & 12.592 = 2 > 11.81 = 2 \\
 & \text{بالبحث في جداول كا}^2
 \end{aligned}$$

جدول رقم (06) يبين مواقع المفضلات الاجتماعية الأكثر استخداما :

								المفضلات الاجتماعية	
%100	%00	00	%21.4285	03	%00	00	%78.5714	11	ديليشيوز del.icio.us
100									
00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	Taggly
00									
00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	Google Bookmarks
00									
14	00		03		00		11		

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بمواقع المفضلات الاجتماعية الأكثر استخداما من طرف عينة البحث ، حيث :

%100	ديليشيوز del.icio.us	1
11	320	عددهم الى 14
14	03	14

Google Bookmarks

Taggly

- 2

$$\frac{.}{2} \\ 6.22 = \frac{.}{2}$$

$$\frac{.}{2}$$

$$(1 - .) \times (1 - .) = \\ 9 = 3 \times 2 = (1 - 4) \times (1 - 3) = \\ . 0.05 =$$

$$12.592 = \frac{.}{2} \quad 0.05 \quad 9 = \frac{.}{2} \quad \text{بالبحث في جداول كا}^2$$

$$\frac{.}{2} \\ 12.592 = \frac{.}{2} > 6.22 = \frac{.}{2} \\ . 0.05 \quad 2$$

جدول رقم (07) يبين صفة التصفح الأكثر استخداما :

230	%9.37 5	28	%18.7 5	60	%15.62 5	5	0	%28.12 5	9	0	يومية
%71.87 5											
90	%0.62 5	02	2.5%	10	%6.25	2	0	%18.75	6	0	غير يومية
%28.12 5											
320	30	70	70	150							
%100											

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بصفة التصفح الأكثر استخداما من طرف عينة البحث ، حيث نجد أن :

230 %71.875 و مبحوثين يصل عددهم الى

- 1

150

90

320

70

60

70 50 30 30

28.125% و مبحوثين يصل عددهم الى 90

2 - التصفح غير اليومي

20 50 30 28 320

70 20 30 02

$$\frac{2}{32.89} = \frac{2}{2}$$

$$\frac{2}{2}$$

$$(1 - 3) \times (1 - 4) = 3 \times 1 = (1 - 4) \times (1 - 2) =$$

$$. 0.05 =$$

$$7.815 = 2 \quad 0.05 \quad 3 = \text{بالبحث في جداول كا}^2$$

$$7.815 = 2 \quad < 32.89 = \frac{2}{2}$$

جدول رقم (08) يبين مدة تصفح مواقع الاعلام الاجتماعي :

87	%3.75	1	%	1	%9.375	3	%9.375	3	
%27.187 5		2	4.687	5		0		0	
121	%2.182	0	%10	3	%9.375	3	%15.62	5	
%37.812 5	5	9		2		0	5	0	
81	1.875%	0	5.625	1	%2.187	0	%15.62	5	ساعتين
%25.312 5		6		8	5	7	5	0	
31	%0.937	0	1.56	0	%0.937	0	%6.25	2	أكثر من ساعتين
%9.6875	5	3		5	5	3		0	
320	30		70		70		150		
%100									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بمدّة التصفح الأكثر استخداماً من طرف عينة البحث ، حيث نجد أن :

1 -	37.8125%	عددهم الى 121	320	50	70	32	70	30	09	30
2 -	27.1875%	مبحوثين يصل عددهم الى 87	320	70	15	30	30	12	70	30
3 -	25.3125%	الصفة الت حلت في المرتبة الثالثة	320	50	70	18	70	07	06	30
4 -	9.6875%	الصفة التي حلت في المرتبة الأخيرة	320	20	70	05	70	03	03	30

: 2

$$26.69 = \chi^2$$

$$\chi^2 = \frac{\sum \frac{(O - E)^2}{E}}{df}$$

$$(1 - 0.05) \times (1 - 0.05) = 0.9 \times 0.9 = 0.81$$

$$16.919 = \chi^2_{0.05, 9} = 16.919$$

$$\chi^2_{0.05, 9} = 16.919$$

$$16.919 < 26.69 = \chi^2_{0.05, 9}$$

جدول رقم (09) يبين المكان المفضل لتصفح مواقع الاعلام الاجتماعي :

	البيت				مقهى الأترنت			
	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد
231	3.437%	1	19.062%	5	11.2%	3	38.43%	12
	5	1	5	0	5	6	7	3
%72.187								
5								
89	5.937%	1	3.4375%	1	7.5%	2	8.437%	27
	5	9	0	0	4	5		
%27.812								
5								
320	30	70	70	150				
%100								

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بمكان التصفح الأكثر استخداما من طرف عينة البحث ، حيث نجد أن :

1	231	320	50	36	30	11	70
مبحوثين يصل عددهم الى	150						
123							
70							
70							

2	89	320	11	150	36	70	11	30
مقهي الأترنت هو المكان الأقل تفضيلا لتصفح مواقع الاعلام الاجتماعي و الأقل								
مبحوثين يصل عددهم الى								
11								
70								
11								
30								
13.36 =								

$$(1 - 0.05) \times (1 - 0.05) = 0.9025$$

$$3 = 3 \times 1 = (1 - 4) \times (1 - 2) = 0.05 =$$

$$7.815 = 2 \quad 0.05 \quad 3 =$$

$$7.815 = \frac{\chi^2}{2} < 13.36 = \frac{\chi^2}{2}$$

$$.005$$

جدول رقم (10) يبين عدد الحسابات التي يملكها كل مبحوث :

									عدد الحسابات التي يملكها
220	7.5%	24	%9.375	30	%20.3125	65	%31.5625	110	
%68.75									
75	%1.875	06	%8.75	28	%1.5625	05	%8.4375	27	حسابين
%23.75									
25	00%	00	%3.75	12	00%	00	%3.75	13	ين
%7.5									
320	30	70	70	150					
%100									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بعدد الحسابات التي يملكها المبحوثين من عينة البحث ، حيث نجد أن :

1 - 68.75% و مبحوثين يصل عددهم الى 220

150	110	320
	70	30
	70	65
		30
		24

2 - 23.75% و مبحوثين يصل عددهم الى 75

150	27	320
	70	28
	70	05
		30
		06

3 - 7.5% و مبحوثين يصل عددهم الى 25

150	13	320
	70	12

$$\frac{2}{2} = 09.35$$

$$\frac{2}{2}$$

$$(1 - \quad) \times (1 - \quad) =$$

$$6 = 3 \times 2 = (1 - 4) \times (1 - 3) = .05 =$$

بالبحث في جداول ك²

$$12.592 = \frac{2}{0.05} > 09.35 = \frac{2}{2}$$

جدول رقم (11) يبين مواقع نوع البيانات الشخصية المدرجة

		نوع البيانات الشخصية							
203	% 6.87 5	22	% 18.75	60	% 17.1875	5 5	% 20.625	6 6	بيانات حقيقية
%63.4375									
56	% 2.5	08	2.5%	08	3.75%	1 2	8.75%	2 8	بيانات مزيفة
%17.5									

61	00%	00	% 0.625	02	0.9375%	0 3	17.5%	5 6	بيانات مختلطة
%19.0625									
320	30	70	70	150					
%100									

يتبين من الجدول اعلاه والخاص بنوعية البيانات التي يدرجها المبحوثين من عينة البحث في حساباتهم ، حيث
:

1 - 63.4375% و مبحوثين يصل عددهم الى 203

320
66
70
60
70
55
30
22

2 - تشكل البيانات المختلطة الخيار الثاني بالنسبة للمبحوثين الذين يدرجون حسابات مختلطة

19.0625% و مبحوثين يصل عددهم الى 61
320
02
150
56
70
02
70
03
30

3 - تمثل البيانات المزيفة الخيار الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين يدرجون حسابات مزيفة 17.5%

مبحوثين يصل عددهم الى 56
320
70
08
150
28

55

نسبتهم منعدمة بالنسبة لهذا الخيار.

