

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية

قسم: علوم الإعلام و الاتصال



تأثير عقلانية الحوار عبر "الفيس بوك" في تكوين الرأي العام

مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في اتصال و علاقات
عامة

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبتين:

- بن بوزيان عبد الرحيم

- لحول مبروكة

- مساعد الزهرة

الموسم الجامعي 2013 - 2014

بسم الله الرحمن الرحيم
قال الله تعالى ((وقل اعملوا
فسيري الله عملكم
ورسوله و المؤمنون))
وقال أيضا ((إنما يخشى الله من
عباده العلماء))
يقول رسول الله عليه الصلاة والسلام:
«من سلك طريقا يبتغي فيه علما
سهل الله له طريقا إلى الجنة، وإن
الملائكة لتضع أجنحتها لطالب
العلم رضا بما يصنع، وإن
العالم ليستغفر له من في
السموات ومن في الأرض حتى
الحياتان في الماء وإن العلماء
ورثة الأنبياء، وإن الأنبياء لم
يرثوا دينارا ولا درهما وإنما
ورثوا العلم فمن أخذه أخذ بحظّ
وافر»
رواه أبو داود والترمذي

شكر ومحرفان

قال تعالى: **لروئن شكرتم لأزفدنكم**

نشكر الله عز وجل الذي انعم علينا بنعمة العلم ووفقنا لانجاز هذا البحث، الحمد لله أولاً و آخراً فبفضله وبتوفيقه تم انجاز هذا العمل، وفي هذا المقام يسرني أن أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى الوالدين الكريمين اللذان رببانا وسهرا من اجلنا لكي نبلغ هذه المنزلة من العلم، كما يسرني أن أتقدم بالشكر والامتنان إلى الأستاذ الفاضل المشرف "بن بوزيان عبد الرحيم" لقبوله على إشرافنا وتوجيهاته المعتبرة وملاحظاته القيمة التي لم يبخل علينا بها.

وكذلك نتقدم جزيل الشكر والعرفان لأساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال، بالشكر لكل من قام بتقديم النصح لنا ولو بكلمة

مبروكة و زهرة

خطة البحث

الفصل الأول: الإطار المنهجي:

مقدمة

إشكالية البحث

البحوث والدراسات السابقة

منهج البحث وأدواته

مفاهيم البحث

حدود البحث

الفصل الثاني: قراءة وتحليل الجداول

1 المبحث الأول: طبيعة الحوار وتوجهاته لدى كل من المتحاورين في المجموعتين.

2 المبحث الثاني: دافعية المتحاورين في المجموعتين بالاعتماد على العقلانية كآلية جوهرية للحوار.

3 المبحث الثالث: قدرة المتحاورين في المجموعتين بالاعتماد على العقلانية كآلية جوهرية للحوار.

4 المبحث الرابع: انعكاس المتغيرات المتعلقة بالدافعية والقدرة على بناء - تعديل - تغيير الرأي أثناء التفاعل الحوارى.

خلاصة

قائمة المراجع

الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	عدد كلمات المنشور	12
02	من أجل وحدة الجزائر	13
03	الانتخابات الرئاسية 17 أفريل 2014	15
04	اتق الله في بلدك لا تخنه و لا تسلط عليه عدوا ولا تدفعه إلى الفوضى والشتات	17
05	الجزائر لا تحتاج دماء جديدة	19
06	وعقدنا العزم أن تحيا الجزائر	20
07	عدد كلمات التعليق	22
08	المنشور الأول من أجل وحدة الجزائر	24
09	المنشور الثاني الانتخابات الرئاسية 17 أفريل 2014	26
10	المنشور الثالث اتق الله في بلدك لا تخنه و لا تسلط عليه عدوا ولا تدفعه إلى الفوضى والشتات	27
11	المنشور الرابع الجزائر لا تحتاج دماء جديدة	28
12	المنشور الخامس وعقدنا العزم أن تحيا الجزائر	30
13	عدد كلمات التعليق من أجل وحدة الجزائر	31
14	عدد كلمات التعليق الانتخابات الرئاسية 17 أفريل 2014	32
15	عدد كلمات التعليق اتق الله في بلدك لا تخنه و لا تسلط عليه عدوا ولا تدفعه إلى الفوضى والشتات	33
16	عدد كلمات التعليق الجزائر لا تحتاج دماء جديدة	34
17	عدد كلمات التعليق وعقدنا العزم أن تحيا الجزائر	35
18	فئة الشكل	36
25	المنشور الأول المناضلة في حركة 08 مايو منار منصري أصدعوا بالحق فسكوتنا هو اننا	37
26	المنشور الثاني وقف تجمع عمارة وغول من طرف شباب	39

	جزائريين بليل الفرنسية	
40	المنشور الثالث السكن مقابل الانتخاب بدايتها تهديد ونهايتها عند الله	27
42	المنشور الرابع البويرة مظاهرات سلمية حولها القمع إلى مشادات عنيفة	28
43	المنشور الخامس نصر الدين راريو يروي تفاصيل الاعتداء عليه من طرف الشرطة	29
45	عدد التعليقات	30
47	نوع التعليق المناضلة في حركة 08 مايو منار منصري أصدعوا بالحق فسكوتنا هو اننا	31
49	نوع التعليق وقف تجمع عمارة وغول من طرف شباب جزائريين بليل الفرنسية	32
50	نوع التعليق السكن مقابل الانتخاب بدايتها تهديد ونهايتها عند الله	33
52	نوع التعليق البويرة مظاهرات سلمية حولها القمع إلى مشادات عنيفة	34
54	نوع التعليق نصر الدين راريو يروي تفاصيل الاعتداء عليه من طرف الشرطة	35
55	المنشور الأول المناضلة في حركة 08 مايو منار منصري أصدعوا بالحق فسكوتنا هو اننا	36
56	المنشور الثاني وقف تجمع عمارة وغول من طرف شباب جزائريين بليل الفرنسية	37
57	المنشور الثالث السكن مقابل الانتخاب بدايتها تهديد ونهايتها عند الله	38
58	المنشور الرابع البويرة مظاهرات سلمية حولها القمع إلى مشادات عنيفة	39
59	المنشور الخامس نصر الدين راريو يروي تفاصيل الاعتداء عليه من طرف الشرطة	40
61	المجموعة الأولى الجيش الوطني الالكتروني الجزائري	41

63	المجموعة الثانية عين المكان الجزائر	42
67	مؤشر الانغماس	43
69	مؤشر الحاجة إلى المعرفة	44
71	مؤشر الميل إلى الجدل	45
73	مؤشر الانغماس	46
75	مؤشر الحاجة إلى المعرفة	47
76	مؤشر الميل إلى الجدل	48
79	مؤشر المعرفة السابقة	49
81	مؤشر التشتت	50
83	مؤشر المعرفة السابقة	51
85	مؤشر التشتت	52
87	متغيرات الجيش الوطني الالكتروني	53
89	متغيرات عين المكان الجزائر	54

مقدمة:

لقد ولد الويب ظهور عدد كبير من شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت ،والتي أصبحت أحد أهم قنوات التواصل الافتراضي بين الأفراد والجماعات ,لتنقل الأفكار و المعلومات بشتى لأنواعها ,كم أصبحت تتنافس بشكل واضح في جذب أكبر عدد من المستخدمين .إذ تعد مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك بإنشاء موقع خاص به ,و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات , كما في ذلك كل من المجموعتين التي تم التعرض لها في دراستنا ,وما نخص بالذكر من الموقع الاجتماعية "شبكة الفيس بوك" التي أصبحت في الآونة الأخيرة تسيطر على أوقات و أفكار الشباب ,حيث أنها تعتبر سيف ذو حدين فمن وجهة البعض ,أنها أثرت على العلاقات الاجتماعية , وصلة الرحم بشكل سلبي , و البعض الآخر يرى أن استخدامها مفيدة , كالتعرف على عادات و حضارات و ثقافات الشعوب الأخرى و تكوين اتجاهات و آراء جديدة تختلف عن الآراء السابقة ,وذلك بالحوارات الحاصلة بين المتفاعلين في الصفحات العامة.

