

دورالميديا الاجتماعية في صناعة الرأي العام لدى الشباب الجامعي الجزائري:
دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة الجزائر 3

The Role of Social Media in Shaping Public Opinion Among Algerian University Students :A Survey Study on a Sample of Students from the University of Algiers 3

تاريخ الإرسال: 2025/01/12 تاريخ القبول: 2025/12/30 تاريخ النشر: 2026/04/30

فاتح مختاري¹، عبدالرحيم مداسي²

¹ جامعة الجزائر 3، الجزائر، EMAIL : mokhtari.fatah@univ-alger3.dz

²مخبر الاتصال والامن الغذائي، جامعة الجزائر 3، الجزائر،

EMAIL : madaci.abderrahim@univ-alger3.dz

المخلص

هدفت هذه الدراسة الى معرفة الدور الذي يلعبه الفيسبوك والميديا الاجتماعية في صناعة الرأي العام لدى الشباب الجامعي، ووظف الباحث المنهج المسحي مستخدما في ذلك أداة الاستمارة الالكترونية على عينة قصدية قوامها 120 مفردة يمثلون طلبة جامعة الجزائر 3، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: غالبية الافراد يستخدمون موقع الفيسبوك بشكل مستمر لانه يزودهم بمعلومات حول القضايا والمستجدات الراهنة، وكذلك بينت الدراسة أن موقع الفيسبوك له تأثير كبير في تشكيل آراء غالبية المبحوثين، حيث تُظهر النسبة المرتفعة (67.5%) أن أغلبية الأفراد يعتمدون عليه بشكل كبير في تكوين آراءهم وصناعاتها.

الكلمات المفتاحية: الميديا الاجتماعية، الفيسبوك، الرأي العام، الشباب الجامعي

المؤلف المرسل: عبدالرحيم مداسي، الإيميل: madaci.abderrahim@univ-alger3.dz.

Abstract:

This study aimed to investigate the role that Facebook and social media play in shaping public opinion among university students. The researcher employed the survey method, using an electronic questionnaire tool on a purposive sample of 120 individuals, representing students from the University of Algiers 3. The study concluded with several findings, the most important of which are: the majority of individuals use Facebook continuously because it provides them with information on current issues and developments. The study also revealed that Facebook has a significant impact on shaping the opinions of the majority of respondents, as evidenced by the high percentage (67.5%) indicating that most individuals rely heavily on it to form and shape their opinions.

Keywords: social media, Facebook, public opinion, university youth.

1. مقدمة:

راجت في الآونة الأخيرة لدى المفكرين العديد من التسميات و المصطلحات التي تحيل على الميديا الاجتماعية مثل: اعلام المستخدم، الاعلام البديل، الصحافة التشاركية، اعلام النحن ويرجع هذا التعدد في التسميات الى تشعب أبعاد هذه الظاهرة الاعلامية الجديدة التي لم تكتمل ملامحها بعد عدا أنها أحد تجليات الثورة التقنية التي شهدتها الانترنت مع ظهور الويب 2.0 والذي يتسم بمرونته الاتصالية وتفاعليته وكذا شموليته.

وإذ تعد الميديا الاجتماعية اليوم بمثابة قوة مؤثرة في مجال الاتصال لا يمكن التقليل من أهميتها في عمليات التغيير الاجتماعي، حيث أسهمت في تنظيم الأفكار والرؤى



وتوجيهها ولكن مع انطلاقها من قاعدة افتراضية. وهذا يعكس القدرة المتزايدة لهذه الوسائط الرقمية المتطورة على تحفيز الرأي العام والتحكم في مؤشرات هذا الرأي على المدى القريب والبعيد. ما هو واضح الآن هو أن هذه التقنيات الحديثة في الاتصال أصبحت تنافس الوسائل الإعلامية التقليدية في نقل الأخبار والمعلومات، بل وفي بعض الجوانب المهنية الأخرى مثل الوصول إلى مصادر المعلومات وحق الحفاظ عليها، وتعتبر منصات التواصل الاجتماعي أهم الأدوات التي يمكن توظيفها لخلق الرأي العام أو التأثير فيه، حيث تقوم بطرح الشؤون والقضايا المختلفة كما تؤثر هذه المنصات على أذهان وسلوكيات الأفراد مما ينعكس على أنماط تفكيرهم وكذا توجهاتهم السياسية والاجتماعية والثقافية، وأكبر مثال على الدور الذي أصبحت تلعبه الميديا الاجتماعية في تشكيل الرأي العام هو الانتفاضات العربية مثل ما حدث مؤخرا في سوريا من خلال تحريك الأفراد نحو التغيير، ويتم هذا بسرعة نشر الاخبار مدعمة بالصوت والصورة.

