



بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة إفريقيا العالمية



عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي والنشر

كلية الإعلام

قسم العلاقات العامة والإعلان

بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في الإعلام تخصص العلاقات
العامة والإعلان

بعنوان :

مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام

النوعي

(دراسة تطبيقية على عينة من المستخدمين بولاية الخرطوم)

(٢٠١٨-٢٠١٩م)

إشراف الدكتور :
كرم الله حسين الأمين فضل المولى

إعداد الطالب :
معاذ الجيلي عمر

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الآية الكريمة :

قال تعالى : (فَتَعَالَى اللَّهُ الْمَلِكُ الْحَقُّ ^{قُلْ} وَلَا تَعْجَلْ
بِالْقُرْآنِ مِنْ قَبْلِ أَنْ يُقْضَىٰ إِلَيْكَ وَحْيُهُ ^{صَلْ} وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي
عِلْمًا) *

صدق الله العظيم

الاهداء

إلى وطني الغالي

إلى من منحوني الحب والحياة

أسرتي الصغيرة

إلى الشمعة التي تحترق لتضيئ لي طريقي

(أمي)

أسأل الله أن يتفمدها بواسع رحمته ويدخلها الجنة

إلى السند إلى من يشتد به العضم

(أبي الغالي)

الذي ساندي ووقف بجانبني

إلى الرفاق الذين بهم واجهنا تحديات الحياة

أصدقائي

وإلى كل الذين وقفوا بجانبني سواء بتشجيع أو بدعوه

اهدي هذا الانجاز

الشكر والعرفان

الشكر والعرفان لقلعة العلم والمعرفة جامعة أفريقيا العالمية
والشكر موصول لكلية الأعلام قسم العلاقات العامة وكل
الأساتذة بالقسم ...

كما أخص بالشكر دكتور كرم الله حسين الأمين المشرف على
هذا البحث

أشكر كل من ساعدني في هذا البحث
الشكر أيضاً لكل المكتبات التي ساعدتني
مكتبة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
وأكاديمية السودان لعلوم الإتصال
ومكتبة جامعة أمدرمان الإسلامية
ومكتبة جامعة أفريقيا المركزية
الشكر أيضاً لمجتمع الدراسة والطلاب
الشكر للزميلة فدوى محمد رئيس قسم التحليل والإحصاء
بجامعة السودان المفتوحة
ولكل من كان متعاوناً معي
والشكر لله من قبل ومن بعد
والحمد لله رب العالمين

مستخلص الدراسة

هدف هذا البحث على واقع تغيشة المجتمعات من خلال استخدامها وتوظيفها للتكنولوجيا الحديثة ووسائلها ومواقع التواصل الاجتماعي احدى إفرزات تطورات العصر الحديث.

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل الرأي العام النوعي تجاه القضايا السياسية والإقتصادية والاجتماعية والثقافية . والتي جاءت بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي (دراسة تطبيقية على عينة من المستخدمين بولاية الخرطوم)

و من أهم تساؤلات التي طرحها البحث :

ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تشكل الرأي العام النوعي ؟ وإلى أي مدى يمكن أن تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي؟

وللحصول على المعلومات والبيانات استخدم الباحث عدد من الأدوات على رأسها الإستبانة كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأسلوبه التحليلي .

شملت عدد من المستخدمين بولاية الخرطوم وبعد الدراسة توصل الباحث لعدد من النتائج والتوصيات من أهم تلك النتائج :

١ . أثبتت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فاعل في تشكيل اتجاهات وسلوك الجماهير تجاه الرأي العام النوعي

٢ . كما اتضح ان مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت بديلة للإعلام التقليدي وذلك لوصولها لعدد كبير من المستخدمين بسهولة وسرعة

٣ . وأثبتت الدراسة أنه توجد مساحة حرية أكبر من تلك الموجودة في وسائل الإعلام التقليدي مما يعني أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تعزز من فرص تشكيل الرأي العام النوعي

ومن أهم التوصيات :

١ . أن يتم إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام وفي تغيير سلوك واتجاهات الجماهير ،وفي التوعية بالقضايا الوطنية .

٢ . أن يتم محاربة الشائعات عبر نشر الأخبار الصحيحة وذكر مصادر المعلومات وإدارة الصفحات عبر مختصين إعلاميين وإنشاء سيرفرات للغربلة الإعلامية .

Abstract

This research is based on the reality of the living of communities through their use and use of modern technology and its means, and social media sites are an optimization of modern-day developments. The aim of the study is to identify the role of social media in the formation and formation of qualitative public opinion on political, economic, social and cultural issues. It is the first time that the Arab world has become aware of the importance of the Arab world and the Arab world, and the Arab world, which is the world's most important country, which is the world's most important country. To what extent can social media contribute to the formation of qualitative public opinion? To obtain information and data, the researcher used a number of tools, topped by the resolution, and the study used the descriptive approach and its analytical method .

the researcher reached a number of conclusions and recommendations, the most important of which are:

1. The study proved that social media sites play an active role in shaping public attitudes and behavior toward qualitative public opinion.

2. Social media has turned out to be an alternative to traditional media, with many users easily and quickly.

3. The study has shown that there is more room for freedom than in traditional media, which means that using social media can enhance the chances of shaping quality public opinion.

One of the most important recommendations is:

1. Social media sites are used to shape public opinion, to change public behavior and attitudes, and to raise awareness of national issues

2. The rumors should be combated by posting the right news, citing information sources, managing the pages through media professionals and creating information screenings.

فهرست الموضوعات

الرقم	الموضوع	الصفحة
١	الإستهلال والآية	أ
٢	الإهداء	ب
٣	شكر و عرفان	ج
٤	مستخلص البحث	د
٥	Abstract	هـ - و
٦	فهرس الموضوعات	ز
٧	الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة	١٨-١
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ مقدمة ▪ دوافع واسباب اختيار الموضوع ▪ مشكلة البحث ▪ أهمية البحث ▪ أهداف البحث ▪ تساؤلات البحث ▪ فروض البحث ▪ منهج البحث ▪ أدوات البحث ▪ مجتمع البحث ▪ دوافع البحث ▪ مصطلحات البحث ▪ الدراسات السابقة 	١
٨	الفصل الثاني: مواقع التواصل الإجتماعي	٥٤-١٩
	<p>المبحث الاول : نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي ومفهومها</p> <p>المبحث الثاني : سمات واستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها</p> <p>المبحث الثالث : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وسلبياتها وإيجابياتها</p>	
٩	الفصل الثالث: الرأي العام	٩١-٥٦
	<p>المبحث الاول : نشأة وتطور الرأي العام ومفهومه ووظائفه</p> <p>المبحث الثاني : خصائص الرأي العام وأنواعه وعوامل تكوينه</p> <p>المبحث الثالث : الرأي العام الالكتروني والنوعي</p>	

١٢٢-٩٢	الفصل الرابع الدراسة الميدانية	١٠
	أولاً : نبذة تعريفية عن مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي ثانياً : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية ثالثاً : عرض وتحليل وتفسير إستمارة البحث رابعاً : النتائج والتوصيات	
١٢٧-١٢٣	المصادر والمراجع	١١
١٢٩	الملاحق	١٢

فهرست الجداول

الرقم	الموضوع	رقم الصفحة
١	جدول رقم (١) يوضح أوزان خيارات إجابات المقياس	٩٨
٢	جدول رقم (٢) يوضح الأوساط المرجحة لخيارات إجابات المقياس	٩٨
٣	جدول رقم (٣) يوضح قيمة معاملى الفا كرونباخ والصدق لإختبار صدق وثبات الإستبيان	٩٩
٤	جدول رقم (٤) يوضح نتائج إختبار مربع كاي لعبارات الأستبيان	١٠٠
٥	جدول رقم (٥) يوضح نتائج إختبار مربع كاي لأراء ومقترحات المبحوثين	١٠٢
٦	جدول رقم (١) يوضح نوع المبحوثين	١٠٣
٧	جدول رقم (٢) : يوضح الفئات العمرية للمبحوثين	١٠٤
٨	جدول رقم (٣) يوضح المستوى الأكاديمي للمبحوثين	١٠٥
٩	جدول رقم (٤) يوضح المهنة للمبحوثين	١٠٦
١٠	جدول رقم (٥) يوضح التخصص العلمى	١٠٧
١١	جدول رقم (٦) يوضح التكرارت والنسب المئوية لإجابات المبحوثين على عبارات الأستبيان	١٠٨-١١١
١٢	جدول رقم (٧) يوضح الإحصاء الوصفى لاراء المبحوثين حول إمكانية توظيف مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل الرأى العام النوعى.	١١٤
١٣	جدول رقم (٨) يوضح الإحصاء الوصفى لاراء ومقترحات المبحوثين للحد من الشائعات التى تصاحب مواقع التواصل الإجتماعى وتحد من فاعليتها فى تشكيل الرأى العام النوعى بالصورة السليمة	١١٦

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	الموضوع	الرقم
١٠٣	شكل رقم (١) يوضح نوع المبحوثين	١
١٠٤	شكل رقم (٢) : يوضح الفئات العمرية للمبحوثين	٢
١٠٥	شكل رقم (٣) يوضح المستوى الأكاديمي للمبحوثين	٣
١٠٦	شكل رقم (٤) يوضح المهنة للمبحوثين	٤
١٠٧	شكل رقم (٥) يوضح التخصص العلمي	٥
١١١	شكل رقم (٦) يوضح التكرارات والنسب المئوية لإجابات المبحوثين على عبارات الأستبيان	٦
١١٥	شكل رقم (٧) يوضح الإحصاء الوصفي لآراء المبحوثين حول إمكانية توظيف مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل الرأى العام النوعى	٧
١١٦	شكل رقم (٨) يوضح الإحصاء الوصفى لآراء ومقترحات المبحوثين للحد من الشائعات التى تصاحب مواقع التواصل الإجتماعى وتحد من فاعليتها فى تشكيل الرأى العام النوعى بالصورة السليمة	

الفصل الأول
الاطار المنهجي للدراسة

المقدمة :

أدى التطور المتسارع لوسائل الإعلام والاتصال في منتصف التسعينات من القرن الماضي إلى إحداث تغييرات ونقله نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال حيث انتشرت شبكة الإنترنت وربطت أجزاء هذا العالم ، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، وهي تغييرات شملت جميع مجالات الحياة، على مستوى الجماعات والأفراد-على المستوى المحلي والمستوى العالمي- محدثة ظواهر جديدة وتأثيرات مباشرة على مختلف التنظيمات والبنى الاجتماعية، كما ظهرت مفاهيم ونظريات وأطر منهجية عديدة، ومن المفاهيم التي ذاع صيتها بشكل يستدعي الانتباه مفهوم الشبكات الاجتماعية.

ومن ضمن هذه التطورات التطورات التي شملت مجال الاعلام والعلاقات العامة باعتبار الاعلام هو الاقوى في عالم اليوم لانه يقوم بنقل وتوصيل المعلومات والافكار بصورة موضوعية والعلاقات العامة تقوم بالدور الالهم في الاقناع وتحسين وادارة الصورة الذهنية عبر الاعلام المدروس والمخطط حيث يعد الاعلام ذات اهمية بالنسبة للعلاقات العامة لتوصيل رسالتها وفكرتها، ومن هنا تبرز أهمية الرأي العام وعلاقته بمواقع التواصل الاجتماعي فمن خلال مصطلح اجتماعي تعني أن هناك جماعة من الناس تستخدم هذه المواقع فبالتالي لهم آراء معينة تجاه القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية مما يعني انه يوجد ارتباط بين هذه المفاهيم .

ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، تغير شكل ومضمون الإعلام الحديث، وخلقت الشبكات الاجتماعية نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها وأصبحت بذلك وسيلة الاتصال المؤثرة في الأحداث اليومية، بحيث أتاحت الفرصة لأفراد المجتمع بكل مستوياتهم وأطيافهم بنقل أفكارهم، ومناقشة قضاياهم السياسية والاجتماعية وما يرغبون في نقله متجاوزين في ذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة ، وحتى الحكومات والمنظمات غير الحكومية أصبحت تستعمل هذه الشبكات من اجل إيصال أفكارها وتحقيق أهدافها المختلفة.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من الأدوات والمواقع المهمة التي أسهمت إسهاماً فعالاً في تغيير الرأي العام المحلي، والإقليمي ، والعالمي وذلك لما لهذه المواقع من تأثير على المستخدمين كما أنها إنتشرت بصورة كبيرة وأضحت شيئاً حتمياً في حياة الأفراد في عالم اليوم

و في الأونة الأخيرة ماحدث من تغيرات عالمية عبر موقعي الفيسبوك والتويتر وتناولاً لقضايا حيوية تهم الفرد والمجتمع مثل قضايا التعليم، وحقوق الإنسان وغيرهما في الكثير من القضايا الدولية .

ورغم الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها شبكات التواصل الإجتماعي، والتي تتهمها بالتأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري، فإن هناك من يرى فيها وسيلة مهمة للتنامي والالتحام بين المجتمعات، وتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والإطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، وتعزيز قيم الولاء والهوية والانتماء، خاصة في ظل دورها الفاعل والمتميز كوسيلة اتصال ناجعة في حركات التغيير الجماهيري. وسنتناول في هذه الدراسة المواقع ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي والتطرق إلى كيفية مساهمتها في تكوين وتشكيل الرأي العام .

أسباب إختيار الموضوع :

- الأسباب الذاتية : لاحظ الباحث انتشار مواقع التواصل الاجتماعي بين فئات المجتمع المختلفة خاصة موقعي الفيس بوك والواتساب ، وشغف الباحث في الخروج عن المألوف والابتكار وتقديم كل ما هو جديد .
- الأسباب العلمية : اثراء البحث العلمي في المجال الاعلامي بمثل هذه البحوث النوعية وان يكون اضافة للباحثين والمختصين في هذا المجال .
- الأسباب المجتمعية : ضرورة مواكبة التطور التقني ومعرفة مدى الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي خاصة وانها يستخدمها معظم افراد المجتمع .

مشكلة البحث :

إن الأصول العلمية تفتضي ضرورة أن لا تنشأ فكرة البحث العلمي من فراغ حتى لا تنتهي إلى فراغ ، وبناءً على ذلك فإن أهم ما يميز البحوث العلمية هي أن تكون ذات مشكلة معينة تحتاج إلى من يتصدى لها بالدراسة . والتحليل والتقصي من جوانبها المختلفة لمعرفة الاسباب التي أوجدتها ومن ثم ايجاد الحلول الناجعة لها..(١)

إن دراسة دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام شائكة نسبياً ولعل الصعوبة التي يواجهها الباحثون في الجزم بمدى تأثير هذه المواقع على آراء وإتجاهات الجمهور .

وفي ظل إنتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة بصفة عامة ومواقع التواصل الإجتماعية بصفة خاصة ولما تمنحه هذه المواقع من حيز كبير للتفاعل مع محتواها والمشاركة في وضع المحتوى نجد أن شبكة الانترنت أصبحت من أكثر وسائل الاتصال فاعلية وتستقطب أعدادا متزايدة .

هذا كله كان دافعاً للباحث لاجراء دراسة علمية للوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي تجاه القضايا السياسية والإجتماعية والدينية والإقتصادية وغيرها ،

وحتى تصبح مشكلة هذه الدراسة أكثر وضوحاً يمكن بلورتها في السؤال المحوري التالي :

إلى أي مدى يمكن توظيف مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي ؟

(١) سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام ، ط ٣ (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٩م) ص ٦٩

أهمية البحث :

يعد هذا البحث من البحوث المهمة لأنه يتناول أمراً وموضوعاً يستخدمه كل منا بصورة يومية وشبه يومية فمن منا لا يستخدم أو يملك حساباً في هذه المواقع مثل (فيس بوك ، تويتر ، الواتساب ... الخ) حيث أنها أصبحت مصدر من مصادر المعلومات ومعرفة الأخبار .

تبين دراسة أن أكثر من { ١,٥ } مليون قطعة محتوى (نص ، تغريدة ، فيديو ، مقال ، موقع ، صورة ، ... الخ) يتم مشاركتها عبر فيسبوك يومياً^(١)

ومن هنا نبعت أهمية هذا البحث لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي والوقوف على سلبياتها وإيجابياتها في ذلك .

ايضاً هو من البحوث العلمية الحديثة والنادرة في هذا المجال حيث يقوم بدراسة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي على حياة الافراد والجماعات والشعوب حسب ما تشير الكثير من الدراسات العلمية الحديثة عن هذه المواقع، كما تمثل إضافة معرفية للباحثين في هذا المجال .

أهداف البحث :

لكل بحث أهدافه ودوافعه القائم على تحقيقها فضلاً عن الهدف العلمي ، وعليه فإن هذا البحث يهدف إلى :

- ١ . التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل الرأي العام النوعي تجاه القضايا السياسية والإقتصادية والاجتماعية والثقافية .
- ٢ . الكشف عن سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الرأي العام وتجنبها .
- ٣ . التعرف على إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وتغيير سلوك الجماعات الداعمة لعملية تشكيل الرأي العام النوعي .
- ٤ . التعرف على الطرق التي تؤدي إلى الاستفادة من مواقع التواصل في تشكيل الرأي العام النوعي .
- ٥ . الخروج بنتائج وتوصيات تسهم في تعزيز الاستخدام الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي وتفادي الجوانب السلبية .
- ٦ . رفد المكتبات الوطنية والعربية بدراسة علمية نوعية حديثة يستفيد منها طلاب العلم والمعرفة والباحثين والمختصين .

(١) على عبد الفتاح ، الاعلام الاجتماعي (ط العربية ٢٠١٤م ، عمان - الاردن ، دار اليازوري) ص ١٧١ .

التساؤلات البحثية :

١. ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات وسلوك الجماهير وفي تشكيل آرائها ؟
٢. ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدم في تشكيل الرأي العام النوعي ؟
٣. هل تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بديل للاعلام التقليدي سيما في جانب تشكيل الرأي العام النوعي ؟
٤. ماهو حجم الحرية المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن الرأي ؟
٥. إلى أي مدى يمكن أن تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي؟
٦. كيف يمكن التعامل مع الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي والتي بموجبها يتشكل الرأي العام ؟
٧. ماهو حجم التأثير والانطباع لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام ؟

منهج البحث:

المنهج : (هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة وفي هذه الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي وأسلوبه التحليلي . ويقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو أحداث معينة بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره .^(١)

(١) يحي مصطفى عليات و عثمان محمد غنيم (الأسس النظرية والتطبيق العلمي) ، ط٤ (عمان ، دا صفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠م ،) ص ٦٦ .

مجتمع البحث وعينته :

- يقصد بمجتمع البحث : جميع المفردات التي تتوافر فيها الخصائص المطلوب دراستها . وهذه المفردات قد تكون أفراد أو أحداث أو أشياء ذات علاقة بالموضوع.
- كما يقصد بالعينة :هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجياً ويسجل من خلالها هذا التعامل البيانات الاولية المطلوبة^١.

ويتمثل مجتمع البحث في مجموعة من المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بولاية الخرطوم والعينة التي سيتم إختيارها هي العينة العشوائية لانها تمثل مجتمع الدراسة تمثيلاً صادقاً ، ويمكن تعميم نتائجها على المجتمع الكلي وقد إختار الطالب بعض المستخدمين بولاية الخرطوم لانها العاصمة التي يتواجد بها مجموعة متباينة من السكان من مختلف ولايات السودان وكذلك تتوفر فيها خدمة الانترنت بجودة عالية .

(١) خالد عبد الله درار ، البحث العلمي في الاتصال الجماهيري ، ط ١ ، (الخرطوم : مطابع العملة ، ٢٠١٢م) ص ٢٠٣

أدوات جمع البيانات :

١. الاستبيان :

وهو عبارة عن : مجموعة من الأسئلة تدور حول موضوع البحث . يتم وضعها في إستمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو تسليمها باليد وذلك من أجل الحصول على إجابات لتلك الأسئلة (١)

استخدم الباحث الاستبيان بإعتباره أكثر الادوات البحثية شيوعاً واستخداماً في مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية كما يعتبر من أكثر الأدوات الملائمة لدراسة جمهور المتلقين لوسائل الاتصال بإعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الحديثة .

(١) المرجع نفسه ، ص ٦٩ .

تعريف المفاهيم والمصطلحات البحثية :

مواقع التواصل الإجتماعي :

في اللغة : مواقع : جمع مواقع اسم مكان من وقع .
تواصل : يتواصل تواملا فهو متواصل

في الاصطلاح :

يقصد بها المواقع الالكترونية التي يتصل من خلالها الفرد بدائره يختارها بنفسه من أشخاص يعرفهم في العمل أو من الأقرباء أو الاصدقاء أو مجموعات إجتماعية أخرى يتم إنشاؤها على المواقع لها إهتمامات مشتركة في السياسة أو الموضوعات الإجتماعية أو الفنون أو الموضة ومن أشهر تلك المواقع الفيس بوك .^(١)

التعريف إجرائياً :

هي من المواقع التي الحديثة التي تربط بين المشتركين بين بعضهم البعض من أجل تبادل المصلحة والمنفعة والتعبير عن الاراء تجاه القضايا المختلفة .

دور :

في اللغة: اسم ، مصدر دار والجمع أدوار .
في الاصطلاح : مجموعة من المسؤوليات والانشطة الممنوحة لجهة أو شخص .
دور : هو أداة أو وظيفة التي تقوم بها وسيلة من وسائل الاعلام بالنسبة للجمهور في مجال معين .
التعريف إجرائياً : دور تعني اسلوبها أو طريقة عملها أو كيفية استخدامها

تشكيل :

في اللغة : تشكيل اسم مصدر شكل والجمع : تشكيلات .
إصطلاحاً : تَشْكِيلُ الْمَنْظَرِ : إِبْسَاسُهُ صُورَةً وتعني عدد متجانس من شيء ما .

^(١) نشره إيمان عقل ، العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعات في مواقع التواصل الاجتماعي مع الاخرين وسائل الاعلام التقليدية ، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد العاشر ، اعدد الثاني يوليو ، ديسمبر ٢٠١٠م ، ص ٢٥٥ .

الرأي العام :
في اللغة : الرأي جمع أراء من رأي ، ما يترجح للإنسان بعد فكر وتأمل .
والعام : بفتح العين الشامل لأفراد عديدين .

واصطلاحاً : اللفظ الدال على جميع أجزاء ماهية مدلوله وهو نظرة محددة ينظر بها الفرد لظاهرة أو مسألة معينة^١ .

الرأي العام :
هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل وتظهر فيها مصالح هذه الأغلبية أو ميولها الانسانية بصورة مباشرة^(٢)

الرأي العام النوعي إجرائياً :
هو الرأي الذي يكون بين طائفة أو فئة معينة أو رأي النخبة المستنيرة في المجتمع في شعب بعينه أو مجموعة من الشعوب في قضية معينة مرتبطة بمصالحهم السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو مرتبطة بعقيدتهم أو بمبادئهم .

^(١) موقع المعاني المعجم الوسيط ، يوم ١٧ فبراير ٢٠١٩ الساعة ١٢ ظ . www.almaany.com
^(٢) مختار التهامي ، الرأي العام والحرب النفسية ، ط ١ (ب م ، ب د ، ب ت) ص ٢٧ .

عرض الدراسات السابقة وتحديد علاقتها بالدراسة الحالية

• الدراسة الاولى بعنوان :

دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات واساليب مكافحتها^١

• أهداف الدراسة :

١. التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي
٢. معرفة الايجابيات والسلبيات في مواقع التواصل الاجتماعي
٣. معرفة مدى سرعة انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

• منهج الدراسة :

المنهج الوصفي

• أهم النتائج :

١. أكدت الدراسات أن نسبة كبيرة في أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي .
٢. وجدت الدراسة أن معظم المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع أصدقائهم .
٣. وافق كثير من أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على نشر الشائعات .

^١ (مشكاة عبد ربه أحمد ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات واساليب مكافحتها ، (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة إفريقيا العالمية ، كلية الإعلام ، ٢٠١٦م .

• الدراسة الثانية بعنوان :

توظيف العلاقات العامة في تشكيل الرأي العام دراسة وصفية تحليلية
بالتطبيق على جهاز تنظيم شؤون السودانين بالخارج^١

• أهداف الدراسة :

١. ماهية الرأي العام وكيفية تشكيله وتكوين رأي عام عن أداء إدارة العلاقات العامة بالجهاز
٢. معرفة الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة بالجهاز
٣. كشف المشاكل التي تعاني منها إدارة العلاقات العامة .

• منهج الدراسة :

المنهج الوصفي

• أهم النتائج :

١. أكدت الدراسة أن التلفزيون يحتل المركز الاول بين الوسائل الاعلامية المستخدمة في نشر رسالة الجهاز ثم تتبعها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٧٧% ثم الاذاعة ٥١% ثم الصحف بنسبة ٦٦,٧% ، ثم المؤتمرات بنسبة ٥٨% ومجلة المؤسسة بنسبة ٥٢% .
٢. أثبتت الدراسة ان العلاقات العامة تساهم في تكوين رأي عام في بعض القضايا التي تطرحها .
٣. أوضحت الدراسة أن نسبة ٤٩,٣% من المبحوثين يرون عدم قيام الجهاز بمتابعة أسواق العمل الخارجية لإتاحة فرص العمل للمغتربين .

(١) فادية شرف الدين ، توظيف العلاقات العامة في تشكيل الرأي العام، (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة إفريقيا العالمية ، كلية الإعلام ، ٢٠١٥م .

• الدراسة الثالثة بعنوان :

فاعلية الوسائط المتعددة في تشكيل الرأي العام
دراسة تطبيقية على مستخدمي مواقع الفيس بوك من طلاب الجامعات^١

• أهداف الدراسة :

١. التعرف على مدى إسهام على الفيس بوك كشبكة اجتماعية في التعاون بين الطلاب .
٢. الخروج بنتائج وتوصيات تسهم في تعزيز الاستخدام الايجابي لمواقع التواصل الاجتماعي وتفاذي الجوانب السلبية .
٣. معرفة انعكاسات استخدام الطلاب للفيس بوك على آرائهم واتجاهاتهم وسلوكهم .

• منهج الدراسة :

اعتمد الباحث على منهج الوصفي التطبيقي ومنهج دراسة الحالة study case

• أهم النتائج :

١. إن السبب الرئيسي لا استخدام الطلاب للانترنت هو الفائدة التي يجدونها من هذه شبكة حيث ذكر ، ٧٥,٢% من أفراد العينة أن شبكة الانترنت قد افادتهم في جميع مجالات حياتهم .
٢. توصلت الدراسة إلى أن ٧٩,٩% من المبحوثين اعطوا الفيس الافضلية لاسهامه في اثاره واحداث ثورات التغيير التي حدثت في المنطقة مؤخراً بينما أجاب ٢٠,٦% اسهم الى مافي نشوب الثورات . فيما يرى ٥,٥% بأن الموقع ليس يسهم في نشوب هذه الثورات .
٣. جاءت اشباعات التواصل مع الآخرين في مقدمة الاشباعات التي يحقها موقع الفيس بوك بنسبة بلغت ٧٧,٦% كما اشارت الدراسة الى نسب متفاوتة لتحقيق اشباعات التعبير عن الرأي وزيادة المحصلة المعرفية والتسلية والترفيه .

(^١) الزبير يسن ابراهيم ، فاعلية الوسائط المتعددة في تشكيل الرأي العام، (رسالة ماجستير غير منشورة) جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية علوم الاتصال ، ٢٠١٢م .

• الدراسة الرابعة بعنوان :

مواقع النشر الالكتروني ودورها في تشكيل الرأي العام
(دراسة تطبيقية على سودانيز أون لاين الراكوبة)^١.

أهداف الدراسة :

١. الوقوف على الكيفية التي يتم عبرها تشكيل الرأي العام عبر المواقع الإلكترونية .
٢. معرفة اتجاهات المتصفحين وحجم المشاركة النشطة وتشكيل بيئة الرأي العام
٣. معرفة خصائص الجمهور المتصفح لهذه المواقع ومدى تأثيرها عليه

• منهج الدراسة :

منهج المسح بنظام العينة أو الحالة للفئات المختارة
المنهج الوصفي وأسلوبه التحليلي وذلك لتحليل البيانات المجمعة عن طريق
الاستمارة التعرف من خلالها على الآراء الأفكار والاتجاهات والانطباعات
والتأثيرات المختلفة عن مجتمع البحث .