لذا جاءت هذه الدراسة للبحث في أثر تلك الحوارات على تشكيل الرأي من خلال شبكة الفيس بوك . كما يعتبر الحوار من أهم وسائل التفاهم و التفاوض و التجانس بين الناس ,وهو من أهم وسائل المعرفة و الإقناع مهما كانت التوجهات ,و كذلك من أهم وسائل الدعوة إليه ,قال تعالى : "ادع إلى سبيل ربك بالحكمة و الموعظة الحسنة و جادلهم بالتي هي أحسن " .

إذ يتمثل الرأي أو الاتجاه في عدة مفاهيم ,إنه ظاهرة اجتماعية معقدة و غير محددة في تعريف واحد , لأنه يمثل اتجاه معين إزاء قضية أو قضايا تؤثر في المجتمع تهمه و تعرض عليه ,فالرأي قد يناصر أو يجادل قضية ما مطروحة عليه للتعبير عنها, وما نخص بالذكر الحوارات التي تستند إلى الحجج المنطقية ,والدلائل العقلانية ,أي استخدم الحوارات العقلانية في تكوين الاتجاه , كونها (العقلانية) منهجا يمكن

الاستفادة منه , كما نؤمن بأنها منهج يتطور حسب الظروف و المكان و الزمان الذي يمكن تطبيقه فيه حسب الحوار المتبع فيه تشكيل الرأي أو الاتجاه عبر شبكة الفيس بوك

فقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ,أحد أهم الوسائل التي تساعد الأفراد في الوصول إلى مختلف المعلومات و تكوين اتجاهات ,منها مجموعتين الجيش الوطني الإلكتروني الجزائري ,وعين المكان الجزائري ,و التي من خلالها استطاعت كسر حاجزي الزمان و المكان ,من خلال تفاعلها ضمن موقع "الفيس بوك" الذي ظهر عام 2004 ,وأصبح يزخر بأعداد كبيرة في تلك المجموعتين لذا ستهدف هذه الدراسة إلى تحليل محتوى.

مجموعة الجيش الوطني الإلكتروني الجزائري , و عين المكان -الجزائر- في شبكة التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" من خلال تحليل التعليقات ومجموعة المنشورات التي تم اختيارها للدراسة , مع تحليل التفاعلات و الوقوف على أهم المنشورات التي تطرحها المجموعتين , ومدى تقبل المستفيدين و تفاعلهم معها مع استخدام بعض المتغيرات و المؤشرات المدرجة ضمن النظرية المتبعة في الدراسة , وهي "نظرية احتمالية إعمال العقل".

اعتمدنا في دراستنا على الخطة التالية: في الإطار المنهجي اعتمدنا على وضع مقدمة كمدخل للدراسة ثم قمنا بطرح إشكالية الدراسة ثم قمنا بتفسير الدراسات السابقة والتي نخدم موضوع دراستنا بعد ذلك تطرقنا إلى المنهج المتبع للدراسة ثم تطرقنا إلى التعريف بالمصطلحات التي نخدم دراستنا وبعد ذلك قمنا بتحديد المجال الزمني للدراسة هذا بالنسبة للإطار المنهجي أما بالنسبة للإطار التطبيقي فقد قمنا بتحليل الجداول أي تفسير نتائج الدراسة وفي الأخير قمنا بوضع خاتمة كإجابة على التساؤل الرئيسي.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

مقدمة

إشكالية البحث

البحوث والدراسات السابقة

منهج البحث وأدواته

مفاهيم البحث

حدود البحث

1- الإشكالية:

إن الحضور المتزايد لعدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الجزائر يدفع بالباحثين من مجالات مختلفة لحشد كل الإمكانيات لدراسة تأثيرات وانعكاسات هذا الوسيط الجديد الذي فتح الأبواب لتلاقي كل أعضاء المجتمع عبر شبكة من العلاقات الافتراضية بدون قيود أو ضوابط أخلاقية واجتماعية تحد من تنميط الأفكار والمواقف والسلوكيات. كما أن طبيعة الاتصال عبر الحاسوب (CMC) الذي يعتبر الميزة الأساس التي تقوم عليها هذه الشبكات وخاصة شبكة "الفيسبوك" هذا النوع من الاتصال الذي يعتبر الحوار أو النقاش جوهره نظرا للبنية التقنية التي تشكل طبيعة الاتصال عبر الحاسوب مما يؤدي إلى جعل المستخدم فاعلا افتراضيا أساسيا مهما كان حجم ووزن واتجاه هذا المستخدم في الواقع. وبما أن المستخدم هو الفاعل الأساس ضمن هذه الشبكة يصبح الحوار المتداول في شبكة العلاقات الاجتماعية التي يؤسسها هؤلاء الفاعلين آلية عقلانية تقوم بالأساس على استخدام العقل لبناء الرأي (الاتجاه) حول القضايا التي تثار عبر صفحات هذه الشبكة. يتجمع المستخدمون في مجموعات (des groupes) متعددة الاتجاهات والاهتمام بغيت جعلها إطارا للنقاش والتفاعل بين أعضائها، ونظرا للعدد الهائل لهذه المجموعات التي تهتم بالقضايا التي تمس الشأن الجزائري اخترنا دراسة مجموعتين فقط هما مجموعة الجيش الوطني الالكتروني بمجموعة عين المكان الجزائر.

ومن خلال ما سبق ذكره نطرح التساؤل البحثي التالي: ما مدى تأثير عقلانية الحوار في مجموعتي الجيش الوطني الالكتروني وعين

المكان الجزائر على تكوين الرأي لدى المشاركين في هذا الحوار؟

ولتفكيك هذا التساؤل البحثي نطرح الأسئلة التالية:

- 1- ما طبيعة الحوار وتوجهاته لدى كل من المتحاورين في المجموعتين؟
- 2- ما مدى دافعية المتحاورين في المجموعتين على الاعتماد على العقلانية كآلية جوهرية للحوار؟
- 3- ما مدى قدرة المتحاورين في المجموعتين على الاعتماد على العقلانية كآلية جوهرية للحوار؟
- 4- ما مدى انعكاس المتغيرات المتعلقة بالدافعية والقدرة على بناء- تعديل- تغيير الرأي أثناء التفاعل الحوارية؟

2- الدراسات السابقة:

1- **مذكرة** تحليل محتوى صفحات المكتبات الأكاديمية الخليجية، على شبكة التواصل الاجتماعي "الفييس بوك".

صاحب البحث:

- بالنسبة لصاحب البحث هو: نهاد بنت علي الهادي (مساعد أمين مكتبة، جامعة السلطان قابوس، المكتبة الرئيسية)، الأستاذ عبد الله بن ناصر الشيايدي (أمين مكتب أول، جامعة السلطان قابوس، المكتبة الرئيسية).

- تدخل هذه الدراسة ضمن دراسات شبكات التواصل الاجتماعي أداة للتواصل بين الأفراد والمجتمعات، ومن بين هذه التطبيقات شبكة الفيسبوك، التي أصبحت أداة ترويجية لعرض خدماتها ومصادر معلوماتها في هذه الدراسة قامت بمقارنة ودراسة تحليلية بين المكتبات الأكاديمية ورؤية مدى إعجاب المستخدمين بالصفحات الخاصة بالمكتبات الأكاديمية الخليجية في شبكة "الفيسبوك" ومدى تفاعل المشاركين فيها حيث لأصبحت تلك المكتبات تتنافس من أجل جذب أكبر عدد من إعجاب المستخدمين لصفحاتهم، من هنا ظهرت أهمية هذه الدراسة بالنسبة لدراستنا المتعلقة بالمجموعتين التي قمنا باختيارها وهما "الجيش الوطني الإلكتروني الجزائري، وعين المكان الجزائر" للوصول إلى مدى تأثير الحوار العقلاي عبر شبكة "الفيسبوك" في تشكيل الاتجاه أو الرأي

- تتمحور إشكالية هذه الدراسة في : ما مدى إعجاب المستخدمين بصفحات المكتبات الأكاديمية في شبكة الفيس بوك؟

- ما نوع مشاركات المكتبات الأكاديمية في صفحاتها في شبكة الفيس بوك؟

تهدف هذه الدراسة إلى:

1- قياس ومقارنة معدلات إعجاب مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بصفحات المكتبات.

2- تحليل مشاركات المكتبات في شبكة التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" بمختلف أنواعها

3- تحليل نوع مشاركات المستخدمين في صفحة المكتبات الأكاديمية في شبكة "الفيسبوك"

- بالنسبة لمنهج الدراسة فقد اعتمدت هذه الدراسة على استخدام المنهج التحليلي الوصفي في جمع البيانات، وذلك بتحليل صفحات عديد من المكتبات الأكاديمية، والتي غطت تسع مكتبات خليجية أكاديمية في الخليج العربي وذلك لملاءمة المنهج مع طبيعة الدراسة.

