

تمثلات مدينة قسنطينة عبر الشبكات الاجتماعية

د -احمد عبدلي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة

د- سهيلة دهماني

جامعة الجزائر 03

تاريخ الارسال: 2017-11-18 تاريخ القبول: 2019-05-19 تاريخ النشر 2019-06-30

ملخص :

تعد الشبكات الاجتماعية فضاء تعبيريا حرا يتجاوز تعقيدات الفضاء العمومي التقليدي، إذ يسمح لرواده بنشر أفكارهم والتعبير عنها بصيغ مختلفة، وتختلف الموضوعات المتحدث عنها باختلاف اهتمامات الافراد ذاتهم وموقفهم منها، وحقيقة لا تكاد توجد موضوعات مستثناة من المتابعة والنشر والنقد وبيان وجهة النظر فيها.

ومن الموضوعات التي تحظى باهتمام الكثير من رواد الشبكة الاجتماعية فايس بوك ما يتعلق بمدينة قسنطينة، فقد عرفت هذه الشبكة الكثير من المجموعات والصفحات التي تتحدث عنها، إما بذكر محاسنها وإبراز معالمها وتاريخها وتراثها المادي والرمزي، أو بنقدها وكشف عيوبها والمسكوت عنه، وقد زاد من حدة هذه المنشورات والتفاعل معها، مناسبة تنويرها "عاصمة للثقافة العربية"، وهو ما ولد نقاشا متنوعا ومتضاربا أحيانا بين مختلف النشطاء.

الكلمات المفتاحية: تمثلات ; الصورة الذهنية ; قسنطينة ; الفايس بوك

مقدمة:

إن هذا النشر والاهتمام بمدينة قسنطينة يسهم بلا شك في بناء "صور" ذهنية مختلفة عنها لدى المتبعين إما إيجابا أو سلبا، وهو ما يؤثر على صورتها العامة لدى من يعرفها ومن لا يعرفها.

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل ثلاثة صفحات مختلفة عن مدينة قسنطينة وهي: قسنطينة عاصمة للثقافة العربية وهي شبه رسمية تبرز إيجابيات التظاهرة، أخبار قسنطينة وهي نقدية عامة، عجائب وغرائب مدينة قسنطينة. حيث توصلت الدراسة الى النتائج التالية :

- يتضح من النتائج ان للقائم بالاتصال الأثر المباشر في تحديد مضمون ونوعية المنشورات التي يكتبها أو يسمح بنشرها على الصفحة، ويمارس بذلك دور الرقيب والموجه لما ينشر في الاتجاه الذي يناسبه، من خلال حذف المنشورات او عدم السماح لها بالظهور، ويظهر ذلك جليا في الصفحات محل التحليل.

- تتضارب الصور المنقولة عن قسنطينة من خلال الصفحات محل التحليل، فبعضها يجدها من خلال الصور والمنشورات والفيديوهات الانتقائية التي تعكس جمالها ومعالمها واثارها، وجوانب من الاحتفالية، بينما اكتفت بعض الصفحات مثل اخبار قسنطينة بنقل الاخبار المختلفة بصفة عامة، اما الصفحات الناقدة فقد ركزت على الجوانب المهملة في المدينة مثل القمامة الاوساخ، بعض الاختلالات في المشاريع، وقد شكلت بذلك اعلاما بديلا للإعلام الرسمي.

- بصفة عامة تتجاذب مدينة قسنطينة من خلال نشرات الفاييس بوك صورتان يمكن للمتلقي تكوينهما عنها:

- صورة المدينة الجميلة الجذابة ذات الإرث الحضاري والثقافي العريق، والمدينة العصرية من خلال اعمال إعادة التأهيل والمشاريع الثقافية الكبرى، وهي صورة حاملة تجعلها مثالية، تغري المتلقي بزيارتها، ويتضح أثر ذلك من خلال التعليقات والتفاعلات المختلفة لمستخدمي الصفحة.

- صورة المدينة التاريخية الغارقة في مشاكل يومية اجتماعية لا يتم الالتفات اليها كفاية، بل يتم التمويه على مشاكلها الحقيقية من خلال أعمال الواجهة، وهي صورة تكاد تكون سوداوية متشائمة، ساهمت في تكوين مشاعر اسف لدى مختلف المتفاعلين مع المنشورات التي يتم اختيارها بعناية لتعزيد وجهة النظر هذه. مثل الفيديوهات الملتقطة من الشوارع الداخلية للمدينة أو تصريحات المواطنين، أو صور تلتقط من طرف مواطنين يتم نشرها أو تبادلها أو مشاركتها من صفحات أخرى.

- وما اظهرته النتائج أيضا فشل الصفحات الشبه رسمية القريبة من التظاهرة في تقديم صورة واقعية عن المدينة، والانفتاح على الأصوات الأخرى والتفاعل معها، ويبدو انها مازالت أسيرة النظرة الرسمية والإدارية النمطية، وهو ما يحد من فعاليتها الإعلامية والإقناعية كثيرا.