وتأسيسا على هذا تنطلق هذه الدراسة من فكرة البحث على الدور الذي تقوم به الميديا الاجتماعية في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري. وعليه تحاول الدراسة الإجابة على التساؤلات الآتية:

1. ما عادات وأنماط استخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك؟
 2. ماهو دور موقع الفيسبوك في صناعة الرأي العام لدى الشباب الجامعي بجامعة الجزائر3؟
 3. ماهي منصات وتطبيقات الميديا الاجتماعية التي يفضلها الشباب الجامعي بجامعة الجزائر3؟
 4. ما أهم الطرق التي يتم توظيفها في صناعة الرأي العام من وجهة نظر طلبة جامعة الجزائر3؟
2. أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في الاعتبارات التالية:

- تمارس الميديا الاجتماعية بمختلف منصاتها وتطبيقاتها دورا بارزا لدى الشباب الجزائري في تشكيل آراءهم نحو مختلف القضايا.
- الحاجة الى معرفة مدى مساهمة الميديا الاجتماعية في تشكيل الرأي العام يمكن أن تضع قصد الاستفادة منها بالشكل الذي يخدم المجتمع.
- الاستخدام الواسع للميديا الاجتماعية وقدرتها على حشد الافراد نحو قضايا سياسية واجتماعية معينة.

3. أهداف الدراسة:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك
- التقصي على دور الميديا الاجتماعية في صناعة الرأي العام لدى الشباب الجامعي بجامعة الجزائر3.
- التعرف على منصات وتطبيقات الميديا الاجتماعية التي يفضلها الشباب الجامعي بجامعة الجزائر3.
- معرفة الأليات والأساليب التي يتم توظيفها في صناعة الرأي العام من وجهة نظر طلبة جامعة الجزائر3.

4. مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1.4 الميديا الاجتماعية:

تتصل إشكالية الميديا الاجتماعية في المجتمعات الحديثة بقدره هذه الأخيرة على إحياء النموذج الأصل للفضاء العمومي حسب تعبير الباحث "الصادق الجمامي"، وهذا من خلال تيسير نفاذ المشاركين إلى نقاش عام، وتعزيز طابع التنوع الفكري عبر استحداث

فضاءات جديدة للنقاش، وبالتالي سمحت هذه المنصات والتطبيقات الى ظهور الديمقراطية التداولية، وأتاحت فضاء استراتيجي يسمح للأفراد بالكشف عن هوياتهم طوعا. إذ أن الميديا الاجتماعية هي وليدة تزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما عصر المعلومات "ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الاتصال عن بعد".

ويعرفها الباحث عبد الله علي الزلب بأنها: "المحتويات الإعلامية التي تتميز بطابع شخصي، عبر وسيلة شبكة اجتماعية مع حرية الرسالة للمرسل، وتشير الى الطرق الحديثة في الاتصال في ظل الفضاء الرقمي بما يسمح للمجموعات الأصغر من الافراد بإمكانية الالتقاء والتجمع على الشبكة العنكبوتية وتبادل المعارف، وهي بيئة تسمح للأفراد باسماع صوتهم الى العالم أجمع".

وتتصف الميديا الاجتماعية بعدة سمات تميزها عن وسائل الاعلام الكلاسيكية نذكر منها:

1. التفاعلية حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين.
2. اللاتزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلأ. (مداسي، 2024)

3. المشاركة والانتشار: يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشرا.

4. اندماج الوسائط : في الميديا الاجتماعية يتم استخدام كافة وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد.