• أهم النتائج :

١. اثبتت نتائج الدراسة إلى أن هناك فروقات بين آراء عينة الدراسة حول مصداقية مواقع النشر الالكتروني في نشر قضايا الساحة العربية .
٢. اظهرت نتائج الدراسة وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول دور موقع النشر الالكتروني ومدى تحريك الجماهير وأحداث ثورات في البلدان العربية .
٣. أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود فروقات معنوية بين خصائص المبحوثين حول موقع سودانيز أون لاين ويرجع إلى أن القيمة الاحتمالية لا خيار تحليل التباين أكبر من (٠,٠٥) مما يعني عدم وجود فروقات معنوية .

(^١ عبد الرحمن محمد ابراهيم ، مواقع النشر الالكتروني ودورها في تشكيل الرأي العام ، (رسالة دكتوراه غير منشورة) جامعة امدرمان الاسلامية كلية الإعلام ، ٢٠١٢م

• الدراسة الخامسة بعنوان :

العلاقات العامة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام
دراسة تطبيقية على هيئة الطيران المدني^١

• أهداف الدراسة :

١. الوقوف على الطريقة التي تعمل بها أجهزة العلاقات العامة والاهداف التي تسعى إلى تحقيقها والوسائل التي تستخدمها في التأثير على الرأي العام .
٢. إبراز وتوضيح اتجاهات الرأي العام في كل التطورات الاعلامية التي شملت جميع وسائل الاعلام .
٣. مدى الموضوعية والمصدقية لدى العلاقات العامة في تأثيرها على الرأي العام وبلورته .

• منهج الدراسة :

استخدام الباحث في دراسته للوصول إلى غايته المنهج المتكامل الذي يشتمل على عدة مناهج مثل الوصفي الذي يهتم بدراسة الحقائق حول المظاهر الاحداث القائمة .
واستخدم الباحث المنهج المسحي لانه يعتبر واحد من المناهج الاساسية في البحوث العلمية حيث يهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في مجتمع معين بقصد تجميع الحقائق واستخلاص النتائج اللازمة لحل مشاكل المجتمع .
ايضا استخدم الباحث اسلوب تحليل المضمون لانه يستخدم الوصف المحتوى الصريح للمادة المراد تحليلها .

• أهم النتائج :

١. أوضحت الدراسة ان العلاقات العامة تؤثر على الرأي العام بدرجة عالية وبنسبة وصلت ٨٠,٦% .
٢. أظهرت الدراسة أن العلاقات العامة تساهم في تكوين الرأي العام في بعض القضايا التي تطرحها .
٣. بينت الدراسة أن الغالبية العظمى من العاملين بالعلاقات العامة هم من المتخصصين في العلاقات العامة .

(^١) الحاج الفضل الطاهر، العلاقات العامة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام (رسالة ماجستير غير منشورة) ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية علوم الاتصال - ٢٠١٠م .

• الدراسة السادسة بعنوان :

إتجاهات الرأي العام الطلابي نحو مواقع التواصل الاجتماعي دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيس بوك من طلاب جامعة أفريقيا العالمية^١

• أهداف الدراسة :

١. التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي
٢. معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طلاب الجامعات
٣. معرفة إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

• منهج الدراسة :

استخدم المنهج التحليلي باعتباره من أكثر المناهج استخداماً في مثل هذا النوع من الدراسات

• أهم النتائج :

١. معظم المبحوثين يرون الأهمية القصوى للفيس بوك للتواصل مع الآخرين .
٢. ثلث المبحوثين يؤكدون دوره في الترفيه والتخفيف من ضغوط الحياة .
٣. نصف المبحوثين يرون أنه قد أثر على علاقتهم الأسرية .

^١ و داد جلال البشير ، إتجاهات الرأي العام الطلابي نحو مواقع التواصل الاجتماعي ، (رسالة ماجستير غير منشورة) ، جامعة إفريقيا العالمية ، كلية الاعلام ، ٢٠١٣ م .

تحديد موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

- إتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة الأولى وهي بعنوان : (دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الشائعات وأساليب مكافحتها) في إستخدام المنهج الوصفي وكذلك اتفقت معها في معرفة مواقع التواصل الاجتماعي ، ومعرفة إيجابياتها وسلبياتها .
- وانفقت الدراسة الحالية مع الدراسة الثانية وهي بعنوان : (توظيف العلاقات العامة في تشكيل الرأي العام) في المنهج الوصفي أيضاً بالإضافة إلى معرفة كيفية تشكيل الرأي العام بوجه عام .
- كما إتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة الثالثة وهي بعنوان : (فاعلية الوسائط المتعددة في تشكيل الرأي العام) في معرفة الإستخدام الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي وهو أحد أهداف البحث كذلك في الجانب التطبيقي لعدد من المستخدمين . وموقع الفيس بوك بشكل خاص ودوره في تشكيل الرأي العام .
- واتفقت الدراسة الحالية أيضاً مع الدراسة الرابعة وهي بعنوان : (مواقع النشر الالكتروني ودورها في تشكيل الرأي العام) في جدوى مواقع النشر الالكتروني وإسهامها في تشكيل الرأي العام ودور مواقع التواصل في تشكيل الرأي العام .
- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة الخامسة وهي بعنوان : (العلاقات العامة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام) في إستخدام المنهج الوصفي وأسلوبه التحليلي الذي يهتم بدراسة الحقائق حول المظاهر والاحداث القائمة وإبراز اتجاهات الرأي العام في جميع وسائل الإعلام .
- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السادسة وهي بعنوان : (اتجاهات الرأي العام الطلابي نحو مواقع التواصل الإجتماعي) في استخدام المنهج التحليلي بإعتباره أكثر المناهج المستخدمة في مثل هذا النوع من الدراسات واتفق ايضاً معها في عدد من الاهداف وهي : التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي ، ومعرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ، ومعرفة ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي .

■ الجوانب التي تناولتها الدراسة الحالية وأغفلتها الدراسات السابقة :

الجانب الأول : في التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل الرأي العام النوعي تجاه القضايا السياسية والإقتصادية والاجتماعية والثقافية والكشف عن سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الرأي العام وكيفية تجنبها

الجانب الثاني : في التعرف على إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وتغيير سلوك الجماعات الداعمة لعملية تشكيل الرأي العام النوعي وعلى الطرق التي تؤدي إلى الإستفادة من مواقع التواصل في تشكيل الرأي العام النوعي .

الجانب الثالث: في حجم مساحة الحرية الموجودة في مواقع التواصل الاجتماعي وأن الحرية المطلقة يمكن أن تؤثر سلباً في تشكيل رأي عام نوعي حقيقي .

حدود البحث (الاطار الزماني والمكاني) :

الاطار الزماني : (٢٠١٨-٢٠١٩ م)

نسبة للتغيرات التي حدثت في تكنولوجيا الاتصال والإعلام والتطور الذي يشهده العالم ، والإحداث المهمة السياسية والاجتماعية والفترة ٢٠١٨-٢٠١٩م تعتبر معاصرة للتطورات التي ذكرناها .

الاطار المكاني : (ولاية الخرطوم – السودان)

يغطي الإطار المكاني الجغرافي للبحث ولاية الخرطوم ، وذلك لانه يقطن بها مجموعة متباينة من السكان من معظم ولايات السودان المختلفة . ولانها تمثل عاصمة البلاد وأكثر الولايات من حيث الكثافة السكانية حيث تزيد فيها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

ونظراً لقوة وجودة شبكة الانترنت عكس مما هو عليه الوضع في الولايات الأخرى .

الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول : نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي ومفهومها

المبحث الثاني : سمات واستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

وخصائصها

المبحث الثالث : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وسلبياتها

وايجابياتها

المبحث الأول

نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة ، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام (١٩٩٥) وهو موقع Classmates.com ؛ وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق ، وقسم كل منطقة لعدة مدارس ، وجميعها تشترك في هذا الموقع ، ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملائه ويتعرف على أصدقاء جدد ، ويتفاعل معهم عبر هذه الشبكة^١.

وتبع ذلك محاولة ناجحة لمواقع تواصل اجتماعي آخر؛ وهو موقع SixDegrees.com ، وكان ذلك في خريف عام (١٩٩٧) ، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية ، وكان ذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء ، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله ، وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة (١٩٩٧ - ١٩٩٩) ؛ وكان محور إهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Asianavenue.com ، وموقع البشر ذوى البشرة السمراء Blackplanet.com ، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي والتي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام (١٩٩٩ - ٢٠٠١) ، وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مراحلها الأولى ؛ والتي تركز على استخدام غرف الدردشة والرسائل

(١) بشرى جميل الراوي، « دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير»، الباحث الإعلامي. العدد ١٨، ٢٠١٣، ص ٩٧-٩٨.

الإلكترونية ، وخلال تلك الفترة لم تكن تقنيات الجيل الثاني للويب قد ظهرت على الساحة ، كما لم يكن يسمع عن التفاعل والإضافة والحذف والنقاش وتبادل الملفات والآراء وكل ما تتيحه تقنية الويب .

ومع بداية عام (٢٠٠٢) انطلق موقع التواصل الاجتماعي friendster.com ، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرةً كبيرةً في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع skyrock.com كمنصة للتدوين ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب .

وفي بداية عام (٢٠٠٣) ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير Myspace.com وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل linkedin.com والتي انطلقت رسمياً في الخامس من مايو عام (٢٠٠٣)؛ والذي وصل عدد مستخدميه إلى (٢٥٠) مليون مشتركاً بنهاية شهر ديسمبر (٢٠١٢)، ثم كانت النقلة الكبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير الفيسبوك Facebook.com؛ حيث انطلق رسمياً في الرابع من فبراير عام (٢٠٠٤) وقد بدأ هذا الموقع أيضاً في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفيسبوك من المحلية إلى الدولية عام (٢٠٠٦)، وكذلك قيام الفيسبوك في عام (٢٠٠٧) بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين ؛ وهو ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيسبوك بشكلٍ كبيرٍ، حتى تربع الفيسبوك على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بل ومواقع الإنترنت بصفة عامة على مستوى العالم^١

وانتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع التواصل الاجتماعي تويتر Twitter؛ حيث ظهر هذا الموقع في أوائل عام (٢٠٠٦) كمشروع تطوير

(١) وليد رشاد زكي، « نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيديولوجيا إلى الميثولوجيا»، المركز العربي لأبحاث القضاء الإلكتروني،

سلسلة قضايا استراتيجية، ٢٠١٢، (http://www.accronline.com/article_detail.aspx?id=2593)، ص

بحثى أجرتة شركة Odeo الأميركية فى مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام فى أكتوبر (٢٠٠٦)، وقد بدأ الموقع فى الانتشار كخدمة جديدة للتواصل الاجتماعى على الساحة فى عام (٢٠٠٧) والمتتبع لحركة ظهور مواقع التواصل الاجتماعى المختلفة يلحظ أنها تهدف إلى تحقيق الاتصال والتفاعل بين الأصدقاء دون تحديد نوعية المستخدمين أو طبيعة المناقشات؛ فهى مواقع عامة لجميع المستخدمين على مستوى العالم، وعلى الرغم من ذلك ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعى المعنية بفئات وتخصصات محددة، ومناقشة موضوعات دون غيرها، وهو ما أدى إلى انتشار العديد من مواقع التواصل المتخصصة فى مجال محدد (١). فالتطور الذى مرت به شبكات التواصل الاجتماعى حدث بصورة كبيرة وخلال فترة زمنية قصيرة والذى يوضح تطورات شبكات التواصل الاجتماعى خلال الفترة من ١٩٩٧ وحتى ٢٠١١م (٢).

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعى

لقد خلق استخدام الانترنت فى السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعى بين الأفراد فى فضاء إلكترونى افتراضى، قرب المسافات بين الشعوب والذى الحدود وزوج بين الثقافات، وسمى هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعى)، التى تعد الأكثر انتشاراً على شبكة الإنترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى، وما تلعبه كوسيلة فى نقل الأخبار والأحداث السياسية، وهذا شجع متصفحى الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها.

إن مفهوم شبكات التواصل الاجتماعى كغيره من المفاهيم الاجتماعية أثار جدلاً واسعاً لدى الأكاديميين نظراً لتعدد وتداخل مداخل واتجاهات دراسته، ومن الناحية الاصطلاحية فى اللغة الإنجليزية يطلق عليه "social media" أو مصطلح "social net-work": أى الترابط

(١) نادية بن ورقلة، « دور شبكات التواصل الاجتماعى فى تنمية الوعي السياسى والاجتماعى لدى الشباب العربى»، مجلة

دراسات وأبحاث. ، العدد ١١، ٢٠١٣، ص

www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index_htm_files/Makal11_12.pdf.

(٢) وليد رشاد زكى المرجع نفسه، ص ٦٧.

الشبكي الاجتماعي، أما في اللغة العربية نجده أدق من ناحية الوصف، إذ أن مصطلح "مواقع التواصل الاجتماعي" لا يثير جدلاً في معناه بقدر ما يثير إشكالاً في تعريفه. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي :

حيث يعرفها "بالاس" « BALAS »: « على "إنها مواقع تستخدم لبناء مجتمعات افتراضية على شبكة الانترنت تمكن للأفراد أن يتصلوا ببعض البعض للعديد من الأسباب المتنوعة".

الإعلام الاجتماعي:

"وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل.¹

وتشير أيضاً إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر مناسبة إمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، و هي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهما الاهتمامات والهوايات نفسها.

ويعرفها "بريس" « preece » و مالوني كريشمار maloneykrichmar: مواقع التواصل الاجتماعي على أنها : مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي تقترحها المواقع وتعرف على أنها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بيسر وبسهولة.

ويعرفها الحسيني: بأنها خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لأشخاص آخرين يتشاركون معهم بأحدي الاشتراكات الفكرية

(¹) إيهاب خليفة، مواقع التواصل الاجتماعي "أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت"، المجموعة العربية

أو غيرها وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتي بلاد العالم.

ويعرّفها "زايد" على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت 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 الالكتروني.¹

وعرّفت أيضا على أنها تلك المجتمعات الافتراضية وتجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت، تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة بحيث يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي.

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك . وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني "لويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع ويتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور...الخ، أي أنها شبكة مواقع فعّالة تعمل على تسهيل الحياة

(¹) إيهاب خليفة، مواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سابق ، ص ١١٦.

الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم.^١

^١ خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط ١ ، ٢٠١٤م، ص ٣٥.

وتعرف أيضا على أنها: منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.

وتضع كلية "شريديان التكنولوجية « cheridan » تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: " أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه و هي أهم سماته.

وتعرف على أنها تلك المواقع الاجتماعية التي تتيح لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الالكترونية، و إجراء المحادثات الفورية، وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي: "الفيسبوك" "تويتر"، وموقع مقاطع الفيديو "اليوتيوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل مبسط هي عملية تساعد الأفراد علي التواصل مع عدد كثير من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء باحثين،...) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات وتبادل للآراء والأفكار والتعليق عليها، وتبادل التهئة في المناسبات العامة والخاصة على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت .

وتعرف على أنها المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت.

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك face book والتويتر TWITTER وجوجل +
GOOGLE PLUSE وماي سبيس MY SPACE وهاي فاي HI5 ولايف بورن LIFE
BOON ولينكد ان LINKED IN وغيرها من أشهر المواقع التي تقدم خدمات للمستخدمين
وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم،
ونعرف بعضها منها:

الفيسبوك: face book: وهو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره
للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع
للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى،
وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.

التويتر TWITTER : وهو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات
الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان و خاصة الشرق الأوسط،
واخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو
خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى ١٤٠ حرفا للرسالة الواحدة،
ويجوز للمرء أن يسميها نصا ، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه
تلك التغريدات أو التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم
على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، وإمكانية
الردود والتحديثات عبر البريد الالكتروني ، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة « RSS » عبر
الرسائل النصية « SMS »

اليوتيوب « youtube » : اختلفت الآراء حول موقع "يوتيوب" وما إذا كان هذا الموقع شبكة
اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو video sharing «
site»، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدة من
الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر
الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع.

أي أن اليوتيوب موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل و تنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.^١

^١ باسم الجعبري، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، ط ١ ، الرواد للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٩م،

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات، وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني "الويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

مفاهيم أخرى وتعريفات :

هناك عدة تعريفات خاصة بمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي فمنها:

- أنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية^(١).
- كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهما الاهتمامات والهوايات نفسها".
- كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مقهى اجتماعي يجتمع في بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي وهو أنك تستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجي أينما كنت^(٢).
- وقد عرفت شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن تجمعات اجتماعية من خلال شبكة الإنترنت يستطيع روادها القيام بمناقشات خلال فترة زمنية مفتوحة، يجمعهم شعور إنساني طيب، وذلك في إطار محدد.

(١) بهاء الدين محمد مزيد، "المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً"،

جامعة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٢م، ص ٨٩ .

(٢) علي محمد رحومة، ((الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية،

٢٠٠٧م، ص ٧٥ .

وعرفت أيضا بأنها مجتمعات افتراضية عبر شبكات الإنترنت تجمع مجموعة من الأفراد يحملون ذات الاهتمامات يتبادلون الخبرات والمعلومات فيما بينهم من خلال إطار برنامج أو تطبيق محدد يشتركون جميعا في استعماله^(١).

و تعرفها الموسوعة الحرة العالمية بأنها: عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات، أحدثت تغيير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات، وهي تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي، وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة.^٢

وعليه إن شبكات التواصل الاجتماعي، هي مجموعة من المواقع تقدم خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع أكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات في بنية مجتمع افتراضي، وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات، وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتى أنحاء العالم .

(١) جيهان حداد. المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد : دراسة انثروبولوجية.

جامعة اليرموك، رسالة ماجستير غير منشورة، ٢٠٠٢م.

(٢) الموسوعة الحرة العالمية ويكيبيديا، «خدمة الشبكة الاجتماعية»، ص

١ خدمة الشبكة_ الاجتماعية/ http://ar.wikipedia.org/wiki_، تم الإطلاع بتاريخ ٢٨/١٢/٢٠١٨.

المبحث الثاني سمات وإستخدامات مواقع التواصل الإجتماعي وخصائصها

تمهيد :

مواقع التواصل الإجتماعي هي مواقع على شبكة الانترنت يستطيع من يملك حساباً فيها القيام بالتواصل بعدة طرق (كتابة ، صوتاً ، صورة) مع من يريد سواء من يملكون حساباً في هذه المواقع ، سواء أكانوا أشخاصاً طبيعيين كالأصدقاء القدامى أو أصدقاء العمل أو زبائن أو أشخاص معنويين كالشركات والمؤسسات .

حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر أو الترويج لسلعة أو منتج معين وإنجاز الأعمال في مجتمع افتراضي .

وهكذا فشبكات التواصل الاجتماعي لم تعد فقط من أجل الدردشة أو التسلية ، بل أصبحت وسيلة لإنجاز الأعمال والأخبار والإعلان عن الوظائف والتواصل لمختلف الأهداف والأغراض ك :

- ١ . إعطاء المعلومات والحصول عليها .
- ٢ . التعاون والتشارك في حل المشكلات واتخاذ القرارات .
- ٣ . التعليم والتدريب وتبادل الخبرات .
- ٤ . التعبير عن المشاعر والآراء وإسداء وتلقى النصح والإرشاد والتوجيه حول مختلف المواضيع

سمات مواقع التواصل الإجتماعي :

لهذه الشبكات ميزات مشتركة يمكن من خلالها تحديد فيما إذا كان هذا النموذج أو ذلك هو شبكة تواصل اجتماعي أم لا .

- ١ . يتم تشكيل محتوى هذه الشبكات من زوارها والأعضاء فيها ، وليس هناك فريقاً متخصصاً للكتابة والنشر فيها ، فرواد هذه الشبكات بما يثبتونه من أفكار وآراء وبما يتبادلونه من وجهات نظر ، هم من يشكل محتوى هذه الشبكات . وبالتالي ففضاء الحرية واسع جداً يستطيع زائر الشبكة الإستفادة منه في مواضيع كثيرة كتابة ونقداً .. مما يتعذر القيام به عبر وسائل الإعلام التقليدية .

يقول "دون كابسون " وهو مؤلف الكتب الأكثر مبيعاً في مجال الانترنت ؛(عندما يبحث أبناء هذا الجيل من المعلومات أو الترفيه يتوقعون أن يتحول ذلك إلى محادثة قرابة 80% من أبناء جيل الانترنت تحت عام 28 عام يزورون بانتظام ! الطريقة الأشهر لإنشاء المحتوى ومشاركته ، فهذه المجموعات من الأفكار والآراء والاهتمامات الشخصية

– أو حتى الأعمال الفنية أو الصور أو القصص أو مقاطع الفيديو – تمثل تعبيراً خالصاً عن الذات ، دون أي تعديل أو تنقيح .

ويمتلك نحو 40% من المراهقين أو الشباب مدونات خاصة بهم حسب ما أورده مركز بيع للأبحاث ، وهم يساهمون إسهاماً متزايداً في إنشاء المحتوى على الانترنت ، حيث شارك نحو 64% من أبناء جيل الانترنت في شكل من أشكال إنشاء المحتوى عام 2007 مقارنة بنسبة 57% عام 2006 ، وتمثل تلك النسبة نصف إجمالي عدد المراهقين من سنه 12 إلى 17 عاماً أو حوالي مليون شاب في الولايات المتحدة ، وهذا العدد مرشح للزيادة عاماً بعد عام .

٢. التواصل الفعال بين كافة مستخدمي هذه الشبكات حيث يستطيع كل مسجل فيها أن يوصل ويستقبل أي رسالة إلى أي من المشتركين الآخرين – الذين يختار التواصل معهم – ويستطيع أن يقف على آخر أخبارهم .

وعن إستفادة مستخدمي شبكات التواصل من هذه الخاصية يقول "إيريك شميت" الرئيس التنفيذي لشركة جوجل :

(هذا الجيل – جيل الانترنت – هو الجيل الأذكى وليس الأغبي ، وأبناؤه هم الأبرع ، والأكثر اتصالاً بالعالم ، والأكثر ذكاء ، والأفضل ثقافة وتعلماً . إن الحقيقة الواضحة أنهم متصلون ببعضهم البعض منذ نعومة أظافرهم عن طريق هواتفهم المحمولة ، وبرامج الدردشة ، والآن عبر الشبكات الاجتماعية ، تعني أنهم الجيل الأكثر اتصالاً وتواصلًا . فهم يهتمون ببعضهم البعض إهتماماً أعمق مما كنا نعمل نحن على الإطلاق ..)

٣. استطاعة المستخدم التحكم في المحتوى المعروف عن طريق حرّيته في اختيار الأصدقاء الذين يريد التواصل معهم سواء أكانوا أشخاصاً طبيعيين أو معنويين .

كما أتاح الإعلام الاجتماعي فرصاً عديدة من التشراك بالمعلومات بين جميع مشتركى الشبكة مع إمكانيات التفاعل المباشر والحر على المواقع الإجتماعية وعند نهاية كل مقال أو خبر ، كما أتاح الفرصة للمتلقين بأن يصنعوا برامجهم الإذاعية أو التلفزيونية التي يحبونها ويتابعونها وذلك بطرح مقترحات لمعد البرنامج ، أو المشاركة بطرح أسئلة للضيف الذي تم إستضافته بالبرنامج ، كل هذا وماصنعه الإعلام الاجتماعي مع الثورات التي اجتاحت منطقة الشرق الاوسط ولاجتاجات التي عمت العديد من الدول الاوربية ووأريكا يعتبر إضافة جديدة إذ صنعت هذه الأحداث ما يسمى بالمواطن الصحفي ،فصار الشخص الذي يعيش الأحداث أن يصورها أو يكتب عنها ويرسل ما يصور أو يكتب إلى وسائل الإعلام المتلهفة للأخبار من مناطق لم يستطع مراسلو تلك الوسائل من دخولها إما بسبب النظام

الحاكم لخوفه من معرفة العالم بما يحدث أو لصعوبة الوصول للحدث الذي قد يتعدى وقته دقائق فقط فما كان من الممكن نقله للعالم إلا من خلال الذين عايشوه ووثقوه.^١

^١ (على عبد الفتاح ، الاعلام الاجتماعي (ط العربية ٢٠١٤م ، عمان – الاردن ، دار اليازوري) ص ٥١-٥٣ .

إستخدامات مواقع التواصل الإجتماعية

وأما الإستخدامات فهي متنوعة وكثيرة ، وأبرزها :

○ استخدامات شخصية صالحة :

فالغالب يستخدم مثلاً شبكات مثل " تويتر ، فيسبوك " لأسباب شخصية خاصة بالفرد ، ليكون على اتصال بأصدقائه مثلاً كما أنه يشارك الناس من خلال اهتماماته وآرائه الخاصة .

○ استخدامات تجارية :

وهو ما يطلق عليه اصطلاحاً التجارة الإلكترونية ، وفي المنصات الإجتماعية تؤمن لك البقاء على اتصال مع العملاء ، وتسويق المنتجات حيث إن هذه الشبكات تمثل أمبر سوق تجاري عالمي .

○ استخدامات مهنية شبكية :

عن طريق توسيع التجارة ، وعقد الصفقات ، والتواصل مع شركاء آخرين يرغبون بالإنضمام لنفس مجال العمل الذي يزاوله الشخص .

○ استخدامات إعلامية :

عن طريق نشر الأخبار ، وبت الحوارات ، ومواكبة التغيرات الطارئة على مستوى العالم لحظة بلحظة ، والإستخدامات الإعلامية تكاد تكون لها السيطرة ، نظراً لأنها محل إهتمام جل الناس ، فما من أحد إلا ويهتم بالأحداث التي تمر به ، أو بمنطقته ، أو بالعالم ، حيث إن أي حدث يقع في مكان ما من العالم يؤثر بطريقة أو بأخرى في مناطق أخرى من العالم .

○ استخدامات ترفيهية : وقد أصبح الترفيه سمة عصرنا الحالي ، خاصة وأن الترفيه أصبح صناعة ضخمة تدر المليارات ، مما جعل الناس يتسابقون لمتابعة أحدث المنتجات الترفيهية ، وبالطبع فهذه الاستخدامات الترفيهية تعتبر من أبرز استخدامات الإعلام الجديد الذي يعد في جانب منه ترفيهياً بلا منازع .^١

^(١) على عبد الفتاح ، الاعلام الاجتماعي المرجع السابق ، ص ١١٩ .

أهداف هذه الشبكات بإيجاز ، ونذكر من هذه الأهداف :

١. إلغاء الحواجز بين البشر كافة ، وهدم الفوراق العرقية والدينية لجعل الجميع في بوتقة واحدة تدعى الإنسانية برغم كسر بعض الشبكات لهذه النقطة .
٢. هدم القيم والأخلاق ، حيث لا وجود لها في الشبكات الإجتماعية ، إذ أنهم يعتبرون مسألة الأخلاق مسألة شخصية تخص الفرد نفسه ولا وجود لها في المجتمعات الرقمية .
٣. سرعة التواصل بين البشر وإلغاء الفوراق الزمنية في نقل الخبر ، فقد أصبحت هذه الشبكات الإجتماعية تطبيقاً مجانياً على أي هاتف نقال بما يعني أن الخبر يصل المستخدم في أي وقت على مدار الساعة .
٤. زيادة الشائعات عن طريق الشبكات الإجتماعية ، فكل شخص مشترك في هذه الشبكات ينشر ما يريد من أخبار دون الرجوع لمصادر الخبر .
٥. وكذلك هناك الإستخدامات السلبية التي منها التحرش والإدمان ، والترويج للأفكار الهدامة ، والتأثير على اللغة العربية التي تشكل هوية الأمة وحصنها المنيع ، وغير ذلك .

أبرز عناصر التوظيف الإيجابي داخل هذه الشبكات :

- الدفاع عن الدين الإسلامي ضد الهجمة الشرسة التي يتعرض لها ، وشرح مبادئه وقيمة وتعريف العالم بالصورة الحقيقية لهذا الدين الحنيف الذي ارتضاه الله للعالمين ، وتعد هذه الشبكات من أفضل الوسائل لنشر دين الله عز وجل ، ودحض الشبه ، وتفنيد الافتراءات المثارة ، والدعوة إلى دين الله – عز وجل – امتثالاً لقوله – تعالى : (أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين) .
- التواصل الفعال بين القيادات الحاكمة والمواطنين – كما يحدث الآن في معظم دول مجلس التعاون الخليجي – مما يعزز اللحمة الوطنية ، ويقوي أواصر الأنتماء لدى الشعوب ، الأمر الذي يعد كسراً حواجز بين الحاكم والمحكوم ، كما أنه يساعد على تقريب المسافات وزيادة أوجه الفهم بين القيادات الحاكمة والمواطنين .
- الاستخدام المهني له عن طريق توافر الشركات في هذه المواقع الشبكية ، واستخدامها في البحث عن الوظائف ، مما يعزز التواصل مع الكثير من راغبي العمل واختيار الأفضل بينهم ، وبهذا الوضع تستطيع الشركات التوصل للغالبية العظمى من الباحثين عن العمل
- مراعاة النشء والقاصرين والأطفال ، في استخداماتهم للشبكات الإجتماعية ، ووجود رقابة خاصة من أولياء الأمور ، وتعريفهم بالمخاطر التي يواجهونها من خلال هذه الشبكات الاجتماعية ، وزيادة الوعي لديهم عن أفكار الخصوصية والملكية الفكرية .