- ويعود السبب في ذلك الى نوعية المصادر التي يستقي منها كل طرف معلوماته وأخباره، ومدى التأكد من مصداقيتها وحقيقتها، إضافة الى الانغلاق ورفض وجهة النظر الأخرى التي تعبر عن الجزء غير المنظور او المسكوت عنه في النشريات، فالصفحات الناقدة والمعارضة تجتهد كثيرا في نقل صور مختلفة عن واقع بائس للمدينة دون ان تحاول معرفة حقيقة الواقعة، مما يحولها الى مصادر للتظليل الإعلامي، بينما تجتهد الصفحات

الأخرى الممجدة للتظاهرة في تبيض الصورة، الى حد تزييف الواقع، ويزيد من حدة ذلك ان الكثير من النشريات تصاحبها صور فتوغرافية ذات تعديلات فنية بالفتوشوب، أو فيديوهات ملتقطة بطريقة انتقائية جدا، وكل ذلك يؤدي الى تشويش المعنى لدى المتلقي.

- يتضح من خلال التحليل مدى خطورة النشر المنفلت في إطار "صحافة المواطن"، والذي يفتقد الى القاعدة الأخلاقية والقانونية والالتزام بقواعد المهنة وأدابها وكذا الالتزام المعنوي تجاه القارئ او المتلقي عموما، ولأن هذا اللون من الاعلام قد أصبح من الحقائق اليومية فان الحاجة تدعو الى إعلام سياحي وعمومي أكثر انفتاحا وأكثر فعالية في التعبير ونقل صور واقعية مهما كانت نوعيتها الى القارئ .

لا شك ان للشبكات الاجتماعية المتنوعة قوة وحضور إعلاميا جعل منها فضاء تبادليا ذي كثافة إخبارية وتفاعلية غير مسبوقة، إذ تسهم خاصية النشر الحر في دفع اخباري غير محدود، التي يسهم من خلالها المواطن العادي في عملية الضخ هذه، ولا شك ان هذه العملية التي تتجاوز الأطر التقليدية المتعارف عليها في بث الاخبار والمعلومات وما يترتب عليها من تأثيرات على المتلقين الاخرين، سيكون لها أثر بالغ أيضا في تشكيل صورة ذهنية عن موضوع النشر.

ومن الموضوعات التي أثارت الكثير من الاهتمام بين المستخدمين ما يتعلق بمدينة قسنطينة، وتزامن ذلك مع تنويعها عاصمة للثقافة العربية وهو ما ولد سيلا من الاخبار والمعلومات والتفاعلات المختلفة الاتجاهات والمصادر والاغراض، تقدم كلها لقراء يصعب على غالبيتهم تبين حقيقة ما ينشر، وهو ما يسهم في تكوين تمثلات اما سلبية او إيجابية عنها، ولأجل فحص هذه

الظاهرة تبنى هذا البحث الإشكالية الآتية: ما الصور التي تعكسها منشورات

الشبكة الاجتماعية فايس بوك عن مدينة قسنطينة؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما الموضوعات المتعلقة بمدينة قسنطينة المنشورة عبر الفايس بوك؟

- ما اتجاهات المضامين المنشورة حول مدينة قسنطينة؟

- ما مصادر هذه المضامين؟

- ما أشكال المواد المنشورة حول مدينة قسنطينة؟

- ما طبيعة تفاعل المستخدمين مع هذه المضامين؟

2- أهمية واهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى ما يلي:

- الكشف عن الموضوعات المتعلقة بمدينة قسنطينة المنشورة عبر الفايس بوك،

سواء اكانت اجتماعية ام سياسية أو ثقافية ...بيئية وهي التي تهتم فقط ببيان

المجريات في المدينة.

- التعرف على اتجاهات المضامين المنشورة حول مدينة قسنطينة، سلبية كانت

او إيجابية، اذ يعتمد بعض رواد الشبكة الى النشر الانتقائي لموضوعات واخبار

تعبر عن آرائه واتجاهه نحو واقع المدينة بصفة عامة.

- الكشف عن مصادر هذه المضامين ومن أين استقاها المدونون.

- التعرف على طبيعة تفاعل باقي المستخدمين مع هذه المضامين.