2.4 الرأي العام:

يعد الرأي العام القوة الفعلية التي تؤثر في أي مجتمع، وقد حظي باهتمام متزايد منذ العصور القديمة لما له من تأثير كبير على مختلف القضايا السياسية والاقتصادية

والاجتماعية في الدول. فقد أصبح من المستحيل لأي نظام سياسي أن يستمر من دون السعي إلى كسب تأييد الرأي العام). (Kazem. 2020)

يُعرف الرأي العام بأنه مجموع الآراء الفردية المتعلقة بقضية سياسية أو قرار حكومي. وقد تنوعت مفاهيم الرأي العام وفقًا لآراء العلماء؛ فبعضهم يرى أنه يُستخلص من الآراء الفردية المتباينة، ومن ثم يُتخذ القرار بناءً على رأي الأغلبية. بينما يرى آخرون أن الرأي العام يتأثر بالحكومة أكثر من تأثره بالمجتمع. ومن بين الطرق الشائعة لقياس الرأي العام إجراء استطلاعات الرأي. ويمكن اعتبار الرأي جزءًا من نظام شامل يتضمن المعلومات، الآراء، الاتجاهات، القيم، المعتقدات، والسلوك. ويحدث تداخل بين هذه المصطلحات وفقًا للضرورة التفريقية لتوضيح المعنى الدقيق لكلمة "الرأي" في سياق الرأي العام.

3.4 موقع الفيسبوك:

يعتبر الفيسبوك من أبرز منصات التشبيك الاجتماعي التي أتاحها الميديا الاجتماعية، و أكثرها شهرة واستخداما على الشبكة العنكبوتية، ولاسيما من طرف الشباب في كافة أرجاء المعمورة، حيث يمكن عن طريقه تكوين معارف و صداقات جديدة، أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة عبر شبكة الويب، كما يمكن لكل المشتركين في التطبيق أن يضيفوا أصدقاء أو زملاء لصفحاتهم، وهو تطبيق مجاني لجميع المستخدمين، فضلا على أنه يمكن المستخدمين من إنشاء بروفایل (profile) خاص بهم يتضمن صوراً وفيديوهات واهتمامات شخصية، وتبادل الرسائل، (محمود، 2015) وقد تم تأسيسه سنة 2002 من طرف الأمريكي مارك زوكربيرج، حيث كان طالبا في جامعة هارفارد، وكان الموقع في البداية فضاءا للطلبة في الجامعة فقط، ثم أصبح متاحا للجميع ويوجد في الجزائر لوحدها أكثر من 26 مليون مستخدم لمنصات التواصل الاجتماعي.

اجرائيا: تطبيق افتراضي من وسائل التواصل الاجتماعي متاح مجانا، يستخدمه الشباب قصد المشاركة والتعبير عن آراءهم في شتى الميادين.

4.4 الشباب الجامعي:

يشكل الشباب مجالا هاما من المجالات الاساسية التي يتكون منها البنيان الديموغرافي للمجتمعات، وتقع مرحلة الشباب بين المراهقة وفترة الكهولة، وتتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الانسان سواء المهي أو العائلي.

والشباب الجامعي الذي هو عينة الدراسة، ويعرف على انه ذلك الفرد الذي سنحت له كفاءته العلمية بالتدرج من المرحلة الثانوية إلى مرحلة التكوين بالجامعة، وتبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة تؤهله لذلك، ويعتبر أحد العناصر الأساسية في العملية التربوية ويمثل النسبة الغالبة في المؤسسة. (دليو، 2006)

اجرائيا: هم كافة الطلبة الذين يزاولون تعليمهم الاكاديمي بجامعة الجزائر3.

5. منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي تهدف أساسا الى وصف الاحداث والوقائع المختلفة، وكذا تفسيرها للوصول إلى استنتاجات منطقية تزيل الغموض الذي يكتنف الظاهرة محل الدراسة(عبد الحميد، 1992) وفرضت علينا منهجية الدراسة توظيف المنهج المسحي باعتباره من المناهج الرئيسية لدراسة جمهور وسائل الاعلام في إطارها الوصفي بحيث يتيح لنا دراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد كما يساعد على التعبير الكمي للظواهر وتناولها احصائيا، وبالتالي إمكانية اختبار الفروض قصد الوصول إلى نتائج موضوعية(بدر، 1997).

6. مجتمع وعينة الدراسة:

يتشكل مجتمع البحث في دراستنا في طلبة جامعة الجزائر 3 بكافة اختصاصاتهم ونظرا لصعوبة الوصول الى جميع مفرداته لجأ الباحثين بتوزيع استمارة الاستبيان الالكترونية على عينة من المجتمع المتاح والمتمثل في طلبة قسم الاعلام والاتصال لجامعة الجزائر3 لان الخصائص التي توجد في المجتمع المتاح هي نفسها خصائص المجتمع الكلي.