03

$$18.12 = \frac{\dots}{2}$$

$$(1 - \dots) \times (1 - \dots) = 6 = 3 \times 2 = (1 - 4) \times (1 - 3) = \dots 0.05 =$$

$$12.592 = \frac{\dots}{2} \quad 0.05 \quad 6 = \frac{\dots}{2}$$

$$12.592 = \frac{\dots}{2} > 18.12 = \frac{\dots}{2}$$

$$\dots 0.05$$

جدول رقم (12) يبين وسيلة التصفح

		وسيلة التصفح								
277	% 9.735	30	% 18.75	60	% 20.9375	67	37.5%	120		
%86.562										
6										
33	00%	00	2.5%	08	% 0.9375	03	% 6.875	22		الهاتف الذكي
%10.312										
5										
10	00%	00	% 0.635	02	00%	00	2.5%	08		الوسيلتين معا

3.125%								
320	30	70	70	150				
100%								

يتبين من الجدول اعلاه والخاص بوسيلة ال التي يتصفح بها المبحوثين من عينة البحث حساباتهم ، حيث يجد ان :

1 - 86.5626% و مبحوثين يصل عددهم الى 277
 320
 120
 70
 60
 70
 67
 30
 30
 150

2 - يشكل الهاتف الذكي الخيار الثاني بالنسبة للمبحوثين الذين يتصفحون به حساباتهم 10.3125%
 320
 22
 70
 08
 150
 22
 03
 70

3 - تمثل الوسيلتين معا الخيار الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين يمثلون 3.125% و
 عددهم الى 10
 320
 70
 02
 150

$$\frac{2}{2} = 23.68$$

$$12.592 = \frac{6^2 \times 0.05}{2} = \frac{36 \times 0.05}{2} = \frac{1.8}{2} = 0.9$$

$$12.592 = \frac{6^2 \times 0.05}{2} = \frac{36 \times 0.05}{2} = \frac{1.8}{2} = 0.9$$

$$12.592 = \frac{6^2 \times 0.05}{2} = \frac{36 \times 0.05}{2} = \frac{1.8}{2} = 0.9$$

جدول رقم (12) يبين مدة امتلاك الحساب على مواقع الإعلام الاجتماعي :

233	8.75%	28	%	43	%	6	%	11	
%72.8125			13.4375		19.375	2	34.6875	1	
49	.%0.625	02	3.75%	12	2.5%	0	%8.4375	27	
%15.3125						8			
31	00%	00	3.4375%	11	00%	0	6.25%	20	سنتين
%9.6875						0			
07	00%	00	1.25%	04	00%	0	0.9375%	03	أكثر من سنتين

%2.1875				0		
20	30	70	70	150		
%100						

يتبين من الجدول اعلاه والخاص بمدة امتلاك المبحوثين من عينة البحث حساباتهم ، حيث نجد ان :

1	و مبحوثين يصل عددهم الى	86.5626%				
			111		320	233
			70	43		150
			70	62		
				30	28	
2	تشكل مدة سنة الخيار الثاني بالنسبة للمبحوثين الذين يمثلون	15.3125%				
	الى		27		320	49
			70	12		150
			70	08		
				30	02	
3	تمثل مدة سنتين الخيار الثالث ما قبل الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين يمثلون	9.6875%				
	و مبحوثين يصل عددهم الى			320	31	
			11		150	22
						70
4	ر الثالث ما قبل الأخير بالنسبة للمبحوثين الذين يمثلون	2.1875%				
	و مبحوثين يصل عددهم الى			320	07	
			03		150	04
						70

$$27.36 = \frac{\quad^2}{\quad^2}$$

$$\frac{\quad^2}{\quad^2}$$

$$(1 - \quad) \times (1 - \quad) = 9 = 3 \times 3 = (1 - 4) \times (1 - 4) = \quad \cdot 0.05 =$$

$$9.488 = \quad^2 \quad 0.05 \quad 4 = \quad^2$$

$$\frac{\quad^2}{\quad^2}$$

$$16.919 = \quad^2 < 27.36 = \quad^2 \cdot 0.05$$

جدول رقم (13) يبين عدد أصدقاء المبحوثين

37	4.0625%	13	1.25%	04	1.5625%	05	4.6875%	15	50 صديق
%11.5625									
88	1.5625%	05	1.875%	06	14.6875%	47	9.735%	30	50 صديق
%27.5									
177	2.8125%	09	16.25%	52	5%	16	31.25%	100	100 50 صديق

%55.3125									
18	0.975%	03	00%	08	0.625%	02	1.5625%	05	100 صديق
%5.625									
320	30	70	70	150					
%100									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بعدد الأصدقاء لكل مبحوث من المبحوثين من عينة البحث ، حيث نجد أن :

1	–	50	100	55.3125% و مبحوثين يصل عددهم الى
	177	320	100	
	150	52	70	
		16	70	
		09	30	
3	–	50	11.5625% و مبحوثين يصل عددهم الى	
	37	320	15	
	150	13	70	
		05	70	
		04	30	
4	–	100	5.625%	
	18 الى	320	05	
	150	08	70	
		02	70	
		03	30	

$$33.69 = \frac{\dots^2}{2}$$

$$\dots^2$$

$$(1 - \dots) \times (1 - \dots) = 9 = 3 \times 3 = (1 - 4) \times (1 - 4) = \dots \cdot 0.05 =$$

$$16.919 = \dots^2 \quad 0.05 \quad 4 = \dots^2$$

$$16.919 = \dots^2 < 33.69 = \dots^2$$

المبحث الثالث: دوافع وأسباب استخدام أفراد العينة لمواقع الاعلام الاجتماعي

ودورها في صناعة الرأي العام .

جدول رقم (14) يبين كيفية التعرض لمضامين مواقع الاعلام الاجتماعي أثناء الثورة التونسية

180	%4.6 8	15	%15.6 2	50	%9.37 5	3 0	26.56%	8 5	
%56.25									
62	%0.6 8	02	%3.12	10	%1.56	0 5	%14.06 2	4 5	في الأحداث المهمة فقط
%19.375									
71	%4.0 6	13	%2.5	08	% 9.375	3 0	%6.25	2 0	
%22.187 5									
7	00%	00	%0.68	02	%1.56	0 5	%00	0 0	بالصدفة
%2.1875									
320	30	70	70	150					
%100									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بمدى التعرض لمواقع الإعلام الاجتماعي لكل مبحوث من المبحوثين من عينة :

%55.3125									1 -
				320			180	مبحوثين يصل عددهم الى	
70		50				150	85		
	30								
		30		15					70

أسباب ودوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع الإعلام الاجتماعي ودورها في صناعة الرأي العام

الفصل الخامس

2- أكثر من خمس المبحوثين يتعرضون لمواقع الإعلام الاجتماعي في أوقات الفراغ
 22.1875%
 320 مبحوثين يصل عددهم الى 71
 150
 20
 08
 70
 30
 13
 70

3- أقل من خمس المبحوثين يتعرضون لمواقع الإعلام الاجتماعي في الأحداث المهمة فقط
 19.375%
 320 و مبحوثين يصل عددهم الى 62
 150
 45
 10
 70
 05
 30
 02
 70

4-
 5.625%
 320 مبحوثين يصل عددهم الى 07
 150
 02
 70
 05
 30
 70

$$\frac{\dots^2}{\dots^2} = 21.68$$

$$(1 - \dots) \times (1 - \dots) = 9 = 3 \times 3 = (1 - 4) \times (1 - 4) = 0.05 =$$

16.919 = ² 0.05 9 = بالبحث في جداول كا²

$$16.919 = \frac{2}{2} < 21.68 = \frac{2}{2}$$

. 0.05

جدول رقم (15) يبين أسباب التعرض لمضامين مواقع الاعلام الاجتماعي أثناء الثورة التونسية :

208	%3.1 2	15	%15.6 2	50	%20.3 1	6	%24.3 7	7	8
%65									
42	%4.6 8	07	%2.5	08	%1.56	0	%6.87	2	2
%13.125								تتضمن آراء تعبير عن قضايانا	
35	%2.1 8	00	%0.68	02	00%	0	%10.3 1	3	3
%10.937 5								تقدم توجهات تتوافق مع انتماني	

35	%2.5	08	00%	10	00%	0	%5.31	1	أعبر فيها عن رأيي بصراحة
%10.937 5						0		7	
320	30	70	70	150					
%100									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بأسباب التعرض لمواقع الإعلام الاجتماعي لكل مبحوث من المبحوثين من عينة :

1 - تتضمن معلومات مختلفة عما

تنشره وسائل الاعلام 65% و مبحوثين يصل عددهم الى 208
320
150 78
70 50
70 65
30 15

2- تتضمن آراء تعبر عن قضايانا ومشاكلنا

13.125% و مبحوثين يصل عددهم الى 42
320
150 22
70
07 70 05
30

3- للمبحوثين ويعبرون عبرها عن آرائهم بصراحة بنبة متساوية بالنسبة للخيارين الإثنين بنسبة

10.9375% و مبحوثين يصل عددهم الى 35

$$07.12 = \frac{2}{2}$$

$$:$$

$$(1 -) \times (1 -) =$$

$$9 = 3 \times 3 = (1 - 4) \times (1 - 4) =$$

$$. 0.05 =$$

16.919 = $\frac{2}{0.05}$ 9 = $\frac{2}{2}$ بالبحث في جداول كا²

$$:$$

$$16.919 = \frac{2}{0.05} > 7.12 = \frac{2}{2}$$

جدول رقم (16) يبين رأي المبحوثين في صحة ما ينشر في مواقع الاعلام الاجتماعي

	صحة ما ينشر								
255	%9.37	30	%18.75	60	%20.31	65	%31.25	100	
%79.6875									
43	00%	00	%2.5	08	%1.56	05	%9.37	30	ليس كل ما تنشره صحيح
%13.43375									

22	00%	00	%0.625	02	00%	00	v6.24	20	تنشر الأكاذيب والاذخار المزيفة
%6.875									
320	30	70	70	150					
%100									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص برأي كل مبحوث من المبحوثين في مدى صحة ما ينشر بالنسبة لعينة البحث ،
:

- 1 - أكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن وسائل الاعلام الاجتماعي تعبر عن الواقع بصدق بنسبة %79.6875
مبحوثين يصل عددهم الى 255
320
100
150
60
70
65
30
30
70
- 2- أكثر من عشر المبحوثين يرون أن ليس كل ما تنشره وسائل الاعلام الاجتماعي صحيح
13.43375% و مبحوثين يصل عددهم الى 43
320
150
30
70
08
70
05
30
- 3 -
6.875% و مبحوثين يصل عددهم الى 22
320
150
20
02
70

$$\begin{aligned}
 & \frac{2}{2} \\
 & \frac{23.55}{2} \\
 & \frac{2}{2} \\
 & : \\
 & (1 -) \times (1 -) = \\
 & 6 = 3 \times 2 = (1 - 4) \times (1 - 3) = \\
 & . 0.05 = \\
 & 16.919 = \frac{2}{0.05} \quad 6 = \frac{2}{2} \\
 & : \\
 & 16.919 = \frac{2}{0.05} < 23.55 = \frac{2}{2}
 \end{aligned}$$

بالبحث في جداول كـ²

جدول رقم (17) يبين مع من يتفاعل المبحوثون

									التفاعل يتم
192	%2.18	07	%18.75	60	%7.81	25	%31.25	100	
%60									

47	%1.25	04	%2.5	08	%1.56	05	%9.37	30	المجموعات التي أنتمي اليها
%14.6875									
16	%1.25	04	%0.625	02	00%	00	%3.12	10	الصفحات التي أتابعها
%5									
65	%4.68	15	00%	00	%9.37	40	v3.125	10	الجميع
%20.3125									
320	30		70		70		150		
100%									

يتبين من الجدول اعلاه والخاص بالمجموعات التي يتفاعل فيها كل مبحوث من المبحوثين من عينة البحث ،
:

1 - 60% و مبحوثين يصل عددهم الى 192

150	100	320
70	60	
70	25	
	30	07

2 - خمس المبحوثين يتفاعلون مع الجميع بنسبة 20.3125% و مبحوثين يصل عددهم الى 65

150	10	320
	70	
	70	40
	30	15

3 - حوالي سدس المبحوثين يتفاعلون مع المجموعات التي ينتمون اليها

30	320	47
70	08	150

05	30	04	70
10	5%	320	18
70	00	150	
70	02	04	
	30		

حساب χ^2 المحسوبة :
 $18.36 = \frac{\quad}{2}$
 حساب χ^2 الجدولية :

$$(1 - 0.05) \times (1 - 0.05) = 0.9 \times 0.9 = 0.81$$

$$9 = 3 \times 3 = (1 - 4) \times (1 - 4) = 0.05$$

$$16.919 = \frac{0.05}{9} = 0.0055$$

بالبحث في جداول χ^2 :
 تحديد مدى دلالة χ^2 :
 $16.919 = \frac{0.05}{9} < 18.36 = \frac{0.05}{9}$

جدول رقم (18) يبين مواقع أهم المجموعات الافتراضية الخاصة بالثورة التونسية :

291	%9,375	30	20,62	66	20,312	65	%40.625	130	Tunisie
%			5		5				
90,9375									
29	%00	00	%1,25	04	1,5625	05	%6,25	20	Tn-Média

%9,0625					%				
00	%00	00	%00	00	%00	00	% 00	00	Tunisiana
%00									
00	%00	00	00%	00	%00	00	%00	00	Tunisie Streaming
%00									
320	30	70	70	150					
%100									

يتبين من الجدول اعلاه والخاص باهم المجموعات الافتراضية التي تتواصل معها كل مبحوث من المبحوثين من
:

1-غالبية المبحوثين يتواصلون ويتفاعلون مع المجموعة الافتراضية Tunisie
يصل عددهم الى 291 320
150
66 70
30 30 70
65

2- أقل من عشر المبحوثين يتواصلون ويتفاعلون مع المجموعة الافتراضية Tn-Média
مبحوثين يصل عددهم الى 29 320
150 20
70
30 70

$$\frac{2}{2} = 05.32 =$$

$$16.919 = \frac{9 \times 0.05}{2} > 5.23 = \frac{3 \times 3}{2}$$

بالبحث في جداول كاي²

جدول رقم (19) يبين نوع المضامين التي يشارك بها المدونون

181 56.5625%	3.43	11	18.75	60	3.75	12	30.62	98	كتابات وتعليقات
82 25.625%	2.81	09	2.5	08	10.31	33	10	32	
39	2.18	07	0.625	02	5.31	17	4.06	31	فيديوهات

أسباب ودوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع الاعلام الاجتماعي ودورها في صناعة الرأي العام

الفصل الخامس

12.1875%									
18	0.93	03	00	00	2.5	80	2.18	07	كلها
5.625%									
320	30		70		70		150		
100%									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بمحتوى ما ينشره كل مبحوث من المبحوثين من عينة البحث ، حيث نجد أن :

1	56.5625%	و مبحوثين يصل عددهم الى							
			98				320		181
			70		60				150
			70		12				
					30		11		
2	25.625%	و مبحوثين يصل عددهم الى 82							
			150		32				
					70		08		
					70		33		
							30		09
3	12.1875%	و مبحوثين يصل عددهم الى 39							
			150		13				320
					70		02		
			70		17				
							30		07
4	5.625%	و مبحوثين يصل عددهم الى							
			07				320		18

أسباب ودوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع الاعلام الاجتماعي ودورها في صناعة الرأي العام

الفصل الخامس

35.9375%									
70	00%	00	3.125%	10	%4.68	15	%14.65	45	
21.875%									
25	00%	00	00%	00	%1.56	50	%6.25	20	لا أصدقها
7.8125%									
320	30		70		70		150		
100%									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بكيفية يرى كل مبحوث من المبحوثين مضمون ما ينشر عينة البحث ، حيث :

- 1- 35.9375% و مبحوثين يصل عددهم الى 115

55	320	115
70	45	150
70	05	
	30	10
- 2- 34.375% و مبحوثين يصل عددهم الى 110

30	320	110
70	15	150
70	45	
	30	20
- 3- 21.875% مبحوثين يصل عددهم الى 70

70	10	150	45
15			
	30		70

4 - واما الخيار الاخير فكان رأي المبحوثين فيه اهم لا يصدون بتاتا ما ينشر
 يصل عددهم الى 25 320
 70 150
 05
 30 70

$$\frac{2}{2} = 0.0988$$

$$\frac{2}{2}$$

$$(1 - 0.05) \times (1 - 0.05) = 0.9025$$

$$9 = 3 \times 3 = (1 - 4) \times (1 - 4) = 0.05 =$$

16.919 = 2 0.05 9 = بالبحث في جداول كا²

$$\frac{2}{2}$$

$$16.919 = 2 > 9.88 = 2$$

$$. 0.05$$

جدول رقم (21) يبين مدى التعليق على ما ينشر :

				نوعية التعرض			
192	12	%75	60	%20.3	6	%17.1	5

60%	%3.7 5				1	5	8	5	
85	%2.1 8	07	%2.5	08	%1.56 0	0	%20.3 1	6	أحيانا
% 26.5625						5		5	
43	%3.4 3	11	%0.62 5	02	00%	0	%9.37	3	
13.125%						0		0	
00	00%	00	00%	00	00%	0	%00	0	
00%						0		0	
320	30		70		70		150		
100%									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بنوعية وصفة تعرض كل مبحوث من المبحوثين من عينة لمواقع الإعلام
:

60%									- 1
					320				مبحوثين يصل عددهم الى 192
70	60					150			55
	55								
	30		12						70
	%26.5625								-2
08					320				يصل عددهم الى 85
70	06					150			
	05								
	30		07						70

3- يصل عددهم الى 43
320
150
13.125%
30
70
02

70
30
11

$$\frac{14.91}{2} = 7.455$$

$$(1 - 0.05) \times (1 - 0.05) = 0.9025$$

$$16.919 = \frac{9}{0.05} = 180$$

$$16.919 = \frac{9}{0.05} > 14.91 = \frac{9}{0.05}$$

جدول رقم (22) يبين مواقع كيفية التعبير عن الرأي أيام الثورة التونسية:

مواقع الشبكات الاجتماعية			

205	%9.37 5	30	%17.1 8	55	%9.3 7	3 0	%31.2 5	10 0	نشر مضامين مساندة للثورة
% 64.0625									
51	00%	00	%2.5	08	% 4.06	1 3	%9.37	30	الاطلاع على ما ينشر وتبادلته
% 15.9375									
28	00%	00	% 0.625	02	%4.0 6	1 3	%4.06	31	نشر مضامين مناهضة
8.75%									
16	00%	00	%1.56	05	%1.2 5	0 4	%2.18	07	أبقى محايدا
5%									
320	30		70		70		150		
100%									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بالكيفية التي عبر فيها كل مبحوث من المبحوثين من عينة عن رأيه أيام الثورة :

1 - أقل من ثلثي المبحوثين عبروا عن رأيهم أيام الثورة التونسية من خلال نشر مضامين مساندة للثورة
64.0625% و مبحوثين يصل عددهم الى 205