3- مفاهيم الدراسة:

3-1 الصورة الذهنية مفهومها وسماتها

3-1-1 الصورة الذهنية في اللغة:

في اللغة العربية ينقسم مفهوم الصورة الذهنية الى مفردتين: الصورة، الذهنية والصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء. ويذكر معجم لسان العرب لابن منظور ان الصورة ظاهر الشيء وهيئته وحقيقة الشيء وصفته. اما مفردة الذهنية فإنها تشير الى الذهن والذهن هو العقل والذهن يطلق على الادراك والتفكير الاستدلالي عن طريق انشاء العلاقات. وفي إطار ما تقدم فان الجمع بين مفردتي الصورة والذهنية يقود الى انشاء مصطلح الصورة الذهنية الذي هو لغة: صورة الشيء وتصوره في هيئته وحقيقته وظاهره، يكونها الذهن في ضوء ادراكه واستدلاله للأشياء. □

3-1-2 الصورة الذهنية اصطلاحاً

هي الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثقة، لكنها في النهاية تمثل واقعاً صادقاً بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم. ويعرفها الدكتور علي ابراهيم عجوة الصورة الذهنية هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية، التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين، أو نظام معين، أو شعب معين، أو جنس معين، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الافراد واتجاهاتهم

: باقر موسى ، الصورة الذهنية في العلاقات العامة ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، الاردن _ عمان ، ط1 ، 2014، ص 52 .

بغض النظر عن صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب، فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها □ .

3-1-3 خصائص وسمات الصورة الذهنية :

- تتسم الصورة الذهنية بان لها اطارا ذاتيا حسيا، بمعنى ان الصورة الذهنية تنبع من مقدرة الانسان الحسية، اي قدرة الانسان على استيعاب المثير او التعرض له (ما يمتلكه الفرد من قدرات حسية).
- تباين الصورة الذهنية: بمعنى ان الصورة الذهنية تختلف من فرد الى اخر و من جماعة الى اخرى الا انها قد تتقارب في اذهان الافراد مكونة صورة ذهنية متماثلة لجماعة او مجتمع ما، هذا التباين يرجع الى القدرات الحسية المتباينة للأفراد.
- تتسم الصورة الذهنية بالعاطفة، على الرغم من ان ذلك لا يعد شرطاً أساسياً في الصورة الذهنية، وليست العاطفة في جميع الاحيان مقياساً للصورة الذهنية (سليبي ، ايجايبي).
- الصورة الذهنية مكونة للاتجاه ، بمعنى انها احد مصادر بناء و تكوين الاتجاه.
- الصورة الذهنية ديناميكية ، بمعنى انها متغيرة غير ثابتة سواء اكان التغيير بطيئاً او سريعاً و هذا التغيير ناتج عن تفاعلها مع مثير جديد.
- الصورة الذهنية اداة تحكم، بمعنى انها بمثابة مقياس يحدد و يضبط السلوك و الاحكام او ردود الافعال ازاء المثير.

2: منير بلعكي ، قاموس المورد ، دار العلم للملايين ، بيروت ، ط1 ، 1997 ، ص ، 449 .

-الصورة الذهنية مكونة للصور ، بمعنى انها تكون و تنشئ صوراً ذهنية جديدة دون الحاجة الى اللجوء الى القدرات الحسية ، بناء على ما تمتلكه من صور ذهنية سابقة تكونت بفعل مثير حسي. □

3-1-4 أنواع الصورة الذهنية:

قبل التطرق الى انواع الصورة الذهنية لا بد ان نشير الى الانطباعات التي يحملها الافراد، اما ان تكون:

- سلبية معارضة: تسعى للتأثير عليها بأساليب مختلفة لتفسيرها.
- ايجابية مؤيدة: تسعى لتعزيزها والحفاظ على استمراريتها.
- محايدة: سهلة التأثير.

وتصنف الصورة الذهنية حسب جيفكينزا الى خمسة انواع:

- 1 - الصورة المرآة: وتعني صورة الواقع الذي يرى فيه المصدر نفسه.
- 2 - الصورة الحالية: وتعني الصورة التي يرى الجمهور فيها المصدر.
- 3 - الصورة المرغوبة: وتعني الصورة المراد بناؤها في ذهن الجمهور.
- 4 - الصورة المثالية: وتسمى المتوقعة ايضاً ، وتعني افضل حالات الصورة المرغوبة .

-الصورة المتعددة: وتعني تعدد انواع و اشكال الصور لدى الجمهور وهي بلا حكم نهائي موزعة بشكل سلبي و ايجابي. □

3-2 الشبكات الاجتماعية:

3: باقر موسى ، مرجع سبق ذكره ، ص 57.
: عبد القادر طاش ، الصورة النمطية للإسلام و العرب في مرآة الاعلام الغربي ، الرياض ، 1998 ، ص 14

عرفتها مؤسسة عالم واحد للتنمية ورعاية المجتمع المدني [□] بقولها: " الشبكات الاجتماعية هي مواقع على الإنترنت يلتقي عبرها أشخاص أو جماعات أو منظمات تتقاطع اهتماماتهم عند نقطة معينة أو أكثر، سواء تعلق الأمر بالقيم أو الرؤى أو الأفكار أو التبادلات المالية أو الصداقة أو العلاقات الحميمة أو القرابة أو الهواية أو البغض أو العداوة أو التجارة أو غيرها، فهي إذا مواقع إلكترونية توفر لمستخدميها فرصة التلاقي وتبادل المعلومات والآراء والهموم، فتجد بها الملفات الشخصية وألبومات الصور، وغرف الدردشة والإعلانات وتبادل الآراء [□]".