وتوصلت إلى أهم النتائج منها: أن الصفحات في شبكة "الفيس بوك" تختلف شعبيتها باختلاف عدد المعجبين والمهتمين بالصفحة. كما أظهرت النتائج أن المكتبات تسعى بشكل كبير إلى تنويع مشاركتها في صفحات شبكة الفيس بوك وغيرها، ولكن ليس بالمستوى المطلوب.

(2)-مذكرة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين, دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والإلكترونية "العربية نموذج"

من إعداد الطالب: محمد المنصور

-ترتبط هذه الدراسة بإشكالية بحثنا حول شبكات التواصل الاجتماعي في دراسة موقعين , نهيئنا بذلك المواقع الاجتماعية و المواقع الإلكترونية , و دراستنا متعلقة بمجموعتين في شبكة "الفيس بوك" , ألا وهما الجيش الوطني الإلكتروني الجزائري و عين المكان الجزائري. كما أن هذه الدراسة اهتمت بصفحتين سياسيتين في الموقعين الإلكترونيين, والاجتماعيين, وقامت على تحليل مضمون للموقعين الإلكترونيين و الاجتماعي.

كما تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول: ألتمس الباحث من خلال دراسة و متابعة الشبكة العنكبوتية , تراجع للموقع الإلكتروني على حساب الشبكات الاجتماعية , و قوة تأثير هذه الشبكات على جمهور المتلقين , وتناولت العربية نموذجا للمقارنة بين موقعها الإلكتروني و موقعها الاجتماعي.

-تهدف الدراسة إلى الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية "الفيس بوك نموذجاً" الخاصة بقناة العربية.

- المقارنة بين شكل "الفيس بوك" و شكل العربية "نت".

الكشف عن مضمون المواقع الإلكترونية, و المقارنة بين مضمون الموقع الإلكتروني ومضمون - الموقع الاجتماعي.

و قد انتهجت الدراسة منهج المسح الوصفي ,بأنه يستخدم في البحوث التي تستهدف وصف سمات أو آراء أو اتجاهات عينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما.

وعلى الرغم من أن منهج الوصف يلعب دورا وصفيًا, ألا أنه يمكن أن يلعب دورا تفسيريًا بشرح الأحداث التي تدرس.

-وما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج أهمها : مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين , و إنه لم يعد بإمكان متصفح النت الاستغناء عنها , لما توفره من أخبار و تغطية شاملة و عاجلة و معارف مفيدة . إلا أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء و التعليقات و الردود على تلك التعليقات وغيرها.

3_ منهج الدراسة :

عرف موريس أنجرس المنهج بأنه "مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتائج معينة"¹. يتضح من ذلك ، أن المنهج عبارة عن جملة من الإجراءات والخطوات التي يلتزم بها الباحث خلال القواعد التي تجعله يصل إلى النتائج المرجوة وفي دراستنا هذه 'بحكم أنها استطلاعية ، نرى أن المنهج المناسب ، هو المنهج الوصفي التحليلي . والمنهج الوصفي التحليلي : يعتبر أكثر المناهج استخداماً في الظاهرة الإعلامية ، والذي يهدف بدوره إلى توضيح خصائص أي ظاهرة، أية وضعية أو جماعة مع تحديد سرعة ظهور أو تكرار أية ظاهرة. ولا يعتمد المنهج الوصفي كما يعتقد البعض على وصف ظاهرة معينة، بل يتعدى ذلك إلى اكتشاف الحقائق، وآثارها والعلاقات التي تتصل بها، وتفسيرها والقوانين.²

أدوات جمع البيانات:

تسمح أدوات البحث العلمي بجمع المعطيات والمعلومات من أرض الواقع 'وهناك في إطار العلوم الإنسانية عامة وعلوم الإعلام والاتصال خاصة مجموعة من الرسائل التي يستعملها الباحث في تقصي الحقائق وجمع المعلومات وذلك عند استخدامه لمنهج معين لذا توافقنا مع المنهج المسحي الذي وظفناه في دراستنا هذه ' اخترنا أداة استمارة تحليل محتوى. وقد عرف الدكتور يوسف تمار تحليل المحتوى بأنه:(تقنية بحث منهجية تستعمل لتحليل الرموز اللغوية وغير اللغوية الظاهرة دون الباطنة 'الساكنة منها والمتحركة ' شكلها ومضمونها والتي تشكل في مجملها بناء مضمون صريح وهادف' وتعتمد هذه الأداة، على الوصف الموضوعي والمنتظم والكمي لمحتوى الظاهرة الاتصالية وسنوظفها ونركز عليها في عملية تحليل موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" وذلك ببناء فئتين أساسيتين:

¹- موريس أنجرس، ترجمة بوزيد صحراوي، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبة، الجزائر، 2006، ص28.
²- موريس أنجرس، مرجع سابق، ص109

أولاً/ فئة الشكل: وتتضمن ما يلي:

1- عدد كلمات المنشور.

2- شكل المنشور.

3- عدد التعليقات.

4- شكل التعليقات.

ثانياً/ فئة الموضوع:

1- نوع المنشور.

2- المتغيرات.

3- المؤشرات.³

تعرف العينة بأنها: اختيار عدد من المفردات أو الوحدات يكون ممثلاً في خصائصه وسماته لمجموع أفراد مجتمع البحث وهذا بما يتفق مع أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانات المتاحة.

أما فيما يتعلق بعينة بحثنا، فقد وقع اختيارنا على مجموعتي الجيش الوطني الإلكتروني الجزائري وعين المكان الجزائر كمجموعتين أساسيتين في دراستنا وذلك برصد جميع التعليقات والآراء وتحديد نوعها وتسمى هذه العينة "بالعينة القصدية". العينة القصدية وكما يدل عليها اسمها، فهي تمثل الميول المقصود الذي ينتهجه الباحث في اختيار العينة ووحداتها، وهو يلجأ إلى ذلك عندما يكون أمام مجتمع بحث غير واضح المعالم حيث يصعب تحديده وتحديد خصائصه، وعليه فليس هناك أي معيار أو طريقة يمكن أن يتبعها الباحث في اختيار هذا النوع من العينات، فله أن يختار أفراد عينته كما يشاء وبالعدد الذي يراه مناسباً لتحليل إشكالية بحثه.

ومن خلال ملاحظتنا للدراسات التي تبحث في موضوع معين في مضمون معين وجدنا أنها هي التي تحتاج أكثر إلى العينة القصدية.⁴

³- يوسف تمار، تحليل محتوى للباحثين والطلبة الجامعين، طاكسيج كرم للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 2007، ص37.

⁴- يوسف تمار، نفس المرجع السابق، ص38.

وقد استعرضت طرق تغيير الاتجاهات وأساليب معالجة المعلومات التي تتدرج من اللاتفكير في الرسائل المقدمة إلى التفكير الدقيق في تفاصيل هذه الرسائل و أعمال العقل فيها، إذ تسير وفقا لمتغيرات في عملية معالجة الرسائل إلى أربعة متغيرات، من بينهم المتغيرات التي تطرقنا إليها في الدراسة (متغيرات مرتبطة بدافعية الفرد، ومتغيرات مرتبطة بقدرة الفرد على معالجة الرسائل)، فنظرية احتمالية أعمال العقل تسعى إلى الاهتمام بالعمليات المعرفية والتقييم المعرفي مع أعمال العقل في محتوى الرسالة.

4- المفاهيم والمصطلحات:

أولا/ الحوار:

1-الحوار: محادثة بين شخصين أو فريقين حول موضوع محدد لكل منهما وجهة نظر خاصة به، هدفها الوصول إلى الحقيقة، أو إلى أكبر قدر ممكن من تطابق وجهات النظر بعيدا عن الخصومة أو التعصب، بطريق يعتمد على العلم والعقل مع استعداد كلا الطرفين لقبول الحقيقة ولو ظهرت على يد الطرف الآخر.⁵

أما عن الحوار في دراستنا هذه فهو محادثة بين عدة أشخاص حول موضوع معين بشكل يحتوي على الدقة والعقلانية لكل منهم نظرتة الخاصة عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" وذلك بتبادل الأفكار والنقاشات والآراء عن طريق طرح مواضيع قيد النقاش الأسئلة، وقد يتم الوصول إلى نتيجة وقد لا يقتنع أي منهم ولكن المتبع للحوار يأخذ العبرة ويكون لنفسه موقفا خاصا به.