320	100	70	55
150	100	70	30
30	70	30	30

2- أكثر من ربع المبحوثين عبروا عن رأيهم أيام الثورة التونسية من خلال الاطلاع على ما ينشر وتبادلته
15.9375% و مبحوثين يصل عددهم الى 51

320	100	70	08
150	30	70	13
30	70	13	30

3- عبروا عن رأيهم أيام الثورة التونسية من خلال نشر مضامين مناهضة

أسباب ودوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع الاعلام الاجتماعي ودورها في صناعة الرأي العام

الفصل الخامس

320	28	11.5625%	و مبحوثين يصل عددهم الى
150	13		
	70	02	
	70	13	
		30	
5%			لم يعبروا عن رأيهم أيام الثورة التونسية وبقوا محايدين وهذا
	320	16	مبحوثين يصل عددهم الى
70	05	150	07
04			
	30		70
			2
			23.18 =
			2
			2
			:
			:
			(1 -) × (1 -) =
			9 = 3 × 3 = (1 - 4) × (1 - 4) =
			. 0.05 =
16.919 =	2	0.05	9 =
			بالبحث في جداول كا ²
			2
			2
			:
			2
			16.919 =
			2 < 23.18 =
			2
			. 0.05

جدول رقم (23) يبين هدف المدونين من التدويت في مواقع الاعلام الاجتماعي أيام الثورة التونسية :

			مواقع الشبكات الاجتماعية
--	--	--	--------------------------

230	%9.37 5	30	%18.7 5	60	%17.8 1	5 7	% 25.93	8 3	قادرون على تغيير النظام
75	00%	00	%2.25	08	%3.12 5	1 0	% 17.81	5 7	سيكون لهم دور إذا أتاحت لهم
15	00%	00	%0.62 5	02	%0.93	0 3	% 3.125	1 0	شباب يدون
00	00%	00	00%	00	00%	0 0	00%	0 0	مثيرو شغب و أهدافهم سيئة
320	30	70	70	150					
100%									

يتبين من الجدول اعلاه والخاص بهدف المدونين من التدويت في مواقع الاعلام الاجتماعي أ

:

1 - ين على تغيير النظام وهذا بنسبة %71.875

عدددهم الى 230 320 83
150 60 70

70 57 30 30

2- حوالي ربع المبحوثين يرون أن المدونين سيكون لهم دور إذا أتاحت لهم الفرصة

مبحوثين يصل عددهم الى 75 320 70
150 57

10 30 70

$$\begin{aligned}
 & 4.6875\% \text{ و مبحوثين يصل عددهم الى } 15 \\
 & 150 \quad 10 \quad 320 \\
 & \quad 70 \quad 02 \\
 & \quad 70 \quad 03 \\
 & \quad \quad 30 \\
 & \quad \quad \quad \frac{\cdot}{\cdot} \quad \frac{2}{2} \\
 & \quad \quad \quad .05.29 = \frac{\cdot}{\cdot} \\
 & \quad \quad \quad \cdot \quad \frac{2}{2} \\
 & \quad \quad \quad : \\
 & \quad \quad \quad (1 - \quad) \times (1 - \quad) = \\
 & \quad \quad \quad 9 = 3 \times 3 = (1 - 4) \times (1 - 4) = \\
 & \quad \quad \quad .0.05 = \\
 & 16.919 = \quad 2 \quad 0.05 \quad 9 = \quad \frac{\cdot}{\cdot} \quad \frac{2}{2} \\
 & \quad \quad \quad : \\
 & \quad \quad \quad 16.919 = \quad 2 \quad > 5.29 = \quad 2 \\
 & \quad \quad \quad .0.05 \quad \quad \quad 2
 \end{aligned}$$

جدول رقم (24) يبين الاقبال على المشاركة الى حدث أو نشاط سياسي عبر مواقع الاعلام الاجتماعي :

237	%3.75	12	%10.31	33	%20.93	67	%39.06	125	
74.0625%									
83	%5.625	18	%8.4375	27	%0.93	03	%7.81	25	
25.9375%									
320	30	70	70	150					
100%									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بالمشاركة عبر مواقع الاعلام الاجتماعي من طرف عينة البحث ، حيث نجد أن :

1 - 74.0625% و مبحوثين يصل عددهم الى 237
320 125 70 33
70 67
30 12

2 - يرى ربع المبحوثين اهم لم يشاركوا في اي حدث عبر مواقع الاعلام الاجتماعي وهذا بنسبة
320 83 و مبحوثين يصل عددهم الى 25.9375%
27 50 25
30
18 70 03
30

$$\begin{aligned} & \frac{2}{\dots} \\ & .04.13 = \frac{2}{2} \\ & \frac{2}{\dots} \\ & : \\ & (1 - \dots) \times (1 - \dots) = \\ & 1 = 1 \times 1 = (1 - 2) \times (1 - 2) = \\ & .0.05 = \\ & 9.488 = \frac{2}{0.05} \quad 9 = \frac{2}{\dots} \\ & \frac{2}{\dots} \\ & : \\ & 3.841 = \frac{2}{.0.05} < 4.13 = \frac{2}{2} \end{aligned}$$

بالبحث في جداول كا²

جدول رقم (25) يبين نوع النشاط الذي قام به المبحوثين

167	%10	22	%18.75	60	%9.375	30	%17.18	55	تجمهر
52.1875%									
50	00%	02	%2.5	08	%3.125	10	%9.375	30	
15%									
105	%2.5	08	%0.625	02	%9.375	30	%20.31	65	
32.8125%									
320	30	70	70	150					
100%									

يتبين من الجدول أعلاه والخاص بنوع النشاط الذي قام كل مبحوث من المبحوثين من عينة البحث ، حيث نجد

:

167 52.1875% و مبحوثين يصل عددهم الى 167 - 1

150 55 320

70 60

70 30

30 22

105 32.8125% و مبحوثين يصل عددهم الى 105 - 2

150 65 320

70 02

70 30

30 08

30 11.5625% و مبحوثين يصل عددهم الى 30 - 3

30 320 50

70 08 150

70

02

30

10

$$\frac{11.69}{2} = \frac{2}{2}$$

$$(1 - 0.05) \times (1 - 0.05) = 1 = 1 \times 1 = (1 - 2) \times (1 - 2) = .0.05 =$$

$$9.488 = \frac{2}{0.05} \quad 9 = \frac{2}{2} \quad \text{بالبحث في جداول كا}^2$$

$$9.488 = \frac{2}{0.05} > 11.69 = \frac{2}{2}$$

جدول رقم (26) يبين الهدف من النشاط الذي قام به المبحوثين

	مواقع الشبكات الاجتماعية							
280	%6.87	22	%18.75	60	%20.31	65	%41.56	133
87.5%								
38	%2.5	08	%3.125	10	%1.56	05	%4.68	15
11.875%								
2	00%	00	%00	00	00%	00	%0.625	02
0.625%								
320	30	70	70	150				
100%								

يتبين من الجدول اعلاه والخاص بهدف النشاط الذي قام كل مبحوث من المبحوثين من عينة البحث ، حيث :

87.5%	مبحوثين يصل عددهم الى	133	320	280
70		60	70	150
70		65		
		30	22	

380 11.875% و مبحوثين يصل عددهم الى 380 - 2

150 15 320

70 10

70 05

30 08

0.625% - 3

320 و مبحوثين يصل عددهم الى 02

هم الذين يمثلون هذا الخيار فقط و مبحوثين يصل عددهم إلى مبحوثين اثنين .

$$\frac{2}{6.15} = \frac{2}{2}$$

$$(1 - 0.05) \times (1 - 0.05) = 1 = 1 \times 1 = (1 - 2) \times (1 - 2) = 0.05 =$$

$$9.488 = \frac{2}{0.05} \quad 9 = \frac{2}{2}$$

$$9.488 = \frac{2}{0.05} < 6.15 = \frac{2}{2}$$

أسباب ودوافع استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع الاعلام الاجتماعي ودورها في
صناعة الرأي العام

الفصل
الخامس

نتائج الدراسة :

- 1 - يعد موقع الفايسبوك هي الشبكة الأكثر استخداما لدى المبحوثين وهذا بنسبة 79.68% .
- 2 - يعد موقع مدونة وورد برس الأكثر استخداما من طرف المدونين المبحوثين إذ يستخدمه أكثر من ثلثي المبحوثين وهذا بنسبة 73.07%
- 3 - يعد موقع التدوين المصغر تويتر Twitter الأكثر استخداما بنسبة لدى المبحوثين.
- 4 - يعد موقع تبادل و مشاركة الفيديو يوتيوب Youtube الأكثر استخداما و بصفة مطلقة لدى المبحوثين.
- 5 - التصفح اليومي لمواقع الإعلام الاجتماعي هي الصفة الأكثر استخداما لدى التونسيين بنسبة 71.87% من عينة البحث .
- 6 - يقضي المبحوثين من ساعة حتى ساعتين في تصفح مواقع الإعلام الاجتماعي.
- 7 - البيت هو المكان المفضل لتصفح مواقع الإعلام الاجتماعي وهذا بنسبة 72.18%
- 8 - غالبية المبحوثين يملكون حساب واحدا فقط في مواقع الإعلام الاجتماعي بنسبة 68.75%
- 9 - أكثر من نصف المبحوثين يدرجون معلوماتهم الحقيقية في حساباتهم الشخصية وهذا ما نسبته 63.43%
- 10 - يستخدم غالبية المبحوثين الحاسوب الشخصي للولوج إلى مواقع الإعلام الاجتماعي وهذا من نسبته 86.56% .
- 11 - غالبية المبحوثين يمتلكون حساباتهم منذ اقل من سنة وهذا ما نسبته 86.56%