- إعلاء القيم والمبادئ والأخلاق للشباب العربي والإسلامي ، وتعزيز شخصياتهم ، ورفع معنوياتهم لزيادة الثقة لديهم بأنفسهم ، وإيصال مفاهيم الحياة في الواقع الافتراضي والفرق بينها وبين الحياة الواقعية التي نعيشها .
- إعلاء قيمة اللغة العربية من خلال نشر ثقافة اللغة العربية وتعلية قدرها ، ومحاربة الأفكار اللغوية الداخلية (مثل : لغة الفرانكو آراب ، وزيادة الوعي لدى الشباب باستخدام اللغة العربية كلغة أساسية في استخدام الشبكات الاجتماعية ، وانها أساسية لدى المستخدم العربي .
- إيصال مفاهيم الحرية بثتى افكارها بشكل موضوعي لدى الشباب ، وتوضيح فكرة حرية الرأي والتعبير ، كما لا بد من توعية الشباب بأن نشر المحتويات غير اللائقة لا يعد بأي شكل من الأشكال نوعاً من أنواع الحرية الرأي .
- البدء في إرساء قواعد الحوار البناء لدى المستخدمين العرب ، وكيفية القيام بمثل هذه المحاورات ، وتوضيح الفكرة الأساسية من الحوار التي تمكن في إيصال معلومة شخص لشخص آخر ، ولا تعني الاقتناع بالمعلومة في المطلق ، كما أن لتعريف الحوار البناء وتماشيه مع القيم الأساسية لنا كمسلمين سيزيد من ارتقاء الشكل الحوارى لدى المستخدمين العرب .
- نشر التوعية عن إدمان الشبكات الإجتماعية ، والتحذير من مخاطر إطالة الجلوس أمامها ، وتحفز الشباب – على الأخص – بالعمل والاجتهاد في نواح أخرى للإبداع فب الناحية الشبكية على المدى البعيد .
- توظيف فكر الصحف الإلكترونية من خلال شبكات التواصل الاجتماعى ، ووضع الأسس والقوانين لضمان استخدامها بطريقة ملاً بالشفافية .
- إقامة الندوات الافتراضية تحت رعاية منظمات عربية إسلامية معروفة ، لزيادة عدد الأشخاص المستفيدين من هذه الندوات ، واستقبال عدد كبير من المفكرين والمثقفين المعتدلين وغيرهم .^١

^١ (على عبد الفتاح ، المرجع نفسه ، ص ١٢٣ .

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

أولاً : التفاعلية :

هذه السمة لم تكن سوى أشكال الاتصال المواجهة بينما كان الاتصال الجماهيري يفنقدها تماماً وهي التفاعلية انتهاء فكره الاتصال اللفظي أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقى هو ما كان يتسم به الاتصال الجمعي أو الجماهيري والثقافي اعتماداً على وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية .

كما أن التفاعلية في نظم المعلومات الرقمية تمنح المستخدم وهو المتلقي في عملية الاتصال الرقمي أو معظمها وتميز هذه البرامج بالتفاعلية ويشير إليها بعض المتلقين بتعدد نقاط التقاطع التي توفر لمتلقي الخيارات المتعددة القائمة على تصميم للبرامج يلبي حاجته من عملية الاتصال .

ثانياً : التنوع :

التنوع من تطور المستحدثات الرقمية ف بالاتصال وتعددتها بالاضافة إلى ارتفاع القدرة على الانتاج والتخزين واتاحة المحتوى الاتصالي الي تنوع العناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقى أختيارات أكبر لتوظيفعملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودافعه للاتصال وتتمثل في الآتي :-

- تنوع أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة
- تنوع المحتوى الذي يختاره على المواقع المختلفة النشره على شبكة الانترنت

ثالثاً : التكامل :-

تمثل شبكة الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال واشكالها والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله في منظومة واحده توفر للمتلقى خيارات متعددة في إطار متكامل فالفرد يمكنه أن يختار من بينهما ما يراه مطلوباً للتخزين أو الطباعة أو التسجيل على أقراص مدمجة CD أو إعادة إرسالها الى آخرين بالبريد الالكتروني وذلك لان النظام الرقمي ومستحدثاته التعرض و يتيح وسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض الى شبكة الانترنت وموافقها المتعددة^١.

رابعاً : الفردية والتميز :

يرفع الاتصال الفردي من قيمة الفرد وتميزه وذلك عندما توفر برامجه المتعددة وبرتكولاته قدراً كبيراً من الخيارات التي منحت أطراف الاتصال حريه أوسع في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال ، وهو يعلي من قيمة الفردية وقيمتها .

حيث يتم التمييز بين الحاجات الفردية والاتصال والقدرات الخاصة بأطراف العملية والتميز وبالتالي في الكسب العقلي لأطراف العملية الاتصالية في أي من مستوياتها .

^(١) محمد سيد احمد واخرون ، وسائل الاعلام من المنادي إلى الانترنت ، دار الفكر ، ط١ ، ٢٠٠٨م ، ص٢٦- ٢٨ .

خامساً : تجاوز الحدود الثقافية :

توفر إمكانية الاتصال ورخص تكلفتها أدي إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز الاتصال بالعالمية أو الكونية وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الاطراف أو على مستوى الجماهيري والثقافي أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تجاوزت الحدود والحواجز الثقافية بين الشعوب .

سادساً : تجاوز وحدة المكان والزمان :

لا يفترض فيه التواجد أطراف عملية الاتصال في مكان واحد كما هو الحال الاتصال المواجهي والذي كان شرطاً لتوافر عنصر المرونة والتفاعلية في الاتصال وبالتالي في الاتصال الجماهيري الذي كان يفتقد أو يصعب فيه معرفة رجع الصدى نظراً لان الاتصال يتم عن بعد ويصعب فيه اللقاء بين القائم بالاتصال والمتلقي .

سابعاً : الاستغراق في عملية الاتصال :

من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظراً لتوفير البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها كذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال زهيدة مما شجع المستخدمين لاجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لاوقات طويلة في إطار فردي .

كما يساعد تطور برامج النصوص الفائقة والرسائل الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لاغراض اكتساب المعلومات أو التسلية لذلك فإن فترة استخدام الحاسب وبرامجه تفوق في كثير من الأحيان الاوقات التي قد يخصصها الفرد من وقتها إلى القراءة أو المشاهدة أو الاستماع^(١).

ايضا هناك العديد من خصائص شبكات التواصل الاجتماعي :

« profile page » الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية

ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والاهتمامات والصور الشخصية...بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً، ومعرفة من هم أصدقاؤه وما هي الصور الجديدة التي وضعها...إلى غير ذلك من النشاطات.

(١) محمد سيد احمد واخرون ، المرجع نفسه ، ص ٣٠ .

المشاركة (participation):

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور

الانفتاح (openness):

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

المحادثة (conversation):

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

الأصدقاء/ العلاقات (friends/connections):

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" « contecte » على الشخص المضاف للقائمة.

إرسال الرسائل:

تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

ألبومات الصور (albums):

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاضطلاع والتعليق عليها .

المجتمع (community):

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو

اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا^١

المجموعات « groups »:

تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر واليوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف « events »، أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين و الغائبين.

الترابط « connecteness »:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على فيسبوك، وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.

الصفحات « pages »:

ابتدع هذه الفكرة موقع (الفيسبوك)، واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم و إظهارها لفئة يحددها من المستخدمين، ويقوم (الفيسبوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.^٢

▪ (١) عباس مصطفى صادق، "الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"،

البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ٢٠١١م، ص ٦٣ .

(٢) المرجع نفسه، ٦٤ .

دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي^(١):

هناك العديد من الدوافع التي تدفع الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتتباين تلك الدوافع من حيث الأهداف والأسباب سنوضحها كما يلي:

١ - بعد المسافات بين الأهل والأقارب:

أدى بعد المسافة بين الأهل والأقارب واضطرار بعض الأشخاص المقربين للسفر لدواعي العمل أو العلاج إلى محاولة البحث على طريقة ووسيلة للتواصل مع هؤلاء الأشخاص، وكان ذلك سببا هاما للجوء إلى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

٢ - المشكلات الأسرية:

يلجأ الكثير من الأفراد إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كهروب من المشكلات الأسرية التي تحدث داخل المنزل، فيلجأ الفرد إلى البحث عن أصدقاء جدد كمحاولة للبعد عن ذلك التوتر.

٣ - عدم وجود فرص للعمل:

يلجأ الكثير من الشباب إلى مواقع التواصل الاجتماعي كنتيجة للبطالة وعدم توافر فرص عمل يفرغ فيها الشباب طاقته وقدرته على العطاء والإنجاز، فيتجه إلى مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من ذلك الواقع المرير^(٢).

٤ - أوقات الفراغ:

يقوم البعض بملء وقت الفراغ عن طريق التهاور مع بعض الأصدقاء وتكوين صداقات جديدة في محاولة منهم للقضاء على الشعور بالملل والرغبة في التجديد وخلق جو اجتماعي وراء شاشات الكمبيوتر^(٣).

(١) خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة رقم ١، ٢٠١٤م، ص ٣٥.

(٢) باسم الجعبري، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، الرواد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩م، ص ١٢١.

(٣) انظر المرجع السابق، ص ١٢١.

المبحث الثالث

أنواع مواقع التواصل الإجتماعي : وإيجابياتها ، وسلبياتها

فيس بوك Face book

انشيء هذا الموقع عام 2004 على يد "مارك زوكربيرغ" الذي كان طالباً في جامعة هارفارد في حينه .

وسمي الفيس بوك بهذا الاسم على غرار ماكان يسمى ب"كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض ، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج ، حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء .

فكان الهدف تأسيس موقع الكتروني ليقوم بعمل "كتب الوجوه" بطريقة أسهل وأوسع انتشاراً وأكثر فعالية .

وهذا ما حصل حيث اقتصر الفيس بوك البداية على جامعة هارفارد ، ثم انتشر استخدامه إلى بقية الجامعات والكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات ، وفي عام 2006 حصل تطور في شروط استخدام هذا الموقع حيث ألغي ماكان يشترط سابقاً للمشاركة بان يكون يمتلك حساب بريد إلكتروني صادر عن جامعة أو كلية أو مدرسة أو شركة ... فأصبح بإمكان أي شخص تجاوز سن الثالثة عشر ويكتلك بريد أن يصبح عضواً في موقع الفيس بوك .

والفيس بوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته وتكون بمثابة بطاقة هوية وتعريف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه ، ولذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية ، وتمنع الأسماء المستعارة أو الألقاب .

ويستطيع كل عضو فيه أن يقف على آخر أخبار أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو نبذ من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بأخباره وإجتماعاته وأي صور أو مقاطع فيديو أو قطع موسيقية يرغب في إطلاعهم عليها .¹

وقد حقق هذا الموقع نجاحاً وإنتشاراً واسعاً قل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى ، حيث بلغ معدل الاشتراكات الجديدة 150 ألف مشترك جديد يومياً .

ويشكل المتواصلين على موقع الفيس بوك مجتمعاً إفتراضياً أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية ، ففي هذا المجتمع الافتراضي

(¹) شقرة علي خليل / الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (٢٠١٣م ، عمان دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط ١) ص ٦٤ .

يستطيع الشخص الاختيار من يريده من الأصدقاء ليتعرف عليهم ويتواصل معهم ، ولا يجد نفسه مضطراً للتعامل مع أشخاص لا يرغب في التعامل معهم .

ولا يشعر المتواصل عبر هذا الموقع بما يشعر به الإنسان في المجتمع الحقيقي من ضغوطات وصعوبات ، حيث لا يجد نفسه مرغماً على قبول أي شيء لا يريده من أصدقاء أو مكان أو قراءة ...

ويعتبر الشباب هم أثر الفئات استخداماً للفيس بوك ، حيث أن هؤلاء هم الأكثر ممن يمتلكون المهارات الحاسوبية ، ولديهم اطلاع واسع على الكمبيوتر واستخداماته وشبكات الانترنت ، مما يمكنهم من تصميم صفحة فيس بوك بسهولة ، فهي لا تتطلب سوى :

١ . مهارة استعمال الحاسوب

٢ . الاشتراك في خدمة الانترنت

٣ . الاشتراك في خدمة البريد الالكتروني

٤ . تعبئة الطلب الشخصي :

والذي يتطلب معلومات تشمل الاسم الحقيقي والبريد الالكتروني وكلمة السر التي يجب أن يحتفظ به طالب الاشتراك ليضمن عدم تمكن أشخاص آخرين من الدخول إلى موقعه على الفيس بوك .^١

فوائد وإيجابيات موقع الفيس بوك^(٢) :

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم .. ومن هذه الخدمات :

١ . إتاحة فرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع .

٢ . خدمة الشركات وأصحاب الأعمال :

وذلك في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين ، كأخذ ما ينشرونه من نبذه عن شخصيتهم وخبراتهم على الفيس بوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين . وكذلك يمكن الفيس بوك إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات .

٣ . يتيح الفيس بوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور :

(١) المرجع السابق ، رقم الصفحة ٦٥ ، ٦٦ .

(٢) على عبد الفتاح ، الاعلام الاجتماعي (ط العربية ٢٠١٤م ، عمان - الاردن ، دار اليازوري) ص ٨٢ ، ٨٣ .

بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع الأخرى ، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهرياً على الفيس بوك ، وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الإلكتروني .. حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهرياً على هذا الموقع .

٤ . التواصل مع مجتمعات افتراضية :

وهي مجتمعات متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم ، وزيادة خبراته ..

٥ . متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات :

كالشخصيات السياسية والإقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الإجتماعية والدينية ، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفيس بوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على إخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا .

٦ . إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو :

ومقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء ، حيث يمكن للفيس بوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة .

سلبيات التعامل مع موقع الفيس بوك :

هناك سلبيات ومحاذير ظهرت آثارها على السطح بعد انتشار استخدام موقع الفيس بوك يمكن إيجازها فيما يلي :

١ . إضعاف العلاقات والمهارات الإجتماعية :

وقد بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيس بوك والتواصل عبر جتمع أو مجتمعات افتراضية . وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية ، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانات أو الانعزال .

٢ . إنتهاك خصوصية المشتركين :

حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية مجرد نشرها .

٣. استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية :

يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفيس بوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها ، وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك . (١)

تويتر Twitter

وهو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر – وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المداخلات بحد أقصى مائة وأربعين حرفاً فقط للرسالة الواحدة – ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر أو على شكل رسائل SMS وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال .

وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع تويتر ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحتهم الرئيسية أو عن طريق الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق البريد الإلكتروني .

وظهر موقع تويتر عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة Obvious الأمريكية ، ثم أطلق رسمياً للمستخدمين في نفس العام .

ولهذا الموقع كأحد مواقع التواصل الاجتماعي ميزات عديدة :

١. أن هذا الموقع بمساحة محدود من المداخلات والتي – كما أشرنا – لا تتجاوز مائة وأربعين حرفاً ، لا يسمح بالثرثرة أو الحديث المسهب ، بل يدفع مستخدميه إلى الدخول في الفكرة أو الرأي . وبالتالي فموقع تويتر يسمح بنشر الخبر أو الفكرة بسرعة وسهولة وتركيز على طريقة (خير الكلام ماقل ودل) .

٢. السرعة في نشر الخبر على الانترنت ، فبمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين المشتركين في الانترنت – حتى لو لم يكون مشتركين في موقع تويتر- قراءة ماكتب والاستفادة منه .

٣. يتيح تويتر إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طريق الرسائل القصيرة SMS حيث يمكن استقبال آخر أخبار أصدقائك أينما كنت وفي أي وقت من خلال رسائل قصيرة ، وبعد أن يكون تم تفعيل رقم الهاتف من خلال الموقع ، كما يمكن أن تحدد

(١) المرجع نفسه، ص ، ٨٦ ، ٨٧ .

- الأوقات التي ترغب فيها بإستلام الرسائل القصيرة ، وبالتالي تجنب الإزعاج في فترات الراحة .
- ٤ . متابعة آخر أخبار المدونات والصحف الالكترونية والمواقع الاخبارية و خلاصات RSS دون الحاجة إلى زيارة كل موقع منها على حدة .
- ٥ . يمكن لتويتر أن يؤدي - نظراً لميزة السرعة التي يتمتع بها - دوراً كبيراً في التسويق وترويج المنتجات ، خاصة في الدول الصناعية .

ولهذا الموقع سلبيات يمكن تلخيصها بما يلي :

- ١ . إن هذا الموقع بعدم سماحه للتحديثات إلا بمساحة محدودة لا يمكن أن يكون مجالاً لبناء علاقات اجتماعية علاقات اجتماعية وانشاء علاقات صداقة مع الغير كموقع الفيس بوك .
- ٢ . قد تتسبب سرعته وسهولة نشر الخبر عن طريق تويتر الإدمان عليه لمتابعة أخبار الأصدقاء ، حتى الشخصية منها والتي لا تفيد المتابع لها أو لا تعنيه .^(١)

الواتساب WhatsApp

أصبح برنامج "واتس آب" الأكثر شيوعاً بين سكان الكرة الأرضية والأفضل والأسهل استخداماً وتداولاً بين مختلف الفئات العمرية التي تستخدم الهواتف الذكية سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً .

نتيجة تميز تصميمه وسهولة استعماله وجمعه كل الإيجابيات والإمكانيات التي يتمناها أي إنسان أياً ما كانت ميوله واهتماماته وتخصصه ، وكأي ابتكار جديد لفت واتس آب الناس إليه ، لكن ما تفرّد به هذا البرنامج عن غيره من البرامج أن الناس غير قادرة على الانفضاض من حوله بسبب مناسبته لاختلاف الأذواق والعقول .

تأسس واتساب في عام (2009م منذ ١٠ سنوات (من قبل الأمريكي بريان أكتون والأوكراني جان كوم) الرئيس التنفيذي أيضاً، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو، ويقع مقرها في سانتا كلارا بكاليفورنيا.

كما زادت مليارين في أبريل 2012 ومليار في أكتوبر الماضي، وأعلنت واتساب على تويتر يوم 13 يونيو 2013 أن سجلاتهم اليومية الجديدة وصلت إلى ٢٧ مليار رسالة، وقامت شركة فيسبوك بشراء واتساب في 19 فبراير من العام 2014 بمبلغ ١٩ مليار دولار أمريكي.

شروط استخدام التطبيق :

وبالرجوع إلى شروط استخدام تطبيق "الواتساب" فإنها تشمل الشروط التالية:

١. عند تثبيت التطبيق يتمكن من تحديد موقع المستخدم الجغرافي، وقد يكون هذا الشرط للبعض عادي، ولكنه في بعض المواقف يصبح خطيراً جداً خاصة عند عدم معرفة الجهة المسؤولة عن تحديد المكان.
٢. يصبح للتطبيق القدرة على الدخول إلى رسائل الجوال وأخذ نسخة منها، أصبحت رسائل المستخدم متاحة الآن، يمكن استخدام المعلومات المتضمنة ضد المستخدم.
٣. يستطيع التطبيق الدخول إلى جهات الاتصال الخاصة بالمستخدم، والأخطر سجل المكالمات؛ التطبيق الآن يعرف عن المستخدم أكثر مما يعرف عنه الكثيرون
٤. بمجرد تثبيت هذه التطبيقات فإنها تستطيع استغلال كاميرا الهاتف وكذا الميكروفون.
٥. قدرة التطبيق على أخذ معلومات عن الجهاز وعن الشبكة المتصل بها.

^١ حلمي ساري، ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع،

مميزات تطبيق واتس آب :-

يوجد [لتطبيق الواتس آب](#) العديد من المميزات ، و منها:

١. يتم استعماله كوسيلة تواصل سهلة ، وسريعة فيما بين الأصدقاء ، والأهل سواء قريبي المسافة أو البعيدين حيث أنه لا يوجد تشويش أو عوائق تعيق الاتصال في هذا التطبيق.
٢. يتميز التطبيق بكونه مجاني أي عديم التكلفة المادية ، ولذلك فإنه متوافر لدى الأغلبية الكبيرة من الأشخاص.
٣. يمكن الأشخاص من تبادل كلاً من المعلومات الثقافية أو الاجتماعية أو الدينية بكل سهولة ، و في أي مكان في العالم.
٤. **خدمة التخصيص** : يتيح التطبيق للمستخدم الدردشة على شبكة الإنترنت كما يمكن المستخدمين من تغيير أو تعديل وضعهم إلى ما يريدون بالعلوّة إلى توافر إمكانية مشاركة موقعك الحالي على [خرائط جوجل](#) ، و تحميل صورة الملف الشخصي إلى جانب إمكانية استعمال الرموز في الدردشة أو تغيير المظهر الخاص بالمحادثة مع توافر إمكانية إجراء الدردشة بشكل جماعي بين المستخدمين إذ يوفر التطبيق إمكانية الدردشة مع ما عدده ١٠ أشخاص في المحادثة الواحدة.
٥. يتيح التطبيق إمكانية إرسال كلاً من الصور أو الفيديوهات ، و الصوت بالعلوّة إلى الملفات للمستخدمين.
٦. يتميز تطبيق واتس آب بالسهولة في الاستخدام من جانب المستخدم.

سلبيات تطبيق الواتس آب :

يوجد لتطبيق الواتس آب عدداً من السلبيات أو التأثيرات السلبية على المستخدمين له ، و من أهمها:

١. قد يتسبب إساءة استخدام التطبيق في إضاعة الوقت ، و الانشغال عن الأمور المهمة بالترفيه على التطبيق نظراً لأستخدامه من جانب البعض لفترات زمنية طويلة ، و في أشياء غير نافلة.
٢. أثبتت العديد من الأبحاث ، و الدراسات الحديثة التي تم إجرائها على التطبيق أنه يؤثر ، و بشكل قوي الدرجة على العلاقات الاجتماعية بين الأشخاص المستخدمين له فعلى الرغم من أنه يعمل على التواصل بشكل دائم ، و مستمر بين الأهل أو الأصدقاء إلا أنه يلغي ، و بشكل كبير الاتصال الشخصي بينهم ما قد ينتج عنه شعور الشخص بعزلة.
٣. و بشكل خاص أولئك الأشخاص الذين أدمنوا استعماله إذ أنه ، و طبقاً لنتائج الدراسات قد أصبحوا أكثر عرضة للإصابة بالانعزال عن العالم الخارجي ، و الاعتماد بشكل قوي الدرجة

- على هذه التقنية الحديثة في معرفة الأخبار أو تطورات الأحداث مما ينتج عنه في بعض الأحيان أن يصبح الشخص غير قادر على التعاطي مع ضغوط الحياة اليومية نظراً لاعتياده على الوصول إلى الأشياء بسهولة ، و بدون بذل مجهود
٤. وجود عدداً من الثغرات التقنية به مما قد ينتج عنه تمكن البعض من التجسس على مستخدميه ، و بالتالي تسريب كلاً من الفيديوهات أو الصور ، و المعلومات المتعلقة بمستخدمه.
٥. لا يوجد في التطبيق مزامنة مع [الفيسبوك](#) تعد تلك الميزة من إحدى الميزات المفقودة في تطبيق واتس آب.
٦. تمكن أي شخص من الدخول إلى التطبيق ، و التحدث مع الآخرين بمجرد حصوله على أرقامهم الشخصية.
٧. إمكانية تعرض المستخدم للإزعاجات ، و عدم مراعاة البعض لأوقات نومه أو راحته و لذلك فإننا نجد بعض الأشخاص لا يفضلون استخدامه.
٨. يعد التطبيق من إحدى وسائل ضياع الوقت لدى الكثيرين ، و ذلك راجعاً على أنهم أصبحوا يستخدمونه بشكل مستمر سواء نهاراً او ليلاً مما يعني انشغالهم عن البحث عن أمور بديلة أو هامة مثال ممارسة الهوايات التي يحبونها أو القيام بتنمية مهاراتهم الشخصية أو التفكير في مستقبلهم^١.

اليوتيوب YouTube

تأسس هذا الموقع في بداية عام ٢٠٠٥ على يدي ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي بال (Pay Pal) وهؤلاء الموظفين هم تشاد هيرلي وستيفن تشين وجاود كريم في مدينة سان برونو في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية .

وبلغ عدد زوار الموقع عام ٢٠١١ م ثمانمائة مليون زائر شاهدوا تسعين مليار مشاهدة ، وتم تحميل ستين ساعة فيديو كل دقيقة ، أي ما يعادل ثماني سنوات من العرض المستمر حُمل يومياً .

وقد استعملت ٤٥ لغة في اليوتيوب ، وكانت نسبة المشاهدين لليوتيوب من خارج الولايات المتحدة ٧٠% من إجمالي المشاهدين . وكانت مانسبته ١٠% من المحتوى واضح بتقنية HD وقد دخل نسبة ١٣% من الزوار إلى اليوتيوب عبر الأجهزة الذكية

وفي عام ٢٠١٢ بلغ عدد الساعات المحملة على اليوتيوب كل دقيقتين اثنين وسبعين ساعة .

وبلغ عدد المشاهدين عبر الهواتف الجواله ستمائة مليون مشاهدة ، إضافة إلى أربع مليار مقطع يشاهد يومياً ويتم مشاهدة ثلاث مليار ساعة شهرياً .

مزايا اليوتيوب : (١)

لهذا الموقع مزايا عدة يستفيد منها مستخدمه مهما كان موقعه ، ومهما تعددت اهتماماته .

١ . جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة :

بل سهلة جداً ، فلا يكاد يحدث حدث في ليل أو نهار إلا ويصور ، ويسجل في نفس اللحظة ممن شهدوا هذا الحدث ، حيث أصبحت وسائل التصوير والتوثيق سهلة وفي متناول يد عامة الناس الذين أصبحوا كصحفيين ومراسلين للصحافة ووكالات الانباء يزودونها بالأخبار مقروءة ومسموعة ومشاهدة أولاً بأول .

فالتوثيق بلا شك خدمة عظيمة أسداها موقع اليوتيوب للعالم أجمع .

٢ . يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدات لمرات عديدة وحسب الطلب

٣ . إضافة إمكانية مشاهدة الفيديوهات الخاصة :

(١) شقرة علي خليل / الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ، مرجع سابق ص ١١٤ .

بحيث يستطيع مستخدم اليوتيوب أن يدخل على الكثير من هذه المشاهد المتعلقة بموضوع معين ، ويتمكن من رؤيتها مما يساهم مساهمة كبيرة وفعالة في زيادة معلوماته عن الموضوع ، ويوسع مداركه عنه .

٤ . إعطاء إمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب وذلك بإجراء تعديلات على هذه المقاطع والتأكد من اعتماد التعديل فوراً .

٥ . سهولة الاستعمال والمشاهدة :

حيث يستطيع كل أنسان مهما كانت ثقافته ومستواه العملي أن يقوم بتحميل الافلام ومشاهدتها .

٦ . اليوتيوب عام ومجاني

٧ . توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب

سلبيات موقع اليوتيوب :

إضافة إلى ما يوفر هذا الموقع من خدمات جليلة وعظيمة للمستخدمين ، ومن تمكينهم من التواصل والتفاعل فإن هناك بعض السلبيات التي تعترض طريق هذا الموقع في أداء مهمته :

١ . إمكانية اختراقه :

٢ . قيام بعض الدول بحجب الموقع

في أرمينيا عندما أظهرت بعض الأفلام صوراً لقمع المتظاهرين عام ٢٠٠٨ ، وفي إيران حيث تم حجب موقع اليوتيوب بسبب إظهاره أفلاماً لقمع المتظاهرين عند انتخابات الرئاسة عام ٢٠٠٩ .^(١)

^(١) محي الدين أسماعيل محمد الديهي ، تأثير شبكات التواصل الإجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين (الاسكندرية ، دار الوفاء القانونية للنشر والتوزيع ط ١ ، ٢٠١٥م) ص ٢٦٧ .