ثانيا/ العقلانية:

تعد العقلانية من المرتكزات الرئيسية في قيام أي حضارة أو نهضة، أو في القيام بأي عملية إصلاح، أو تحديد على كافة الأصعدة والمجالات فمهما كانت المناهج الأخرى متجذرة تاريخيا واجتماعيا، وتعطينا تصورات أنها المخلص النهائي لكل ما نعانیه من أزمات، إلا أنها لا قيمة لها عندما تفتقد إلى العقلانية بداخلها.⁶

⁵ - طارق وفيق، في مسألة الحوار والمشاركة و المجتمعية في مصر، المكتبة الأكاديمية القاهرة بدون سنة نشر، ص (30)،
⁶ - عباس علي العلي، العقلانية ودورها في تثبيت العقل، الحوار المتمدن، العدد4273، 1612/11 /2013،

العقلانية هي اقتراب فكري يعتبر العقل مركزيا في توليد المعرفة الصحيحة، ويتحدد معنى "العقلانية" بحسب المجال الذي تنطلق منه، وتعني العقلانية في مجال دراستنا تشكيل حوارات ذات طابع بناء أي "عقلاني" يقوم على التفكير الهادف إلى بناء رأي أو اتجاه يتفق عليه عبر مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، وذلك بالتركيز على الحجج والبراهين المنطقية.

ثالثا: الاتصال عبر الحاسوب

يُعرف الاتصال بواسطة الكمبيوتر (CMC) بأنه أي تفاعل تواصل يحدث عن طريق استخدام اثنين أو أكثر من أجهزة الكمبيوتر المرتبطة بالشبكة. استخدم هذا التعبير للإشارة بشكل تقليدي إلى الاتصالات التي تحدث عن طريق تنسيقات الحاسوب (مثل التراسل الفوري، والبريد الإلكتروني، وغرف الرسائل النصية القصيرة وغرف الدردشة، كما أنه ينطبق على الأشكال الأخرى من أشكال التواصل كتابة مثل الرسائل وتركز الأبحاث التي تجرى على الاتصال بواسطة الكمبيوتر على دراسة الآثار الاجتماعية لتقنيات الاتصال المختلفة المدعومة بالكمبيوتر. وتبحث العديد من الدراسات الحديثة في شبكات التواصل الاجتماعي القائمة على الإنترنت والمدعومة بالبرمجيات الاجتماعية.⁷

أما بالنسبة لتعريف الاتصال عبر الحاسوب (CMC) في دراستنا فهو وسيلة اتصالية لها مميزات، إذ تمتلك أدوات وأساليب تحقق التفاعل بين متصفح والمستفيدين من خدماتها لمجموعتي الجيش الوطني الإلكتروني الجزائري، وعين المكان الجزائري، والذي يهتم بالبحث في كل عملية اتصال تحدث من خلال تفاعل المتحاورين في كلا المجموعتين التي سبق ذكرهما.

رابعا/وسائط التواصل الاجتماعي:

وسائط التواصل الاجتماعي (بالإنجليزية: Social Media) يعتبر من أحدث التطورات التي طرأت على الإنترنت و التي صاحبها ظهور العديد من تكنولوجيا . بشكل عام يشير العديد من المختصين في علم الإنترنت بأن الإعلام الاجتماعي يمثل قفزة كبيرة للتواصل من خلال الشبكة العنكبوتية بشكل تفاعلي أكبر من السابق بكثير عندما كان التواصل محدودا بمشاركة كميات قليلة جدا من المعلومات و سيطرة أكبر من مديري البيانات.

كما أتاح الإعلام الاجتماعي فرصاً عديدة منها التشارك بالمعلومات بين جميع مستخدمي الشبكة مع إمكانيات التفاعل المباشر والحر علي المواقع الاجتماعية وعند نهاية كل مقال أو خبر ، كما أتاح الفرصة للمتلقين بأن يصنعوا برامجهم الإذاعية أو التلفزيونية التي يجوبونها ويتابعونها وذلك بطرح مقترحات لمعد البرنامج ، أو المشاركة بطرح أسئلة للضيف الذي ستم استضافته بالبرنامج ، كل هذا وما صنعه الإعلام الاجتماعي مع الثورات التي اجتاحت منطقة الشرق الأوسط والاحتجاجات التي عمت العديد من الدول الأوروبية وأمريكا 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.⁸

أما بالنسبة لتعريف وسائل التواصل الاجتماعي في دراستنا هي تلك الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تساعدنا على التواصل بين المجتمعات، وتشكيل مجتمع افتراضي يسمح بتبادل الأفكار والمعلومات.

خامسا/ الرأي العام:

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

أما بالنسبة للرأي في دراستنا هذه فهو " تعبير الجماعة أو المجتمع أو الجمهور عن رأيه ومشاعره وأفكاره ومعتقداته واتجاهاته في وقت معين بالنسبة لموضوع يخصه أو قضية تهمه أو مشكلة تؤرقه، وهو القوة الحقيقية في المجتمع والحكم الذي تصدره الجماهير على عمل أو حادثة

⁸ Kaplan, Andreas M. (March–April 2012). "If you love something, let it go mobile: 8

Mobile marketing and mobile social media 4x4". Business Horizons 55 (2): 129–139. Doi:

10.1016/j.bushor.2011.10.009. Retrieved 9 December 2012.

⁹ - إسماعيل علي سعد، الاتصال والرأي العام، دار المعرفة، الإسكندرية، 1981، ص119.

أو نشاط في المجال الداخلي أو الخارجي أو المحلي أو العالمي، وكذلك التعبير عن وجهة نظر الجماعة وعن اجتماع كلمة الجماهير وإرادة الشعب.

5- حدود الدراسة:

تنحصر دراستنا مكانيا: في إطار الحدود المكانية الافتراضية للمجموعتين: الجيش الوطني الإلكتروني، وعين المكان الجزائر، على موقع " الفيسبوك "، ولهذا ركزنا على زيارتنا المتواصلة لهذه المجموعتين من الاتجاه، ومتابعة كل ما يكتب من تعليقات، وينشر من منشورات حولها.

زمانيا: في الحدود الزمانية خلال الفترة التي تم اختيارها: من 03 أبريل 2014، إلى 07 أبريل 2014 لتأثير هذه الاتجاهات على الجمهور المتلقي.

أما الحد الزمني الكلي للدراسة فقد كان: من 10 مارس 2014، إلى 24 ماي 2014.

يمكن أن نحمل أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

- 1- محاولة معرفة طبيعة الخطاب الحوارى وتوجهاته من طرف المتحاورين في كل من المجموعتين.
- 2- التعرف على مجموعة المتغيرات التي ترتبط بدافعية المتحاورين والتي تؤثر بدورها في الاعتماد على العقلانية كإطار مؤسس للحوار.
- 3- التعرف على مجموعة المتغيرات التي ترتبط بقدرة المتحاورين والتي تؤثر بدورها في الاعتماد على العقلانية كإطار مؤسس للحوار.
- 4- محاولة استنتاج أهم المتغيرات المتعلقة بالدافعية والقدرة والتي لها انعكاس مباشر على بناء-تعديل- تغيير الرأي أثناء التفاعل الحوارى.

الفصل الثاني

قراءة وتحليل الجداول:

1 المبحث الأول: طبيعة الحوار وتوجهاته لدى كل من المتحاورين في المجموعتين.

2 المبحث الثاني: دافعية المتحاورين في المجموعتين بالاعتماد على العقلانية كآلية جوهرية للحوار.

3 المبحث الثالث: قدرة المتحاورين في المجموعتين بالاعتماد على العقلانية كآلية جوهرية للحوار.

4 المبحث الرابع: انعكاس المتغيرات المتعلقة بالدافعية والقدرة على بناء. تعديل. تغير الرأي أثناء التفاعل الحوارية.