7. عينة الدراسة:

العينة: هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم انتقاءها بأسلوب معين وإجراء البحث عليها ومن ثم توزيع تلك النتائج وتعميمها على جميع مجتمع الدراسة الأصلي، (عبيدات، 1999) تشمل عينة دراستنا 120 مفردة، حيث قمنا باختيار العينة القصدية من خلال توزيع استمارة الاستبيان الالكتروني وهناك من الباحثين من يسميها بالعينة العمدية وهي عينة "يقوم الباحث بانتقاءها بناء على اجتهاده من خلال منظوره الهادف نحو مجموعة من الافراد يعتقد بأنهم لهم من الخصائص التي تجعل منهم الخيار الأمثل لعينة الدراسة" (جندل، 2019)، حيث تم توزيع 140 استمارة الكترونية عبر تطبيق Messenger، من خلال الانتماء لمجموعة طلبة جامعة الجزائر 3 على موقع الفيسبوك استرجعنا منها 120 استمارة صالحة للدراسة والتي شكلت عينة دراستنا.

الجدول 1: يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة%
ذكر	77	64.17
أنثى	43	35.83
المجموع	110	100

المصدر (مختاري، 2025)

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة من جنس الذكور يفوق نسبة الاناث حيث بلغت نسبة الذكور 64.17% في حين كانت نسبة الاناث في حدود 35.83% ويعود هذا إلى خصوصية جنس الذكور الذي يميل أساسا الى الاهتمام بقضايا معينة سواء سياسية او اجتماعية لصناعة الاراء الذي يتطلب منهم النزول الى الميدان .

الجدول 2: يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

النسبة%	التكرار	السن
32.5	39	22-18 سنة
47.5	57	27-23 سنة
20	24	أكثر من 28 سنة
100	120	المجموع

المصدر: (مختاري، 2025)

يتضح من خلال قراءة الجدول رقم (2) الخاص بتوزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير السن أن: النسبة الأكبر كانت من نصيب الفئة العمرية الثانية من 23-27 سنة وهذا بنسبة قدرت ب 47.5%، ثم حلت الفئة الاولى من 22-18 سنة في المرتبة الثانية بنسبة تقدر ب 32.50%، أما ثالثا فنجد الفئة العمرية الثالثة 28 سنة فما فوق بنسبة 20%.

الجدول 3: يوضح توزيع المبحوثين حسب المنصات والتطبيقات التي يفضلونها

النسبة%	التكرار	
72.5	87	فيسبوك
11.67	14	يوتيوب
9.17	11	انستغرام
6.66	08	أخرى
100	120	المجموع

يبين الجدول رقم3: أن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام تطبيق الفيسبوك Facebook بنسبة قدرت ب 72,5%، يليها من حيث الأفضلية موقع اليوتيوب بنسبة قدرت ب 11.67%، ثم يأتي تطبيق انستاغرام في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب 9.17%، في حين أجاب مبحوثين أن هناك تطبيقات أخرى يفضلونها كسناپ شات وتويتر بنسبة قدرت ب 6.66%.

إذ يعتبر الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي رواجا وانتشارا في أوساط الشباب الجامعي الجزائري لما يحققه من ميزات يتمتع بها، إذ أنه يشكل أداة لتسهيل الاتصال الاجتماعي للأشخاص الذين يجدون صعوبة في تكوين العلاقات الاجتماعية مع الآخرين، كما يستخدم لتشكيل الآراء وتكوينها حول قضايا وموضوعات تهم المجتمع.

الجدول 4: يمثل حجم تعرض المبحوثين لموقع الفيسبوك يوميا

النسبة%	التكرار	
12.5	15	ساعة فقط
30.83	37	من ساعة الى ثلاث
56.67	68	أكثر من ثلاث ساعات
100	120	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم(4) أن غالبية المبحوثين محل الدراسة يستخدمون موقع الفيسبوك لأكثر من 3 ساعات بنسبة 56.67%، أما نسبة المبحوثين الذين يستخدمون الفيسبوك من ساعة إلى 3 ساعات فقدت ب 30.83%، في حين نجد أن نسبة المبحوثين الذين يتعرضون لموقع فيسبوك لمدة أقل من ساعة كانت في حدود 12.50%، ويعود هذا

الاختلاف في النسب وارتفاع نسبة استخدامه لأكثر من ثلاث ساعات يوميا باعتبار ان منصات التواصل الاجتماعي وخصوصا موقع الفيسبوك يساعد الاشخاص في البقاء على تواصل دائم مع الزملاء وهذا ما يدفعهم لقضاء وقت أطول عليه، إضافة الى ان الخوارزميات المرتبطة بهذه المواقع تعرض محتوى يثير اهتمام المستخدمين تجذبهم للبقاء على المنصة لفترة أطول.