ويعرفها حمزة عثمان عمر بقوله: " هي مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة، وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصداقة، والمراسلة والمحادثة الفورية، وإنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات المشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات [□]".

⁵ مؤسسة عالم واحد للتنمية ورعاية المجتمع المدني هي مؤسسة غير حكومية، غير حزبية، وغير هادفة للربح، تأسست عام 2005 كمبادرة أطلقت من خلال مجموعة من الشباب الناشطين في مجال التنمية، خاصة في مجال مناصرة القضايا والدعوة وكسب التأييد لقضايا حقوق الإنسان، والمشاركة العامة، والديمقراطية في مصر.

⁶ استخدام الإنترنت والشبكات الاجتماعية في مناصرة القضايا، الدليل التدريبي لمشروع الدعم الفني للمدونين ونشطاء الإنترنت (تشبيك) يوليو 2009، موجود على الرابط www.tashbek.net تاريخ الولوج 22 أوت 2013.

⁷ حمزة عثمان عمر: الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، المجلة السودانية لدراسات الرأي العام، مجلة دورية محكمة تصدر عن مركز الرؤية لدراسات الرأي العام، ص12، على الرابط التالي،

<http://fr.slideshare.net/hamzaomer/ss-13258752> تاريخ الولوج 13 أوت 2013.

أما مازن الدراب فيعرفها بقوله: "الشبكات الاجتماعية مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب، أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة، ... إلخ). كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر، مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض".⁸

كما تعرفها هبة محمد خليفة بأن: "مواقع الشبكات الاجتماعية هي صفحات الويب، التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض، ويمكن أن تشمل هذه (المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات). وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة، التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في المجتمع، في حين هناك شبكات تخدم وحده جغرافية للمجتمع، وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة. بينما البعض الآخر أكثر جراءة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية".⁹

⁸ مازن الدراب: مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها، تاريخ الدخول 14 ماي 2013 .

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

⁹ هبة محمد خليفة: مواقع الشبكات الاجتماعية.. ما هي؟ تاريخ الولوج: 22 أوت 2013.

<http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>

4-الإجراءات المنهجية :

4-1-نوع الدراسة ومنهجها :

تتتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التي تهدف الى، تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد. □□، ويعد منهج المسح بالعينة أفضل المناهج لإجراء بحث تحليلي لمضامين المنشورات عن مدينة قسنطينة في الشبكة الاجتماعية فايس بوك، والتي تسهم في تشكيل صور ذهنية لدى المتلقي عنها.

4-2-مجتمع البحث وعيته :

يصعب على أي دارس الإحاطة بجميع مفردات بحثه حال غياب إطار المعاينة، ولذا يتم اللجوء الى المعاينة غير الاحتمالية للإجابة عن تساؤلات الدراسة حتى ان كانت غير تمثيلية فان نتائجها تفسر في إطار العينة فقط، وينطبق هذا على موضوع بحثنا الذي واجهنا فيه الصعوبات المنهجية والتقنية الآتية:

-أن الصفحات والمجموعات الخاصة بمدينة قسنطينة غير قابلة للحصر الشامل بسبب توسع الشبكة وتنوعها.

-حتى الصفحات والمجموعات التي تحمل اسمها قد تكون عامة ولا تنشر مضامين خاصة بالمدينة، فقد ينشئها معجبون أو اشخاص بعيدون جغرافيا عنها، ولذا تخلو منشوراتهم من الإخبار والاعلام عن المدينة.

-وبالنسبة للصفحات التي وجدها الباحثان باسم مدينة قسنطينة عادة ما تكون عامة وينشر فيها كل الموضوعات المتعلقة بالأحداث الوطنية والدولية، وأحيانا لا ينشر عن مدينة قسنطينة أي شيء لمدة طويلة.

¹⁰سمير محمد، حسين:بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، دطه،القااهرة عالم الكتب ،ص123

لهذه الأسباب اضطررنا إلى اختيار الصفحات الآتية:

-صفحة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية ، وهي صفحة شبه رسمية تهتم كثيرا بنشر أخبار المدينة وتظاهرتها.

-اخبار قسنطينة: وهي صفحة عامة حرة تهتم بنشر اخبار المدينة بشكل عام الإيجابي منها والسليبي وتم اختيارها لاقترابها من ممارسات صحافة المواطن، والتي تتجاوز حدود الالتزام الوظيفي والإداري وحتى القانوني في النشر، ويكون مدى تغطيتها عادة يتجاوز الاعلام التقليدي.

-عجائب وغرائب مدينة قسنطينة : وهي صفحة ناقدة للأوضاع العامة يغلب عليها الطابع النقدي الحاد.