قراءة وتحليل الجداول:

1. مجموعة الجيش الوطني الالكتروني الجزائري:

أولا: فئة الشكل:

1. عدد كلمات المنشور:

المنشور	عدد الكلمات
1. من أجل وحدة الجزائر	04
2. الانتخابات الرئاسية 17 أبريل 2014	05
3. اتق الله في بلدك و لا تخنه ولا تسلط عليه عدوا ولا تدفعه إلى الفوضى و الشتات	15
4. الجزائر لا تحتاج دماء جديدة	05
5. وعقدنا العزم أن تحيا الجزائر	05
المجموع	34

الجدول (01)

من خلال الجدول (01) نلاحظ أنه يحتوي على خمسة مواضيع من جهة وعدد الكلمات من جهة أخرى، فالمنشور الأول كان عدد كلماته (04)، والمنشور الثاني (05) أما المنشور الثالث (15)، وبالنسبة للمنشور الرابع (05)، كلمات ، وبخصوص المنشور الخامس فكان عدد كلماته (05) وبالنسبة للمجموع الكلي فكان (34) كلمة للمناشير الخمسة.

2. شكل المنشور

2.1. من أجل وحدة الجزائر

النسبة المئوية	المجموع	5	4	3	2	1	الأيام	شكل المنشور
48%	10	02	01	02	01	04		نص
43%	09	03	02	02	00	02		صورة
05%	01	00	00	00	01	00		فيديو
04%	01	00	00	00	00	00		كاريكاتير
	21	06	03	04	02	06		المجموع
	21							
100%	100	28.5	14	19	10	28.5		النسبة المئوية

الجدول (02)

نلاحظ في الجدول (02)، أن اليوم الأول كان شكل التعليق كنص هو (04)، والصورة (02)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (06)، أما في اليوم الثاني فقد كان للتعليق كنص (01)، والصور (00)، والفيديو (01)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (02)، أما بخصوص اليوم الثالث فكان للنص (02)، وللصورة (02)، وللفيديو (00)، وللكاريكاتير (00)، والمجموع كان (04)، وبالنسبة لليوم الرابع فكان للنص (01)، وللصورة (02)، وللفيديو (00)، وللكاريكاتير (00)، وفي اليوم الخامس كان للنص (02)، وللصورة (03)،

وللفيديو(00)، وللكاريكاتير(01)، وكان المجموع(06)، وقد كان المجموع الكلي (21)، للأيام الخمسة واليوم الواحد أيضا. بالنسبة للنسب المئوية فقد كانت أعلى نسبة لليوم الأول(28.5)، وأدناها (10)، للأيام الثالث والرابع والخامس، أما عن النسب المئوية المتعلقة بشكل المنشور فقد كانت(48) للنص كأعلى نسبة وأدناها كانت (04)، للفيديو، وفي الأخير كان المجموع الكلي للنسب هو (100).

2.2: الانتخابات الرئاسية 17 أبريل 2014

النسبة المئوية	المجموع	5	4	3	2	1	الأيام	شكل المنشور
60%	15	02	01	03	04	05		نص
16%	04	01	00	01	00	02		صورة
08%	02	01	00	01	00	00		فيديو
16%	04	01	02	00	00	01		كاريكاتير
	25	05	03	05	04	08		المجموع
	25							
100%	100	20	12	20	16	32		النسبة المئوية

الجدول (03)

من خلال الجدول (03) نلاحظ أنه في اليوم الأول كان شكل التعليق كنص (05) و الصورة كانت (02) أما الفيديو (00) و الكاريكاتير (01)، أما المجموع فهو (08). في اليوم الثاني طرح النص (04) أشكال من التعليقات ، ولا يوجد لا صورة (00) ولا فيديو (00) ولا كاريكاتير (00) ، و المجموع كان (04)، في اليوم الثالث كان عدد النص (03) و الصورة (01) واحدة ، وكذلك بالنسبة للفيديو (01) أما الكاريكاتير (00) فقد كان معدوم و المجموع هو (05) بالنسبة لليوم الرابع كان يحتوي (01) نص واحد و منعدم للصورة و الفيديو، أما الكاريكاتير (02) و المجموع هو (03).

و آخر الأيام ألا وهو اليوم الخامس فقد كان في النص (02) و الصورة واحدة (01) و الفيديو (01) و المجموع (05).

وبالنسبة لمجموع الأيام الخمس للنص كان (15) و الصورة (04) و الفيديو (02) أما الكاريكاتير (04) فحصلنا في عدد المجموع إلى الكلي على (25\25) من جهة مجموع اليوم الواحد، و الأيام الخمس لشكل المنشور.

توصلنا إلى النسبة المئوية من خلال خمس أيام، كانت أعلى نسبة في شكل المنشور هي للنص (80)، وأدناها للفيديو (06)،

جهة من جهة النسبة المئوية المرتبطة باليوم الواحد فقد كانت أعلى النسب هي (32) و أدناها 12 و مجموع النسب المئوية (100%)

3.2 اتق الله في بلدك لا تخنه و لا تسلط عليه عدوا, ولا تدفعه إلى الفوضى والشتات:

النسبة المئوية	المجموع	05	04	03	02	01	الأيام
76	25	02	04	06	05	08	شكل المنشور
							نص

09	03	02	00	00	01	00	صورة
06	02	01	00	01	00	00	فيديو
09	03	02	01	00	00	00	كاريكاتير
	33	07	05	07	06	08	المجموع
	33						
100	100	21	15	21	18	25	النسبة المئوية%

الجدول (04)

من خلال الجدول (04) نلاحظ أنه في اليوم الأول كان شكل التعليق كنص (08) و الصورة والفيديو و الكاريكاتير كان (00)، تعليق، أما المجموع فهو (08). في اليوم الثاني طرح النص (05) أشكال من التعليقات ، و الصورة (01) والفيديو(00) والكاريكاتير كذلك(00) ، و المجموع كان (06) في اليوم الثالث كان عدد النص (06) و الصورة (00) ، و الفيديو (01) أما الكاريكاتير (00) فقد كان معدوم و المجموع هو (07) بالنسبة لليوم الرابع كان يحتوي النص (04) و منعدم للصورة و الفيديو(00) لا وجود لهما، أما الكاريكاتير (01) و المجموع هو (05) و آخر الأيام ألا وهو اليوم الخامس فقد كان في النص (02) و الصورة كذلك (02) و الفيديو (01) و الكاريكاتير (02) وبالنسبة لمجموع اليوم الخامس (07) حيث توصلنا إلى (33) من المجموع الكلي للأيام الخمس بالنسبة لشكل المنشور. أما من جهة النسبة المئوية فقد كانت أعلى نسبة لخمسة أيام هي (76) و أذناها كانت (06) و النسبة المئوية لليوم الواحد كانت (25) نجد اليوم الأول وهي أعلى النسب قيد الأيام و أذناها كانت (15) والمجموع الكلي للنسب هو 100%.

2. 4. الجزائر لا تحتاج دماء جديدة.

النسبة المئوية	المجموع	5	4	3	2	1	الأيام	شكل المنشور
%67	18	01	03	02	05	07		نص
%15	04	02	01	00	01			صورة
%7.40	02	01	00	00	01	00		فيديو
%11.11	03	00	00	02	00	00		كاريكاتير

						01	
	27	04	04	04	07	08	المجموع
	27						
%100	%100	15%	15%	15%	25%	30%	النسبة المئوية%

الجدول (05)

نلاحظ في الجدول (04)، أن اليوم الأول كان شكل التعليق كنص هو (07)، والصورة (00)، والفيديو (00)، والكاريكاتور (01)، وكان المجموع (08)، أما في اليوم الثاني فقد كان للتعليق كنص (05)، والصورة (01)، والفيديو (01)، والكاريكاتور (00)، وكان المجموع (07)، أما بخصوص اليوم الثالث فكان للنص (02)، وللصورة (00)، وللفيديو (0)، وللكاريكاتور (02)، والمجموع كان (04)، وبالنسبة لليوم الرابع فكان للنص (03)، وللصورة (01)، وللفيديو (00)، وللكاريكاتور (00)، وفي اليوم الخامس كان للنص (01)، وللصورة (02)، وللفيديو (01)، وللكاريكاتور (00)، وكان المجموع (04)، وقد كان المجموع الكلي هو (27)، للأيام الخمسة واليوم الواحد أيضا. بالنسبة للنسب المئوية فقد كانت أعلى نسبة لليوم الأول (30)، وأدناها (15)، للأيام الثالث والرابع والخامس، أما عن النسب المئوية المتعلقة بشكل المنشور فقد كانت (67)، للنص كأعلى نسبة وأدناها كانت (07)، للفيديو، وفي الأخير كان المجموع الكلي للنسب هو (100).