لينكدان LinkedIn

ما هو لينكد إن LinkedIn :

بعبارة مختصرة لينكد إن LinkedIn هو شبكة تواصلٍ اجتماعيٍّ للمهنيين وأصحاب الأعمال، فسواء كنت مسؤولاً في التسويق في شركة كبرى، مديرًا لمحلٍ تجاريٍّ صغيرٍ، أو طالبًا جامعيًا في سنين دراسته الأولى يتطلع لاستكشاف الخيارات المتاحة لمهنة المستقبل، فإن LinkedIn قد يكون ذو أهمية خاصة للذين يتطلعون بجديّة لتوسيع نطاق عملهم أو الحصول على معلوماتٍ عن مهنتهم المستقبلية وللباحثين عن فرصة للعمل في مجالات خبراتهم.

يمكن من خلال هذه المنصة التواصل مع أصحاب المهن وأصحاب الأعمال، وذلك بإضافتهم إلى جهات تواصلك بطريقةً شبيهةً بتلك المتبعة على فيسبوك، ومن ثم التواصل معهم بواسطة الرسائل أو مختلف وسائل الاتصال المتاحة.

يمكن للمستخدم إضافة كل معلوماته الشخصية وسيرته الذاتية وانجازاته المهنية على حسابه على LinkedIn لتكون ظاهرةً لبقية المستخدمين. ولا يختلف التنسيق العام للموقع وخصائصه المعروضة عن ما هو عليه الحال في فيسبوك، إلا أن LinkedIn مصمم ليلائم احتياجات أصحاب المهن والأعمال، ومن يعرف كيفية استخدام فيسبوك سوف لن يجد صعوبةً في التعامل مع لينكد إن LinkedIn.^١

خصائص لينكد إن الأساسية :

فيما يلي نعرض عليكم بعض أهم خصائص لينكد إن LinkedIn التي سوف تلاحظون من خلالها ملاءمته لأصحاب المهن والأعمال:

- الصفحة الرئيسية: تظهر للمستخدم عند تسجيل دخوله إلى حسابه وتستعرض فيها نشاطات المستخدم التي مارسها مع أصحاب مهن آخرين أو مع صفحة الشركة التي يتبع لها.

^١ (الحمداني بشرى حسين ، الإعلام وثقافة التغيير في ظل الثورات العربية (٢٠١٤م ، القاهرة دار العالم العربي ، ط١) ص ١٠٩ .

- الصفحة الشخصية : مخصصة لمعلومات المستخدم الشخصية، في القسم العلوي اسمه وصورته ومكان إقامته وتخصصه المهني، تحت هذه المعلومات هناك أقسامٌ عديدةٌ لملئها مثل ملخص صغير عن المستخدم، خبرته العملية، المستوى التعليمي الذي حققه، وأقسامٌ أخرى مشابهة للسيرة الذاتية.
 - الوظائف : تنشر على LinkedIn يوميًا قوائم لوظائف يعرضها أصحاب الأعمال، ويقوم LinkedIn باقتراح الوظائف على المستخدمين بما يتناسب وسيرهم الذاتية ومعلومات صفحاتهم الشخصية.
 - الاهتمامات : يمكن للمستخدم، بالإضافة إلى إمكانية التواصل مع أصحاب المهن وأصحاب الأعمال، تتبع اهتماماتهم على LinkedIn ، ويتضمن ذلك صفحات شركات أو مجموعاتٍ تصنف بحسب مواقعها أو التخصصات التي تهتم بها، وتوفر LinkedIn أيضًا منصةً للأغراض التعليمية.
 - الإشعارات : كغيره من مواقع التواصل الاجتماعي، يوفر LinkedIn خاصية الإعلام بالإشعارات، إذ يتم إخطار المستخدم عندما يتم اعتماده من مستخدم آخر، أو عندما توجه إليه دعوة للانضمام إلى مجموعةٍ ما أو حدثٍ ما على LinkedIn ، كما يرسل إشعار للمستخدم لمراجعة مشاركة ما من اهتماماته.
- بالإضافة إلى هذه الخصائص الأساسية هناك خصائصٌ أخرى يتعرف عليها المستخدم عند استكشافه الشخصي لمنصة^١.

(١) شبكة المعلومات الدولية - ويكيبيديا الموسوعة الحرة وموقع سوا ،

الفصل الثالث

الرأي العام

المبحث الاول : نشأة وتطور الرأي العام ومفهومه ووظائفه

المبحث الثاني : خصائص الرأي العام وأنواعه وعوامل تكوينه

المبحث الثالث : الرأي العام الالكتروني والنوعي .

المبحث الأول نشأة وتطور الرأي العام ومفهومه ووظائفه

تمهيد :

شاع استخدام تعبير الرأي العام بمدلوله الحديث في الثورة الفرنسية ولاعجب في ذلك ، فالثورة الفرنسية – كسائر الثورات الكبرى – ليست سوى لون من ألون التعبير عن الرأي العام . على أن الرأي العام كان قائماً – بصورة أو بأخرى – على مر العصور ، فالرأي العام مرتبط بالمجتمع الإنساني النامي أينما وجد .

كما أخذت المواطنة في العصر الحديث معنى جديداً تعكسه المنزلة التي أصبح يحتلها المواطن في المجتمعات الديمقراطية الحديثة ، وتحددت تحت تأثير مجموعة من التحولات طبعت المجتمعات المعاصرة خلال منتصف القرن العشرين ، هذه التحولات بعضها اقتصادي أو سياسي والبعض الآخر منها أيديولوجي إلا أن أهمها هو انتصار التوجهات التي أكدت على أولوية الفرد وشرعية استقلاله تجاه المجتمع ، وحقه في رعاية مطالبه ومتابعة أهدافه بكل حرية في حدود احترام القوانين^١ .

تاريخ الرأي العام Date public opinion :

لقد بدأ الإهتمام بالرأي العام منذ عشرينات القرن الماضي ، ولكنه كظاهرة فهو يعاصر المجتمعات الإنسانية في نشأتها حيث إن الحضارات القديمة لم تكن خالية من مفاهيم قريبة من مفهوم الرأي العام وقد مر مفهوم الرأي العام بمراحل مختلفة عبر العصور المختلفة أهمها :

١. الرأي العام عند الاغريق والرومان :

لقد كان الرأي العام في أثينا وإسبارطة هو الحاكم المباشر والذي يسيطر على كافة نشاطات المدينة ، حيث كان يتم ذلك عن طريق اجتماع من لهم حق المواطنة في هيئة أو برلمان ، بحيث تكون لهم جميع السلطات والصلاحيات لإتخاذ القرارات التي تصب في مصلحة المجتمع وذلك بأخذ رأي الأغلبية .

(١) يوسف حجيم الطائي وعلى عبودي نعمة الجبوري ، الرأي العام الاعلام الحديث / خطط وقياس (ط١-عمان- دار الايام للنشر والتوزيع، ٢٠١٦) . ص ٩ .

أما الدولة الرومانية فقد إتبعته ما كان سائداً في إسبارطة وأعتبرته مظهراً من مظاهر الديمقراطية مع إختلاف أن من كان له حق المواطنة في الدولة الرومانية هم فقط أبناء الأسر المعروفة بأصلها من نفس المدينة وأستثنت من ذلك العبيد ومن لا ينتمى إلى أرض روما ، فلم يكونوا يشاركون بالعملية الديمقراطية ، وقد عبّر عن الرأي العام في النصوص الرومانية بصوت الشعب أو الجماهير .

٢. الرأي العام في العصور الوسطى (المسيحية والإسلامية) :

لقد كان للأديان السماوية دور هام وكبير في تشكيل الرأي العام ، حيث كان الباباوات والأباطرة يطلقون عبارات مثل الشعور العام والجمعي وهي مرادفة لمعنى الرأي العام في المسائل الهامة ، أما في الإسلام فقد إستفاد نظام الحكم فيه من تجارب الامم والحضارات السابقة له ، حيث كان مفهوم الديمقراطية يتماشى مع المفاهيم الإنسانية التي دعا إليها الإسلام ، فقد كان للرأي العام أهمية كبرى في الدولة الإسلامية وذلك من خلال تطبيق مبدأ الشورى ووجود ما يسمى بأهل الحل والعقد الذين إذا إجتمعوا على أمر ما ، فإن هذا الرأي يصبح عام ويقوم مقام ولي الأمر أو الخليفة .^١

٣. الرأي العام في العصر الحديث :

نتيجة لثورة المعلومات والإتصالات والتقدم التكنولوجي في هذا العصر الحديث ، مما أدى ذلك الإهتمام بقضية الرأي العام التي كانت ثمرة مباشرة لقضيتين أساسيتين هما:

١. المبادئ الإنسانية والشعبية التي فرضت نفسها من خلال الثورات الإجتماعية والسياسية الكبرى .

٢. إيمان الحكام بضرورة كسب الرأي العام طوعاً بالإستجابة له أو التأثير فيه عن طريق الدعاية والإعلام ليستجيب لهم .

ففي بداية العصر الحديث أبدى العديد من الفلاسفة والعلماء إهتماماً بالرأي العام مع إختلاف المصطلحات المستخدمة منهم ، فكان إهتمام ميكافيلي إهتماماً ضمناً بما يسمى

(١) المرجع نفسه ، ص ١٠ .

بصوت الشعب وكان مونتيسكو مصطلح العقل العام والذي قابله عند روسو مصطلح الإرادة العامة ، ولكن مع كل ما شهده هذا العصر الحديث من تطور وتقدم في وسائل المواصلات والإتصالات والتي كان لها الفضل في تجانس المجتمعات الكبرى فكراً وفهما وتمكين الشعوب من التفاعل مع بعضها البعض وتحويل هذا العالم إلى قرية صغيرة وظهور مصطلحات جديدة كالعولمة والكوكبة والكونية ، فقد بقي أهم شيء لم يذكر فيما سبق كله ألا وهو نضال الشعوب من أجل حقها في تقرير مصيرها بالإضافة لإنتشار التعليم والثقافة وظهور مبادئ حقوق الإنسان التي كان للرأي العام دوراً كبيراً فيها .

وفي هذا العصر الحديث إتسعت جماعة الرأي العام كما وكيفاً وتطورت وسائل الإتصال حتى تتماشى مع زيادة عدد الأفراد ، فأصبح الفرد يتمتع بالمواطنة بعيداً عن الفروق العنصرية من طبقة أو دين أو عقيدة او غيرها مما كان سائداً في المجتمعات القديمة . وهذا أدى بدوره إلى زيادة تأثير الرأي العام فأصبح محل اهتمام الساسة ورجال الحكم في كل أرجاء العالم .¹

الرأي العام في الإسلام : public opinion in Islam

لم يكن الرأي العام في الإسلام وليد فترة زمنية محددة بل يمتزج بالروح القومية التي تعارف عليها العرب قبل الإسلام ويعكس حالة ذلك المجتمع مثل : القبيلة قبل الإسلام بأفكارها وعاداتها وعلاقاتها وأفكارها وتصرفات أفرادها . تشكل الرأي العام قبل الإسلام في المنطقة العربية من خلال بعض المؤسسات القبلية المملأ ، ومجلس شورى القبيلة والذي يتكون من رؤساء الفروع والأسر مثل دار الندوة وهي مقر شيوخ قريش .

- الشعراء والخطباء والقادة وسادة الأقبام والحكماء هم قادة الرأي العام .
- الأسواق والتجارة الداخلية والخارجية أثرت في تشكيلات الرأي العام وخلق قضايا للإختلاف والصراع وعقد الإجتماعات والتحالفات .

(¹) أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، (القاهرة، دار الفكر ، ب ط ، ب ت) ص ٦٥ .

- عندما جاء الإسلام الغى بعض السلبيات وابدلها بالفطرة الطيبة وقلل من الفردية والولاء للجماعات الصغيرة والقبلية
- الخلافة مظهر من مظاهر الرأي العام التي اعتمدت الانتخابات والشورى
- كانت بغداد نموذجاً للمفارقات والمتناقضات مما أوجد ظاهرة الرأي العام الإسلامي مثل الإجماع بأشكاله المختلفة الذي وصفه الطبري بأنه :
- إجماع كل عصر وهو ما عرف كذلك مذهب الجمهور (ومثل الرأي والقياس ، والإستحسان والإستصلاح وغير ذلك) .^١

^١ يوسف حجيم الطائي وعلى عبودي نعمة الجبوري ، مرجع سابق ، ص ١٧ .

مفهوم الرأي العام : The concept of public opinion

الرأي العام هو المادة الخام الذي تعمل فيه العلاقات العامة ، وحيث تسعى العلاقات العامة دوماً على تنميته سواء فيما يتعلق بالنظم الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية ، كما تعمل على دراسته وتحليله ، ومعرفة طبيعته وتكوينها ، وطرق التأثير فيه ولعل أهم سمات المجتمعات الحديثة الاعتراف بأهمية الشعوب ، واعتبار الرأي العام الحكم النهائي في الشؤون العامة ، السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

ومع الرأي العام وجود معنوي لا نراه ، فإن ذلك لا ينقص شيئاً من قوته ، شأنه في ذلك شأن الضغط الجوي الذي لا نراه ولكنه موجود .

تعريف الرأي العام : The definition of public

بالرغم من أن مصطلح الرأي العام (public opinion) لم يستخدم بهذا المسمى إلا في أواخر القرن الثامن عشر ، نتيجة لظهور الجماهير الغفيرة بسبب النمو السكاني السريع حينذاك ، فإن المناقشات القديمة المتعلقة بالرأي العام لا تختلف كثيراً عن المناقشات الحديثة من حيث إدراك مدى النفوذ الذي يفرضه الرأي العام على تصرفات الإنسان وحياته اليومية .

وقد حدد الدكتور سمير حسين : مجموعة من القواعد الأساسية المرتبطة بالرأي العام والمؤثرة فيه وهي :

- ١ . الرأي العام هو مجموعة آراء الناس ووجهة نظرهم للحياة .
- ٢ . الرأي العام فيه وجهات نظر وتيارات مختلفة وأفكار متعددة ولكل تيار حجته .
- ٣ . الرأي العام له أثره في الحياة السياسية وهذا يؤدي لتطور الحياة الاجتماعية .
- ٤ . يتمتع الرأي العام بحساسية عالية تجاه الأحداث العامة .^١
- ٥ . الرأي العام يتأثر بالعوامل الاقتصادية والثقافية والتربوية وحياة الجماعة وموقف الفرد منها .
- ٦ . الرأي العام ديناميكي أي دائم الحركة والتبدل والتطور .

^(١) سمير محمد حسين، الرأي العام ألسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتب، (القاهرة، ٢٠٠٠م، ط ١) ص ١١ .

٧. الرأي العام نتاج إجتماعي لعملية إتصال وتأثير متبادل بين الجماعات والأفراد.

(وجملة القول ، فالرأي العام إنما يعبر عن آراء الجماهير ، بعد المناقشة والجدل بين الأفراد ، فهو ليس اتجاها انفعاليا يصدر من الجمهور الهائج الذي يجتمع اجتماعا مؤقتاً ، وإنما هو حكم انفعالياً ويرتبطون بمصالح مشتركة ، إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات ، أو مسألة من المسائل التي يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية).

ولما كان من الصعوبة اتفاق جميع الناس على موضوع أو مسألة من المسائل ، فإنه يمكن القول بأن الرأي العام هو رأي الأغلبية ، ونموذج معين من الفكر والقول يعم ويسود على النماذج الأخرى ، وتتضمن فكرة الرأي العام مع ذلم أن ثمة رأياً متفق عليه من بين غالبية الأفراد ، وهو ما يسمى بالرأي العام الغالب . وليس معنى ذلك أن لا تكون هناك آراء متعددة للأقليات ، وتلك الآراء الخاصة لا تعوق أن تطلق على الرأي السائد لدى معظم هذه الجماعات والجماعات الفرعية رأياً عاماً ، حيث لا يوجد رأياً عاماً بطريقة مطلقة أو عامة ، ولكنه الحد الأقصى لمجموع الآراء ^١.

مفهوم الرأي العام من وجهات نظر متعددة :

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 الاحيان والتقت في أحيان أخرى حول جوانب محددة من هذا المفهوم .

١. ورد في قاموس العلوم الاجتماعية تعريف الرأي العام بأنه : مجموع آراء جمهور معين أو هو الجماعة التي يشترك اعضاؤها في بعض الاهتمامات أو الآراء العامة .
٢. تعريف هارولد تشايلدر: الرأي العام هو مجرد مجموعة من الآراء الفردية .وهو يستند إلى جمهور نوعي معين بالنسبة لا اتجاهاته إزاء موضوع جدل محدد أو هو حاصل جمع الآراء الفردية .

(^١) المرجع نفسه ، ص ١٢-١٤ .

٣. **تعريف جيمس يزايس** : الرأي العام اصطلاح يستخدم لتعبير عن مجموع الاراء التي يتوصل إليها الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة .

٤. **ويعرف (فلويد البوت)** : إلى تعريفه بأنه تعبير صادر عن مجموعة كبيرة من الناس فيما يرونه في مسأله ما إما من تلقاء انفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لحالة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية جماهيرية بحيث تكون نسبتهم في العدد – مع الكثرة والإستمرار – كافية للتأثير على أفعالهم بطريقة مباشرة تجاه الموضوع محل الرأي .

٥. **وتعرف اليونسكو** : أن الرأي العام هو رأي الذين لا يشاركون في عملية إتخاذ القرارات ويوجدون خارج مراكز السلطة .

٦. **أما الدكتورة حميدة سمس فوضعت تعريفاً قريباً من الواقع هو :**

(الرأي العام هو الرأي السائد الذي ينبع من الافراد وغايته الجماعة – الجماهير – بعد السؤال والاستفهام والنقاش تعبيراً عن الارادة والوعي تجاه أمر ما في وقت معين يشترط موافقته للشريعة والسير في حدودها من أجل تنظيم العلاقة بين الحاكم والمحكوم وترتبط اتجاهاته بالولاء القومي والوطني والديني لأفراد لامة) .

٧. **تعريف إبراهيم إمام** : " الرأي العام هو الفكرة السائدة بين جمهور من الناس تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل العامة التي تثير إهتمامهم أو تتعلق بمصالحهم المشتركة .

٨. **وثمة تعريف آخر يتفق مع هذا الاتجاه وهو الذي يشير غلى أن الرأي العام هو رأي الاغلبية ومن امثلة هذه التعاريف :**

٩. **تعريف الدكتور أحمد أبوزيد** : حيث يعرف الرأي العام بأنه وجهة نظر أغلب الجماعة الي لا يفوقه أو يحجبه رأي آخر وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعني الجماعة تدور حولها المناقشة صراحة أو ضمناً في إطار هذه الجماعة .

١٠. **تعريف مختار التهامي** : الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحدث فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذا الأغلبية أو قيمة الإنسانية مساً مباشراً .

وقد أكدت هذه التعاريف الأخيرة أن الرأي العام هو رأي الأغلبية ومعنى ذلك أن هناك إمكانية لوجود آراء أخرى تختلف عنه ، ولكنها لا تقلل من أهميته أو إمكانية وصفه بأنه عام .

كما ان التعريفين الأخيرين أكدوا أن مهمة الرأي العام يرتبط بالفترة الزمنية التي يتبلور فيها الرأي العام . لان ذلك سوف يوجه الانظار إلى تلك الفترة لمعرفة كافة المتغيرات التي حدثت في هذه الفترة وجعلت الرأي العام يأخذ موقف معين سواء مؤيداً أو معارضاً لاتجاه ما حول القضية أو المسألة التي يثار حولها الجدل والمناقشة .

ومما سبق يمكن أن نلخص إلى بعض الملامح العامة للرأي العام منها :

- الرأي العام هو رأي جماعي ولا يشترط أن يكون رأياً جماعياً . ومعنى ذلك أن الرأي الجماعي أي رأي الجماعة محصلة تفاعل آراء أعضاء الجماعة من مؤيدين معارضين على السواء .
- الرأي العام يظهر حينما يقع حدث معين أو تثار قضية ويتصل هذا الحدث أو تلك القضية باهتمامات ومصالح الجمهور .
- الرأي العام يتكون ويتبلور من خلال التفاعل بين الآراء المتعارضة داخل الجماعة . وهذا يعني أن كل فرد من أفراد الجماعة قد يكون له رأي معين بالنسبة للقضية أو المسألة المثارة إلا أن الرأي العام ليس حاصل جمع هذه الآراء ، ولكن يشترط

(١) سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، ط ١، ٢٠١٥م (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع) ص ١٧، ١٦، ١٥ .

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

• الرأي العام يتصف بالحركة والتغير من فترة زمنية معينة إلى فترة زمنية أخرى وهو في ذلك يختلف عن الاتجاه الذي يتصف بالاستمرارية لفترة وطويلة لاتصاله اتصالاً وثيقاً بالتراث الثقافي من عادات وتقاليد .^١

لكن "الرأي العام" هو رأي غالبية أفراد الشعب في موقف معين ذي أهمية واسعة ، أي أن هذا الرأي متصل بالمسائل المختلف عليها وذات الصالح العام ، وهو ما يمكن أن يمارس تأثيراً على سلوك الأفراد والجماعات والسياسة العامة للدولة ، والأهم أن هذا الرأي العام يتكون نتيجة النقاش الحر داخل المجتمع ، أي أنه تفاعل منظم ينتج عن عملية الاتصال والتفاعل بين هؤلاء الأفراد .^٢

(١) نضال فلاح الضلاعين وآخرون ، الإعلام والرأي العام ، (عمان :دار الإعصار ، ٢٠١٤م ، ط ١) ص ٨٤ .

(٢) المرجع نفسه ، ٨٥ .

وظائف الرأي العام ١. الضبط الاجتماعي :

إداة من أدوات ضبط السلوك الاجتماعي والانصياع للنظم الاجتماعية بما تتسم به من معايير وعادات وتقاليد .

فهو يساهم في تحديد أو تجديد أو تبديد المعايير الاجتماعية ويضع القوانين والداستير ويلغيها وهو يعبر عن رغبات الجمهور .

و الرأي العام قوة كبيرة تصدر حكمها في الحال على السلوك الذي ينتهك حرمة المعايير الاجتماعية والأخلاق أو التقاليد أو القانون .

ومن جانب آخر فإن الرأي العام يساند الهيئات الحكومية والمؤسسات الاجتماعية والجمعيات الخيرية والتشكيلات السياسية وبدون هذه المساندة يتجمد نشاطها فكل هذه الهيئات أو المؤسسات أو الجمعيات أو التشكيلات توضح دائماً في أمتحان الرأي العام وإن كل ٩٥ ذ الجهات تعمل جاهدة على كسب الرأي العام .

٢. رعاية المثل الاجتماعية :

ودعم الخليقة وتشاركه في هذا الصدد لقوة التي تضع الحق وتحققه والعادات والتقاليد التي سار عليها الشعب على مر العصور والاجيال .

٣. إذكاء الروح المعنوية:

ودفعها نحو القضايا المهمة وهو ينشط اهتمام أفراد الجماعة ويجعل منهم قوة ملتحمة مجتمعة وراء القضايا العامة في وسط آمن اقتصادياً واصحياً ونفسياً يعطر جوه الاجتماعي عبير الحرية والديمقراطية .^١

٤. التعبئة الاجتماعية الجماهيرية :

وهي إثارة الرأي وتهيئته لتقبل التغيير ما أو تهيئته لإصدار قانون ما أ، تعديل ما وهذه التعبئة ضرورية لإنجاح عملية تقبل التغيير .

^١ (سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص ١٠٨ .

- إن عدم حشد الرأي العام لكسب التأييد يمكن أن يؤدي إلى نتائج غير مرضية بصانع القرار ويمكن أن يولد ذلك السخط والاستياء الشعبي والرفض الجماهيري مما يضعف من الثقة المتبادلة بين الإدارة العامة والجمهور .
- وقد تكون التعبئة والتهيئة عن طريق البرامج الحوارية والاذاعية أو التلفازية المباشرة أو المقالات أو استطلاعات الانترنت أو الندوات والمحاضرات وملتقيات الفكر .

٥. تحسين الذوق والأخلاق والسلوك الانساني :

يؤدي الرأي العام المناهض أو الراض لأحد مظاهر المجتمع الشاذة إلى خلق مناخ لطرد هذه الظاهرة ومحاربتها اجتماعيا مما يؤدي إلى عزل المؤيدين لها ونبذهم عن المجتمع وهذا قد يؤدي إلى تعديل سلوك مؤيدي الظاهرة المرفوضة أو الإقلاع عنها أو تركها ونبذها لأنها تتعارض مع قيم المجتمع التي حماها الرأي العام .

٦. الوظيفة السياسية للرأي العام :

يؤثر الرأي العام باتخاذ القرارات السياسية وينيب ممثلو الشعب عن ناخبهم مما يكونون رأيا شعبياً يحدد الموافقة أو الرفض لكثير من القرارات أ، الاراء المطروحة .

٧. الوظيفة الاقتصادية :

إن موظفي العلاقات العامة في المؤسسات الانتاجية وزالاصناعية والاستثمارية يقومون على أستمالة الراي العام وكسب تاييده بشتى الطرق المتاحة للترويج لبضاعة ما أو للوقوف على آراء العملاء والزبائن والجمهور من سلعة ما أو خدما ما وكل تلك الأمور من فعاليات الرأي العام ومدى تأثيره ومدى قوته في تحريك عجلة الاقتصاد

المبحث الثاني خصائص الرأي العام وأنواعه والعوامل المؤثرة في تكوينه

لقد أجريت كثير من الدراسات والأبحاث على الرأي العام لمعرفة خصائصه ، وهي العوامل والظروف التي تتحكم فيه وتفسره بالذات أو توجهه وجهة معينة ، ويمكن القول بأن الرأي العام يتميز بعدة خصائص ، وأن هذه الخصائص التي يتسم بها الرأي العام ناتجة عن ظاهرة الأساسية وهي الجماهيرية ، حيث أن الرأي العام ظاهرة جماهيرية وليست فردية ، كما أنها ظاهرة عامة حول مشكلة أو موضوع بذاته.

أهم خصائص الرأي العام :

١. يظل الرأي العام ساكناً كامناً ويتحرك بصورة بطيئة ، ويبقى غير قابل للإثارة لمدة طويلة من الزمن حتى تبرز قضية بالنسبة للجماعة . والقضية تظهر حينما يوجد صراع أو قلق أو إحباط أو تثير الاهتمامات والمصالح الذاتية التي تظهرها أو تبرزها الحوادث .

٢. الرأي العام شديد الحساسية بالنسبة للأحداث الهامة ، أي أن الرأي العام سرعان ما يتحرك للأحداث الصحيحة التي تمس حياة الأمة كلها ، أو تغطي قطاعاً كبيراً من المشاعر ، والتي قد تحرك بنسبة كبيرة وجدان الأمة ، وهو غير ثابت بل يتغير من وقت لآخر ، ويتحول من موضوع إلى موضوع آخر ومن مشكلة إلى مشكلة أخرى .

٣. تستطيع الأحداث غير العادية بكل ثقلها وما تملك من قوة أن تحرك الرأي العام من موقف إلى آخر بدرجة كبيرة . وعلى ذلك فإن الرأي العام لا يستطيع أن يستقر على حالة واحدة ونمط معين بشكل واضح ، ما لم تساعده بالمساهمة بالأحداث وبطريقة متطورة في كل أبعاده وعمقه .^١

(١) زهير عبد اللطيف عابد ، الرأي العام وطرق قياسه (ط ١ ، ٢٠١٤ م ، عمان -، دار اليازوري) ص ٢٤ - ٢٥ .