- 12- أكثر من نصف المبحوثين يمتلكون من 50 100 صديق وهذا ما نسبته 55.31%
- 13- أكثر من نصف المبحوثين يتعرضون لمواقع الإعلام الاجتماعي بصورة مستمرة وهذا ما نسبته 55.31%
- 14- ثلثي المبحوثين تقريبا يتعرضون لمواقع الإعلام الاجتماعي لانها تتضمن معلومات مختلفة عما تنشره وسائل الإعلام وهذا ما نسبته 65% .
- 15- أكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الاجتماعي تعبر عن الواقع بصدق وهذا ما نسبته 79.68% .
- 16- أكثر من نصف المبحوثين يتفاعلون مع أصدقائهم فقط وهذا ما نسبته 60% .
- 17- يتواصل غالبية المبحوثين ويتفاعلون مع المجموعة الافتراضية Tunisie وهذا ما نسبته 90,93% .
- 18- أكثر من نصف المبحوثين ينشرون تعليقات وكتابات وهذا ما نسبته 56.5625% .
- 19- أكثر من ثلث المبحوثين يتأكدون من صحة ما ينشر وهذا ما نسبته 35.9375% .
- 20- أكثر من نصف المبحوثين كانوا يتعرضون بصفة دائمة لمواقع الإعلام الاجتماعي أيام الثورة التونسية وهذا ما نسبته 60% .
- 21- أقل من ثلثي المبحوثين عبروا عن رأيهم أيام الثورة التونسية من خلال نشر مضامين مساندة للثورة وهذا ما نسبته 64.06% .
- 22- أكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن المدونين قادرين على تغيير النظام وهذا وهذا ما نسبته 71.875%
- 23- يؤكد غالبية المبحوثين أنهم شاركوا وهذا ما نسبته 74.0625% .

24- أكثر من نصف المبحوثين قاموا باعتصام وهذا ما نسبته 52.185% .

25- غالبية المبحوثين يؤكدون أن هدفهم هو إسقاط النظام وهذا ما نسبته 87.5% .

26 - ساهمت مواقع الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي وتوجيهه صوب خدمة مصالح الثورة التونسية ، لكنهما لم تصنع الثورة التونسية و إنما ساهمت بشكل فعال ومباشر في إنجاحها .

الخاتمة :

لقد استفاد الشباب التونسي في بداية محركهم من المعلومات التي سرّبها موقع ويكيليكس الإلكتروني, عن رسالة سفير الولايات المتحدة الأمريكية في تونس, التي تحدث فيها عن الثروة الطائلة التي يمتلكها الرئيس التونسي زين العابدين بن علي وزوجته, فكانت تلك الرسالة مادة دسمة تلاقها المحتجون ونشروها على مواقعهم في الفايسبوك, تويتر, اليوتوب, والهواتف النقالة وفي الشبكات الاجتماعية الأخرى, الأمر الذي أدى إلى إقبال ملفت من الشباب على هذه المواقع, فحفزت فيهم تلك المعلومات إلى جانب الوضع المتردي في البلاد عموماً روح الانتفاضة والثورة, وكانت الجماهير الشبابية مهياًة للانطلاق في أول إشارة تظهر, فجاءت الشرارة الأولى من إقدام الشاب محمد البوعزيزي على إحراق نفسه.

وهذا ما يدعو إلى التوقف عند أهمية الوسائل الإعلامية, التي لم تعد بسيطة كما كانت قبل ظهور الثورة التكنولوجية, فتخطت دورها في عصر التقنية الحديثة كوسائل إعلامية ذات سلطة معنوية محددة, فأصبحت محركاً فاعلاً للشعوب من أجل المطالبة بتحقيق مطالبهم المشروعة, وأصبحت أيضاً عاملاً مؤرقاً دائماً للحكومات المستبدة والحكام الدكتاتوريين .

فإلى أين ستقودنا هذه الوسائل الاتصالية الحديثة ومنها بالطبع شبكات التواصل الاجتماعية, وماذا بعد الدور الذي لعبته وتلعبه في تحريك الجماهير الغاضبة؟.

وما نصل إليه في ختام دراستنا هذه أن مواقع الاعلام الاجتماعي على الإنترنت لا تخلق ثورات، بل يخلقها الفقر

والغضب والحكام المستبدون، لكن في هذه الحالات شاهدنا كيف عملت مواقع التواصل الاجتماعي على

الإنترنت على تنظيم الناس والترويج للرسالة، وكانت وسيلة للهجوم على من هم في السلطة، ولإبلاغ العالم

الخارجي أن الناس هنا غاضبون ونشيطون، إذا فقدت مواقع الاعلام الاجتماعي على الإنترنت فعالة بصورة

ملحوظة في وقت قصير جداً .

قائمة الجداول :

الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
202	المتغيرات المستخدمة لدراسة عينة الدراسة	01
204	مواقع الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما	02
207	يبين مواقع المدونات الأكثر استخداما	03
209	يبين مواقع التدوين المصغر الأكثر استخداما	04
211	يبين مواقع تبادل واشترك الفيديو الأكثر استخداما	05
213	مواقع المفضلات الاجتماعية الأكثر استخداما	06
215	صفة التصفح الأكثر استخداما	07
217	مدة تصفح مواقع الاعلام الاجتماعي	08
220	المكان المفضل لتصفح مواقع الاعلام الاجتماعي	09
222	عدد الحسابات التي يملكها كل مبحوث	10
224	نوع البيانات الشخصية المدرجة	11
227	وسيلة التصفح	12
229	عدد أصدقاء المبحوثين	13
231	كيفية التعرض لمضامين مواقع الاعلام الاجتماعي أثناء الثورة التونسية	14
235	يبين أسباب التعرض لمضامين مواقع الاعلام الاجتماعي أثناء الثورة التونسية	15
237	رأي المبحوثين في صحة ما ينشر في مواقع الاعلام الاجتماعي	16
238	مع من يتفاعل المبحوثين	17
240	مواقع أهم المجموعات الافتراضية الخاصة بالثورة التونسية	18
243	نوع المضامين التي يشارك بها المدونون	19
245	كيفية التعامل مع المضامين	20
247	مدى التعليق على ما ينشر	21
249	مواقع كيفية التعبير عن الرأي أيام الثورة التونسية	22
251	هدف المدونين من التدوين في مواقع الاعلام الاجتماعي أيام الثورة التونسية	23
254	مدى الاقبال على المشاركة الى حدث أو نشاط سياسي عبر مواقع الاعلام الاجتماعي	24
257	يبين نوع النشاط الذي قام به المبحوثين	25
261	يبين الهدف من النشاط الذي قام به المبحوثين	26

قائمة المراجع :

أولا : المراجع العربية :

- 1- إمام إبراهيم- أصول الاعلام الاسلامي وتطبيقاته العملية - دار الفكر العربي - القاهرة ، 1999
- 2- أمين رضا عبد الواحد: الصحافة الالكترونية ، القاهرة ، الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
- 3- التهامي مختار- الرأي العام والحرب النفسية - 1974 دار الفكر - القاهرة مصر -
- 4- الحماحي محمد و أحمد سعيد ، الإعلام التربوي في مجالات الرياضة و استثمار وقت الفراغ ، القاهرة ، مركز الكتاب للنشر 2006 .
- 5- السيوطي - المزهري في علو اللغو وأنواعها - دار الجليل - بيروت.
- 6- الشافعي حسين محمد فهمي- قاموس الألفاظ القرآنية - دار المعارف - القاهرة.
- 7 العادلي مرزوق عبد الحكيم: الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والاشباع (القاهرة، دار الفجر، 2004.
- 8- القاضي يوسف مصطفى ، ود. محمد مصطفى زيدان، السلوك الاجتماعي للفرد، الكويت، شركة مكنتبات عكاظ للنشر والتوزيع، 1981.
- 9- الصاوي محمد محمد مبارك: البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، (القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1996
- 10- بدر أحمد- الاتصال الجماهيري - دار المعارف العربية دمشق - 1990
- 11- بوحوش عمار: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 12- تيلي تشارلز ، الحركات الاجتماعية، ترجمة ربيع وهبه، المشروع القومي للترجمة، المجلس الاعلي للثقافة، القاهرة، الطبعة الأولى 2004
- 13 - حاتم محمد عبد القادر- الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية - الكتاب الثاني - الإعلام والدعاية نظريات وتجارب .
- 14- حسن عماد ، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2003.
- 15- حمادة بسيوني إبراهيم، حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة، مع إشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، كراسات التنمية، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية 2001 ،
- 16- حمدي حسن الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام مصر، دار الفكر العربي، 1991.
- 17- دليو فضيل: مدخل إلى الاتصال الجماهيري قسنطينة، مخبر علم الاجتماع الاتصال، 2003.