5.2 وعقدنا العزم أن تحيا الجزائر:

النسبة المئوية	المجموع	5	4	3	2	1	الأيام
							شكل المنشور
65	25	03	05	07	09	11	نص
22	12	01	02	01	03	05	صورة

04	02	01	00	01	00	00	فيديو
09	05	01	00	00	01	03	كاريكاتير
	54	06	07	09	13	19	المجموع
	54						
100	100	11	13	17	24	35	النسبة المئوية

الجدول (06)

نلاحظ في الجدول (06)، أن اليوم الأول كان شكل التعليق كنص هو (11)، والصورة (05)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (03)، وكان المجموع (19)، أما في اليوم الثاني فقد كان للتعليق كنص (09)، والصورة (03)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (01)، وكان المجموع (07)، أما بخصوص اليوم الثالث فكان للنص (07)، وللصورة (01)، وللفيديو (01)، وللكاريكاتير (00)، والمجموع كان (09)، وبالنسبة لليوم الرابع فكان للنص (05)، وللصورة (02)، وللفيديو (00)، وللكاريكاتير (00)، وكان المجموع (07)، وفي اليوم الخامس كان للنص (03)، وللصورة (01)، وللفيديو (01)، وللكاريكاتير (01)، وكان المجموع (05)، وقد كان المجموع الكلي هو (54)، للأيام الخمسة واليوم الواحد أيضا. بالنسبة للنسب المئوية فقد كانت أعلى نسبة لليوم الأول (35)، وأدناها (11)، لليوم الخامس، أما عن النسب المئوية المتعلقة بشكل المنشور فقد كانت (65)، للنص كأعلى نسبة وأدناها كانت (04)، للفيديو، وفي الأخير كان المجموع الكلي للنسب هو (100). نستنتج مما سبق أن للنص أهمية دون الأشكال الأخرى فهو أسمى أشكال التعليق بموضوعية و عقلانية.

3- عدد التعليقات:

النسبة المئوية المتعلقة بعدد التعليقات %	المجموع المتعلق بعدد التعليقات	5	4	3	2	1	الأيام
38	121	09	20	15	24	53	المناشير 1 من أجل وحدة الجزائر
10	34	00	03	09	10	12	2 الانتخابات الرئاسية 17 أبريل 2014م
33	125	11	12	17	30	55	3 اتق الله في بلدك لا تخنه ولا تسلط عليه عدوا ولا تدفعه إلى الفوضى و الشتات

09	30	01	03	06	08	12	4 الجزائر لا تحتاج دماء جديدة
10	37	02	02	04	13	16	5 وعقدنا العزم أن تحيا الجزائر
	347	23	40	51	85	148	المجموع
	347						
100	100	07	11	15	24	43	النسبة المئوية%

الجدول (07)

من خلال الجدول (07) يتبين لنا أن في اليوم الأول كان عدد التعليقات للموضوع الأول (53) و الموضوع الثاني (12) و الموضوع الثالث (55) أما الموضوع الرابع (12) و الخامس (16) و المجموع هو (148)، و اليوم الثاني للموضوع الأول كان عدد التعليقات (24) و الموضوع الثاني (10) و الموضوع الثالث (30) أما الموضوع الرابع (08) و الخامس (13) و المجموع هو (85)، و اليوم الثالث للموضوع الأول (15) لعدد التعليقات و الموضوع الثاني (09) و الموضوع الثالث (17) أما الموضوع الرابع (06) و الخامس (04) و المجموع هو (51)، و بالنسبة لليوم الرابع في الموضوع الأول كان عدد التعليقات (20) و الموضوع الثاني (03) و الموضوع الثالث (12) أما الموضوع الرابع (03) و الخامس (02) و المجموع هو (40)، وفي اليوم الخامس كان عدد التعليقات للموضوع الأول (09) و الموضوع الثاني (00) لا توجد فيه تعليقات أما الموضوع الثالث (11) و في الموضوع الرابع تعليق واحد (01) و الخامس (02) وبخصوص المجموع الكلي فهو (347) لعدد التعليقات لمجموع الأيام الخمس أما بالنسبة للنسبة المئوية لما سبق في المواضيع الخمس فكانت (43) كأعلى نسبة و أدناها كانت (07) من جهة أخرى، فالنسب المئوية المتعلقة بالأيام الخمس للموضوع الواحد كانت أعلى نسبة (38). وكان المجموع الكلي للنسب هو (100) في حين أن نسبة التعليقات لليوم الأول هي الأكبر نسبة 43 وهذا يعود لجدية الموضوع

4 . نوع التعليقات

4 . 1 المنشور الأول: من أجل وحدة الجزائر

النسبة المئوية %	المجموع	5	4	3	2	1	الأيام نوع التعليق
85	99	08	12	13	19	47	نص
9.4	11	01	01	02	04	03	صورة
0,86	01	00	00	00	00	01	فيديو
04.3	05	00	02	00	01	02	كاريكاتير
	116	09	15	15	24	53	المجموع
	116						
100	100	07	13	13	21	46	النسبة المئوية %

الجدول "08"

نلاحظ في الجدول (08) أن نوع التعليقات للموضوع الأول, كان نوع التعليق كنص (47) و الصورة(03), و الفيديو(01), أما الكاريكاتير (02), و المجموعة(53).و في اليوم الثالث, نوع التعليق (19) كنص , و(04) كصورة , و فيديو (00),و(01) كالكاريكاتير, و المجموع كان (24).في اليوم الثالث, النص كان (13) و (02)للصورة, أما الفيديو (00) و الكاريكاتير كذلك(00). و كان المجموع (15). و اليوم الرابع كان نوع التعليق كنص (12), وبالنسبة للصورة (01), والفيديو(00), أما الكاريكاتير(02), وكان المجموع هو (15), أما اليوم الخامس والأخير فكان للنص(08), وللصورة(01), أما الفيديو منعدم (00) و الكاريكاتير كذلك (00). و المجموع كان (09). كما أن المجموع الكلي هو (116) بالنسبة للأيام الخمسة.

و بخصوص النسبة المئوية لليوم الواحد فكانت أعلى نسبة في اليوم الأول (46%) و أقل نسبة (07%) لليوم الخامس. و بالنسبة المئوية المتعلقة بنوع التعليق الأيام الخمسة هي (85.3%) كأعلى نسبة مئوية , و أدناها(01%).

4. 2 الثاني : الانتخابات الرئاسية 17 أبريل 2014

النسبة المئوية	المجموع	5	4	3	2	1	الأيام	نوع التعليق
81.5%	31	02	02	07	08	12		نص
5%	02	00	00	01	00	01		صورة
3%	01	00	00	01	00	00		فيديو
10.5%	04	00	01	00	02	01		كاريكاتير
	38	02	03	09	10	14		المجموع
	38							
100%	100%	05%	08%	08%	26%	37%		النسبة المئوية%

جدول "09"

نلاحظ من خلال الجدول (09) أن نوع التعليق يسير وفق خمسة أيام، ففي أول يوم كان نوع التعليق كنص (12)، و الصورة (01) و الفيديو (00) ، أما الكاريكاتير (01)، ومجموعه هو (14). أما اليوم الثاني فالنص كان (08) ، و الصورة(00)، و الفيديو (00)، و الكاريكاتير (02)، وكان المجموع (10). بالنسبة لليوم الثالث كان نوع التعليق كنص (07) ، و صورة واحدة (01) ، و كذلك الفيديو (01)، و الكاريكاتير(00). ومجموعه كان (09). و بخصوص اليوم الرابع فالنص كان (02)، و الصورة (00)، الكاريكاتير(00)، و المجموع هو (03). بالنسبة لليوم الخامس و الأخير فنوع التعليق كنص كان (02) ، و كصورة (00)، و الفيديو (00) كذلك، و حتى

الكاريكاتير (00) , و مجموعه كان (02), و بالنسبة للمجموع الكلي (38) بالنسبة للأيام الخمسة . كما أن النسبة المئوية لليوم الواحد كانت أعلى نسبة في اليوم الأول (37%) و أقل نسبة في آخر يوم ألا وهو اليوم الخامس (5%), و بخصوص النسب المئوية المتعلقة بنوع التعليق فقد كانت أعلى نسبة (81.5%), للنص و أدناها كانت (03%). وصولا إلى المجموع الكلي (100%) لكل النسب المئوية.