٤. يحتاج الرأي العام إلى مطابقته لرأي الأغلبية ومسايرته لها .
٥. حينما تحل أزمة أو في الظروف الحاسمة والحرجة ، يصبح الناس أكثر حساسية لنيل رضا القائد ، فهذه الظروف تجعل من الرأي العام متجهاً اتجاهاً موحداً نحو هدفاً وهدفاً يتمثل في تشجيع القائد على المضي إلى المعركة في سبيل إحراز النصر ، وتلعب القيادة دوراً أكثر أهمية من أي عامل آخر في تكوين الرأي العام في الجماعة .
٦. يصبح الرأي العام الباطن ظاهراً أو خارجياً حينما تكون قوة العامل المؤثر عظيمة .
٧. إذا أعطي الشعب في جو من الديمقراطية والحرية فرصة التعليم والإعلام الجيد ، فإن الرأي العام يبدو صلباً كالعود ، ولا يسهل خداعه عن طريق الدعاية .
٨. كلما كان الرأي العام عليماً بمجريات الأمور كان أقدر على الفهم والحكم الصحيح على الأشياء .
٩. تستطيع التغييرات البسيطة في التقاليد والعرف والأخلاق العامة أن تهدىء من ثورة الرأي العام ، وقد يتعارض مع القانون والعرف .
١٠. يضطرب الرأي العام بمقدار ما يعلنه الاحصائيون من نتائج الاستفتاءات والدراسات الاحصائية .
١١. كلما قويت الرغبة في الحرب وسادت الروح العسكرية ؛ فإن الرأي العام يصبح أقل تعقلاً ورشداً .
١٢. حينما تعم الدعة والاسترخاء واللامبالاة وعدم اكتراث الناس بالشؤون العامة والقضايا القومية ؛ فإن الرأي العام يظل في غفلة من المطالب العامة والقومية
١٣. كلما قل الاهتمام الشخصي أو الجماعي بأحداث إحدى القضايا او المشكلات الاجتماعية ؛ فإن الفرصة لتكوين رأي عام قوي يعضد من هذه المشكلة أو القضية تكون ضعيفة .
١٤. ليس من السهل تكوين رأي عام عالمي إلا إذا تفادت المعايير والأخلاق العامة للشعوب المختلفة .^١

(١) زهير عبد اللطيف عابد المرجع السابق ، ص ٢٨ .

The elements of public opinion : عناصر ومقومات الرأي العام :

● الجماعة :

خصائصها – صفاتها – اتجاهاتها ومعتقداتها – دينها وقيمها – عاداتها وتقاليدها – خبراتها السابقة .

● المشكلة :

ذات أهمية ، وجديدة ، تمثل خلافا في الرأي بين أفراد المجتمع قد تكون محدودة تخص جماعة صغيرة أو معقدة تخص مجتمع محلي أو دولي قد تتعلق بالدين – الأخلاق – أمور اقتصادية – سياسية – اجتماعية .

● المناقشة :

الفعالة القائمة على الفهم والموضوعية في إطار أهداف ومصالح الجماعة أو المجتمع^١

^١ سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي المرجع السابق ، ص ٢٥ .

أنواع وتقسيمات الرأي العام Types and divisions of public opinion : ١
قبل أن نتحدث عن أنواع الرأي العام ، لا بد من التفريق بين مفهومين آخرين هما مفهوم الاجماع العام (العادات والتقاليد) ، والاندفاع العاطفي ، فكل من هذين المفهومين يختلف عن مفهوم الرأي العام .

فالاجماع العام: هو ما اجمعت عليه الأمة أو المجتمع من عادات وتقاليد وعرف ، ارتضاه المجتمع ، وسار عليه ، وأصبح مألوفاً ، بل وأصبحت مخالفته شاذة ، ولا يرضى أفراد المجتمع عن مخالفة هذه العادات وهذه التقاليد فقد أصبحت لها قوة أقوى من القانون ذاته ، ذلك لانها تراث الماضي الطويل ، ومعظمها متوارث من الاجيال الماضية ، مما جعل أفراد المجتمع يقدسونها ويقفون أمامها باحترام ، وهذه الأعراف يرتضيها الافراد من واقع كونها متوارثة من الاجيال السابقة .

ومن أمثلة هذه العادات والتقاليد ، طقوس الزواج في مجتمع من المجتمعات أو طقوس الاحزان أو المواساة أو المجاملات أو بعض أنواع الملابس .
أو المناسبات المعينة وما يسودها من سلوكيات . هذه الطقوس يؤديها الأفراد برضى تامدون تفكير أو تردد . وكلهم قد ارتضوها وتعارفوا عليها ، ويصبح شاذاً من خالفها .

أولاً : التقسيم حسب عمق التأثير والتأثر :

١ . الرأي العام النابه أو القائد أو المسيطر :

يتكون من صفوة القوم وخاصة المتعلمين والمثقفين ، وهؤلاء يمثلون نسبة قليلة من الشعب وظيفتهم في المجتمع وظيفة القائد الذي يقود ويثقف ويوجه ويرشد الناس وهذه الصفوة لا تتأثر بوسائل الإعلام والدعاية المختلفة كصحافة ، وإنما تؤثر في تلك الوسائل بأفكارها وآرائها ويسمى هذا النوع بالرأي العام المستنير أو القائد أو الرائد أو المسيطر .

^١ مختار تهامي وعاطف عدلي العبد، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، ، 2005م ، ب ط . ص ٣٧-٤١ .

٢. الرأي العام القارئ أو المثقف :

يتكون من أوساط الناس ثقافة الذين تقل ثقافتهم عن الفئة الأولى القائدة ، ويختلف حجم الرأي حسب درجة التعليم في المجتمع وهو رأي يؤثر فيما أقل درجة من حيث الثقافة والتعليم ويتأثر بوسائل الإعلام والدعاية بدرجات متفاوتة حسب مستوى نضجه . كما يؤثر في هذه الوسائل بقدر محدود بما يصدر عنهم من آراء ومناقشات ونقد .

٣. الرأي العام المنقاد :

يتكون الرأي العام المنقاد من الفئة التي لا تنتمي إلى الفئتين السابقتين وهو رأي السواد الأعظم من الشعب من غير القادرين على مواصلة الاطلاع والبحث ومن غير القادرين على متابعة الأحداث وينقاد أصحاب هذا الرأي المنساق لما يوجهه لهم أفراد الرأي المستنير والرأي العام القارئ وتؤثر فيه وسائل الإعلام والدعاية ويتقبل الشائعات ويتشكل الأكثرية التي نالت حظاً قليلاً من التعليم والثقافة . ويؤمنون بكل ما يذاع ويعرض في وسائل الاتصال عامة وأشبهه بالقطيع الذي يسوقه الرأي العام النابه والقارئ .

ثانياً : تقسيم الرأي العام وفقاً لعنصر الزمن :

١. الرأي العام الدائم :

إن الرأي العام الدائم هو الأكثر رسوخاً ويتكون من فئة كبيرة من فئات الناس ويتصل إتصلاً قوياً بالأشياء الثابتة في الأمة كالدين والأخلاق والتقاليد ويرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية ويشترك فيه السواد الأعظم من الأمة ويمتاز بالاستقرار والثبات ولا تؤثر فيه الحوادث الجارية أو الظروف الطارئة وهو طويل الأجل قد يستغرق تكوينه سنين ومن الصعب تغيير اتجاهاته وتكوينه .

٢. الرأي العام المؤقت :

حسب الانتماء لجماعة أو منظمة ذات أيديولوجية أو مذهب وحيال مسائل معينة في وقت محدد وينتهي بإنهاء المؤثر . وهو الرأي الذي تمثله الأحزاب السياسية والهيئات أو بتحقيق هذه معين في وقت معين .

٣. الرأي العام اليومي أو المتقلب :

تعيش عليه الصحف اليومية حيث يتأثر بالأحداث اليومية أكثر من غيره وهو بطبيعة الحال متقلب من يوم لآخر حيث تغذية الأحداث اليومية الجارية .

ثالثاً : التقسيم الكمي للرأي العام :

١. رأي الأغلبية :

وهو الرأي الذي يمثل رأي ما يزيد على نصف الجماعة وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الجماعات الفعالة .

٢. رأي الأقلية : وهو رأي ما يقل عن نصف الجماعة ويعبر عن رأي طائفة من

الناس لا يستهان بها فقد يكون بين صفوف الأقلية بعض الأكفاء والمتخصصين المؤثرين في القضايا المثارة .

٣. الرأي الساحق :

وهو حالة من الإتفاق تصل إليها الجماعة أو أكثريتها الساحقة وهو ليس رأي الأغلبية إنما رأي قريب من الإجماع ويقترّب من العادات والتقاليد .

ويري فريق آخر من الباحثين أن الرأي العام ينقسم إلى أربعة أنواع هي :

١. رأي الأغلبية

٢. رأي الاقلية

٣. الرأي الساحق

٤. الرأي الجامع

فالرأي الأول هو رأي الجماعة حيث ينقسم إلى هذين القسمين :

أغلبية وأقلية ، وقد تتحول الأولى إلى الثانية ، وقد يحدث العكس ، ومن أجل

هذا كان لرأي الأقلية وزن كبير في الأمة ، وذلك لأن أصحاب الأقلية إنما يعتمدون على

بذل الجهود الكثيرة في سبيل الوصول إلى الأغلبية ، وبهذه الجهود تنتفع الأمة

أما الرأي الثاني فهو رأي الأقليات حين تتفق أحياناً مع رأي معين في ظرف معين

وهدف معين ، ولكن قد يفضي هذا النوع من الرأي بالأمر إلى التحول السريع من أقصى

اليمين إلى أقصى اليسار ، ومن أجله قد تسقط وزارة وتعقبها أخرى ، ويستمر الحال هكذا حتى تتمكن إحدى الأقليات من أن تصبح أغلبية .

أما الثالث فكثيراً ما يكون نتيجة لإندفاع الشعب ، أو نتيجة لتكامله في بحث المشكلات العامة ، فالشعب إذا وصل إلى الرأي السالح عن طريق البحث أو الدرس فإنه يكون في مثل هذه الحالة قد بلغ الذروة ، ولكنه في الواقع قلما يصل إلى ذلك .^١

والرابع هو الرأي الذي تجمع عليه الأمة وما ورثته من عادات ونزعات ومعتقدات وهذا الرأي هو ما يسمى بالاتجاه العام أو النزعة العامة ، وهو لا يناقش في العادة وإذا تعرض احد لمناقشته، عرض نفسه للخطر المحقق، ومع هذا يستطيع عدد قليل من القادة في كل أمة ان يقنعوا انفسهم بفساد جزء من اجزاء الراي الجامع، بشرط الا يمس هذا الجزء اصلا من اصول الدين او العقيدة، وان كان ذلك يحتاج الي صبر طويل و كفاح مرير و عمل متواصل.

رابعاً : تقسيم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي :

١ . الرأي العام العالمي أو الدولي :

ويقصد به الرأي العام الذي يسيطر على أكثر من مجتمع واحد وهو الرأي العام السائد بين أغلبية شعوب العالم في فترة معينة نحو قضية معينة فهو رأي الشعوب لا رأي الحكومات ، ومن القضايا التي تشغل الرأي العام العالمي مثل : قضايا التلوث البيئي.

٢ . الرأي العام الإقليمي :

وهو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب المرتبطة والمتجاورة جغرافيا في فترة معينة نحو قضية أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً وهو رأي الشعوب لا الحكومات ، وله عدة مقومات ، كالارتباط التاريخي والمصلحة المشتركة ووحدة اللغة والثقافة وتقارب العادات والتقاليد ، مثل الرأي العام الخليجي والرأي العام العربي والرأي العام الإفريقي .

^١ مختار تهامي وعاطف عدلي العبد، الرأي العام المرجع نفسه ، ص ٤٢ .

٣. الرأي العام الوطني أو القومي :

هو الرأي العام الذي يسود الوطن أو الدولة الكائن بها وله مقومات التجانس ومعالجة المشكلات القومية ، مثل الآراء التي تثار في جمهورية مصر العربية .

٤. **الرأي العام المحلي** : هو الرأي السائد في زقاق أو سكة أو شارع أو قرية أو مدينة أو منطقة أو ولاية ، أو محافظة .^١

العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام :

يتأثر الرأي العام بعدة عوامل وفيما يلي أهم العوامل المؤثرة في تكوين الرأي العام :

١. الثقافة والتعليم :

يؤثر التراث الثقافي والثقافة بجانبها المادي والمعنوي وتؤثر العادات والتقاليد والاداب والقيم والتاريخ وأنماط السلوك ونظام التنشئة الاجتماعية والتعليم الذي يتم عن طريق نقل التراث الاجتماعي الثقافي التقليدي والمتطور . يؤثر كل هذا في الشخصية ككل وفي شخصية الامة نتهيك عن تكوين الرأي العام .

ب. الاسرة :

وهي المؤثر الاول في عملية التنشئة الاجتماعية للأفراد وارئهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم . كما تقوم المدرسة بدور أساسي في تعلم المهارات وتوصيل المعرفة وتفسير التراث والتقاليد التي يريدھا المجتمع نقلھا من جيل إلى جيل آخر ، وقد تثبت من كثير من الدراسات إن نماذج السلوك والاتجاهات تتأثر بما يتلقاه من معرفة من خلال المنظمات التعليمية .

ج. الدين :

وهو يؤثر بدوره على آراء الافراد وسلوكهم ويلعب رجال الدين دوراً هاماً في التأثير على سلوك الأفراد والجماعات وبالتالي على اتجاهات الرأي العام .

^١ فتحي حسين عامر ، استطلاعات الرأي العام على الانترنت (ط ١ ، ٢٠١٣م، دار العربي ، القاهرة) ص ٢٦-٣٢ .

د.الأحداث والأزمات الهامة :

تؤثر الأحداث الهامة مثل الحروب أو الأزمات والمشكلات الاقتصادية والاكتشافات العلمية تأثيراً بالغ الأهمية في تكوين اتجاهات جديدة للرأي العام^١. وقد تكون هذه الأحداث أحداثاً سياسية أو أحداثاً اقتصادية فعدم الاستقرار السياسي والاقتصادي في مجتمع ما وكثرة الانقلابات تساعد على تكوين رأي عام من المستثمرين فيحجمون عن استثمار رؤوس أموالهم في مثل هذا المجتمع . كما ان الغزو الإسرائيلي للبنان ومذبحة صابراً وشتيلاً ساعد على تكوين رأي عام يؤمن بأن إسرائيل لا تريد سلاماً حقيقياً .

هـ) الزعماء والقادة :

يؤثر القائد أو الزعيم في الرأي بما له من شعبية اجتماعية و جماهيرية ونفوذ ، ويزداد التأثير الحقيقي للقائد أو الزعيم كلما كان في جو ديمقراطي ، فعندما يصل القائد أو الزعيم إلى درجة من الثقة والتقدير الجماهير فإنه يصبح عاملاً مؤثراً في تكوين الاتجاهات و الرأي العام . ويرجع ذلك إلى الصفات التي يتمتع بها هذا الزعيم أو ذلك حيث يتصف القائد بالقدرة على الإقناع وكسب الثقة وتجاوبه مع الآمال والمخاوف العامة . ونبوغه في التوجيه وتحديد الأهداف وتجسيماها ، أو رسم الخطط لبلوغها . وحينما يصل القائد أو الزعيم إلى درجة الثقة والتقدير من جانب الجماعة ، أو الشعب بأسره ، فإنه يستطيع أن يؤثر في اتجاهات الجماهير وتكوين الرأي العام .

وعند الأزمات تصبح الجماهير أكثر حساسية بالنسبة لهؤلاء القادة ويتطلعون إليهم باعتبارهم المخرجين لهم من هذا المآذق . فإذا نجح القائد في ذلك ازدادت ثقة الجماهير به ، أما فشل فإنهم يبحثون عن قائد آخر .

ولا يتعلق الأمر فقط بالقائد كشخص بل يمتد ليشمل النظام والنمط القيادي نفسه سواء كان هذا النمط ديمقراطي أو نمطاً تسلطياً أو نمطاً فوضوياً .

^١ (نضال فلاح الضلاعين وآخرون ، الإعلام والرأي العام مرجع سابق ص ١٠٥ .

و) وسائل الإعلام والاتصال :

إن وسائل الإعلام المسموعة والمطبوعة والمرئية كلها تؤثر تأثيراً كبيراً في الرأي العام ، وتلعب وسائل الاتصال الشخصي والجماهير دوراً خطيراً في تتكوين الاتجاهات و الرأي العام والتأثير فيه .

إن هذه الوسائل جميعاً توجه أنظار الجمهور إلى مشكلة التي يتبلور حولها الرأي العام .

ز) المناقشات الجماعية : تتيح المناقشات الجماعية حرية التعبير عن الرأي والتي تدور حول القضايا العامة والتي تصل في النهاية إلى قرار جماعي .

ح) الشائعات : والشائعات عندما تركز على بعض الأخبار أو المعلومات وتروجها وتدرس دراسة وافية تؤثر تأثيراً نفسياً في الرأي العام .

ط) الحالة الإقتصادية والاجتماعية : إن الوضع الإقتصادي للفرد يحدد وضعه العام في المجتمع ويحدد طريقة تفكيره ويؤثر في آرائه . فدخل الفرد يحدد الطبقة الإجتماعية التي ينتمي إليها ونوع العمل الذي يقوم به . وهذا كله يحدد أفكاره وآراءه ، كذلك فإن إنتماء الفرد إلى جماعة معينة تؤثر على معايير السلوكية وتحدد أدواره الاجتماعية وتؤثر على اتجاهاته النفسية وبالتالي على تفكيره وآرائه .

إذن تستطيع التوصل إلى خلاصة أن الرأي العام يتكون من مجموعة عناصر أهمها :

- الناس الذين تتكون منهم الجماعة أو الجمهور
- البيئة التي تعيش فيها هؤلاء الناس .
- التحديات والحاجات والامكانيات التي تتحكم في حياة هؤلاء الناس^١ .

(١) المرجع نفسه ، ص ١٠٦-١٠٧ .

المبحث الثالث

الرأي العام الإلكتروني والنوعي

أصبح للفضاء الإلكتروني، دور في صناعة وتشكيل الرأي العام، ليس فقط على مستوى المحلي بل على المستوى العالمي .

بحيث أصبح هناك ما يزيد على مليار مُستخدم للإنترنت، وما يزيد على ٤ مليار مستخدم للهاتف المحمول عالمياً ، وخاصة بين فئة الشباب مما أدى إلى ظهور أناس كثيرين فاعلين في تشكيل الرأي العام، وذلك بعد تفكك سيطرة الدولة لوسائل الإعلام.

وقد شهد الرأي العام وقياسه تطوراً كبيراً، بسبب عدد من المتغيرات أهمها الثورة التكنولوجية، التي أتاحت فرصاً للتعبير عن الرأي بكل حرية مما مهد لبروز الإعلام الإلكتروني، بطابعه الفردي أمام الإعلام الحكومي الذي كان يسيطر على الرأي العام وذلك لتأييد سياسة الحكومة .

"وقد أصبح الإنترنت من الوسائل الحديثة، والمهمة في التأثير في الرأي العام فمع ظهور الإنترنت في مطلع التسعينات في القرن الماضي، وتحوله إلى وسيلة اتصال جماهيري أحدث تغيرات بنوية مهمة في خارطة الإعلام العربي

وممكن الإعلام الجديد للأفراد من أن يصنعوا وسيلة إعلامية خاصة ذات انتشار، واسع، ورخيصة التكلفة، وتتميز بالتنوع الإعلامي (نص - صورة - صوت - فيديو) بحيث أصبح جميع أنحاء العام، يجتمعون حول قضايا مُشتركة تؤثر فيهم ويؤثرون فيها، وجاء هذا من خلال توفير الأدوات للتعبير عن الرأي، تتميز بالسهولة، والانتشار، وقلة التكلفة، سواء كانت موقع إلكتروني، أو رسائل نصية قصيرة، أو مدونات، أو غرف دردشة^١.

(١) حيدر، حيد، ومصطفى، محمود، الرأي العام وطرق قياسه (دمشق دارمعهد الفتح.: ٢٠١٥، ط ١) ص

تعريف الرأي العام الإلكتروني :

نتيجة للتطور الوسائل التقنية الإلكترونية، ظهر ما يسمى بالرأي العام الإلكتروني، الذي يمكن تعريفه ، بأنه عبارة عن آراء جماعة من الناس تجاه قضية أو موضوع معين. حيث يطرح للمناقشة، بواسطة التقنية الإلكترونية (مواقع الإنترنت، والبريد الإلكتروني، و المدونات، و المنتديات ...).

ومن ناحية أخرى، أصبح حجم المعلومات، والبيانات، تُتاح بشكل فوري، وضخم أمام العديد من الأشخاص، مما أدى إلى زيادة المعرفة.

وتم إتاحة الفرصة أمام الجمهور لينتجوا مادتهم ويُقدم معلومات، يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير ، وتم كسر احتكار الدولة، أو النخبة السياسية، في تشكيل الرأي العام، وتوجهاته، إزاء قضية ما، وكذلك زيادة حجم الفاعلين في صناعه وتشكيل الرأي العام. "وشكلت شبكة الإنترنت، أهم بنية تحتية لمجتمع الإعلام المُتنامي من جميع البلدان، والثقافات، واللغات، والفئات العمرية المُختلفة والمهن دون تمييز ، وكانت بداية هذا الدور قد ظهرت منذ منتصف التسعينيات، في دعم مفهوم وممارسة الديمقراطية، وأخذ هذا الدور في التبلور المُتصاعد مع النمو المُتزايد للإنترنت، وانتشار تكنولوجيا الاتصال، والمعلومات، وعمل الإنترنت على إعادة تنشيط المجال المدني، وتوسيع نطاق الحياة المدنية، وفتح مجالات واسعة عن طريق تنوعه، وسرعته، وتحديه للحدود الجغرافية، وكذلك إتاحة الفرصة أمام العديد من البشر المُختلفون، في توفير فرص للتفاعل و الإتصال فيما بينهم حول الجدل السياسي العام وعملية صناعه القرار.^١

^١جمعية الصحفيين السودانيين بالمملكة العربية السعودية. (٣،٢٠٠٩).الرأي العام الإلكتروني أُسترجعت في تاريخ ٢٠١٩/٦/٢٧

مميزات الرأي العام الإلكتروني :

ويتميز الراي العام الإلكتروني بالخصائص التالية :

١- الانتشار والوصول :

يتميز الرأي العام الإلكتروني، بأنه يصل إلى أكبر فئة ممكنة من الناس، فيتفاعلوا معه أما بالتأييد، أو بالمعارضة.

٢- سهولة قياس اتجاهاته :

من خلال اعتماد على برامج تقنية، تقوم بتوفير الإحصائيات دقيقة للرأي العام، ويمكن الاعتماد عليها من قبل القيادات للمساعدة في صنع القرار.

٣- يتفاعل مع غالبية المواضيع التي تهتم الناس :

يتميز الراي العام الإلكتروني، بتواجده في كل المواضيع التي تهتم الناس، سواء كانت سياسية، ثقافية، اجتماعية، دينية.

٤- تجدد الرأي العام الإلكتروني :

ومن أهم مميزات الرأي العام الإلكتروني، أنه يتغير باستمرار فهو لا يتسم بالثبات، وذلك لنقل صوت وآراء الناس بسرعة فائقة.

٥- انخفاض التكلفة :

" ففي الآونة الأخيرة أصبح الإنترنت والتقنيات الإلكترونية، رخيصة التكلفة، كما أنه أيضاً أصبح بالإمكان استخدام الإنترنت، مجاناً في بعض المدن الذكية^١.

^١ (سيد محمد ، محمد . وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت (قاهرة ،دار الفكر العربي ط ١
٢٠٠٩) ص ٣٦.

أدوات تشكيل الرأي العام الإلكتروني :

هناك لعدد من أدوات التي تمكننا من معرفة الرأي العام الإلكتروني، والتي عن طريقها يتم التعبير عن الرأي العام الإلكتروني ، ومن أهم الأدوات التقنية :

١- البريد الإلكتروني :

" يعرف البريد الإلكتروني على أنه وسيلة اتصال، تعتمد على التقنية في نقل الرسائل، والوثائق من جهاز إلى آخر، عبر شبكة الإنترنت، سواء أكانت الوثائق نصوص مكتوبة، أو ملفات صوتية، أو ملفات فيديو، أو غير ذلك فالبريد الإلكتروني، يمنح فرصة لتبادل الآراء مع الآخرين، بسرعة كبيرة، وبالإمكان إرسال الرسالة الواحدة، لأكثر من شخص في نفس الوقت.

وتقوم مراكز استطلاع الرأي، بشراء قوائم البريد الإلكتروني للمبجوثين، والتي تحتوي على الآلاف من عناوين البريد الإلكتروني، مقسمة هذه القوائم حسب الدول، والجنس، والمهنة ويمكن الاستفادة من تلك العناوين حسب نوعية المبجوثين، في استطلاعات الرأي، وبناء على طبيعة الإستطلاع وهدفه، ليقوم مركز الاستطلاع، بإرسال رسالة إلكترونية عبر البريد الإلكتروني، للقائمة المحددة لديه، ويتم الرد أيضاً برسالة عبر البريد الإلكتروني، وذلك لكي يقوم القائم بالاتصال بتشكيل الرأي العام .

٢- المدونات:

تعرف مايكروسوفت المدونة بأنها: "صفحة ويب شخصية، يتم تحديثها باستمرار، وتساعد الشركات الصغيرة، والكبيرة، على نشر رسائلها التسويقية، وتزيد من قدرة الناس، على التشارك في الأفكار، والمعلومات على المستوى العالمي .

"المدونة موقع إلكتروني، يجمع عدد من التدوينات وهي بمثابة مفكرة، أو مساحة طرح، آراء شخصية وهو تطبيق من تطبيقات شبكة الأنترنت ، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى ، وهو في أبسط صورة عبارة عن صفحة وب، على شبكة الأنترنت، تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة، و مرتبة، ترتيباً زمنياً تصاعدياً، ينشر منها عدد محدد يتحكم

فيه مدير، أو ناشر المدونة ، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة ، ويكون لكل مداخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، يمكن للقارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق، عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة ، كما يتضمن ثبات الروابط، ويمكن للقارئ قدرة على كتابة تعليقاتهم بشكل تفاعلي ، وهذه من أهم مميزات المدونات . ١

وهناك العديد من المميزات للمدونات الإلكترونية:

- ١- المدونات نوع جديد من أنشطة النشر الإلكتروني.
- ٢- قدرة الأفراد على إنتاج النصوص ونشرها بسهولة ومجاناً.
- ٣- لا تحتاج المدونات تصريح للنشر.
- ٤- المدونات تفسح المجال للأفراد ليكونوا مشاركين فاعلين، في الاتصال الإنساني.
- ٥- يتم إنشاؤها، وإدارتها، من جانب شخص واحد، أو مجموعة صغيرة.
- ٦- لا تستطيع الشركات الكبرى، احتكار المدونة مثل وسائل الإعلام التقليدي.
- ٨- تعتمد على الوسائط المتعددة التفاعلية.
- ٩- وسيلة للتعبير عن التعددية السياسية وخاصة في الدول التي لا تسمح بالتعددية السياسية.
- ٣- استطلاعات الرأي الإلكترونية :

"حيث أصبحت مادة دسمة في الكثير من المواقع على شبكة الإنترنت، والتي تهدف إما إلى استطلاع رأي زوار الموقع تجاه موقف معين، أو محاولة بناء رأي تجاه قضية ما، وأصبح هناك استمارات رأي إلكترونية، إلى جانب استطلاعات رأي سريعة، حول الأحداث الجارية، وتتميز تلك الاستطلاعات، بسهولة تسجيل المُستطلع رأيه وإلى درجة الأمان التقنية في الإستطلاع وتفادي عملية الأخطاء، في عملية الإحصاء حيث يتم الإحصاء إلكترونياً."

(١) حسن أبو الزيد، حسن. دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام. رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة. (٢٠١٢). ، ص ٩٧ .

٤ - آلية التصويت والانتخابات:

"حيث يُستخدم الإنترنت في عملية التصويت في الانتخابات، بالإضافة إلى الأدوات الأخرى، مثل الهاتف المحمول، والهاتف الثابت، والبرامج الإلكترونية، التي تُساعد على إعداد الجداول الانتخابية وقواعد بيانات الناخبين، وتنقيتها وفرز الأصوات وإعلان النتائج، وتتميز برامج التصويت الإلكترونية بالشفافية والحيادية."

٥ - المنتديات:

"هي عبارة عن برمجيات يتم تركيبها على مواقع الإنترنت، لتسمح بتلقي مساهمات وأفكار وآراء من قبل أي شخص يُسجل نفسه في المنتدى، وعرضها على المُشاركين الآخرين في اللحظة نفسها، ثم إتاحة الفرصة لكل المُشاركين الآخرين لقراءة المُساهمة فوراً، والرد عليها في اللحظة ذاتها، سواء بالإتفاق، أو الإختلاف، أو بالدفاع، أو الهجوم، ومن هنا ينشأ الحوار الديمقراطي بشفافية وبلا قيود."^١

^١ (شبكة المعلومات الدولية - ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، تم الاطلاع بتاريخ ٢٢-٨-٢٠١٩ من <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

٦- رسائل SMS والموبايل :

"حيث يتم استخدام رسائل الموبايل، في حشد التعبئة السياسية والإطلاع على أخبار الانتخابات، وخاصة مع اندماج خدمات الإنترنت، والتحويلات المالية، والخدمات التليفزيونية، والإذاعية من خلال الهاتف المحمول، وكذلك إمكانية التصويت في الانتخابات من خلاله."

