

الملخص :

لقد أدى التطور في وسائل الإعلام و الاتصال في المنتصف الثاني من القرن الماضي إلى ظهور وسائل اتصال جديدة غيرت أنماط كثيرة من حياة الناس ، و من أبرز هذه الوسائل تلك الوسائل الالكترونية التي كانت نتاج الثورة الرقمية و التي أحدثت ضجة في مجال الاتصالات و بناء العلاقات الاجتماعية بعد أن باتت التكنولوجيا في متناول الجميع، لكونها أصبحت أقل ثمنا و أكثر وفرة، الأمر الذي أتاح للكثير استغلال هذه الوسائل و الاندماج في مجتمع افتراضي عبر ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي ، هذه المواقع التي نجحت في جمع الناس على اختلاف لغاتهم و ثقافتهم و عقائدهم في بوتقة التواصل عبر الفضاء الافتراضي .

و بدأت مواقع التواصل الاجتماعي و في مقدمتها الفيسبوك تتجذر في حياة الناس و تبني علاقاتهم بالآخرين، فأصبح للفرد رأي في جميع ما يدور حوله وبدأت الآراء تتبلور في اتجاه واحد لتصنع صورة تضامنية أو صورة مؤثرة في أصحاب القرار ، بات الفيسبوك وسيلة تفتح آفاقا جديدة أمام مستخدميه كما فرضت بعض المواقع الاجتماعية نفسها وصارت تلفظ حولها الملايين لتصنع قرارا صارما في فترة وجيزة ، الكل في موقعه يعطي إشارة الانطلاق لإبراز حدث ما و مناقشته عبر منشورات اجتماعية كانت أو سياسية أو اقتصادية أو دينية ، مؤثرة وهادفة لتغيير واقع ما .

من خلال ما سبق تهدف هذه الدراسة الميدانية التحليلية إلى البحث عن كيفية تشكيل الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال معرفة طبيعة الأثر الذي تتركه هذه المواقع لدى المستخدمين و ما إذا كانت هذه المواقع أصبحت تشكل أداة للضغط على صناعات القرار، خاصة من خلال الاستقطاب الهائل للفيسبوك لعدد كبير من المستخدمين حول فكرة معينة و تغيير الاتجاهات وبالتالي تشكيل رأي عام ، وهي دراسة وصفية تحليلية اعتمدنا فيها على مجموعة من الإجراءات و الأدوات المنهجية المتمثلة في استمارة الاستبيان الالكتروني كأداة أساسية إضافة لكل من تحليل المضمون و الملاحظة بالمشاركة و المقابلة كأدوات لجمع البيانات .

و خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي من أهمها ما يلي :

✓ نوع العرض (نص ، صورة ، فيديو) الأكثر تأثيرا على صناعة الرأي العام في موقع الفيسبوك على اعتبار أن الأشكال التحريرية ذات النصوص الفائقة تجمع بين الصورة والصوت والنص ، وتساهم بشكل كبير في تشكيل الرأي العام حول القضايا المثارة.

✓ تؤثر الشخصيات الاجتماعية في صناعة الرأي العام الإلكتروني نظرا لقدرة هؤلاء على الإقناع و تقبلهم لجميع الآراء والأفكار وكذا تفاعلهم الدائم مع الآخرين مما يجعلهم قادرين على حشد أكبر عدد ممكن من المستخدمين حول قضية معينة .

✓ أحيانا التعرض لمختلف المنشورات الخاصة بقضايا المجتمع يغير القنوات وآراء المستخدمين على اعتبار أن التعرض إما يساهم في ترسيخ رأي أو قناعة معينة أو تغييرها وتعد عملية التأثير في القنوات والآراء هي نتيجة العلاقة التفاعلية بين المستخدمين والمضامين التي تنشر عبر موقع الفيسبوك حيث تستخدم مختلف الإستراتيجيات وكذا الأساليب الإقناعية لإحداث التأثير على المستوى المعرفي والوجداني وكذا السلوكي.

✓ يساهم موقع الفيسبوك في صناعة رأي عام من خلال زيادة الوعي الثقافي والسياسي والاجتماعي للمستخدم ، حيث أنه ومن خلال الكم الهائل للمعلومات التي تنشر عبره يخلق نوع من الوعي الناتج عن المعرفة أين يساهم هذا الوعي في صناعة رأي عام لدى المستخدمين حول مختلف قضايا المجتمع .

✓ يساهم موقع الفيسبوك في معالجة قضايا المجتمع من خلال صناعة الرأي العام الذي يشكل قوة مؤثرة و ضاغطة على صناعات القرار .

Résumé :

Le développement des médias et de la communication au milieu du deuxième siècle du siècle dernier a conduit à l'émergence de nouveaux moyens de communication qui ont changé de nombreux modes de vie des gens, et parmi les plus importants de ces moyens figurent les moyens électroniques qui étaient les produits de la révolution numérique et qui a fait un grand succès dans le domaine de la communication et de la construction de relations sociales, la technologie est devenue accessible à tous, car elle est devenue moins chère et plus abondante, ce qui a permis à beaucoup de profiter de ces moyens et de s'intégrer dans une communauté virtuelle à travers ce que l'on appelle les sites de réseautage social, ces sites qui ont réussi à amener des personnes de différentes langues, cultures et croyances dans Le creuset de la communication à travers l'espace virtuel.

les sites de réseaux sociaux, principalement Face book, ont commencé à s'enraciner dans la vie des gens et à construire leurs relations avec les autres. L'individu avait un avis sur tout ce qui tourne autour de lui, et les avis ont commencé à se cristalliser dans un sens pour créer une image de solidarité ou image influente pour les décideurs. Certains sites sociaux se sont imposés, et des millions se sont rassemblés autour d'eux pour prendre une décision stricte dans un court laps de temps. Chacun à sa place donne le signal de départ pour mettre en évidence un événement et en discuter à travers les réseaux sociaux, publications politiques, économiques ou religieuses, efficaces et visant à changer une réalité.