- 18 - سعد إسماعيل - الرأي العام - دار المعارف - بيروت لبنان - 1979 .
- 19 - سناء الحولي مدخل إلى علم الاجتماع، (بيروت: دار النهضة العربية، 1996 .
- 20 سليمان بن عبد الرزاق " الرأي العام المفهوم - التكوين - التعريف - الخصائص " . 1996 .
- 21 شروخ صالح الدين: : جامعة باجي مختار، 2003.
- 22 شفيق محمد: : 1998
- 23 صبحي محمد أحمد يوسف - الرأي العام وأثره في التنظيم السياسي وحماية الدستور - رسالة دكتوراه - جامعة عين شمس - 1990
- 24 صقر عبد العزيز عبد الغني ، دور الدين في الحياة السياسية في الدولة القومية . تحليل تجريبي، رسالة - دكتوراه في العلوم السياسية، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، 1989
- 25 رشاد وليد ، المتغيرات الفاعلة في المجال العام الافتراضي، تحليل سييسولوجي، المؤتمر السنوي الحادي : والعلوم السياسية، جامعة القاهرة الفترة من 11 12 ديسمبر 2007.
- 26 زايد أحمد، , عالم الفكر, 3, - سبتمبر 2003
- 27 عبد الحميد محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة، عالم الكتب، ط2 2000
- 28 عمر السيد محمد السيد ، الدور السياسي للصفوة في صدر الإسلام، رسالة دكتوراه في العلوم السياسية، 1991
- 29 , رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي, عالم المعرفة, 265, 2001.
- 30 , صورة الثقافات العربية والإسلامية علي الإنترنت وخطة تنفيذية مقترحة لإقامة شبكة مواقع خدمات للإعلام الثقافي العربي, المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة, إدارة البرامج العامة والاتصال, 1999.
- 31 مبارك محمد الصاوي محمد: - 1996.
- 32 محمد أحمد إسماعيل علي، دور المؤسسات الدينية في التنمية السياسية . دراسة وتقديم، رسالة دكتوراه في) 1995.
- 33 مجموعة باحثين، معجم العلوم الاجتماعية، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب، 1975.
- 34 مصفى محمد أبو بكر، أحمد عبد الله اللحلح: - 2002 .

أحمد بن: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، () :	35
	2003.
منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية :	36
.2004	
.1992	37
- - - بيروت - 1 - 1990 .	38-
كشك محمد بهجت:	39
	1998

ثانيا : المراجع الأجنبية :

المقالات العلمية Articles :

- 1 - A. Beghetto Ronaldo, virtually in the middle Alternative Avenues For parental Involvement in Middle , levels schools, learning house , vol 57 , issue 1, Sep. Oct 2001.
- 2 - Alison Smith, Cyber Life and Cyber harm: a human rights approach, social alternatives, Vol 17, issue 4, Oct 1998.
- 3 - Bakardjieva Maria, Internet Society. The Internet in every day life, Sage publications, London, 2005.
- 4 - Beer, David. Social network(ing) sites...revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (2).
- 5 - Bonneau, Joseph, Anderson, Jonathan, Anderson, Ross, and Stajano, Frank. (2009). Eight Friends are Enough: Social Graph Approximation via Public Listings. *In proceedings of the Second ACM Workshop on Social Network Systems*
- 6 - Bruce, J. Biddle, "Recent Developments in Role Theory", in: Annual Review of Sociology, (California: Annual Review INC, 1986).
- 7 - boyd, danah. (2008). None of this is Real.In Joe Karaganis (Eds.),*Structures of Participation*.New York

8 - Computer-Mediated Communication and The Public Sphere: A Critical Analysis . Journal of computer Mediated Communication issue 7 volume (1) October 2001

9 - Danah m. Boyd, Nicole B.Ellison , Social network sites; Definition , history and scholar ship , Journal of computer mediated communication , vol(13),issue (1)

10 - EV. Brenner, Report from the field virtual community in the business world, information today, vol 17 , issue 11, Dec. 2000.

11 - George A. Theodorson and Achilles G. Theodorson, A Modern Dictionary of Sociology, (New York, Thomas Y. Crowell Com., 1969).

12 - H. Popitz, "The Concept of Social Role as an Element of Sociological Theory", Cambridge University Press, 1972.

13 International Encyclopedia of The Social Sciences, (New York, The Macmillan Company & The Free Press, 1968), Vol. 13.

14 - Introduction: Computer-Mediated Collaborative Practices , Caroline Haythornthwaite Journal of Computer-Mediated Communication, issue 10 volume (4) , 2005

15 - Interactive Internet? Studying Mediated Interaction With Publicly Available Search Engines , Paul Wouters , Diana Gerbec , Journal of computer Mediated Communication issue 8 volume (4) july 2003

16 - Irvein Martin, Global cyber culture, reconsidered, cyberspace Identities, and the Global information city,
www.georgetown.edu/faculty/Irven/articles/globalculture.html

17 - James W. Lindenschmidt ,JWL.Freakwitch.net ,From Virtual Commons To Virtual Enclosures: Revolution and Counter-Revolution In The Information Age ,The Commoner ,Summer/Spring 2004.

18 - Jenkinson, Michael, Alberta Report, Welcome to the virtual world, Western report, Vol 21, issue 3, 1/3/94.

19 - Krug, Gary, communication, Technology and culture chang, SAGE publications, London-Thousand Oaks, New Delhi, P.2.

20 - Layzer Jonathan, and others, collecting user requirements, in a virtual population: A case study, USA, 2000, www.user page un bc. Edv / Nbuch wiet / Papers, lazr. Htm.

21 - Mathewj Smith , Community Building Strategies in online fanzines , journal of Popular culture vol 33 , issue 2 , 19999.

22 - MELISSA A. WALL ‘Social movements and email: expressions of online identity in the globalization protests ‘new media & society ‘Vol9(2) ‘SAGE Publications ‘2007

23 - Motives for Facebook use and expressing “true self” on the Internet - Leman Pinar Tosun Available online 19 April 2012 - [Computers in Human Behavior](#) - [Volume 28, Issue 4](#), July 2012

24 - Multimedia Performance in a Computer-Mediated Community: Communication as a Virtual Drama , Charles Soukup , Journal of computer Mediated Communication issue 9 volume (4)

25 - Parsons, Talcott, The Structure of Social Action: A Study in Social Theory with Special Reference to A Group of Recent European Writers, (New York: The Free Press, 1968)

26 - Veronica Alfaro ‘Comparing Social Movements In The Virtual Public Sphere ‘From Silence And Disruption To Cyber activism 2.0: Cyber Zapatistas ‘ Electro hippies ‘And Global Voices .available at newpolcom.rhul.ac.uk/politics-web-02-paper-download/.

27 - Wei-Ming Chao ‘Tsai-Yen Li ‘Simulation of Social Behaviors in Virtual Crowd ‘Appear in Proceedings of International Conference on Computer Animation and Social Agents (CASA0102) ‘2010.

قائمة

الملاحق

- 1 - الاستمارة
- 2 - ملخص الدراسة باللغة العربية
- 3 - ملخص الدراسة باللغة الانجليزية

جامعة الحاج لخضر باتنة
كلية الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية
قسم الإعلام والاتصال

إستمارة بحث بعنوان
دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام
- الثورة التونسية أنموذجا-

بين أيديكم استمارة استبيان وهذا في إطار إنجاز بحث لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال راجين منكم الإجابة عليها بكل اهتمام وصدق مع التأكيد أن هذه المعلومات لا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.
ملاحظة : ضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة.

تحت إشراف الأستاذ الدكتور:
د/مقلاتي صحراوي

إعداد الطالب:
مبارك زودة

السنة الجامعية: 2011/2012

المحور الأول : البيانات الشخصية :

- الجنس: ذكر أنثى
- المستوى التعليمي: دون جامعي جامعي
- الفئة العمرية : 18 28 28 -38 38 -48 48 فأكثر

المحور الثاني : عادات وأنماط المستخدمين و إشباعاتهم المحققة

1- ما هي أهم الشبكات الاجتماعية التي تزورها (يمكن اختيار أكثر من إجابة): :

1. فإيسبوك facebook
2. تويتر Twitter
3. لينكدان LinkedIn

2- ما هي أهم المدونات (يمكن اختيار أكثر من إجابة): :

1. ووردبرس Wordpress
2. بلوغر Blogger
3. تمبلر Tumblr

3 ما هي أهم مواقع التدوين المصغر التي تزورها (يمكن اختيار أكثر من إجابة): :

1. تويتر Twitter
2. جايكو Jaiko
3. باونس Pownce

5 ما هي أهم مواقع اشتراك الفيديو (يمكن اختيار أكثر من إجابة): :

1. يوتيوب Youtube
2. فليكر Flickr
3. دايلي موشن Daily Motion

6- ما هي أهم مواقع تسجيل العلامات التي تزورها (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

1. Delicious ديليشوز

2. Taggly تاغلي

3. Google Bookmarks قوقل بوك ماركس

7- هل تتصفح مواقع الاعلام الاجتماعي :

1. بشكل يومي

2. بشكل غير يومي.