الجدول 5: يمثل درجة اعتماد المبحوثين على موقع الفيسبوك في تشكيل آراءهم

النسبة %	التكرار	
67,5	81	مرتفعة
19,17	23	متوسطة
13,33	16	منخفضة
100	120	المجموع

المصدر: (مختاري، 2025)

من خلال قراءة الجدول رقم 5 يتضح أن موقع الفيسبوك له تأثير كبير في تشكيل آراء غالبية المبحوثين، حيث تُظهر النسبة المرتفعة (67.5%) أن معظم الأفراد يعتمدون عليه بشكل كبير في تكوين آراءهم وصناعتها، في حين أن هناك نسبة متوسطة (19.17%) من المبحوثين يعتبرون الفيسبوك مصدراً متوسط الأهمية في تشكيل آرائهم، أما نسبة قليلة (13.33%) من المبحوثين لديهم اعتماد منخفض على الفيسبوك.

الجدول6: يبين إذا ماكان الفيسبوك يعتبر حافزا في اتخاذ القرارلدى المبحوثين

النسبة%	التكرار	
54،17	65	نعم
29،17	35	لا
16،66	20	نادرا
100	120	المجموع

المصدر: (مختاري،2025)

من خلال قراءة الجدول أعلاه يتبين ان موقع الفيسبوك ا يعتبر حافزاً رئيسياً في اتخاذ القرار بالنسبة لأكثر من نصف المبحوثين 54،17%، كما أن هناك حوالي 29% من المبحوثين لا يرون أي تأثير للفيسبوك على قراراتهم، في حين أن النسبة الأقل (16.66%) يعتبرون الفيسبوك حافزاً نادراً في اتخاذ القرارات.

يبدو أن الفيسبوك له تأثير ملحوظ لدى جزء كبير من المبحوثين، إلا أن هناك أيضاً شريحة معتبرة من الأفراد الذين لا يعتمدون عليه بشكل أساسي في اتخاذ قراراتهم.

الجدول7: يوضح دور موقع الفيسبوك في صناعة الرأي العام لدى الشباب الجامعي

النسبة%	العبارات
81%	يقدم الفيسبوك ما احتاج اليه حول قضية معينة
74%	يسمح الفيسبوك بتبادل المعلومات ومشاركتها
78%	لا يمكن تجاهل التأثير القوي لموقع الفيسبوك
90%	يساهم الفيسبوك في زيادة الوعي حول قضايا راجعة
77%	يتزايد تأثير الفيسبوك على المجتمع بشكل مستمر

يشكل الفيسبوك قدرة للتأثير على قرارات السلطة	58%
--	-----

المصدر: (مختاري، 2025)

يتضح من خلال قراءة الجدول السابق بأن جميع النسب المئوية تدل على المساهمة الكبيرة التي بات يلعبها موقع الفيسبوك في صناعة الرأي العام لدى الشباب الجامعي بجامعة الجزائر3 حول القضايا والموضوعات التي يتناولها، وبالتالي لا يمكن تجاهل التأثير القوي الذي يلعبه في أوساط الشباب الجامعي وكذا قدرته حتى على التأثير في قرارات السلطة الحاكمة، وهو ما يوضح انه اصبح بمثابة السلطة الخامسة التي تحرك القرارات وهذا ما أشارت اليه معطيات الجدول من خلال النسب العالية التي أجاب عليها المبحوثين بكونه يمارس دورا في تشكيل الآراء و تغيير المواقف والاتجاهات.