بيانات الصفحات

صفحة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية

اسم الصفحة	قسنطينة عاصمة الثقافة العربية
الرابط	https://www.facebook.com/Constantine.Capital.of.Arab.Culture?fref=ts
نوع الصفحة	دعائية ترويجية
عدد المشتركين	42370
المجال الزمني البحثي	من: 15 افريل الى غاية 30 جوان 2015
عدد المشتركين	الى غاية 2015/06/30 = 42134 متابع

صفحة عجائب و غرائب مدينة قسنطينة

عجائب و غرائب مدينة قسنطينة	اسم الصفحة
https://www.facebook.com/insconstantine25?fref=ts	الرابط
نقدية	نوع الصفحة
121769	عدد المشتركين
من: 15 افريل الى غاية 30 جوان 2015	المجال الزمني البحثي
الى غاية 2015/06/30 = 121770 متابع	عدد المشتركين

صفحة اخبار قسنطينة info constantine

اخبار قسنطينة	اسم الصفحة
https://www.facebook.com/info?fref=ts	الرابط
نقدية عامة	نوع الصفحة
226225	عدد المشتركين
من: 15 افريل الى غاية 30 جوان 2015	المجال الزمني البحثي
الى غاية 2015/06/30 = 226246 متابع	عدد المشتركين

عينة الدراسة:

تقرر في هذا البحث دراسة الفترة الممتدة ما بين 15 افريل الى غاية 30 جوان 2015 ،وهي الفترة التي تزامنت مع بداية تظاهرة قسنطينة عاصمة للثقافة العربية وذلك باختيار عينة قصدية قوامها 41 منشورا من جل الصفحات محل الدراسة والتي تتحدث الا على مدينة قسنطينة و جاءت موزعة حسب التواريخ الاتية :

جدول رقم01: يبين تواريخ المنشورات المدروسة من الصفحات الثلاث

التواريخ			المنشورات
اخبار قسنطينة	عجائب و غرائب مدينة قسنطينة	قسنطينة عاصمة الثقافة العربية	
22 افريل 2015	16 افريل 2015	15 افريل 2015	01
29 افريل 2015	25 افريل 2015	15 افريل 2015	02
02 ماي 2015	26 افريل 2015	15 افريل 2015	03
26 ماي 2015	30 افريل 2015	15 افريل 2015	04
01 جوان 2015	20 ماي 2015	15 افريل 2015	05
20 جوان 2015	20 ماي 2015	15 افريل 2015	06
24 جوان 2015	28 ماي 2015	15 افريل 2015	07
	19 جوان 2015	16 افريل 2015	08
		16 افريل 2015	09
		16 افريل 2015	10
		17 افريل 2015	11
		17 افريل 2015	12

		18 افريل 2015	13
		20 افريل 2015	14
		20 افريل 2015	15
		21 افريل 2015	16
		23 افريل 2015	17
		25 افريل 2015	18
		26 افريل 2015	19
		27 افريل 2015	20
		11 ماي 2015	21
		17 ماي 2015	22
		28 ماي 2015	23
		29 ماي 2015	24
		18 جوان 2015	25
		30 جوان 2015	26

5- أدوات جمع البيانات :

اعتمدت هذه الدراسة على تحليل المضمون كأداة أساسية لبحث الظاهرة من أجل الحصول على بيانات كمية عنها، مع التأكيد على المزاوجة بين الاتجاه الكمي والكمي في عملية تفسير النتائج.

6-نتائج الدراسة :

جدول رقم 02 :يبين مضمون المادة المنشورة

الصفحات							الفئة
اخبار قسنطينة		عجائب و غرائب مدينة قسنطينة		قسنطينة عاصمة الثقافة العربية			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		
%28.57	02	%25	02	00	00	مشكلات الحياة اليومية	الحياة الاجتماعية
		%12.5	01	00	00	علاقات اجتماعية	
				%30.76	8	احتفالية	الفعاليات الثقافية
			02	%50	06	التظاهرة	
				00	00	الحفلات الفنية	
%14.28	01			%12.5	01	المسرح	
				%12.5	01	الشعر	
				%7.69	02		السياحة
%14.28	01			%50	01	انواع المعالم السياحية	
%14.28	01			%50	01	هياكل اثرية	
				00	00	وضعية المعالم	
				00	00		
							الرياضة
%14.28	01			%7.69	02		المعالم الدينية

				23%	06	المنشآت العمرانية الجديدة
14.28%	01			3.85%	01	عادات قسنطينية
				7.69%	02	اعلام وعلماء قسنطينية
				11.5%	03	هياكل عمرانية
		37.5%	03	7.69%	2	اخبار مختلفة
100%	07	100%	08	100%	26	المجموع