٧- الإستفتاء عبر الإيميل :

"ويتضمن إرسال استمارة الإستفتاء عبر الإيميل، ويقوم المبحوث بإعادة إرسالها عقب الإجابة عليها، وهذا النوع يحتوي على أسئلة بسيطة، وقليلة مع إضافة بعض الأسئلة المفتوحة، وتصلح هذه الطريقة بالنسبة للإستفتاء الصغير على عينة كبيرة وتكون الإستجابة عالية في حالة إستخدام عدد محدود من الأسئلة."

٨- الإستفتاء عبر مواقع الإنترنت:

"هذا النوع من أبحاث السوق يتطلب إنشاء مواقع خاصة، فالأبحاث التسويقية تُعتبر وسيلة سهلة الوصول إليها وتتسم بالتفاعلية والانتشار.

هناك ثلاثة وسائل لإعلام المبحوثين، بوجود إستبيان، وإرسال دعوة للإجابة على الاستبيان عبر الإيميل، والتسجيل في القوائم، ووضع دعوة لدخول الموقع للإجابة على الإستبيان. الوسيلتين لهما نفس السمات، من حيث التعريف بالإستبيان وتوزيعها على المبحوثين، ثم تحليل النتائج."

٩- استطلاعات الرأي الإلكتروني:

" وهي عبارة عن استمارة قد تكون صغيرة أو بسيطة، تهدف إلى استطلاع رأي زائري الموقع حول أحد القضايا الهامة، حيث يتم إظهار النتائج وعدد المصوتين ونسب المشاركة."

١٠- التعليقات الإلكترونية:

"وهي عبارة عن قيام المستخدم بكتابة تعليق، على خبر، أو حدث مُعين للتعبير عن رأيه، أو موقفة من قضية، ما وهناك عدد من المواقع تُتيح تلك الخدمة."

وتوفر تلك الأدوات والتي تُعتبر أكثر فاعلية، فيمكن إرسال الاستبيان لكثير من أفراد العينة، في وقت قياسي، والميزة الرئيسية، هو أن يُمكن للباحث من خلالها عمل ورقة عمل تفاعلية، فهذه العملية تضيف إلى الاستبيان العديد من الوظائف، التي تتأكد من خلالها من مدى صحة الاستبيان، فهي يُمكنها شرح المُصطلحات والتحقُّق من الإجابات.

تحكم المواقع الاجتماعية في الرأي العام الإلكتروني :

" أتاحت مواقع الاجتماعية للجماهير فرصة للتعبير عن آرائهم ، ومخاطبة بعضها بعضاً، وأصبحت تلك التقنية فضاءً رحباً لإيصال رسائلهم إلى الجماهير والتفاعل معهم وقد أصبح من يملك مفاتيح التحكم بالشبكات الاجتماعية، هو من يملك القدرة على التحكم بالرأي العام مما يعني أن شبكة الإنترنت قد حولت العام بأسره إلى قرية صغيرة ، متخطية بذلك الحدود الجغرافية مما سهل ذلك من عملية التواصل المعلوماتي وتبادل الخبرات . ١

إيجابيات الرأي العام الإلكتروني وسلبياته

إيجابيات الرأي العام الإلكتروني :

لقد ساهم الرأي العام الإلكتروني في كثير من الإيجابيات في المجتمع :

- ١- يساعد الأفراد على تكيفهم مع مجتمعاتهم، والتواصل فيما بينهم من خلال شبكة الإنترنت.
- ٢- التقارب الثقافي مع المجتمعات الأخرى في العام.
- ٣- معرفة طريقة تفكير الآخرين حيال القضايا المختلفة.
- ٤- اكتشاف مواهب جديدة.
- ٥- المساهمة في عولمة الرأي العام، فالاتجاهات السياسية، الإقتصادية، والاجتماعية وغيرها أخذت طبعاً عالمياً.

سلبيات الرأي العام الإلكتروني :

ومع كل هذه الإيجابيات إلا أن الرأي العام الإلكتروني يتعرض للكثير من العوائق:

(١) شبكة المعلومات الدولية ، مدونة الباحث العربي ، مركز رؤية لدراسات الرأي العام ،

- ١- اقتصاره على مستخدمي شبكة الإنترنت ، وممiliki التقنيات الحديثة الأخرى فقط، مما أدى إلى ظهور مصطلح فجوة المعرفة.
- ٢- قد يكون أحياناً متعارضاً مع الثوابت الأساسية في المجتمع مثل ، الدين ، والعادات وغيرها.
- ٣- عدم وجود جدية في كثير من الأحيان.
- ٤- عدم ثقة بعض الجماهير بنتائج الرأي العام الإلكتروني .١

الفروق بين الرأي العام التقليدي والرأي العام الإلكتروني :

إنه "مجموعة الآراء والاتجاهات البارزة للجمهور من خلال النقاشات وأشكال التعبير المختلفة التي تتعلق بقضايا أو مسائل تتصل بمصالح الناس أو شؤونهم الحيوية التي يمكن معاينة تعبيراتها في مختلف الوسائط الإلكترونية خصوصاً شبكة الإنترنت، ويتولى التعبير عن هذا الرأي نخبٌ من قادة الرأي والنجوم E- stars في الفضاءات الإلكترونية من إنترنت ووسائل الإعلام الأخرى". كذلك، أصبح من الممكن الإجابة على السؤال: هل يوجد فروق حقيقية بين الرأي العام التقليدي والرأي العام الإلكتروني.

(١) مهدي محمد البياع وآخرون، استطلاعات قياس الرأي العام بين النظرية والتطبيق، مجلة البحث العلمي، ٢٠٠٦م - ص ٦٤.

نموذج الرأي العام التقليدي القائد :

يتصف هذا النموذج بأن الحوار والتعبير عن المواقف والاتجاهات ينطلق من أرض الواقع ثم ينتقل بعد وقت ما إلى الشبكات الإلكترونية. في هذا النموذج قد يبدأ الفعل من الواقع بتظاهرات أو اجتماعات، أو بيانات مكتوبة، أو تصريحات ومقالات في وسائل الإعلام المختلفة، ثم يتطور إلى حملات وسجلات وحوارات عبر الشبكات التي تضم الهواتف والإنترنت، هذا من حيث الاتجاه. أما من حيث البناء structure المنتج للرأي العام، فهو قد ينطلق من الأبنية التقليدية للرأي العام، وبالتحديد من النخب التي تمثلها، مثل الأحزاب والجماعات المنظمة الأخرى المدنية والأيدولوجية وجماعات المصالح المختلفة؛ بما في ذلك المؤسسات الإعلامية الحكومية .

وقد أمكن ملاحظة أن بعض موجات الرأي العام في الواقع سرعان ما انتقلت إلى الواقع الشبكي الإلكتروني، والأمثلة في ما سمي "ثورات الربيع العربي". ومن. والملاحظة الجوهرية في هذا النموذج، هي أن قيادة الرأي العام الواقعي عادة من تأتي في سياق المجموعة المنظمة التي تبادر إلى تعبئة الرأي العام وإعلامه بما يلزم من معلومات أو أخبار، حتى لو كانت تلك القوة المنظمة نخبوية، سرية أو علنية، قانونية أو غير قانونية.

النموذج الثاني : نموذج الرأي العام الإلكتروني القائد :

يتصف هذا النموذج بأن النشاط التعبوي والتعبير عن المواقف والاتجاهات ينطلق من الشبكات الإلكترونية ثم ينتقل إلى الواقع، إذ تكون الفضاءات الإلكترونية ساحات اللقاء الرئيسية، هنا تبدو الأبنية التي تنطلق منها هذه الاتجاهات غير محددة تماما، لكنها تعتمد بالضرورة على نشاط النخب كما في الشكل التقليدي، والفرق أن النخب الإلكترونية تستند إلى نشاطها ومهاراتها التواصلية أكثر مما تستند إلى مكانات اجتماعية أو وظيفية كما سبق الإشارة له.

على أنه يصعب الانطلاق في صناعة رأي عام إلكتروني دون الاستناد إلى قضية حقيقية تهم قطاعات واسعة من الرأي العام أو الجمهور. لكن يبدو أن ليس من المهم أن تكون القضية مهمة، أو حتى واقعية.

فإذا ما استطاع القائمون على حملة الرأي العام عبر الشبكات من اكتساب التعاطف والتأييد في مستوى الفضاء الإلكتروني، فإن النشاط قد ينتقل إلى أرض الواقع بالاجتماعات والحوارات والمظاهرات، ومن الأمثلة البارزة في هذا المجال المسيرات والاعتصامات التي انطلقت في السودان في ثورة ديسمبر المجيدة ٢٠١٨ م. (*) بتصرف

النموذج الثالث، نموذج تشابك التقليدي (الواقعي) بالإلكتروني

وهو النموذج الذي يعبر عن التداخل الكبير الذي أصبح يميز بيئة الاتصال الحالية، إذ يتداخل الواقع في العالم الإلكتروني من إنترنت ووسائل إعلام إلكترونية أخرى، فينعكس الواقع في الإلكتروني، ويلقي الإلكتروني ظلاله على الواقع، وهنا تتحقق علاقة التشابك، وهي علاقة لا تمثل بعلاقة المرآة العاكسة، فنحن لا نعلم الصورة من الانعكاس، إذ في كثير من الحالات يصعب وضع حدود فاصلة للظاهرة إن من حيث تحديد منشئها والمصدر الذي بادر بإطلاقها، وعبر أي وسيط، وفي أي تاريخ.^١

(١) سالم خطاب أسعد، العالم وصناعة الرأي العام، دراسة وصفية لاساليب ومسالك صناعة الرأي العام، مجلة آداب الفراهيدي، ١٧٤، شهر ١٢، ٢٠١٣ م

الرأي العام النوعي

ويقصد بمفهومه الواسع اتجاهات الرأي التي تعبر عن قطاع معين من المجتمع السياسي الكلي ، ويكون على نطاق وطني أو محلي أو اقليمي أو عالمي ، لذلك يمكن أن تجده في الأنواع الاخرى من الرأي العام ، وأن ما يجمع أفراد هذا النوع من الرأي العام هو مسألة تتعلق بالصالح العام لخذ الفئة سواء كانت مادية أم معنوية أم دينية أم عنصرية أم طبيعية أم إقتصادية أم سياسية الخ "

وقد يستخدم إصطلاح الرأي العام الطبقي للتعبير عن هذا النوع من الرأي العام ويعكس مثل هذا الرأي اثاره الخيرة أو الشر على المجتمع وتوجهات الرأي العام فيه لذلك على المؤلف في الرأي العام ، كما يقول (مختار التهامي) : أن لا يهمل الآثار الخطيرة التي تترتب على الافكار والاراء التي تسود بعض الفئات والعناصر المكونة للجماعة بشكل يهدد إنعزال هذ الفئات عن الجماعة . ومن أمثلة هذا النوع من الرأي العام هو الرأي العام الإسلامي ضد الرسوم الكاريكاتيرية التي أساءت إلى شخصية الرسول محمد صلى الله عليه وسلم ، فضلاً عن الرأي العام العمالي على أثر التصريح الذي قامت به الشركات نتيجة الازمة المالية .^١

تعريف الرأي العام النوعي :

ويقصد به في مفهومه الواسع اتجاهات الرأي العام التي تعبر عن قطاع معين من المجتمع السياسي الكلي ، ويكون على نطاق محلي أو اقليمي أو عالمي ، وفي الحقيقة أن هذا النوع من الرأي يتسع ليشمل تقسيمات عديدة حفلت بها الادبيات الاعلامية والسياسية العربية والاجنبية .

فهو يكاد يكون تعبيراً عن الاتجاه الكلي للظاهرة في جانبها النوعي وهذا ما يفسر إمكانية وجوده في أنواع الرأي العام السابقة (محلية أو اقليمية أو عالمية)

ولعل نظرة فاحصة إلى بعض التقسيمات توضح هذ الرأي العام النابه أو القائد والرأي العام المنساق أو المنقاد ماهو إلا تعبير عن نوعية هذا الرأي ، فالرأي الأول (النابه أو القائد

^١ حميدة مهدي نظرية الراي العام (القاهرة ،الدار الثقافية ، ط١ ٢٠٠٥) ص ٨٩ ٩٠ .

(ليس في حقيقته إلا رأي صانعي القرار السياسي باختلاف موقعهم من عملية صنع هذا القرار .

إنه تعبير عن فئة أو قطاع معين يتسم أفرادها بالتجانس والانسجام سواء من حيث التشابه في الخلفيات الاجتماعية أو الاتجاهات والقيم ومهارات القوة والاتصالات الشخصية وهو ما يطلق عليه رأي الصفوة أو النخبة التي تمتلك القوة وتؤثر على بعض أو كل فئات المجتمع الأخرى .

التصنيف النوعي للرأي العام :

وهو الذي يسود بين طائفة أو فئة معينة من شعب بعينه أو مجموعة من الشعوب في قضية معينة يحتدم فيها الجدل ، وتهم هذه الطائفة أو الفئة وتمس مصالحها أو قيمها الأساسية بصورة مباشرة .

أي أن الرأي العام النوعي يقصد به اتجاهات الرأي العام التي تعبر عن قطاع معين من المجتمع . .

أ- وإحدى هذه التطبيقات ذلك الاصطلاح الذي يستخدم الرأي العام الطبقي ، وظاهرة الرأي العام في تلك اللحظة تعبر عن مصالح طبقية معينة كما هو الحال في طبقة البروليتاريا في المجتمعات الشيوعية أو الرأسمالية في المجتمعات المختلفة .

ب- الرأي العام المعادي : هو الرأي العام الذي يقف موقف العداوة الصريحة من مجتمع لآخر .

ج- الرأي العام الموالي : وهو الرأي العام المؤيد لقضايا ومصالح مجتمع آخر .^١

^١ (عبد الرحيم محي الدين ، الرأي العام مفهومه وأنواعه ، (القاهرة ، دارالانجلو المصرية ، ط ١ ، ٢٠٠١) ص ٢٠١ .

الفصل الرابع الدراسة الميدانية

- المبحث الاول : نبذه تعريفية عن مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي
- المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
- المبحث الثالث : عرض وتحليل وتفسير إستمارة البحث
- رابعاً : النتائج والتوصيات

المبحث الاول

أولاً : نبذة عن مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي

مستخدمي الفيس بوك

لمعرفة ماهية هذه الشبكة (الفيس بوك) قبل البحث عن مرتاديها ، وهل هي مفيدة أم مضرّة ؟ صديقة أم عدوة ؟ ضرورية لنا أم مجرد وسيلة نقتل فيها الوقت ونتسلى بها ؟ في هذا السياق يتساءل الدكتور جمال مختار ويرى أنه : فجأة أقتحم حياتنا الفيس بوك ، وبدون أيه مقدمات أصبح شيء أساسي في النظام اليومي لعدد كبير منا ، عرف ناس ببعض ، رجّع صداقات قديمة وزملاء دراسة تخيلنا أننا لن نراهم أبداً ، تسلينا به كثيراً وتسلى بنا أكثر ، لم ندرك مدى خطورته أو الغرض من انشائه ولكن سمعنا الكلام ونفذنا جميع التعليمات دون مناقشة أنشأنا العديد من الجروبات وانضمنا لجروبات أكثر، تبادلنا ملفات وصداقات ومعارف، أفادت العديد منا في أعمالهم وتجارتهم ومصالحهم الخاصة - البعض أستغله استغلالاً سيئاً جداً والبعض الآخر استغل تولدت أفراح وأحزان من الفيس بوك، وحتى الآن لم تبدو للكثير منا حقيقة الفيس بوك؟ هل هو عدو لنا جميعاً أم صديق ؟ هل أصبحنا أداة لتنفيذ رغبات الغير دون أن نشعر .

النموذج الأول : المتخفي / ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك ، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أي معلومة شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم ، ويقول الكاتبان : " هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالإطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين . ربما يخاف عذا النمط من المستخدمين من أن يفوتهم شيء ما .¹

أو يعيشون طفولتهم من جديد حيث كانوا يكتفون بالوقوف في ركن ما من ساحة المدرسة – يكتفون بمراقبة زملائهم ويكبحون الرغبة في اللعب معهم أو حتى مكالمتهم – لكن التجربة أظهرت أن خيار التخفي ليس بالأمر السيء على الإطلاق ، إذا ما أخذت بعض التعليقات غير اللائقة التي يكتبها العض بعين الإعتبار .

⁽¹⁾ محي الدين أسماعيل محمد الديهي ، تأثير شبكات التواصل الإجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين ، (ط1، دار الوفاء الاسكندرية - ٢٠١٥م) ، ٤٦١ .

النموذج الثاني : رفيق المدرسة لم نلتقي به منذ وقت طويل ، بهذا يتحدث الكاتبان عن هذا النموذج من الأشخاص فيوضحان : هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل ، وغالباً ما يكونوا زملاء من أيام المدرسة . رسالة تثير فضولاً كبيراً عما أصبحت عليه أحوال الآخر ، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يختفي ولا يبقى سوى اسمه في لائحة الاصدقاء .

النموذج الثالث : الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة / هم أصدقاء غير مريحين ، ويتوقف الكاتبان عند هذا النوع من الأصدقاء الذين يتجسسون على صفحات المشتركين في الفيس بوك ، وقد يثيرون بعض المشاكل غير المريحة لصاحب الصفحة ، كون أنهم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة ، وخلق المشاكل في علاقته مع أصدقائه الجدد .

النموذج الرابع : الأبوين / لا شك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الفيس بوك ما يكفي ، إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة ، لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على إهتمامات الأبناء والبنات بهذا التواصل الإجتماعي ، والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقة أبناءهم ، الذين يقومون بتشكيل مجاميع من الأصدقاء تحد من تدخلات الآباء في شؤونهم ، ومن هذه المجموعات التي يشكاونها الأبناء : (دعونا نقصي الآباء من الفيس بوك) .

النموذج الخامس : المدير / يتسم هذا النموذج بطابع أكثر مايقال عنه تجسسي – نرجسي ، فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الفيس بوك ، ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيس بوك والدخول إلى صفحته الخاصة ، هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي ، هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم .

النموذج السادس : القريب / يرى الكاتبان في هذا النموذج أنه : " لا داعي لمكالمة القريب البعيد ، لمعرفة كيف حاله . فالخبر يمكن قراءته على الفيس بوك . ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء لا أهمية لها . فيس بوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم .

النموذج السابع : الأصدقاء الحقيقيون / يخلص الكاتبان إلى أن الأصدقاء الحقيقيون بصرف النظر أن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أم لا ، ويقولون : " الصديق الحقيقي هو الصديق الذي نعرفه منذ وقت طويل . في هذه الحالة لا يحتاج المرء لفيس بوك للحفاظ على الصداقة لكن ضم هؤلاء الأصدقاء إلى لائحة الأصدقاء على الفيس بوك هو أمر طبيعي ، على الرغم من قلة أو عدم ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء . ويرى الباحث في هذا السياق : " بما أن الكاتبين أغفلا أو نسيا أن يتحدثا عن جمهرة واسعة من مرتادي الفيس بوك ، التي لا تتدرج تحت تصنيفات النماذج السابقة ، ولا تنطبق عليها المواصفات التي تطرق إليها الكاتبان ، فإن الباحث يضيف نموذجا آخر هو : (النموذج الطبيعي) ، الذي يمثل الجمهرة الكبيرة ، ويتمثل في العلماء والخبراء والباحثين والكتاب والأدباء والفنانين والصحفيين واساتذة وطلبة الجامعات وعموم المثقفين ، الذين يرددون دائما بأفكارهم وانجازاتهم العلمية والثقافية ، جوانب ليست بالقليلة من الحضارة الإنسانية ، ويسهمون بثقافتهم التعايش والتسامح والحوار ، ويقدمون خلاصة أفكارهم وجهدهم وإبداعاتهم لخير البشرية " .¹

¹ المرجع نفسه ، ص ٧٥-٨٠ .

المبحث الثاني الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

مقدمة :

يتناول هذا الجانب من البحث دراسة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي في الفترة من ٢٠١٨م- ٢٠١٩م للوقوف على حجمها ودورها .

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات الإنترنت في السودان :

شهد عام (٢٠١٥م) انفراجا كبيرا على مستوى الإنترنت في السودان حيث تم في فبراير 2015م إلغاء العقوبات التقنية الأمريكية والتي كانت سارية لمدة (١٨ عاما) حيث كانت

تحظر على السودانيين استخدام كثير من المواقع والتطبيقات المهمة مثل تطبيق (جوجل بلاي)، وآب ستور بالإضافة إلى كثير من المواقع ومنتجات مايكروسوفت وأروب والمواقع البرمجية والتعليمية (والتعديلات التي أجازتها الحكومة الأمريكية تعطي الطلاب السودانيين ورجال الأعمال والصحفيين وقادة المجتمع المدني وغيرهم أفضل أدوات الاتصال التي يحتاجونها للدراسة. وصناعة أعمال وازدهار لمجتمعاتهم . فأصبح بمقدور أفراد المجتمع السوداني التفاعل بصورة كبيرة على الإنترنت ، ومن المتوقع حدوث ارتفاع مطرد في أعداد المستخدمين^١ شكلت مواقع التواصل الاجتماعي دورا بناءا في دعم المبادرات الشبابية، حيث تعدت الكثير من المنظمات والمجموعات الطوعية على حساباتهم في الفيس بوك للتواصل مع أعضائهم ونشر أخبار فعاليتهم.

وقد سجلت شبكات التواصل الاجتماعي سابقة هي الأولى من نوعها في السودان إذ رصدت السلطات المختصة في الفترة من (٢٠١٤ إلى ٢٠١٥م) حوالي (٥٠٠ ألف

للجرائم الإلكترونية معظمها يتعلق بالإبزاز وتشويه السمعة على وسائل التواصل الاجتماعي وفق تقرير أعدته (البي بي سي) مما دعا الجمعية السودانية لحماية المستهلك إلى إطلاق مبادرة بعنوان (دعه يتوقف عندك) لمحاربة مثل هذه الشائعات، لما لها من آثار سلبية على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في السودان.

مجتمع الدراسة و اختيار العينة :

يعنى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ويتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من بعض المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في ولاية الخرطوم وبحسب تعريف الباحث للرأي العام النوعي إجرائياً والذي يعني به رأي النخبة والطبقة المستتيرة من المجتمع فقد تم إختيار فئة الشباب وحملة الشهادات الجامعية وفوق الجامعية

(^١) التقرير السنوي لشبكة سودانيون بلا حدود، ٢٠١٦.

والموظفين وأساتذة الجامعات والطلاب باعتبارهم هم قادة مجتمعاتهم وأكثر وعياً ونضجاً وإدراكاً للقضايا التي تهم المجتمع وباستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

قام الباحث بإستصحاب فئات الأعمار من ٣٠ عام فما دون إلى ٦٠ فأكثر وهذه الفئة من الأعمار هي التي يناط بها التنمية والتفاعلية وتطوير وترقية المجتمع، وقيادته في المستقبل ، كما أنها الفئة الأكثر استخداماً للتكنولوجيا الحديثة وبالتالي هي المستهدفة بالتأثير عليها من قبل ذلك المؤثر .

تم الاستهداف بطريقة عشوائية لبعض المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي والذي شمل (١٠٠) مفردة من المبحوثين للفئة المستهدفة ، وعند استرجاع الإستمارات بعد تعبئتها كان الفاقد منها (١٩) استمارة وعليه فإن العدد الذي تم إدخاله وبه تم التحليل بلغ ٨١ إستمارة.

تصميم الإستمارة :

تم تصميم استمارة التحليل (الإستبيان) وفقا لمعايير الإستمارات العلمية وقد قام الباحث بالإطلاع ودراسة مقاييس الوحدات التي تستهدفها في الإستبانة، باستشارة خبراء وأكاديميين في مجال الدراسات العلمية والاجتماعية والنفسية لما يمس قضية الدراسة من إحداث التغييرات في فكر وثقافة الفرد وكذلك استشارة الخبراء الإعلاميين وتم تصميم الإستمارة بشكلها النهائي مستخدمة في ذلك التقويم السلم الخماسي وهو مقياس (ليكاترت) ، وهو أسلوب لقياس السلوكيات والتفضيلات يستعمل في الإختبارات النفسية استنبطه عالم النفس (ريني ليكاترت) يستعمل في الإستبانات وخاصة في مجال الإحصاءات ويعتمد القياس على ردود تدل على درجة الموافقة أو الإعتراض على صيغة ما .

تم عرض الإستمارة بعد موافقة مشرف البحث عليها وطلبه بعرضها على محكمين متخصصين في مجال الإعلام وبعد التشاور معهم وإجراء بعض التعديلات بناءا على توجيهاتهم تم اعتماد الإستمارة.^١

شملت الإستمارة :

أولاً: السمات الديمغرافية

ثانياً: البيانات الموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي:
وفي نهاية الاستمارة جاء سؤالان مفتوحان

^١ (المحكمون هم :- ١. دكتور عبد المولى موسى – عميد كلية الإعلام بجامعة إفريقيا العالمية
٢. دكتور عباس أبكر – أستاذ ومحاضر بجامعة إفريقيا العالمية -كلية الاعلام
٣. دكتور دفع الله موسى رزق الله – أستاذ مشارك بكلية الاعلام جامعة السودان المفتوحة

الأسلوب الإحصائي المستخدم في الدراسة :

قام الباحث بترميز الاستمارة والتي هي مرحلة تصميم المفتاح ومن ثم تفرغ البيانات

التي تم جمعها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) (Sciences Social for Package Statistical) ومن ثم تحليلها وفق عدد من الأساليب

اختبار الثبات (Test Reliability) ، وقد تم استخدامه لقياس الاتساق الداخلي وفق معامل ألفا كرونباخ (Alpha s'Gronbach) لعبارات الدراسة للتحقق من صدق الأداء.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل:

١- الإحصاء الوصفي :

(نسب وتكرارات) وذلك للبيانات العامة للمبحوثين وذلك بغرض وصف عينة الدراسة وإجابات المبحوثين على عبارات الاستبانة وذلك بغرض معرفة اتجاه إجابات المبحوثين ، وذلك من خلال :-

- الجداول التكرارية.

- الوسط الحسابي والانحراف المعياري

٢- اختبار الثبات (Reliability) لقياس ثبات الإستبانة ، وذلك بإستخدام إختبار الفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) .

٣- الإحصاء الإستدلالي:

وذلك بإستخدام:

- إختبار مربع كاي اللامعلمي لمعرفة دلالة الفروق بين إجابات المبحوثين عند مستوى الدلالة ٠,٠٥ .

مقياس ليكارت الخماسي :

إستخدم الباحث مقياس ليكارت الخماسي للخمسة خيارات (أوافق بشدة ،أوافق ، محايد ، لا أوافق، لا أوافق بشدة) حسب الأوزان التالية :

جدول رقم (١) يوضح أوزان خيارات إجابات المقياس

الوزن	الخيار
٥	أوافق بشدة
٤	أوافق
٣	محايد
٢	لاأوافق
١	لا أوافق بشدة

كما تم حساب الأوساط المرجحة لتلك الأوزان على النحو التالي:

جدول رقم (٢) يوضح الأوساط المرجحة لخيارات إجابات المقياس

الوساط المرجح	الخيار
من ٤,٢٠ إلى ٥	أوافق بشدة
من ٣,٤٠ إلى ٤,١٩	أوافق
من ٢,٦٠ إلى ٣,٣٩	محايد
من ١,٨٠ إلى ٢,٥٩	لاأوافق
من ١ إلى ١,٧٩	لا أوافق بشدة

إختبار صدق وثبات أداة الدراسة:

جدول رقم (٣) يوضح قيمة معاملى الفا كرونباخ والصدق لإختبار صدق وثبات الإستبيان

عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
17	0.731	0.855

- تم حساب قيمة معامل الفا كرونباخ لعبارات الإستبيان ومن الجدول أعلاه نجد أن قيم معاملى الثبات والصدق كانت ٠,٧٣١ و ٠,٨٥٥ وهى قيم مقبولة وعليه يمكن الوثوق بنتائج تلك العبارات.
- تم حساب معامل الصدق عن طريق الجذر التربيعى لمعامل الثبات.