4 - 3 المنشور الثالث: اتق الله في بلدك لا تخنه, ولا تسلط عليه عدوا, ولا تدفعه إلى الفوضى

و الشتات.

الأيام	1	2	3	4	5	المجموع	النسبة المئوية %
نص	49	27	14	10	09	109	87.2%
صورة	05	02	01	00	01	09	7.2%
فيديو	00	01	01	01	00	03	2.4%
كاريكاتير	01	00	01	01	01	04	3.2%
المجموع	55	30	17	12	11	125	125
النسبة المئوية %	44%	24%	13.6%	9.6%	8.8%	100%	100%

جدول (10)

من خلال الجدول (10) نلاحظ أن نوع التعليق لليوم الأول كنص (49), صورة (05), و فيديو (00), أما الكاريكاتير (01), و المجموع كان (55), أما بالنسبة لليوم الثاني كنص (27), و صورة (02), و فيديو (01), و بالنسبة للكاريكاتير (00), وكان المجموع كالتالي (30), و بالنسبة لليوم الثالث فكانت الصورة (01), ونص (14), أما الفيديو (01), و بالنسبة للكاريكاتير (01), والمجموع كان (17). أما اليوم الرابع فكان للنص (10), و كان للصورة (00), و الفيديو (01) و الكاريكاتير (01) وكان مجموعه (12).

اليوم الخامس كان للنص (09)، وللصورة (01)، و الفيديو (00) و الكاريكاتير (01) والمجموع كان (11).

أما عن المجموع الكلي فهو (125)، وإذا تحدثنا عن النسبة المئوية في الجدول السابق فهي تقدر ب (44%) كأعلى نسبة في اليوم الأول خلافا عن باقي الأيام , أما أقل نسبة (88%) فكانت في اليوم الخامس , و من جهة أخرى النسبة المئوية المتعلقة بنوع التعليق فأعلى نسبة (87.2%) لنوع التعليق كنص و أدنى نسبة (2.4%) لنوع التعليق كفيديو, وتوصلنا إلى المجموع الكلي (100%).

4 . 4 للمنشور الرابع: الجزائر لا تحتاج دماء جديدة

النسبة المئوية%	المجموع	5	4	3	2	1	الأيام نوع التعليق
67%	20	01	02	03	05	09	نص
17%	05	00	01	01	02	01	صورة
6%	02	00	00	01	00	01	فيديو
10%	03	00	00	01	01	01	كاريكاتير
	30	01	03	06	08	12	المجموع
	30						
100	100%	03%	10%	20%	27%	40%	النسبة المئوية%

جدول (11)

من خلال الجدول (11)، لاحظنا أن نوع التعليقات لليوم الأول كنص (09)، و الصورة (01)، و الفيديو (01)، وحتى الكاريكاتير (01)، و المجموع كان (12)، و اليوم الثاني كان نوع التعليق كنص (05)، و (02) كصورة , وكفيديو (00)، أما الكاريكاتير (01)، و مجموعه هو (08)، أما اليوم الثالث فالنص (03)، و الصورة (01)، و حتى الفيديو (01)، والكاريكاتير (01)، و المجموع هو (06).

في اليوم الرابع كان لنص (02), و للصورة (01), و (00) للفيديو و كذلك للكاريكاتير(00), وقد كان المجموع (03). و بالنسبة لليوم الخامس فقد كان نوع التعليق كنص (01), و الصورة (00), و الفيديو (00), و الكاريكاتير (00), أما عن المجموع الكلي فهو (30), و إذا تحدثنا عن النسبة المئوية للجدول السابق فهي تقدر ب(40%) لليوم الأول كونه أعلى نسبة خلافا عن باقي الأيام , و أقل نسبة كانت في اليوم الخامس بقيمة(03%), والنسبة المئوية المتعلقة بنوع التعليق فتقدر أعلى نسبة ب(67%) للنص, وأدناها (06%), لنوع التعليق كفيديو . و توصلنا إلى المجموع الكلي للنسبة المئوية ب(100%) لكل النسب

4 . 5 المنشور الخامس: و عقدنا العزم أن تحيا الجزائر

النسبة المئوية	المجموع	5	4	3	2	1	الأيام نوع التعليق
73%	27	02	02	03	10	10	نص
14%	05	00	00	01	01	03	صورة
05%	02	00	00	00	00	02	فيديو

08%	03	00	00	00	02	01	كاريكاتير
	37	02	02	04	13	16	المجموع
	37						
100%	100%	5.40%	5.40%	10.81%	35%	43.2%	النسبة المئوية

الجدول (12)

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أنه يتفرع لأنواع التعليقات خلال خمسة أيام متتالية، ومن اليوم الأول نلاحظ أن نوع التعليق كنص (10)، و الصورة (03)، أما الفيديو (02)، الكاريكاتير (01)، المجموع هو (16)، و في اليوم الثاني كان للنص (10)، وللصورة (01)، و الفيديو (00)، أم الكاريكاتير(02)، و كان المجموع (13). بالنسبة لليوم الثالث كان نوع التعليق (03) كنص ، و (01) كصورة، و (00) للفيديو، و الكاريكاتير كذلك (00)، ومجموعه (04)، أما اليوم الرابع فالنسبة للنص كان (02)، ومنعدم كصورة (00)، و الفيديو (00) و الكاريكاتير (00)، و في اليوم الخامس نوع التعليق كنص (02)، وبالنسبة للصورة (00)، و الفيديو (00)، و الكاريكاتير(00)، و بالتالي المجموع هو (02)، كما أن المجموع الكلي لما سبق هو (37)، أما للنسبة المئوية فتوصلنا إلى (43.2%) من خلال اليوم الأول كأعلى نسبة ، و أقلها (5.40%)، أما النسبة المتعلقة بالأيام الخمسة و لنوع التعليق كانت أعلى نسبة تقدر ب (73%) للنص ، و أدناها (05%) للفيديو، إذ توصلنا إلى المجموع الكلي للنسبة المئوية و هي (100%).

5 . عدد كلمات التعليق:

5 . 1 من أجل وحدة الجزائر:

عدد الكلمات	التعليقات	الأيام
4	عاشت الجزائر مزدهرة و معزة	اليوم الأول
2	تحيا الجزائر	اليوم الثاني
7	Alhamdou lillah et vive notre belle Algérie	اليوم الثالث

4	الله أكبر تحيا الجزائر	اليوم الرابع
6	عاشت الجزائر مزدهرة و معززة بين الأمم	اليوم الخامس
23		المجموع

الجدول (13)

2.5 الانتخابات الرئاسية 17 أبريل 2014:

عدد الكلمات	التعليمات	الأيام
13	نتنخب من أجل الجزائر و نغلق أفواه الأعداء من الداخل والخارج	اليوم الأول
4	الجزائر ana nvt3la	اليوم الثاني
3	mon choix Bouteflika	اليوم الثالث
2	لا انتخب	اليوم الرابع
4	oui pour avec Bouteflika	اليوم الخامس
26		المجموع

الجدول (14)

3.5 - اتق الله في بلدك عدوا ولا تدفعه إلى الفوضى والشتات ولا تخنه ولا تسلط عليه:

عدد الكلمات	التعليمات	الأيام
8	اللهم اجعل بلدنا آمنا مطمئنا وسائر بلاد المسلمين	اليوم الأول
4	كلنا جزائر لا للخيانة	اليوم الثاني
11	قال تعالى <<وما أصابكم مصيبة فيما كسبت أيديكم و يعف عن كثير>> سورة الشورى الآية 3	اليوم الثالث
23	بسم الله الرحمن الرحيم <<و اتقوا فتنة لا تصيبن الذين ظلموا منكم خاصة>>	اليوم الرابع
46		المجموع

الجدول (15)

5 . 4 الجزائر لا تحتاج دماء جديدة:

عدد الكلمات	التعليقات	الأيام
19	الجزائر تحتاج إلى عقول و أفكار جديدة إذا فاز بوتفليقة أو غيره عليه فتح المجال لمن يريد أن يستمر لينتعش الاقتصاد	اليوم الأول
27	و الله لتدمع العيون من أجلك يا وطني و لكن لا تقلق إنا ها هنا واقفون مرابطون على الثغور ولسان حالنا يقول الجزائر في العيون تفنى و لا تهون	اليوم الثاني
6	نعم و ألف نعم كفانا دماء الثورة	اليوم الثالث
14	نفنى و لا تهون نعم و الجزائر لا تهون لا تهون نعشقك يا جزائر	اليوم الرابع
5	اللهم أحفظ بلدي الثاني الجزائر	اليوم الخامس
71		المجموع