8- عندما تتصفح مواقع الإعلام الاجتماعي فكم من الوقت تقضيه :

1. ساعة

2. ساعتين

3. أكثر من ساعتين

9- عبر أي وسيلة تتصفح مواقع الإعلام الاجتماعي (يمكن اختيار أكثر من إجابة):

1. الحاسوب الشخصي .

2. الهاتف الذكي .

10- ما هو المكان المفضل لديك في التصفح :

1. البيت .

2. مقهى الانترنت

11- كم تملك من حساب في مواقع الإعلام الاجتماعي التي تلج فيها:

1. حساب واحد

2. حسابين

3. أكثر من حسابين

12- هل تضع في حسابك

1. البيانات الحقيقية.

2. البيانات وهمية .

3. بيانات مختلطة

13- منذ مت وأنت تملك حسابك :

1. أقل من سنة
2. سنة واحدة
3. أكثر من سنة

14- كم تملك من صديق :

1. أقل من 50 صديق
2. من 50 الى 100 صديق
3. أكثر من 100 صديق

المحور الثاني : دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام أيام الثورة التونسية :

15 - أثناء الثورة التونسية هل أصبحت تتابع مواقع الإعلام الاجتماعي :

1. بصورة مستمرة
2. في أوقات الفراغ
3. في الأحداث المهمة فقط
4. بالصدفة

16 تتابع مواقع الإعلام الاجتماعي أثناء الثورة التونسية لأنها

1. تتضمن معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتلفزيون
2. تتضمن آراء تعبر عن قضايانا ومشكلاتنا
3. تقدم آراء متوافقة مع انتمائي الفكري
4. أعبر فيها عن رأيي بصراحة

17- ما رأيك فيما ينشر في مواقع الإعلام الاجتماعي أثناء الثورة التونسية :

1. تعبر عن الواقع بصدق
2. ليس كل ما تنشره صحيح
3. تنشر أكاذيب وأخبار مزيفة

18- هل تتواصل في أيام الثورة التونسية وتتفاعل عبر مواقع الإعلام الاجتماعي مع :

1. أصدقائك

2. المجموعات التي تنتمي إليها .
 3. أصدقاء أصدقائك
 4. الجميع .

19- ما هي أهم المجموعات التي تنتمي إليها :

1. Tunisie
 2. Tn-Média
 3. Tunisiana
 4. Tunisie Streaming

20- ما هي أهم مضامين المنشورات التي يظهرها حسابك في مواقع الإعلام الاجتماعي أيام الثورة التونسية:

1. كتابات وتعليقات
 2. صور
 3. فيديوهات
 4. كلها

21- كيف تتعامل مع مضامين ما يدون في مواقع الاعلام الاجتماعي :

1. أصدقه وأثق فيه
 2. أتأكد من صحتها
 3. أبحث عن مصادر أخرى
 4. لا أصدقها

22- هل تكتب تعليقك على ما تقرأه أو تشاهده في مواقع الإعلام الاجتماعي :

1. دائماً
 2. أحياناً
 3. ولا مرة

23- كيف عبرت عن آرائك حول الثورة التونسية :

1. نشر مضامين مساندة للثورة التونسية .
2. الاطلاع على ما ينشر وتبادلته
3. أبقى محايدا
4. نشر مناهضة للثورة التونسية .

24- ما رأيك في المدونين على مواقع الإعلام الاجتماعي :

1. قادرون على تغيير النظام
2. مثيرو شغب وأهدافهم سيئة
3. مجرد شباب يدون
4. سيكون لهم دور إذا أتيحت لهم الفرصة

25 . هل شاركت قبل ذلك في نشاط أو حدث سياسي دعيت إليه عبر مواقع الاعلام الاجتماعي :

1. نعم
2. لا

26 . ما هو هذا النشاط

1. شاركت في اعتصام
2. شاركت في تجمع
3. قمت بأعمال شغب

27 . ماذا كان هدف هذا النشاط

1. إسقاط النظام
2. الإصلاح السياسي
3. مكافحة الفساد

ملخص الدراسة :

أصبح الإعلام الاجتماعي قوة ضغط عالمية في القرن الحادي والعشرين وصار مصدر قلق لكثير من الحكومات كما هو الحال بالنسبة للويكيليكس ، الفايبيوك والتويتز الذي تسبب في انتشار الخوف وسط دول كثيرة . ففي بداية الأمر استخدمت شبكات التواصل الاجتماعي للردشة و الترتة و لتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت في شرايين تلك الشبكات الاجتماعية حيث أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية و الأدبية و السياسية منها ، و أستقر الأمر مؤخراً على أن أصبحت تلك المواقع الاجتماعية، لكثير من الشباب خاصة شباب المنطقة العربية ، كفضاء حر مخصص لتبادل آرائهم من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية ، ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية، التي انتظمت في تونس مروراً بمصر و اليمن و الأردن ، وصولاً إلى دول أقطار عربية أخرى .

و بالتالي أخذ السياسيون يستخدمون هذه الوسائل للتواصل مع الشباب وبناء علاقة مباشرة معهم وتحسين صورتهم بعد ان التمسوا أهمية هذه المواقع . وهكذا أخذ الإعلام الاجتماعي بإعادة تشكيل الأسلوب الذي يتعامل به السياسيون مع شعوبهم قصد التحكم بأجهاهم وتوجيهها لخدمة اهدافهم.

وهذا ينطبق أكثر ما ينطبق على المنطقة العربية التي تشهد انتشاراً للديمقراطية المباشرة من تونس فمصر ثم ليبيا وربما قد تصل إلى أقطار أخرى، تعتمد أساساً على ثورة الإعلام الاجتماعي الجديدة والاهم انها تتيح قدراً أكبر بما لا يقاس من العمل المشترك، وتعوّض عن سلبات ونواقص المجموعات غير المنتظمة حزيماً . ومن خلال ما جاء من طرح في هذا الموضوع تكون الإشكالية على النحو التالي:

ما هو الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي ؟

ومن خلال هذه الإشكالية يمكننا طرح التساؤلات التالية:

1. ما هي عادات وأنماط مستخدمي مواقع الإعلام الاجتماعي ، وما هي آثار استخدامها ؟
2. ما هي مراحل الانتقال من الحشد الواقعي إلى الحشد الافتراضي أيام الثورة التونسية ؟
3. ما هو الدور الذي لعبته مواقع الإعلام الاجتماعي في التعبئة الافتراضية للرأي العام التونسي وصناعة الثورة التونسية ؟

وتنطوي تحت هذه التساؤلات الفرضيتين التاليتين :

1 يعتبر الإعلام الاجتماعي من أهم البدائل الاعلامية والاتصالية الحديثة على الساحة الإعلامية الدولية نظرا لميزاته وخصائصه وتأثيراته الفورية على مستخدميه .

2 يعتبر الإعلام الاجتماعي أهم محرك ودافع اتصالي و إعلامي في تعبئة الجماهير وصناعة الرأي العام التونسي .

ومن خلال هذا البحث المعنون دور الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام – الثورة التونسية أنموذجاً ، سوف نعالج هذا الموضوع من أجل توضيح مدى الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي، وذلك من خلال خطة منهجية ، تتكون من خمسة فصول، منها أربعة فصول نظرية وفصل في الجانب الميداني. الفصل الأول خصص للإطار المنهجي للدراسة، والذي تطرقنا فيه إلى إشكالية البحث وتساؤلاته إلى أسباب وأهمية وأهداف الدراسة، ثم

جملة

بجده

فقسمناه إلى الثاني في بداية مفهوم الرأي العام وتاريخه وأنواعه وتصنيفاته ثم أهم مميزاته والوضائف التي يؤديها ،

2.0 ثم

الخلفية التكنولوجية والتاريخية لمواقع الاعلام الاجتماعي تم اهم وظائفها والقضايا المتعلقة بها . فتناولنا فيه المجتمعات الافتراضية وكيف تتفاعل هذه المجموعات وكيف تتم صناعة الراي العام و يقول عبرها .

في

في أولها مجتمع البحث وعينة الدراسة إلى وفي الثاني جمع مجتمع الدراسة، وأخيرا في الثاني

لمواقع الاعلام الاجتماعي وأثره في صناعة الرأي العام .