الجدول 8: يمثل أبرز طرق صناعة الرأي العام من قبل موقع الفيسبوك

النسبة %	العبارات
81%	يعمل الفيسبوك على نشر الشائعات لصياغة الرأي
74%	يستند الفيسبوك على التشويش لخدمة أغراض ما
78%	يقوم الفيسبوك بالتركرار قصد تشكيل الآراء
90%	يعمل الفيسبوك على كشف الحقائق لتكوين الآراء

المصدر: (مختاري، 2025)

يوضح الجدول رقم8: أن الميديا الاجتماعية وخصوصا موقع الفيسبوك يلجأ الى طرق مختلفة ومتعددة لتكوين الرأي العام، النسبة الأكبر هي 90%، حيث يعتقد المشاركون أن الفيسبوك يساهم في كشف الحقائق التي تساهم في تكوين الآراء. هذا يشير إلى أن هناك تصديقًا واسعًا بأن الفيسبوك يمكن أن يكون مصدرًا للمعلومات التي تكشف الحقائق وتساهم في بناء الآراء المستنيرة، ويتمثل الاتجاه العام في أن الفيسبوك له دور كبير في تشكيل الرأي العام، ويستخدم مجموعة من الطرق مثل نشر الشائعات، التشويش، والتكرار. رغم ذلك، هناك اعتقاد أيضًا بأن الفيسبوك يمكن أن يعمل في بعض الحالات على كشف الحقائق.

كما أن هناك تفاوتات في تقييم المستخدمين للأساليب التي يستخدمها الفيسبوك، ولكن بشكل عام، هناك إدراك متزايد لدوره المؤثر في صناعة الرأي العام من خلال تقنيات متعددة.

8. نتائج الدراسة الميدانية:

بعد عملية تفرغ الجداول وتحليل البيانات تم الخروج بجملة من النتائج:

- غالبية الافراد يستخدمون موقع الفيسبوك بشكل مستمر لانه يزودهم بمعلومات حول القضايا والمستجدات الراهنة.
- كشفت الدراسة عل أن أغلبية المبحوثين من طلبة جامعة الجزائر 3 يفضلون استخدام موقع الفيسبوك وهذا بنسبة بلغت 72,5 %.
- أشارت الدراسة على أن معظم المبحوثين يتعرضون لموقع الفيسبوك لأكثر من ثلاث ساعات يوميا وهذا بنسبة 56,67 %.
- بينت الدراسة أن موقع الفيسبوك له تأثير كبير في تشكيل آراء غالبية المبحوثين، حيث تُظهر النسبة المرتفعة (67.5%) أن أغلبية الأفراد يعتمدون عليه بشكل كبير في تكوين آراءهم وصناعاتها.
- أن موقع الفيسبوك ا يعتبر حافزاً رئيسياً في اتخاذ القرار بالنسبة لأكثر من نصف المبحوثين وهذا بنسبة بلغت 54,17 %.
- أن هناك العديد من الطرق التي يستخدمها الافراد عن طريق الفيسبوك للتأثير في الرأي العام من أهمها القدرة في التأثير على قرارات السلطة.

خاتمة:

لقد شهدت الميديا الاجتماعية طفرة نوعية وخصوصا موقع الفيسبوك من حيث التأثير حيث أصبح من أبرز الأدوات المؤثرة في صناعة الرأي العام في العصر الحديث. من خلال الأساليب المتنوعة التي يعتمد عليها، مثل نشر الشائعات، التشويش، التكرار، وكذلك كشف الحقائق، يسهم الفيسبوك في تشكيل أفكار ومعتقدات الجمهور بشكل واسع. ورغم وجود بعض الاستخدامات الإيجابية له في تقديم المعلومات الصحيحة والمساعدة في نشر الوعي، إلا أن هناك أيضًا تحديات تتعلق بنشر المعلومات المضللة والتأثير على الآراء عبر تقنيات التأثير المتنوعة. لذلك، يظل دور الفيسبوك في تشكيل الرأي العام معقدًا ويحتاج إلى مزيد من الانتباه والتنظيم لضمان استخدامه بشكل يحقق الفائدة العامة دون التأثير السلبي على المجتمع.

9. قائمة المراجع

1. أحمد بدر. مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والاعلام الدولي. دار قباء. مصر، 1997.
2. محمد عبد الحميد. بحوث الصحافة. عالم الكتب. القاهرة، 2012. ص168.
3. علي الزلب، مدخل الى الاعلام الجديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015.
4. فضيل دليو، (2016)، المشاركة الديمقراطية في تسيير الجامعة، مخبر علم الاتصال:قسنطينة.
5. عبد الرحيم مداسي، نور الهدى عبادة(2024)، الوسائط الاتصالية الجديدة والمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية 2024، مجلة المعيار، العدد01، ص344، 357.
6. حسين محمود(2015)، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
7. سعد، جندل(2019)، العينة والمعاينة، عمان: دار البداية.
8. فتحي حسين عامر، (2012)، الرأي العام، دار النشر للجامعات، ص164.