اثبتت نتائج الدراسة ان اكثر المواضيع اهتماما من قبل صفحة قسنطينية عاصمة الثقافة العربية هي الفعاليات الثقافية و المنشأة العمرانية الجديدة وهذا بنسبة 50% ، حيث نالت نسبة الاحتفالات الثقافية اكبر نسبة مقارنة بالمواضيع الاخرى هذا لان الصفحة واكبت و منذ بداية التحضير لانطلاق الاحتفالية الى انطلاق الاحتفالية و الى البرامج اليومية المتواصلة عبر ايام الاسبوع . و في الوقت نفسه كانت الصفحة تروج للمنشأة العمرانية الجديدة التي تقام فيها هذه الاحتفالات حتى تبرز البعد التراثي و الثقافي من خلال العمران الجديد المعاصر ليأتي الاهتمام بالهياكل العمرانية بنسبة 11.54% في المرتبة الثانية ، ليقبل اهتمام الصفحة بنشر المواضيع المتعلقة بالمعالم الدينية و اعلام قسنطينية و السياحة ، لتبتعد الصفحة كليا عن نشر مواضيع ذات صلة بالرياضة و الحياة الاجتماعية .

و بالمقابل نجد صفحة غرائب وعجائب مدينة قسنطينية ركزت اغلب منشوراتها على الحياة الاجتماعية و الاخبار المختلفة في مدينة قسنطينية بنسبة 65.5% و بهذا تكون الصفحة بعيدة عن نشر مواضيع متعلقة بالتظاهرة ، و ابراز مشاكل الحياة اليومية لسكان مدينة قسنطينية. و نفس الشيء برز على صفحة اخبار

قسنطينة التي حاولت هي الاخرى عبر منشوراتها رسم صورة سلبية عن مدينة قسنطينة من خلال المشاكل الاجتماعية التي تعاني منها المدينة .

جدول رقم 03: يبين اتجاه المواد المنشورة على الصفحة

الصفحات						الفئة
اخبار قسنطينة		عجائب و غرائب مدينة قسنطينة		قسنطينة عاصمة الثقافة العربية		
28.57%	02	11.11%	01	00	00	نقد سلبي
28.57%	02	33.33%	03	00	00	نقد ايجابي
14.28%	01	22.22%	02	73.08%	19	دعائي
00	00	11.11%	01	11.54%	03	دعائي تمجيدي
28.57%	02	22.22%	02	15.38%	04	دعائي ترويجي
100%	07	11%	09	100%	26	المجموع

تبين نتائج الجدول أعلاه ان الهدف العام من النشر على صفحة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية يتمثل في، الدعاية بشكل عام للمدينة وتظاهرتها بنسبة 73.08%، ثم الدعاية الترويجية 15.38% والدعاية التمجيدية 15.38% .

فالصورة الدعائية التي تحاول الصفحة رسمها الى جمهور الفيسبوكين هي نقطة ايجابية تبرز من خلالها الصورة الجميلة لولاية قسنطينة . فاستغلال الانتشار الواسع للفيسبوك لدى الجزائريين لتغطية الوضع العام للتظاهرة و مستجداتها و تراثها و اعلامها ، هذا يعتبر امرا ايجابيا للصفحة لتغطية النقص الفادح امام تجاهل و ضعف الاعلام الجزائري في نقل صورة التظاهرة و التعريف بأصالة و عراقية قسنطينة للجمهور العربي . فيما اتجهت صفحة عجائب و غرائب الى نقد صورة مدينة قسنطينة بطريقة ايجابية لتصليح الاوضاع و في الوقت نفسه الترويج

للمدينة و هذا امر ايجابي ، قصد الالتفات اكثر للمدينة و اخراج محاسنها . فيما ذهبت صفحة اخبار قسنطينة الى نقد اوضاع المدينة من خلال ابراز مساوئها و التركيز على انعدام النظافة ، و انعدام الاخلاق.

الجدول رقم 04 : يبين مصدر المواد المنشورة على الصفحة .

الصفحات						الفئة
اخبار قسنطينة		عجائب و غرائب مدينة قسنطينة		قسنطينة عاصمة الثقافة العربية		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
85%	06	75%	06	100%	26	مسؤول الصفحة
00	00	00	00	00	00	الأعضاء
14.28%	01	25%	02	00	00	عن طريق المشاركة من صفحات اخرى
100%	07	100%	08	100%	26	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه ان كل المواد المنشورة مصدرها مسؤول الصفحة، ويعتبر ذلك من الناحية الفنية والتقنية تفردا يهدف الى منع نشر ما لا يتوافق مع اهداف الصفحات وكذا منع الاختراقات التي يمكن ان تقع، ويمكن ان ذلك نوع من أحادية النشر السلبي الذي يتعارض مع ثقافة اعلام المواطن الذي يمكن أن يغذي الصفحة بأخبار او وقائع او تصور تكشف الجوانب المخفية في الاحتفالية، وهي الوظيفة الأساسية للإعلام البديل.

جدول رقم 05 : يبين نوع المنشورات على الصفحات محل التحليل .