A travers ce qui précède, cette étude analytique vise à rechercher comment se forme l'opinion publique à travers les sites de réseaux sociaux en connaissant la nature de l'impact que ces sites ont sur les utilisateurs et si ces sites sont devenus un outil de pression sur les décideurs, notamment par une polarisation massive. Face book a un grand nombre d'utilisateurs sur une certaine idée et les tendances changeantes et formant ainsi une opinion publique, et c'est une étude descriptive et analytique dans laquelle nous nous sommes appuyés sur un ensemble de procédures et d'outils méthodologiques représentés dans le questionnaire électronique forme comme outil de base en plus de l'analyse de contenu et de l'observation par participation et entretien comme outils de collecte de données.

L'étude a conclu un ensemble de résultats, dont les plus importants sont les suivants :

□ Le type de présentation (texte, image, vidéo) qui a le plus d'influence sur la formation de l'opinion publique sur Face book, sachant que les formes éditoriales hypertextes combinent image, voix et texte, contribuent de manière significative à la formation de l'opinion publique sur les enjeux soulevés.

□ Les personnalités sociales influencent à la formation de l'opinion publique électronique en raison de leur capacité à persuader et à accepter toutes les opinions et les idées, ainsi que leur interaction constante avec les autres, ce qui les rend capables de mobiliser le plus grand nombre possible d'utilisateurs autour d'un sujet particulier.

□ Parfois, l'exposition à diverses publications liées à des problèmes communautaires modifie les convictions et les opinions des utilisateurs sachant que cette exposition contribue à la consolidation d'une certaine opinion ou conviction ou la modifie. et cette influence est le résultat des relations actives entre les utilisateurs qu'ils publient sur les réseaux et qui utilisent les méthodes persuasives pour créer une influence sur les niveaux cognitif, émotionnel, et comportemental.

□ Face book contribue à la formation de l'opinion publique en augmentant la conscience culturelle, politique et sociale de l'utilisateur, car à travers l'énorme quantité d'informations qui y sont publiées, il crée une sorte de conscience résultant de la connaissance où cette conscience contribue à créer une opinion publique parmi les utilisateurs sur diverses questions de société.

□ Face book contribue à traiter les problèmes sociaux en formant l'opinion publique, qui constitue une force impressionnante et compressive sur les décideurs.

Abstract

The development in the media and communication in the middle of the second century of the last century led to the emergence of new means of communication that changed many patterns of people's lives, and among the most prominent of these means are those electronic means that were the product of the digital revolution and which caused a stir in the field of communication and building social relations , technology became accessible to everyone, because it became less expensive and more abundant, which allowed many to take advantage of these means and integrate into a virtual community through what is known as social networking sites, these sites that succeeded in bringing people of different languages, cultures and beliefs in The crucible of communication through virtual space.

social networking sites, mainly Face book, began to take root in people's lives and build their relationships with others. The individual had an opinion on everything that revolves around him, and opinions began to crystallize in one direction to create an image of solidarity or an influential image for decision-makers. Facebook has become a means that opens new horizons for its users as well. Some social sites have imposed themselves, and millions have gathered around them to make a strict decision in a short period of time. Everyone in their position gives the starting signal to highlight an event and discuss it through social, political, economic or religious publications, effective and aimed at changing a reality.

Through the above, this analytical field study aims to search for how public opinion is formed through social networking sites by knowing the nature of the impact that these sites have on users and whether these sites have become a tool for pressure on decision-makers, especially through massive polarization. Facebook has a large number of users about a certain idea and changing trends and thus forming a public opinion, and it is a descriptive and analytical study in which we relied on a set of procedures and methodological tools represented in the electronic questionnaire form as a basic tool in addition to both content analysis and observation by participation and interview as tools for collecting data .

The study concluded a set of results, the most important of which are the following:

- The type of presentation (text, image, video) that has the most influence on the public opinion on Facebook, given that the hypertext editorial forms combine image, sound and text, and contribute significantly to the formation of public opinion on the issues raised.
- Social personalities influence the creation of electronic public opinion due to their ability to persuade and accept all opinions and ideas, as well as their constant interaction with others, which makes them able to mobilize the largest possible number of users around a particular issue.
- Sometimes exposure to various publications related to community issues changes the convictions and opinions of users on the grounds that exposure either contributes to the consolidation of a certain opinion or conviction or changes it. The process of influencing convictions and opinions is the result of the interactive relationship between users and the contents published through the Facebook website, where various solicitations and methods are used. Persuasiveness to influence the cognitive, emotional and behavioral levels.
- Facebook contributes to creating a public opinion by increasing the cultural, political and social awareness of the user, as through the huge amount of information that is published through it, it creates a kind of awareness resulting from knowledge where this awareness contributes to creating a public opinion among users on various issues of society.
- Facebook contributes to addressing community issues by making public opinion, which constitutes an influential and pressured force on decision-makers.