الإستدلال الإحصائى :

إختبار مربع كاي:

تم إستخدام إختبار مربع كاي لإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين عند مستوى الدلالة ٠,٠٥ ، حيث تعنى القيمة الإحتمالية التى تزيد عن ٠,٠٥ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابات وتعنى القيمة الإحتمالية التى تقل عن ٠,٠٥ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإجابات و وكانت النتائج كالأتى :-

جدول رقم (٤) يوضح نتائج إختبار مربع كاي لعبارات الأستبيان

م	العبارة	قيمة الإختبار	درجات الحرية	القيمة الإحتمالية
١	تستقطب مواقع التواصل الإجتماعى أعداداً متزايدة من المستخدمين بفضل محتواها الذى يسهم فى تكوين الرأى العام سيما النوعى منه.	32.575	2	0.000
٢	أصبحت مواقع اتواصل الإجتماعى هى المصدر الأول لمعرفة ومتابعة الأخبار والمعلومات.	68.481	3	0.000
٣	تعد مواقع التواصل الإجتماعى ، هى الوسيلة الأسرع لتوصيل الأخبار والمعلومات عن القضايا المختلفة .	99.300	3	0.000
٤	تمثل مواقع التواصل الإجتماعى مصدراً من مصادر المعلومات المهمة المهمة فى تكوين الرأى العام النوعى .	74.375	4	0.000
٥	لمواقع التواصل الإجتماعى سلبيات تؤثر فى تشكيل الرأى العام النوعى مما يصعب من مهمة تصنيفه .	76.963	4	0.000
٦	تسهم مواقع التواصل الإجتماعى فى تغيير سلوك الأفراد والجماعات وفى عملية تكوين الرأى العام النوعى .	16.443	3	0.001
٧	يمكن الأستفادة من مواقع التواصل الاجتماعى فى قياس الرأى العام فى مختلف القضايا السياسية والأقتصادية والأجتماعية .	54.500	4	0.000

0.000	4	55.494	الحرية المطلقة فى مواقع التواصل الاجتماعى يمكن أن تؤثر سلباً فى تشكيل رأى عام نوعى حقيقى.	٨
0.000	3	34.063	لمواقع التواصل الاجتماعى دور فاعل فى تشكيل إتجاهات وسلوك الجماهير تجاه الرأى العام النوعى.	٩
0.000	3	43.200	موقع الفيسبوك وتطبيق الواتساب من المواقع والأدوات التى تشكل الرأى العام تجاه القضايا الوطنية.	١٠
0.000	4	65.358	مواقع التواصل الإجماعى أصبحت بديلة للإعلام التقليدى كوسيط يعمل على تشكيل الرأى العام سيما النوعى منه.	١١
0.000	3	82.901	توجد مساحة حرية فى مواقع التواصل الاجتماعى أكبر من تلك الموجودة فى وسائل الإعلام التقليدية مما يعزز من فرص تشكيل الرأى العام النوعى.	١٢
0.000	3	42.900	لمواقع التواصل الاجتماعى دور فاعل فى إحداث التغييرات السياسية والاجتماعية على مستوى الجماعات النوعية .	١٣
0.000	2	99.185	شكلت مواقع التواصل الاجتماعى دوراً بارزاً فى أحداث ثورة ديسمبر ٢٠١٨ التى أندلعت فى السودان .	١٤
0.000	3	43.790	لمواقع التواصل الاجتماعى دور توعوى تجاه القضايا الوطنية المختلفة .	١٥

0.000	4	80.875	الشائعات التي تطلقها مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلباً على تماسك النسيج الاجتماعي.	١٦
0.000	4	73.136	الشائعات تمثل مهدد في مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي دورها في تشكيل الرأي العام النوعي .	١٧

من الجدول أعلاه نجد أن القيم الإحصائية لإختبار مربع كاي لجميع العبارات كانت أقل من مستوى المعنوية ٠,٠٥ و هذا يشير إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين على تلك العبارات .

جدول رقم (٥) يوضح نتائج إختبار مربع كاي لأراء ومقترحات المبحوثين :

القيمة الإحصائية	درجات الحرية	قيمة الإختبار	
٠,٠٠٢	٩	٢٦,٧٣٣	اراء المبحوثين حول إمكانية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي
٠,٠٠٠	١٠	٥٤,٠٠٠	اراء ومقترحات المبحوثين للحد من الشائعات التي تصاحب مواقع التواصل الاجتماعي

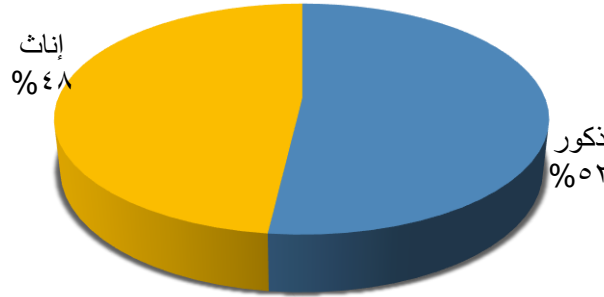
من الجدول أعلاه نجد أن:-

- القيم الإحصائية لإختبار مربع كاي لاراء المبحوثين حول إمكانية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي كانت أقل من مستوى المعنوية ٠,٠٥ وهذا يشير إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أراء المبحوثين.
- القيم الإحصائية لإختبار مربع كاي لاراء ومقترحات المبحوثين للحد من الشائعات التي تصاحب مواقع التواصل الاجتماعي كانت أقل من مستوى المعنوية ٠,٠٥ وهذا يشير إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أراء ومقترحات المبحوثين.

المبحث الثالث
عرض وتحليل وتفسير إستمارة
أولاً : السمات الديمغرافية

جدول رقم (١) يوضح نوع المبحوثين

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	٤٢	%٥٢
أنثى	٣٩	%٤٨
المجموع	٨١	%١٠٠



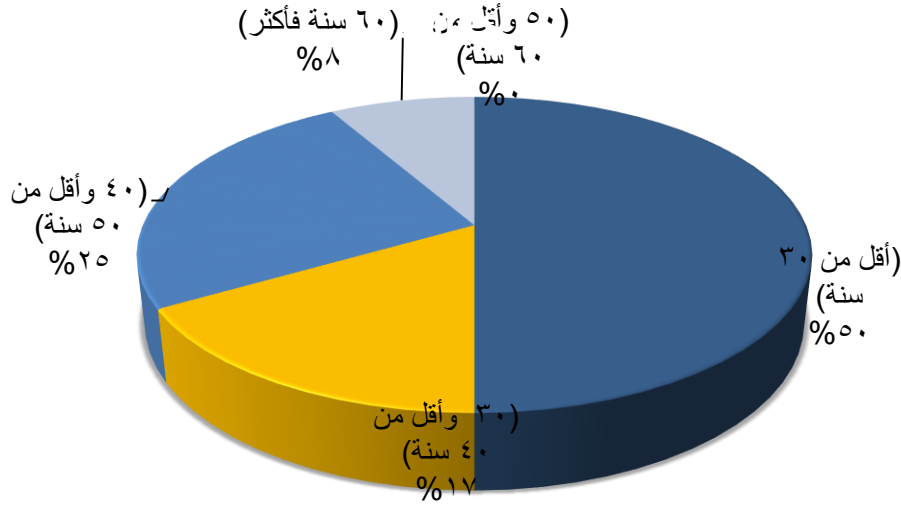
يتضح من الجدول رقم (١) والرسم البياني أعلاه أن :

أن تمثيل الذكور والإناث متقارب في عينة الدراسة حيث بلغت نسبة الذكور %٥٢ أما الإناث فكانت نسبتهم %٤٨ .

وبحسب متغير النوع من خلال النتيجة يتبين لنا أن مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي كما بينتهم النسبة أعلاه أن غالبيتهم من الذكور وذلك يمكن أن يشير إلى أن فئة الشباب خصوصاً الذكور أكثر فئة متواجدة في هذه المواقع ويستخدمونها بصورة يومية وشبه يومية مما يعني أن لهم دور ووعي في بناء وتشكيل الرأي العام النوعي تجاه القضايا المختلفة .

جدول رقم (٢) : يوضح الفئات العمرية للمبحوثين

النسبة	التكرار	الفئة العمرية
%٥٠	٢٧	أقل من ٣٠ سنة
%١٧	٣٤	٣٠ وأقل من ٤٠ سنة
%٢٥	١٥	٤٠ وأقل من ٥٠ سنة
%٠	٠	٥٠ وأقل من ٦٠ سنة
%٨	٥	٦٠ سنة فأكثر
%١٠٠	٨١	المجموع



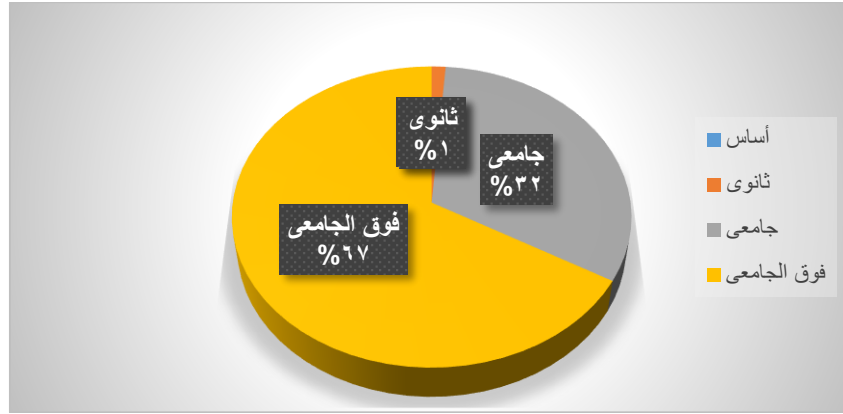
يتضح من الجدول رقم (٢) والشكل البياني أعلاه أن :

الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً في العينة هي (أقل من ٣٠ سنة) بنسبة %٥٠ تلتها الفئة (٤٠ وأقل من ٥٠ سنة) بنسبة %٢٥ ثم الفئة (٣٠ وأقل من ٤٠ سنة) بنسبة %١٧ وأخيراً الفئة (أكثر من ٦٠ سنة) بنسبة %٨ أما الفئة (٥٠ وأقل من ٦٠ سنة) لم يكن لها تمثيل في عينة الدراسة .

وحسب المؤشرات والنسب أعلاه ومتغير العمر يتضح لنا أن أعلى فئة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي هم الفئة أقل من ٣٠ سنة . يليهم بعد ذلك بالترتيب الفئات الأخرى حسب ما هو موضح بالجدول والنسب البيانية .

جدول رقم (٣) يوضح المستوى الأكاديمي للمبحوثين

النسبة	التكرار	المستوى الأكاديمي
%٠	٠	أساس
%١	١	ثانوى
%٣٢	٢٦	جامعى
%٦٧	٥٤	فوق الجامعى
%100	٨١	المجموع



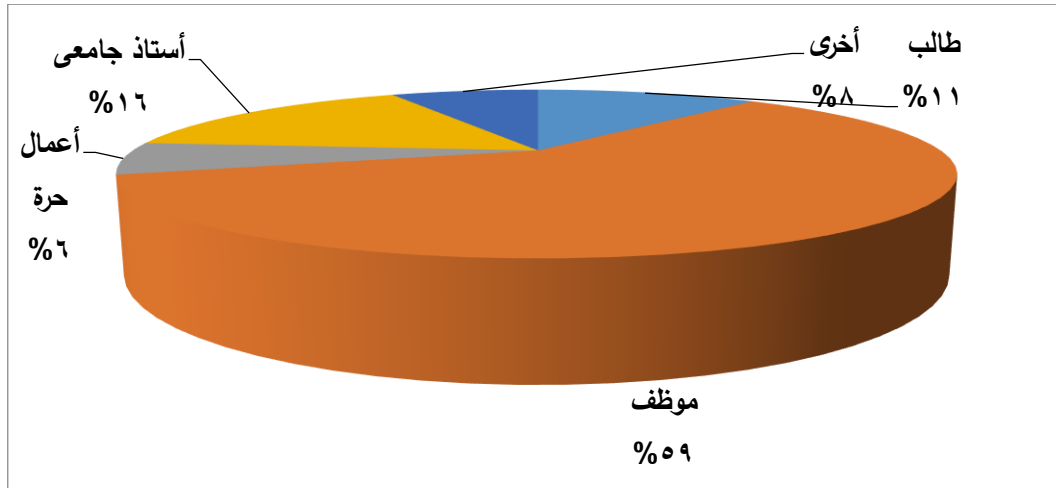
يتضح من الجدول رقم (٣) والشكل البياني أعلاه أن :

غالبية أفراد العينة لديهم مؤهل فوق الجامعى حيث بلغت نسبتهم %٦٧ يليهم من لديهم مؤهل جامعى بنسبة %٣٢ أما من لديهم مؤهل ثانوى فقد كانت نسبتهم %١ فقط بينما لم يكن هنالك أفراد مؤهلهم أساس .

باعتبار أعلى فئة هم من حملة المؤهلات فوق الجامعية تستخدم مواقع التواصل الاجماعي يعني أنهم على درجة من النضج والوعي باستخدام تلك المواقع وعلى معرفة بقضاياهم الاساسية والمهمة ولهم القدرة على قيادة وتوجيه الرأي العام ولفتهم إلى حقوقهم وواجباتهم .

جدول رقم (٤) يوضح المهنة للمبحوثين

النسبة	التكرار	المهنة
%١١	٩	طالب
%٥٩	٤٨	موظف
%٦	٥	أعمال حرة
%١٦	١٣	أستاذ جامعى
%٨	٦	أخرى
%١٠٠	٨١	المجموع



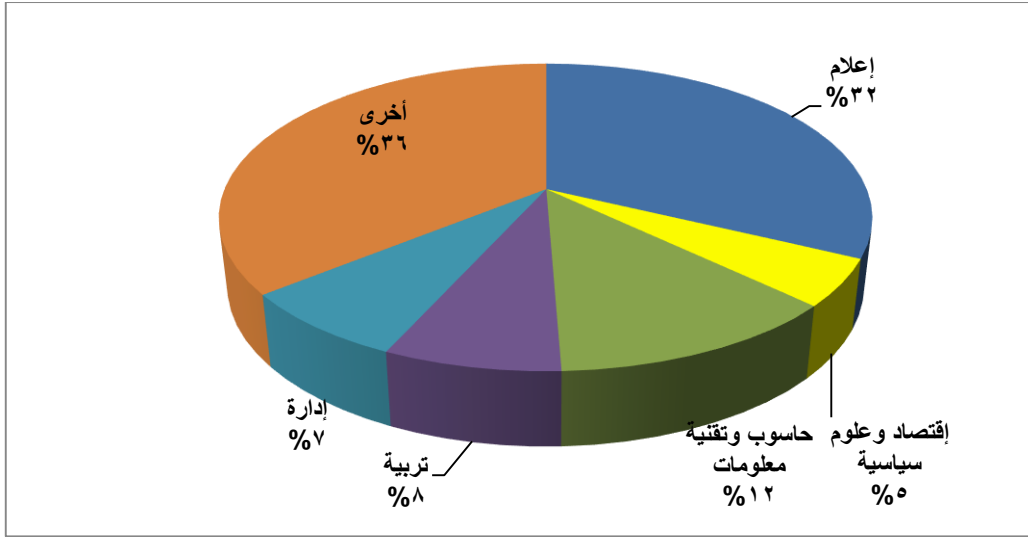
يتضح من الجدول رقم (٤) والشكل البياني أعلاه أن :

غالبية أفراد العينة من الموظفين حيث بلغت نسبتهم 59% يليهم من الأساتذة الجامعيين بنسبة 16% ، وكان تمثيل الطلاب 11% ، وأصحاب الأعمال الحرة 6% و 8% يعملون في مهنة أخرى.

بحسب تعريف الباحث لمفهوم الرأي العام النوعي والذي يقصد به رأي الطبقة المستنيرة يتبين لنا أن شريحة الموظفين والاساتذة الجامعيين وطلاب العلم أكثر معرفة ووعي بقضايا المجتمع مما يعني أنه إذا أردت أن أوجه الرأي العام أن أبدا بتلك الفئة .

جدول رقم (٥) يوضح التخصص العلمي

النسبة	التكرار	التخصص العلمي
32%	٢٦	إعلام
5%	٤	إقتصاد وعلوم سياسية
12%	١٠	حاسوب وتقنية معلومات
8%	٦	تربية
7%	٦	إدارة
36%	٣٩	أخرى
100%	٨١	المجموع



من الجدول رقم (٥) والشكل البياني اعلاه نجد أن :

32% من أفراد العينة تخصصهم إعلام و 12% حاسوب وتقنية معلومات و 8% تربية و 7% إدارة و 5% إقتصاد وعلوم سياسية و 36% تخصصات أخرى تمثلت في (الهندسة ، الطب ، القانون ، المكتبات ، اللغات والاحصاء). مما يعني أن الذين تخصصهم أعلام أكثر فئة على دراية بكيفية استخدام مواقع التواصل في تشكيل الراي العام .

الإحصاء الوصفي لإجابات المبحوثين:

ثانياً : التكرارات والنسب المئوية لإجابات المبحوثين على عبارات الأستبيان

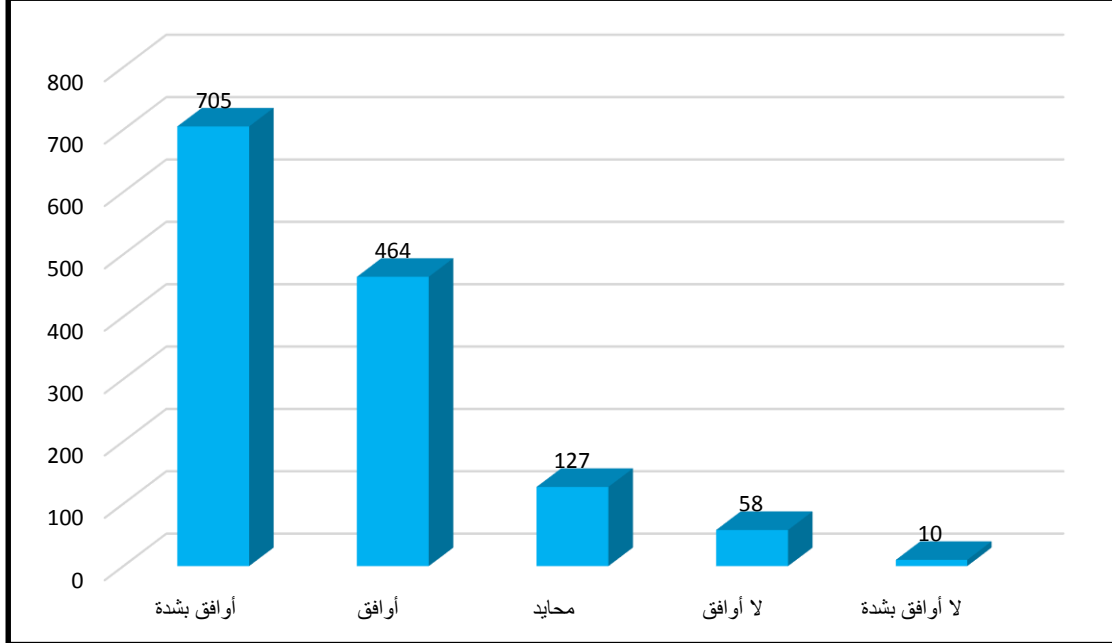
جدول رقم (٦)

الترتيب	النتيجة	الإنحراف المعيارى	الوسط الحسابى	لا	لا	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبرة	م
				أوافق بشدة	أوافق	التكرار	التكرار	التكرار		
				النسبة	النسبة	النسبة	النسبة	النسبة		
4	موافقة بشدة	0.59	4.51			4	31	45	تستقطب مواقع التواصل الإجتماعى أعداداً متزايدة من المستخدمين بفضل محتواها الذى يسهم فى تكوين الرأى العام سيما النوعى منه.	١
						%5	%38.8	%56.3		
5	موافقة بشدة	0.71	4.49		1	7	24	49	أصبحت مواقع اتواصل الإجتماعى هى المصدر الأول لمعرفة ومتابعة الأخبار والمعلومات.	٢
					%1.2	%8.6	%29.6	%60.5		
2	موافقة بشدة	0.68	4.63		2	3	18	57	تعد مواقع التواصل الإجتماعى ، هى الوسيلة الأسرع لتوصيل الأخبار والمعلومات عن القضايا المختلفة .	٣
					%2.5	%3.8	%22.5	%71.3		
13	موافقة	0.90	4.15	2	3	6	39	30	تمثل مواقع التواصل الإجتماعى مصدراً من مصادر المعلومات المهمة المهمة فى تكوين الرأى العام النوعى .	٤
				%2.5	%3.8	%7.5	%48.8	%37.5		
٨	موافقة بشدة	0.91	4.30	1	4	7	27	42	لمواقع التواصل الإجتماعى سلبيات تؤثر فى تشكيل الرأى العام النوعى مما يصعب من مهمة تصنيفه .	٥
				%1.2	%4.9	%8.6	%33.3	%51.9		
17	موافقة	0.93	3.94		6	18	30	25	تسهم مواقع التواصل الإجتماعى فى تغيير	٦
					%7.6	%22.8	%38	%31.6		

									سلوك الأفراد والجماعات وفي عملية تكوين الرأي العام النوعي .	
16	موافقة	1	4.05	2	7	7	33	31	يمكن الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في قياس الرأي العام في مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية .	٧
				%2.5	%8.8	%8.8	%41.3	%38.8		
14	موافقة	1	4.14	1	7	9	25	37	الحرية المطلقة في مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤثر سلباً في تشكيل رأي عام نوعي حقيقي.	٨
				%1.3	%8.9	%11.4	%31.6	%46.8		
15	موافقة	0.81	4.13		3	12	36	28	لمواقع التواصل الاجتماعي دور فاعل في تشكيل اتجاهات وسلوك الجمهير تجاه الرأي العام النوعي.	٩
					%3.8	%15.2	%45.6	%35.4		
٧	موافقة بشدة	0.81	4.30		4	8	28	40	موقع الفيسبوك وتطبيق الواتساب من المواقع والأدوات التي تشكل الرأي العام تجاه القضايا الوطنية.	١٠
					%5	%10	%35	%50		
12	موافقة بشدة	0.97	4.20	1	6	7	29	38	مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت بديلة للإعلام التقليدي كوسيط يعمل على تشكيل الرأي العام سيما النوعي منه.	١١
				%1.2	%7.4	%8.6	%35.8	%46.9		
3		0.67	4.57		1	5	22	53		١٢

	موافقة بشدة				%1.2	%6.2	%27.2	%65.4	توجد مساحة حرية في مواقع التواصل الاجتماعي أكبر من تلك الموجودة في وسائل الإعلام التقليدية مما يعزز من فرص تشكيل الرأي العام النوعي.	
10	موافقة بشدة	0.79	4.28		3	8	33	36	للمواقع التواصل الاجتماعي دور فاعل في إحداث التغييرات السياسية والاجتماعية على مستوى الجماعات النوعية .	١٣
					%3.8	%10	%41	%45		
1	موافقة بشدة	0.44	4.83			2	10	69	شكلت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في أحداث ثورة ديسمبر ٢٠١٨ التي أندلعت في السودان .	١٤
						%2.5	%12.3	%85.2		
6	موافقة بشدة	0.79	4.32		1	13	26	41	للمواقع التواصل الاجتماعي دور توعوي تجاه القضايا الوطنية المختلفة .	١٥
					%1.2	%16	%32.1	%50.6		
9	موافقة بشدة	0.97	4.30	1	6	5	24	44	الشائعات التي تطلقها مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلباً على تماسك النسيج الاجتماعي.	١٦
				%1.3	%7.5	%6.3	%30	%55		
11	موافقة بشدة	0.97	4.25	2	4	6	29	40	الشائعات تمثل مهدد في مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي دورها	١٧
				%2.5	%4.9	%7.4	%35.8	%49.4		

فى تشكيل الرأى العام النوعى .								
النتيجة الكلية للمحور	موافقة	0.52	4.50	10	58	127	464	705
	بشدة			%1	%4	%9	%34	%52



من الجدول أعلاه والشكل البياني نجد أن جميع إجابات المبحوثين على العبارات إتجهت نحو الموافقة والموافقة بشدة ، كما بلغ المتوسط الكلى ٤,٥٠ مما يدل على أن الإتجاه الكلى للإجابات كان موافقة بشدة.

- أحتلت العبارة رقم (١٤) شكلت مواقع التواصل الاجتماعى دوراً بارزاً فى أحداث ثورة ديسمبر ٢٠١٨ التى أندلعت فى السودان، المرتبة الأولى (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٨٣ وإنحراف معيارى بلغ ٠,٤٤.
- أحتلت العبارة رقم (٣) تعد مواقع التواصل الإجتماعى هى الوسيلة الأسرع لتوصيل الأخبار والمعلومات عن القضايا المختلفة . ، المرتبة الثانية (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٦٣ وإنحراف معيارى بلغ ٠,٦٨.
- أحتلت العبارة رقم (١٢) توجد مساحة حرية فى مواقع التواصل الاجتماعى أكبر من تلك الموجودة فى وسائل الإعلام التقليدية ممايعزز من فرص تشكيل الرأى العام النوعى، المرتبة الثالثة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٥٧ وإنحراف معيارى بلغ ٠,٦٧.

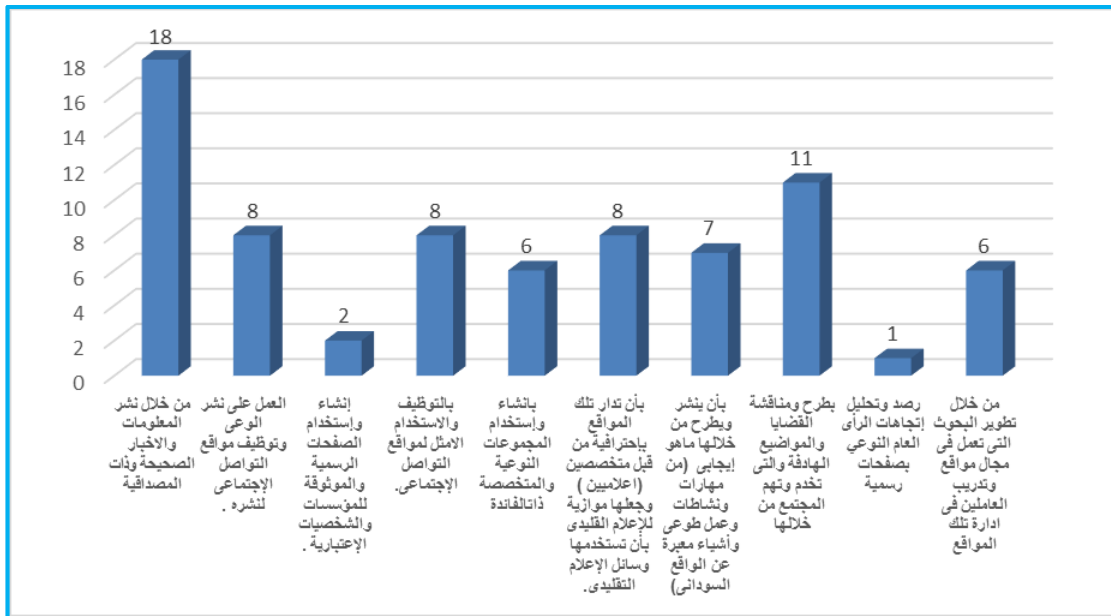
- أحتلت العبارة رقم (١) تستقطب مواقع التواصل الإجتماعى أعداداً متزايدة من المستخدمين بفضل محتواها الذى يسهم فى تكوين الرأى العام سيما النوعى منه. ،المرتبة الرابعة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٥١ وإنحراف معيارى بلغ ٠,٥٩
- أحتلت العبارة رقم (٢) أصبحت مواقع اتواصل الإجتماعى هى المصدر الأول لمعرفة ومتابعة الأخبار والمعلومات .،المرتبة الخامسة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٤٩ وإنحراف معيارى بلغ ٠,٧١
- أحتلت العبارة رقم (١٥) لمواقع التواصل الاجتماعى دور توعوى تجاه القضايا الوطنية المختلفة، المرتبة السادسة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٣٢ وإنحراف معيارى بلغ ٠,٧٩
- أحتلت العبارة رقم (١٠) موقع الفيسبوك وتطبيق الواتساب من المواقع والأدوات التى تشكل الرأى العام تجاه القضايا الوطنية ، المرتبة السابعة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٣٠ وإنحراف معيارى بلغ ٠,٨١
- أحتلت العبارة رقم (٥) لمواقع التواصل الإجتماعى سلبيات تؤثر فى تشكيل الرأى العام النوعى ممايصعب من مهمة تصنيفه ، المرتبة الثامنة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٣٠ وإنحراف معيارى بلغ ٠,٩١
- أحتلت العبارة رقم (١٦) الشائعات التى تطلقها مواقع التواصل الاجتماعى تؤثر سلباً على تماسك النسيج الاجتماعى، المرتبة التاسعة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٣٠ وإنحراف معيارى بلغ ٠,٩٧
- أحتلت العبارة رقم (١٣) لمواقع التواصل الاجتماعى دور فاعل فى إحداث التغييرات السياسية والإجتماعية على مستوى الجماعات النوعية ، المرتبة العاشرة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٢٨ وإنحراف معيارى بلغ ٠,٧٩
- أحتلت العبارة رقم (١٧) الشائعات تمثل مهدد فى مصداقية مواقع التواصل الاجتماعى وبالتالي فى دورها فى تشكيل الرأى العام النوعى ، المرتبة الحادية عشرة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٢٥ وإنحراف معيارى بلغ ٠,٩٧

- أحتلت العبارة رقم (١١) مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت بديلة للإعلام التقليدي كوسيط يعمل على تشكيل الرأي العام سيما النوعى منه .، المرتبة الثانية عشرة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٢٠ وانحراف معيارى بلغ ٠,٩٧ .
- أحتلت العبارة رقم (٤) تمثل مواقع التواصل الإجتماعى مصدراً من مصادر المعلومات المهمة فى تكوين الرأي العام النوعى،المرتبة الثالثة عشرة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,١٥ وانحراف معيارى بلغ ٠,٩٠ .
- أحتلت العبارة رقم (٨) الحرية المطلقة فى مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤثر سلباً فى تشكيل رأى عام نوعى حقيقى .،المرتبة الرابعة عشرة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,١٤ وانحراف معيارى بلغ ٠,١٤ .
- أحتلت العبارة رقم (٩) لمواقع التواصل الاجتماعي دور فاعل فى تشكيل إتجاهات وسلوك الجماهير تجاه رأى العام النوعى، المرتبة الخامسة عشرة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,١٣ وانحراف معيارى بلغ ٠,٨١ .
- أحتلت العبارة رقم (٧) يمكن الأستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي فى قياس رأى العام فى مختلف القضايا السياسية و الأقتصادية والأجتماعية، المرتبة السادسة عشرة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٤,٠٥ وانحراف معيارى بلغ ٠,١٤ .
- أحتلت العبارة رقم (٦) تسهم مواقع التواصل الإجتماعى فى تغيير سلوك الأفراد والجماعات وفى عملية تكوين رأى العام النوعى،المرتبة السابعة عشرة (من حيث درجة الموافقة) بمتوسط حسابى بلغ ٣,٩٤ وانحراف معيارى بلغ 0.93 .