الصفحات						الفئة
اخبار قسنطينة		عجائب و غرائب مدينة قسنطينة		قسنطينة عاصمة الثقافة العربية		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
00	00	00	00	7.69%	02	منشور كتابي
85.72%	06	00	00	34.67%	09	صور بتعليق
14.28%	01	00	00	53.8%	14	صور بدون تعليق
00	00	100%	08	3.84%	01	سمعية بصرية
00	00	00	00	00	00	كاريكاتير
100%	07	100%	08	100%	26	المجموع

تنوعت أشكال المواد المنشور على الصفح ات محل التحليل، حسب نتائج الجدول أعلاه، فنشر الصور دون تعليق مثل نسبة 53% من اجمالي المنشورات، وذلك طبيعي اذ من النشر تحميل الصور نظرا لقوة دلالاتها ومضامينها التي عادة تكون ابلغ في التعبير عن الأفكار، فيما ركزت صفحة عجائب و غرائب مدينة قسنطينة على نشر موضوعاتها بالصوت و الصورة بنسبة 100% ، و هذا ابلغ من الف كلمة فهذا امر لإيصال الفكرة و اقناع الفيسبوكيين بها ، فيما ذهبت صفحة اخبار قسنطينة الى نشر موضوعاتها بالاعتماد على الصور فقط و هذا بنسبة 86%.

و بهذه الاختلافات في طريقة نشر المواضيع عبر الصفحات تحاول كل صفحة اظهار مواضيعها و اقناع متتبعيها بها بطريقتها الخاصة.

جدول رقم 06 : يبين طبيعة تفاعل المستخدمين مع المواضيع المنشورة

الصفحات						الفتة
اخبار قسنطينة		عجائب و غرائب مدينة قسنطينة		قسنطينة عاصمة الثقافة العربية		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%52.38	11	%38.46	30	%57.06	364	مؤيد للمنشور
00	00	%10.25	08	%8.46	54	معارض للمنشور
00	00	%19.24	15	%4.71	30	حامل لنضرة استهزائية
00	00	%5.12	04	%1.10	07	حامل لنضرة تشاؤمية
%4.77	01	%10.25	08	00	00	حامل لنضرة تدمريه
00	00	%5.12	06	%2.50	16	حامل لنضرة تفاؤلية
%42.85	09	%7.09	04	00	00	حامل لنضرة تاسفية
00	00	%3.84	03	%26.17	167	تعليق لا يمد بصلة للموضوع
%100	21	%100	78	%100	638	المجموع

اظهرت نتائج الجدول ان المتفاعلين عبر صفحة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية كانوا مؤيدين للمنشورات التي تبثها و هذا بنسبة 57% خاصة فيما يتعلق بالتظاهرة و احداثها التي خلقت انطباعا ايجابيا حيالها ، فيما كان فضاء التعليقات امام تعاليق لا تمد بصلة تماما مع النشور الموضوع و هذا بنسبة 26 % فبعضهم اختار هذه الصفحة خصيصا لينشر عبرها رسائله و طلبات مختلفة منها للمساعدة ومنها للصدقة و منها للدخول الى صفحته الرئيسية ، خاصة و ان صفحة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية هي صفحة رسمية و ينتسب اليها عدد كبير من الفيسبوكيين. فيما كان المتفاعلون عبر صفحة عجائب و غرائب مدينة قسنطينة مؤيدين لمنشوراتها و كذلك مستهزئين بنسبة 57% وهذا راجع حسب التعليقات ان وضع التقشف الذي الت اليه الجزائر في هذه الفترة مطبق الا على الفقراء و المحتاجين ، و لكن الغناء و الرقص لم يمسه التقشف، فيما كان المتفاعلون عبر صفحة اخبار قسنطينة مؤيدين لموضوعاتها التي تعالج واقع الحياة الاجتماعية في مدينة قسنطينة و هذا بنسبة 52% فيما تأسف 42% من المعلقين على اوضاع قسنطينة و سكانها و على العلاقات الاجتماعية المفككة ، و انحدار الاخلاق بين شباب و شابات مدينة قسنطينة العريقة .

النتائج العامة :

- يتضح من النتائج ان للقائم بالاتصال الأثر المباشر في تحديد مضمون ونوعية المنشورات التي يكتبها أو يسمح بنشرها على الصفحة، ويمارس بذلك دور الرقيب والموجه لما ينشر في الاتجاه الذي يناسبه، من خلال حذف المنشورات او عدم السماح لها بالظهور، ويظهر ذلك جليا في الصفحات محل التحليل.
- تتضارب الصور المنقولة عن قسنطينة من خلال الصفحات محل التحليل، فبعضها يجدها من خلال الصور والمنشورات والفيديوهات الانتقائية التي تعكس جمالها ومعالمها واثارها، وجوانب من الاحتفالية، بينما اكتفت بعض الصفحات مثل