وتفسير

هذه بجملة

واهم هذه النتائج وهي :

- 1

- 2-
- 3 - يعد موقع التدوين المصغر تويتر Twitter
- 4 Youtube
- 5-
- 6 - يقضي المتصفحون من ساعة حتى ساعتين في تصفح مواقع الاعلام الاجتماعي.
- 7-
- 8- غالبية المبحوثين يملكون حساب واحدا فقط في مواقع الاعلام الاجتماعي .
- 9 - اكثر من نصف المبحوثين يدرجون معلوماتهم الحقيقية في حساباتهم الشخصية .
- 10 - غالبية المبحوثين الحاسوب الشخصي للولوج الى مواقع الاعلام الاجتم
- 11-
- 12- 100 50
- 13-
- 14- تتضمن معلومات مختلفة عما تنشره
- 15- أكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن وسائل الاعلام الاجتماعي تعبر عن الواقع بصدق .
- 16-
- 17- يتواصل غالبية المبحوثين ويتفاعلون مع المجموعة الافتراضية Tunisie .
- 18-
- 19-
- 20-
- 21 أقل من ثلثي المبحوثين عبروا عن رأيهم أيام الثورة التونسية من خلال
- 22- ن على تغيير النظام .
- 24-
- 25-
- 26 - ساهمت مواقع الاعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي وتوجيهه صوب خدمة مصالح الثورة التونسية ، لكنهما لم تصنع الثورة التونسية و إنما ساهمت بشكل فعال ومباشر في إنجاحها .

Summary of the study:

Social media has become a global force pressure in the twentieth century and atheist and became a source of concern for many governments, as is the case for Ueqilex, Facebook and Twitter that caused the spread of fear in many countries.

At the beginning it used social networks to chat and gossip and to unload cargo emotional, but it seems that the wave of maturity of Sirte in the arteries of the social networks where he became a youth exchange views cultural and literary and political ones, and settled it recently became the sites of social , for many young people, especially young Arab region, as a space free is for the exchange of opinions in order to claim to improve the rhythm of political life, social, economic, and here formed the movements of rejection of youth, which she attended in Tunisia, through Egypt, Yemen, Jordan, to the countries of other Arab countries.

And thus take the politicians who use these means to communicate with young people and building a direct relationship with them and improve their image after it sought the importance of these sites. So taking social media to restructure the manner in which it deals with politicians in order to control their people Batjahathm and directed to serve their goals.

This applies more than what applies to the Arab region is witnessing a proliferation of direct democracy from Tunisia. Egypt, Libya and possibly up to other countries, depends mainly on the revolution of social media the new and most importantly it allows greater including the Aigas of working together, and compensate for the disadvantages and shortcomings of the groups are not organized partisan. And through what came to ask in this problem are as follows:

What is the role of social media in the manufacture of public opinion?

It is through this problem, we can ask the following questions:

- 1. What is public opinion, and what are the most important types, and characteristics and functions performed by?**
- 2. What is social media, what are the technical and historical background?**

3. What are the habits and patterns of users of social media sites, and what are the effects of use?

4. What is the role played by social media sites to mobilize public opinion for the default of Tunisia and the Tunisian industry revolution?

And under these questions involve a set of hypotheses are:

1 - The social media of the most important alternatives to modern media and communication on the international media arena.

2 - is the most important engine of social media and defended the media in mobilizing the masses and public opinion Tunisian industry.

Through this research, entitled the role of social media in the manufacture of public opinion - Revolution Tunisian model -, will address this subject in order to clarify the extent of social media in the manufacture of public opinion, Tunisian, and through a systematic plan, consists of five chapters, of which four chapters of the theory and the separation of in the side of the field.

The first chapter devoted to the framework of systematic study, which dealt it to the problem of research, its questions and hypotheses, in addition to the curriculum, as well as we have identified the causes and the importance and objectives of the study, then, we dealt with then the concepts and terminology of the study, as dealt with through this chapter, a number of previous studies and similar to the subject of our study, and concludes this chapter with exposure to the theoretical approaches to study and we focused on both the theory and uses Alachaabaat, and this is due to the relationship under study these theoretical approaches.

The theoretical framework Vksmnah into three chapters, Chapter II titled A general introduction to the public came in four SSI beginning of the concept of public opinion and history, types and classifications, and the most important features, Alodaúv performed, the third chapter came under the title of the entrance of social media, where we dealt with three Study on the History Web 2.0, and technological and historical background of social media sites and then the most important functions and related

issues. The fourth chapter Vtnolna the virtual communities and how these groups interact and how the industry and mold public opinion through.

The fourth chapter, which came within the framework of the field study, it came under the title of the reasons and motives to use the sample of study sites social media came under this chapter, three sections, the first of which dealt with through procedures methodology to study the field, and a section to the three demands, we have identified in the first of the research community The study sample, and in the second demand data collection tools of the study population, and finally the statistical methods used in the analysis, while the second section select the habits and patterns of use of the sample of study sites social media The third section Fgana in which the motives and reasons for use of the sample sites social media and relationship use of social media sites and its impact on public opinion industry.

And concluded from this study, among the results obtained from the field study and theoretical analysis and interpretation of the following tables, the most important findings are:

- 1 - is a network site Facebook is the most commonly used in Tunisians.
- 2 - is a blog site of Word Press, the most widely used by Tunisian bloggers, as used by more than two thirds of respondents, and by this.
- 3 - is a micro-blogging site Twitter, the most commonly used by the Tunisians.
- 4 - The Mof exchange and post youtube videos Youtube the most widely used and absolutely the Tunisians.
- 5 - Browsing the daily social media sites is the adjective most used to the Tunisians.
- 6 - People spend an hour up to two hours browsing social media sites.
- 7 - House is a favorite place for browsing social media sites.
- 8 - the majority of respondents have only one account in the social media sites.
- 9 - more than half of the respondents, their information be included in their personal accounts true.
- 10 - the majority of respondents used a personal computer to access to social media sites.

- 11 - the majority of subjects have their accounts for less than a year.
- 12 - more than half of the subjects have 50-100 friend.
- 13 - more than half of the respondents are exposed to social media sites on an ongoing basis.
- 14 - almost two thirds of respondents are exposed to social media sites because they contain different information from what is published by the media.
- 15 - more than two thirds of respondents believe that social media reflect reality truthfully.
- 16 - more than half of the respondents interact with their friends only.
- 17 - the majority of respondents continue to be and interact with the default set Tunisie.
- 18 - more than half of respondents publish comments and writings.
- 19 - More than a third of respondents made sure of the validity of what is published.
- 20 - more than half of respondents were permanently exposed to social media sites days of the revolution.
- 21 - less than two thirds of respondents expressed the opinion Tunisian days through the dissemination of the contents in support of the revolution.
- 22 - more than two thirds of respondents believe that bloggers are able to change the system.
- 24 - more than half of respondents have a sit.
- 25 - the majority of respondents assert that their goal is to overthrow the regime.

26 - contributed to social media sites in the manufacture of the Tunisian public opinion and direct it towards serving the interests of the Tunisian revolution, but they did not make a revolution, but the Tunisian and contributed effectively and directly to its success.

01.....	مقدمة.....
07.....	الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة.....
08.....	• المبحث الأول : مشكلة الدراسة وفرضياتها
11.....	• المبحث الثاني : أسباب الدراسة وأهميتها وأهدافها
14.....	• المبحث الثالث : مجالات الدراسة.....
15.....	• المبحث الرابع : مفاهيم ومصطلحات الدراسة.....
20.....	• المبحث الخامس: منهج الدراسة
26.....	• المبحث السادس : الدراسات السابقة
44.....	• المبحث السابع : المدخل النظري للدراسة
48.....	الفصل الثاني : مدخل عام للرأي العام.....
49.....	• المبحث الأول : تعريفه الرأي العام
57.....	• المبحث الثاني : تاريخ الرأي العام
68.....	المبحث الثالث : تصنيفات الرأي العام و أنواعه
75.....	• المبحث الرابع : وظائف الرأي العام وخصائصه
83.....	الفصل الثالث : مدخل عام للإعلام الاجتماعي.....
84.....	• المبحث الأول : الخلفية التاريخية والتكنولوجية للإعلام الاجتماعي.....
113.....	• المبحث الثاني : أنواع مواقع الإعلام الاجتماعي.....
155.....	• المبحث الثالث : خدمات مواقع الاعلام الاجتماعي.....
165.....	الفصل الرابع : بناء الرأي العام في المجتمعات الافتراضية.....
166.....	• المبحث الأول : ماهية المجتمع الافتراضي
173.....	• المبحث الثاني : الاتصال إلكتروني تفاعلي في المجتمع الافتراضي.....
182.....	• المبحث الثالث : التعبئة الافتراضية للرأي العام

الفصل الخامس : أسباب ودوافع استخدام أفراد عينة الدراسة

193.....	لمواقع الاعلام الاجتماعي ودورها في صناعة الرأي العام
194.....	● المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
	● المبحث الثاني: عادات وأنماط استخدام أفراد عينة الدراسة
197.....	لمواقع الاعلام الاجتماعي
	● المبحث الثالث: دوافع وأسباب استخدام أفراد العينة لمواقع الاعلام
202.....	الاجتماعي ودورها في صناعة الرأي العام
262.....	نتائج الدراسة
265.....	الخاتمة
267.....	فهرس الجداول:
268.....	قائمة المراجع:
273.....	الملاحق:
287.....	فهرس المواضيع :