جدول رقم (٧) يوضح الإحصاء الوصفى لاراء المبحوثين حول إمكانية توظيف مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل رأى العام النوعى :-

النسبة	التكرار	الرأى
٢٤%	١٨	من خلال نشر المعلومات والايخبار الصحيحة وذات المصادقية
١٠,٧%	٨	العمل على نشر الوعى وتوظيف مواقع التواصل الإجتماعى لنشره .
٢,٧%	٢	إنشاء وإستخدام الصفحات الرسمية والموثوقة للمؤسسات والشخصيات الإعتبارية .

١٠,٧%	٨	بالتوظيف والاستخدام الامثل لمواقع التواصل الإجتماعى.
٨%	٦	بانشاء وإستخدام المجموعات النوعية والمتخصصة ذاتالفائدة
١٠,٧	٨	بأن تدار تلك المواقع بإحترافية من قبل متخصصين (اعلاميين) وجعلها موازية للإعلام التقليدى بأن تستخدمها وسائل الإعلام التقليدى.
٩,٣%	٧	بأن ينشر وي طرح من خلالها ماهو إيجابى (من مهارات ونشاطات وعمل طوعى وأشياء معبرة عن الواقع السودانى)
١٤,٧%	١١	بطرح ومناقشة القضايا والمواضيع الهادفة والتي تخدم وتهم المجتمع من خلالها
١,٣%	١	رصد وتحليل إتجاهات الرأى العام النوعي بصفحات رسمية
٨%	٦	من خلال تطوير البحوث التى تعمل فى مجال مواقع وتدريب العاملين فى ادارة تلك المواقع
١٠٠%	٧٥	المجموع



من الجدول والشكل البياني أعلاه نجد أن غالبية المبحوثين يرون أنه يمكن توظيف مواقع التواصل الإجتماعى فى تشكيل الرأى العام النوعى من خلال نشر المعلومات والاخبار الصحفية وذات المصدقية حيث بلغت نسبتهم ٢٤% ، يليهم من يرون أن ذلك يتم بطرح ومناقشة القضايا

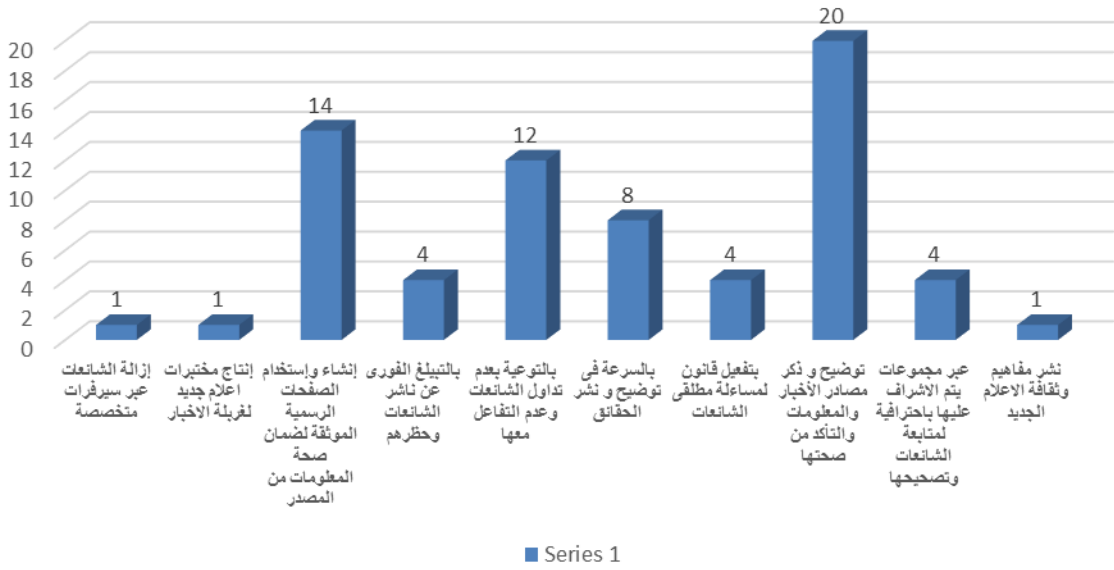
والمواضيع الهادفة والتي تخدم وتهم المجتمع من خلالها وكانت نسبتهم ١٤% ، يليهم بنسب متساوية من يرون أن ذلك يتم من خلال (العمل على نشر الوعي وتوظيف مواقع التواصل الإجتماعى لنشره، التوظيف والاستخدام الامثل لمواقع التواصل الإجتماعى و بأن تدار تلك المواقع باحترافية من قبل متخصصين (اعلاميين) وجعلها موازية للإعلام التقليدى بأن تستخدمها وسائل الإعلام التقليدى) حيث بلغت نسبتهم ١٠,٧% ، ١٠,٧% و ١٠,٧% ، فيما رأى ٩,٣% أنه يمكن توظيفها بأن ينشر وي طرح من خلالها ما هو إيجابى (من مهارات ونشاطات وعمل طوعى وأشياء معبرة عن الواقع السودانى) ، بينما ٨% يرون أن ذلك يتم بإنشاء وإستخدام المجموعات النوعية والمتخصصة ذات الفائدة و ٨% من خلال تطوير البحوث التى تعمل فى مجال مواقع وتدريب العاملين فى ادارة تلك المواقع ، فيما ذكر ٢,٧% أنه يجب إنشاء وإستخدام الصفحات الرسمية والموثوقة للمؤسسات والشخصيات الإعتبارية و ١,٣% فقط من رأيهم أن ذلك يتم عبر رصد وتحليل إتجاهات الرأى العام النوعى عبر صفحات رسمية .

جدول رقم (٨) يوضح الإحصاء الوصفى لاراء ومقترحات المبحوثين للحد من

الشائعات التى تصاحب مواقع التواصل الإجتماعى وتحد من فاعليتها فى تشكيل الرأى

العام النوعى بالصورة السليمة

النسبة	التكرار	الرأى أو المقترح
١,٣%	١	إزالة الشائعات عبر سيرفرات متخصصة
١,٣%	١	إنتاج مختبرات اعلام جديد لغربلة الاخبار
١٧,٩%	١٤	إنشاء وإستخدام الصفحات الرسمية الموثقة لضمان صحة المعلومات من المصدر
٥,١%	٤	بالتبليغ الفورى عن ناشر الشائعات وحظرهم
١٥,٤%	١٢	بالتوعية بعدم تداول الشائعات وعدم التفاعل معها
١٠,٣%	٨	بالسرعة فى توضيح و نشر الحقائق
٥,١%	٤	بتفعيل قانون لمساءلة مطلقى الشائعات
٢٥,٦%	٢٠	توضيح و ذكر مصادر الأخبار والمعلومات والتأكد من صحتها
٥,١%	٤	عبر مجموعات يتم الاشراف عليها باحترافية لمتابعة الشائعات وتصحيحها
١,٣%	١	نشر مفاهيم وثقافة الاعلام الجديد
١٠٠%	٧٨	المجموع



من الجدول والشكل البياني أعلاه نجد أن غالبية المبحوثين يرون الحد من الشائعات التي تصاحب مواقع التواصل الإجتماعى يتم بتوضيح وذكر مصادر الأخبار و المعلومات والتأكد من صحتها حيث بلغت نسبتهم ٢٥,٦% ، ١٧,٩% يرون أن ذلك يتم عبر إنشاء وإستخدام الصفحات الرسمية الموثقة لضمان صحة المعلومات من المصدر ، ١٥,٤% بالتوعية بعدم تداول الشائعات والتفاعل معها ، ١٠,٣% يرون أن الحد من الشائعات يكون بالسرعة فى توضيح ونشر الحقائق ، ٥,١% يقترحون التبليغ الفورى عن ناشر الشائعات وحظرهم ، ٥,١% بتفعيل قانون لمساءلة مطلقى الشائعات ، ٥,١% أقترحوا إنشاء مجموعات يتم الاشراف عليه باحترافية لمتابعة الشائعات وتصحيحها ، ٣,٩% تمثلت آراءهم فى الآتى (إزالة الشائعات عبر سيرفرات متخصصة ، إنتاج مختبرات اعلام جديد لغربة الاخبار ونشر مفاهيم وثقافة الاعلام الجديد)

من النتائج أعلاه يمكن الأجابة على تساؤلات البحث كما يلي :-

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين على الفقرة رقم (٩) وبالرجوع إلى جدول رقم (٦) نجد أن هذه الفروق كانت لصالح الموافقة أى أن معظم المبحوثين يوافقون على أن لمواقع التواصل الاجتماعى دور فاعل فى تشكيل إتجاهات وسلوك الجماهير تجاه الرأى العام النوعى.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين على الفقرة رقم (١١) وبالرجوع إلى جدول رقم (٦) نجد أن هذه الفروق كانت لصالح الموافقة بشدة أى أن معظم المبحوثين

يوافقون بشدة على أن مواقع التواصل الإجتماعى أصبحت بديلة للإعلام التقليدى كوسيط يعمل على تشكيل الرأى العام سيما النوعى منه.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين على الفقرة رقم (١٢) وبالرجوع إلى جدول رقم (٦) نجد أن هذه الفروق كانت لصالح الموافقة بشدة أى أن معظم المبحوثين يوافقون بشدة على أنه توجد مساحة حرية فى مواقع التواصل الاجتماعى أكبر من تلك الموجودة فى وسائل الإعلام التقليدية مما يعزز من فرص تشكيل الرأى العام النوعى.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات واء المبحوثين وبالرجوع إلى الجدول رقم (٦) وجدول رقم (٧) نجد أن هذه الإجابات والاراء ترى أن مواقع التواصل الإجتماعى تساهم فى تشكيل الرأى العام النوعى.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اراء ومقترحات المبحوثين وبالرجوع إلى الجدول رقم (٨) نجد أن هذه الفروق كانت لصالح الأراء والمقترحات التى تقول بأنه يمكن التعامل مع الشائعات فى مواقع التواصل الإجتماعى من خلال (توضيح وذكر مصادر الأخبار والمعلومات والتأكد من صحتها ، إنشاء وإستخدام الصفحات الرسمية الموثقة لضمان صحة المعلومات من المصدر ، بالتوعية بعدم تداول الشائعات وعدم التفاعل معها و بالسرعة فى توضيح ونشر الحقائق)

رابعاً : النتائج والتوصيات

النتائج :

١. أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور فاعل في تشكيل اتجاهات وسلوك الجماهير تجاه الرأي العام النوعي.
٢. اتضح ان مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت بديلة للإعلام التقليدي . وذلك لوصولها لعدد كبير من المستخدمين بسهولة وسرعة .
٣. أثبتت الدراسة أنه توجد مساحة حرية أكبر من تلك الموجودة في وسائل الإعلام التقليدي مما يعنى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تعزز من فرص تشكيل الرأي العام النوعي .
٤. أكدت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الرأي العام النوعي .
٥. تبين من خلال الدراسة أن التعامل مع الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق ذكر مصادر الاخبار والمعلومات والتأكد من صحتها . مع ضرورة انشاء واستخدام صفحات رسمية موثوقة مع التوضيح ونشر الحقائق .
٦. تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تستقطب أعداداً متزايدة من المستخدمين مما يشير أن لها دور في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا . كما تعد مصدر مهم من مصادر المعلومات والاعبار .
٧. أتضح أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التوعية بالقضايا الوطنية المختلفة .
٨. تبين أن لمواقع التواصل الاجتماعي سلبيات تؤثر في تشكيل الرأي العام بسبب الشائعات مما يصعب من مهمة تصنيفه . كما أنها تعمل كمهدد في تماسك النسيج الاجتماعي .
٩. تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في إحداث التغييرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

١٠. اتضح أن الحرية المطلقة تؤثر سلباً في تشكيل رأي عام نوعي حقيقي من خلال نشر المعلومات وأراء غير صحيحة أو سلبية . كما أن الشائعات يمكن أن تمثل مهدد في مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي .
١١. أتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في تشكيل اتجاهات وسلوك الجماهير كما انه يمكن الاستفادة من التقنية المتطورة في هذه المواقع مثل قياسات استطلاعات الرأي العام في العديد من القضايا .
١٢. تبين أن موقعي الفيس بوك والواتساب من الأدوات التي تشكل الرأي العام تجاه القضايا المهمة كما لاحظ الباحث دورهما في قيادة الثورة السودانية المجيدة في ديسمبر ٢٠١٩ م .
١٣. لاحظ الباحث أن استخدام هذه المواقع بشكل يومي أو شبه يومي يمكن استخدامها لتغيير ثقافة المجتمع وتوجيه نحو القضايا التي تهمة أو التي تشغل الرأي العام .
١٤. تبين انه يمكن توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي من خلال نشر المعلومات والايخبار الصحيحة وطرح القضايا التي تخدم المجتمع .
١٥. تبين أن تعزيز توظيف هذه المواقع يكون عبر ادارتها من قبل متخصصين واعلاميين واستخدام الصفحات الرسمية ، ونشر ثقافة ومفاهيم الإعلام الجديد .

التوصيات :

١. أن يتم إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام وفي تغيير سلوك واتجاهات الجماهير ، وفي التوعية بالقضايا الوطنية
٢. بالإهتمام بمواقع التواصل الإجتماعي ونشر ثقافة الإعلام الجديد .
٣. أن يتم محاربة الشائعات عبر نشر الأخبار الصحيحة وذكر مصادر المعلومات وإدارة الصفحات عبر مختصين إعلاميين وإنشاء سيرفرات للغريلة الإعلامية .
٤. على الدولة الإهتمام بالعمل على مخاطبة الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها أصبحت بديلة للإعلام التقليدي وكذلك للوصول إلى أكبر عدد من الجماهير .
٥. أنه يجب على مؤسسات الدولة عمل صفحات إعتبارية لكل مؤسسة وناطق رسمي عبرها .
٦. ضرورة إنشاء واستخدام صفحات رسمية موثوقة .
٧. إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي لوصولها بعدد كبير من الجماهير بسرعة وسهولة .
٨. عمل برامج وصفحات تسهم في تعزيز التوعية الوطنية والقضايا المتعلقة بها .
٩. أن يتم توظيف مساحة الحرية المتاحة في مواقع التواصل بصورة فعالة ومسؤولة .
١٠. إنشاء مراكز اعلامية حديثة تستصحب توظيف التكنولوجيا الحديثة كما هو الحال في الشركات الكبيرة وإنشاء أقسام للسوشيال ميديا للتواصل مع جماهير المؤسسة ومعرفة ردود أفعالهم تجاه سياسات المنشأة
١١. العمل بتصميم حملة اعلامية نوعية توعوية عن استخدام مواقع التواصل بصورة ايجابية وتفادي الجوانب السلبية التي لا تخدم المجتمع ولا الرأي العام .

المصادر والمراجع :

أولا المصادر :

١. القرآن الكريم

٢. المعجم : المعجم الوسيط

ثانياً المراجع :

١. أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، (القاهرة، دار الفكر ، ب ط ، ب ت)
٢. إيهاب خليفة، مواقع التواصل الاجتماعي "أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط١، ٢٠١٦م، ص١١٤.
٣. باسم الجعبري، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، ، ط ١ ، الرواد للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٩م، ص١٢١.
٤. حلمي ساري، ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠٠٥م. ، ط ١ .
٥. الحمداني بشرى حسين ، الإعلام وثقافة التغيير في ظل الثورات العربية (٢٠١٤م ، القاهرة دار العالم العربي ، ط ١) .
٦. حميدة مهدي نظرية الراي العام (القاهرة ،الدار الثقافية ،ط١ ٢٠٠٥) ص ٨٩ ٩٠ .
٧. حيدر، حيد ، ومصطفى، محمود، الراي العام وطرق قياسه (دمشق دارمعهد الفتح.: ٢٠١٥، ط ١)
٨. خالد عبد الله درار ، البحث العلمي في الاتصال الجماهيري ، ط ١ ، (الخرطوم : مطابع العملة ، ٢٠١٢م)
٩. خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط ١ ، ٢٠١٤م، ص٣٥.
١٠. رفيق سكري ، دراسة في الرأي العام والاعلام والدعاية ، ط ١ ، لبنان، ١٩٩١ ، ب د ،

١١. زهير عبد اللطيف عابد ، الرأي العام وطرق قياسه (ط ١ ، ٢٠١٤ م ، عمان -، دار
اليازوري)
١٢. سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام ، ط ٣ (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٩ م)
١٣. سمير محمد حسين، الرأي العام ألسس النظرية والجوانب المنهجية، عالم الكتب،
القاهرة، ٢٠٠٠ م، ط ١).
١٤. سناء محمد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالم، ط ١، ٢٠١٥ م (عمان
، دار أسامة للنشر والتوزيع)
١٥. سيد محمد ، محمد . وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت (قاهرة ،دار الفكر
العربي ط ١ ٢٠٠٩) ص ٣٦.
١٦. شقرة علي خليل / الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (٢٠١٣ م ، عمان
دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط ١)
١٧. عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه
العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، ٢٠١١ م ،
١٨. عبد الرحيم محي الدين ، الراي العام مفهومه وأنواعه ، (القاهرة ، دار الانجلو
المصرية ، ط ١ ، ٢٠٠١) .
١٩. على عبد الفتاح ، الاعلام الاجتماعي (ط العربية ٢٠١٤ م ، عمان - الاردن ، دار
اليازوري)
٢٠. على عبد الفتاح ، الاعلام الاجتماعي (ط العربية ٢٠١٤ م ، عمان - الاردن ، دار
اليازوري)
٢١. علي عبد الفتاح كنعان ، الاعلام الالكتروني (٢٠١٤ م ، عمان ، دار الايام للنشر
والتوزيع .
٢٢. علي محمد رحومة، ((الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية))، بيروت، مركز دراسات
الوحدة العربية، ٢٠٠٧ م، ص ٧٥ .
٢٣. فتحي حسين عامر ، استطلاعات الرأي العام على الانترنت (ط ١ ، ٢٠١٣ م، دار
العربي ، القاهرة)
٢٤. محمد سيد احمد واخرون ، وسائل الاعلام من المنادي إلى الانترنت ، دار الفكر ،
ط ١ ، ٢٠٠٨ م ، ص ٢٦- ص ٢٨ .

٢٥. محي الدين أسماويل محمد الديلهي ، تأثير شبكات التواصل الإلءامية على جمهور المءلءين (الاسكندرية ، دار الوفاء القانونية للنشر والتوزيع ط ١ ، ٢٠١٥م .
٢٦.

م

خءار الءهامي ، الرأي العام والحرب النفسية ، ط ١ (ب م ، ب د ، ب ء)
٢٧. مختار ءهامي وعاطف عدلي العبد، الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، ، 2005م ، ب ط .

٢٨. مختار عثمان الصديق ، مناهج البحث العلمي ، ط ١ ، (أم درمان : دار جامعة القران الكريم والعلوم الاسلامية ، ٢٠٠٤م)

٢٩. مهدي محمد البياع وآخرون، اسءطلاءء قياس الرأي العام بين النظرية والتطبيق، مجلة البحث العلمي، ٢٠٠٦م

٣٠. نضال فلاح الضلاعين وآخرون ، الإعلام والرأي العام ، (عمان :دار الإعصار ، ٢٠١٤م ، ط ١)

٣١. يحي مصطفى علياء وعثمان محمد غنيم (الأسس النظرية والتطبيق العلمي) ، ط ٤ (عمان ، دا صفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠١٠م ،

٣٢. يوسف حجيم الطائي وعلى عبودي نعمة الجبوري ، الرأي العام الاعلام الحديث / خطط وقياس (ط ١) - (عمان - دار الايام للنشر والتوزيع، ٢٠١٦) .

رسائل جامعية وبحوث علمية :

١. جيهان حداد. المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد : دراسة انثروبولوجية. جامعة اليرموك، رسالة ماجستير غير منشورة، ٢٠٠٢م.
٢. حسن أبو الزيد، حسن. دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام. رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة. (٢٠١٢).

المجلات والدوريات :

١. بشرى جميل الراوي، « دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير»، الباحث الإعلامي. العدد ١٨، ٢٠١٣،
٢. بهاء الدين محمد مزيد، "المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً"، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١٢م ، ص ٨٩ .
٣. سالم خطاب أسعد، العالم وصناعة الرأي العام، دراسة وصفية لاساليب ومسالك صناعة الرأي العام، مجلة آداب الفراهيدي، ع١٧، شهر ١٢، ٢٠١٣م
٤. نادية بن ورقلة، « دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي»، مجلة دراسات وأبحاث. ، العدد ١١، ٢٠١٣
٥. نشره ليمنان عقل ، العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعات في مواقع التواصل الاجتماعي مع الآخرين وسائل الاعلام التقليدية ، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد العاشر ، اعدد الثاني يوليو ، ديسمبر ٢٠١٠م ، ص ٢٥٥ .
٦. أوليد رشاد زكي، « نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيديولوجيا إلى الميثولوجيا»، المركز العربي لأبحاث القضاء الإلكتروني، سلسلة قضايا استراتيجية، ٢٠١٢

ثالثا : مواقع الانترنت :

١. www.almaany.com تاريخ الدخول يوم ١٧ فبراير ٢٠١٩
٢. (http://www.accronline.com/article_detail.aspx?id=2593)، ٨-١٢، تم الإطلاع بتاريخ ٢١/١/٢٠١٩.
٣. www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index_htm_files/Makal11_12.pdf، بتاريخ ٢٨/١٢/٢٠١٨، <http://ar.wikipedia.org/wiki>
٤. شبكة المعلومات الدولية ، موقع مدونة أرجيك العلمية ، [/https://www.arageek.com/](https://www.arageek.com/) تم الاطلاع بتاريخ ٩/١١/٢٠١٩ / الساعة
٥. شبكة المعلومات الدولية ، موقع مدونة المرسل العلمية ، <https://www.almrsal.com/post/695233>
٦. جمعية الصحفيين السودانيين بالمملكة العربية السعودية. (٣،٢٠٠٩).الرأي العام الإلكتروني أُسترجعت في تاريخ ٢٧/٦/٢٠١٩ من <http://www.sudanja.net/articles.php?action=show&id=84>

الملاحق



بسم الله الرحمن الرحيم
جامعة إفريقيا العالمية
عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي
كلية الإعلام

قسم العلاقات العامة والإعلان

الأخ الكريم / الأخت الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

بين أيديكم صحيفة إستبانة اعدت إستيفاءاً لمتطلبات البحث العلمي المقدم لنيل درجة

الماجستير في الإعلام ، تخصص العلاقات العامة والإعلان بعنوان :

مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي

(دراسة تطبيقية على عينة من المستخدمين بولاية الخرطوم)

(٢٠١٨-٢٠١٩م – ١٣٣٩-١٤٤١هـ)

الرجاء التكرم بالاجابة على اسئلة هذه الاستبانة بوضع علامة (✓) في داخل المربع

المخصص أمام الإجابة التي ترونها مناسبة من بين الخيارات المتاحة، كما ارجو

الاجابة كتابة على الاسئلة المفتوحة .

يهدف الباحث من خلال الاجابة على اسئلة الاستبانة الي معاونته في الوصول الي

تحقيق النتائج والاهداف التي يسعى اليها البحث الي بلوغها .

واشكر لكم حسن تعاونكم

الباحث:

معاذ الجيلي عمر

المشرف:

د. كرم الله حسين الامين

أولاً : البيانات الشخصية :

١. النوع :

أ/ ذكر ب/ أنثى

٢. العمر :

أ/ أقل من ٣٠ عام ب/ (٣١ - ٤٠ عام) ج/ (٤١ - ٥٠ عام)
د/ (٥١ عام فأكثر)

٣. المستوى الأكاديمي :

أ/ ثانوي ب/ جامعي ج/ فوق الجامعي

٤. المسمى الوظيفي :

أ/ طالب ب/ موظف ج/ أعمال حرة د/ أخرى

٥. الخبرة :

أ/ أقل من ٥ أعوام ب/ (٦ - ١٠ أعوام) ج/ (١١ - ١٥ عام)

د/ (١٦ عام - ٢٠ عام) هـ/ (٢١ عام فأكثر)

ثانياً : البيانات الموضوعية :

١٧. كيف نستفيد من مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي ؟

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البيان
					١. تستقطب مواقع التواصل الاجتماعي أعداداً متزايدة من المستخدمين بفضل محتواها الثر الذي يسهم في تكوين الرأي العام سيما النوعي منه
					٢. أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ، هي المصدر الأول لمعرفة ومتابعة الاخبار والمعلومات ؟؟
					٣. تعد مواقع التواصل الاجتماعي ، هي الوسيلة الأسرع لتوصيل الأخبار والمعلومات عن القضايا المختلفة ؟
					٤. تمثل مواقع التواصل الاجتماعي مصدر من مصادر المعلومات المهمة في تكوين الرأي العام النوعي .
					٥. لمواقع مواقع التواصل الاجتماعي سلبيات تؤثر في تشكيل الرأي العام النوعي مما يصعب من مهمة تصنيفه .
					٦. تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك الافراد والجماعات وفي عملية تكوين الرأي العام النوعي .
					٧. يمكن الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في قياس الرأي العام في مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية .
					٨. الحرية المطلقة في مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤثر سلباً في تشكيل رأي عام نوعي حقيقي .
					٩. لمواقع التواصل الاجتماعي دور فاعل في تشكيل اتجاهات وسلوك الجماهير تجاه الرأي العام النوعي
					٩. موقع الفيس بوك وتطبيق الواتساب من المواقع والادوات التي تشكل الرأي العام تجاه القضايا الوطنية
					١٠. مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت بديلة للإعلام التقليدي كوسيط يعمل على تشكيل الرأي العام سيما النوعي منه
					١١. توجد مساحة حرية في مواقع التواصل الاجتماعي أكبر من تلك الموجودة في وسائل الإعلام التقليدية مما يعزز من فرص تشكيل الرأي العام النوعي
					١٢. لمواقع التواصل الاجتماعي دور فاعل في إحداث التغييرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية على مستوى الجماعات النوعية .
					١٣. شكلت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في أحداث ثورة ديسمبر ٢٠١٨م . التي إندلعت في السودان .
					١٤. لمواقع التواصل الاجتماعي دور توعوي تجاه القضايا الوطنية المختلفة .

					١٥. الشائعات التي تطلقها مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر سلباً على تماسك النسيج الاجتماعي
					١٦. الشائعات تمثل مهدد في مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي في دورها في تشكيل الرأي العام النوعي .

١٧. كيف نستفيد من مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي ؟

.....

.....

.....

١٨. ماهي مقترحاتك لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام للقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية؟؟

.....

.....

.....