- اخبار قسنطينة بنقل الاخبار المختلفة بصفة عامة، اما الصفحات الناقدة فقد ركزت على الجوانب المهملة في المدينة مثل القمامة الاوساخ، بعض الاختلالات في المشاريع، وقد شكلت بذلك اعلاما بديلا للإعلام الرسمي.
- بصفة عامة تتجاذب مدينة قسنطينة من خلال نشرات الفيس بوك صورتان يمكن للمتلقي تكوينهما عنها:
- صورة المدينة الجميلة الجذابة ذات الإرث الحضاري والثقافي العريق، والمدينة العصرية من خلال اعمال إعادة التأهيل والمشاريع الثقافية الكبرى، وهي صورة حاملة تجعلها مثالية، تغري المتلقي بزيارتها، ويتضح أثر ذلك من خلال التعليقات والتفاعلات المختلفة لمستخدمي الصفحة.
- صورة المدينة التاريخية الغارقة في مشاكل يومية اجتماعية لا يتم الالتفات اليها كفاية، بل يتم التمويه على مشاكلها الحقيقية من خلال أعمال الواجهة، وهي صورة تكاد تكون سوداوية متشائمة، ساهمت في تكوين مشاعر اسف لدى مختلف المتفاعلين مع المنشورات التي يتم اختيارها بعناية لتعزيد وجهة النظر هذه. مثل الفيديوهات الملتقطة من الشوارع الداخلية للمدينة أو تصريحات المواطنين، أو صور تلتقط من طرف مواطنين يتم نشرها أو تبادلها أو مشاركتها من صفحات أخرى.
- وما اظهرته النتائج أيضا فشل الصفحات الشبه رسمية القريبة من التظاهرة في تقديم صورة واقعية عن المدينة، والانفتاح على الأصوات الأخرى والتفاعل معها، ويبدو انها مازالت أسيرة النظرة الرسمية والإدارية النمطية، وهو ما يجد من فعاليتها الإعلامية والإقناعية كثيرا.
- ويعود السبب في ذلك الى نوعية المصادر التي يستقي منها كل طرف معلوماته وأخباره، ومدى التأكد من مصداقيتها وحقيقتها، إضافة الى الانغلاق ورفض وجهة النظر الأخرى التي تعبر عن الجزء غير المنظور او المسكوت عنه في

النشريات، فالصفحات الناقدة والمعارضة تجتهد كثيرا في نقل صور مختلفة عن واقع بائس للمدينة دون ان تحاول معرفة حقيقة الواقعة، مما يحولها الى مصادر للتظليل الإعلامي، بينما تجتهد الصفحات الأخرى الممجدة للتظاهرة في تبييض الصورة، الى حد تزيف الواقع، ويزيد من حدة ذلك ان الكثير من النشريات تصاحبها صور فتوغرافية ذات تعديلات فنية بالفتوشوب، أو فيديوهات ملتقطة بطريقة انتقائية جدا، وكل ذلك يؤدي الى تشويش المعنى لدى المتلقي.

- يتضح من خلال التحليل مدى خطورة النشر المنفلت في إطار صحافة المواطن، والذي يفتقد الى القاعدة الأخلاقية والقانونية والالتزام بقواعد المهنة وآدابها وكذا الالتزام المعنوي تجاه القارئ او المتلقي عموما، ولأن هذا اللون من الاعلام قد أصبح من الحقائق اليومية فان الحاجة تدعو الى إعلام سياحي وعمومي أكثر انفتاحا وأكثر فعالية في التعبير ونقل صور واقعية مهما كانت نوعيتها الى القارئ .

قائمة المراجع

1. منير بلعبي ، قاموس المورد ، دار العلم للملايين ، بيروت ، ط1 ، 1997.
2. سمير محمد، حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ ، دط، عالم الكتب ، القاهرة.
3. باقر موسى ، الصورة الذهنية في العلاقات العامة ، دار اسامة للنشر والتوزيع ، الاردن _ عمان ، ط1، 2014.
4. عبد القادر طاش ، الصورة النمطية للاسلام و العرب في مرآة الاعلام الغربي ، الرياض ، 1998.
5. حمزة عثمان عمر: الشبكات الاجتماعية الإلكترونية ، المجلة السودانية لدراسات الرأي العام، مجلة دورية محكمة تصدر عن مركز الرؤية لدراسات الرأي العام، ص12، على الرابط التالي، <http://fr.slideshare.net/hamzaoomer/ss-13258752> تاريخ الولوج 13 أوت 2013.
6. مازن الدراب: مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها، تاريخ الدخول 14 ماي. 2013 <http://knol.google.com/mazen-aldarrab>.
7. هبه محمد خليفة: مواقع الشبكات الاجتماعية.. ما هي؟ تاريخ الولوج: 22 أوت 2013. <http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>.
8. استخدام الإنترنت والشبكات الاجتماعية في مناصرة القضايا ، الدليل التدريبي لمشروع الدعم الفني للمدونين ونشطاء الإنترنت (تشبيك) يوليو 2009، موجود على الرابط www.tashbek.net تاريخ الولوج 22 أوت 2013.