الجدول (16)

5.5- وعقدنا العزم أن تحيا الجزائر:

عدد الكلمات	التعليقات	الأيام
4	عاشت الجزائر مزدهرة و معززة	اليوم الأول
2	تحيا الجزائر	اليوم الثاني

عدد الكلمات	المنشور	
7	Alhamdou lilah et vive noter belle Algérie	اليوم الثالث
4	الله أكبر تحيا الجزائر	اليوم الرابع
6	عاشت الجزائر مزدهرة و معززة بين الأمم	اليوم الخامس
23	المجموع	

الجدول (17)

2 . مجموعة عين المكان الجزائر:

10	1 المناضلة في حركة 8ماي منار منصري اصدعوا بالحق فسكوتنا هواننا.	1:
10	2 وقف تجمع عمارة وغول من طرف شباب جزائريين بليل الفرنسية.	فئة
09	3 السكن مقابل الانتخاب..... بدايتها تهديد ونهايتها عند الله.	الشء
08	4 البويرة مظاهرات سلمية حولها القمع إلى مشادات عنيفة.	كل
10	5 نصر الدين راريو يروي تفاصيل الاعتداء عليه من طرف الشرطة.	الجد
47	المجموع	

ول(25)

نلاحظ من خلال الجدول(25) أن هناك خمسة مواضيع من ناحية ومن ناحية أخرى هناك عدد الكلمات

الخاصة بتلك المواضيع، فالمنشور الأول كانت عدد الكلمات (10) والمنشور الثاني عدد الكلمات(10) أما المنشور الثالث عدد الكلمات(09) وبالنسبة للموضوع الرابع فقد كان عدد الكلمات (08) وفي المنشور الخامس(10) كلمات ومن التحليل السابق توصلنا إلى لمجموع الكلي لعدد كلمات المناشير الخمس وهو(47) كلمة.

2- شكل المنشور:

2-1 المناضلة في حركة 8مايو منار منصري أصدعوا بالحق فسكوتنا هواننا:

المفوية	النسبة	المجموع المتعلق	5	4	3	2	1	الأيام
بشكل	المتعلقة	بشكل المنشور						

المنشور							المنشور
77%	36	06	08	05	07	10	نص
23%	11	03	05	02	00	01	صورة
00%	00	00	00	00	00	00	فيديو
00%	00	00	00	00	00	00	كاريكاتير
	47	09	13	07	07	11	المجموع باليوم
100%	100%	19%	28%	15%	15%	23%	النسبة المتعلقة باليوم

جدول (26)

من خلال الجدول (26) نلاحظ أن نوع التعليقات في اليوم الأول كانت كالتالي النص (10)، والصورة (01)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00) والمجموع كان (11)، أما بالنسبة لليوم الثاني كان للنص (07)، وللصورة (00)، وللفيديو (00)، وللكاريكاتير (00)، وكان المجموع (07)، أما بالنسبة لليوم الثالث فكانت أنواع التعليقات كالتالي النص (05)، والصورة (02)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00)، وبخصوص اليوم الرابع فكانت كالتالي النص (08)، والصورة (05)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (13)، أما عن اليوم الخامس فكان للنص (06)، والصورة (03)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00)، أما المجموع فكان (09).

أما عن المجموع الكلي لكل الأنواع فهو (47)، وبخصوص النسب المئوية في نفس الجدول فنلاحظ، أن أعلى نسبة كانت في اليوم الرابع بنسبة (28) خلافاً عن باقي الأيام أما أقل نسبة فكانت في اليوم الثاني والثالث بنفس النسبة (15)، ومن جهة أخرى فإن النسب المئوية المتعلقة بنوع التعليق في الأيام الخمسة فكانت أعلى نسبة لمنشور الأول بنسبة (77)، لنوع التعليق كنص، وأدنى نسبة كانت (00) لنوع التعليق كفيديو وكاريكاتير، وفي الأخير كان المجموع الكلي لإجمالي النسب (100).

2-2 وقف تجمع عمارة وغول من طرف شباب جزائريين بليل الفرنسية:

النسبة المئوية المتعلقة بشكل المنشور %	المجموع المتعلق بشكل المنشور	5	4	3	2	1	الأيام	المنشور
78%	42	03	06	08	10	15		نص
12%	05	01	00	00	01	03		صورة
10%	01	00	00	00	00	01		فيديو
00%	00	00	00	00	00	00		كاريكاتير

	48	04	06	08	11	19	المجموع المتعلق باليوم
	48						
100%	100%	8%	13%	17%	23%	39%	النسبة المئوية المتعلقة باليوم %

الجدول (27)

من خلال الجدول (27) نلاحظ أن نوع التعليقات لليوم الأول كانت كالتالي النص (15)، والصورة (03)، والفيديو (01)، والكاريكاتور (00)، والمجموع كان (19)، أما بالنسبة لليوم الثاني فكانت التعليقات كالتالي النص (10)، والصورة (01)، والفيديو (00)، والكاريكاتور (00)، والمجموع كان (11)، أما بالنسبة لليوم الثالث فكانت التعليقات كالتالي النص (08)، والصورة (00)، والفيديو (00)، والكاريكاتور (00)، وكان المجموع الكلي (08) أما بخصوص اليوم الرابع فكانت التعليقات كالتالي النص (06)، والصورة (00)، والفيديو (00)، والكاريكاتور (00)، وكان المجموع الكلي (06)، أما فيما يخص اليوم الخامس فكانت التعليقات كالتالي النص (03)، والصورة (01)، والفيديو (00)، والكاريكاتور (00)، وكان المجموع الكلي (04).

أما عن المجموع الكلي فهو (48)، وكانت النسب المئوية كالتالي (39) كأعلى نسبة في ليوم الأول خلافا عن باقي الأيام أما أقل نسبة فكانت (08) في اليوم الخامس، أما من جهة أخرى

أي النسب المتعلقة بنوع التعليق فأعلى نسبة كانت (78) لنوع التعليق كنص وكانت أقل نسبة (00) لنوع التعليق كاريكاتير وفي الأخير تم التوصل إلى (100) كمجموع كلي للنسب.

2-3 السكن مقابل الانتخاب بدايتها تهديد ونهايتها عند الله:

النسبة المئوية المتعلقة بالمنشور %	المجموع المتعلق بشكل بالمنشور	5	4	3	2	1	الأيام المنشور
84%	40	08	05	07	09	11	نص

6%	03	00	00	00	01	02	صورة
5%	02	00	01	00	01	00	فيديو
5%	02	00	01	00	00	01	كاريكاتير
	47	08	07	07	11	14	المجموع المتعلق باليوم
	47						
100%	100%	10%	15%	15%	30%	30%	النسبة المئوية المتعلقة باليوم %

الجدول (28)

من خلال لجدول (28) نلاحظ أن نوع التعليقات لليوم الأول كانت كالتالي النص (11)، والصورة (02)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (01)، وكان المجموع (14)، أما بالنسبة لليوم الثاني فكان نوع التعليقات كالتالي النص (09)، و الصورة (01)، و الفيديو (01)، و الكاريكاتير (00)، وكان المجموع (11)، وبالنسبة لليوم الثالث فكان نوع التعليقات كالتالي النص (07)، و الصورة (00)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (07)، أما فيما يخص اليوم الرابع فكان نوع التعليقات كالتالي النص (05)، والصورة (00)، والفيديو (01)، والكاريكاتير (01)، وكان المجموع (07)، وبخصوص اليوم الخامس فكان نوع التعليقات كالتالي النص (08)، والصورة (00)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (08).

أما فيما يخص المجموع الكلي فكان (47)، وكانت النسب المئوية كالتالي (30) كأعلى نسبة في ليوم الأول خلافا عن باقي الأيام أما أقل نسبة فكانت (10) في اليوم الخامس، أما من جهة أخرى أي النسب المتعلقة بنوع التعليق فأعلى نسبة كانت (84) لنوع التعليق كنص وكانت أقل نسبة (05) لنوع التعليق كفيديو وفي الأخير تم التوصل إلى (100) كمجموع كلي للنسب.

2-4 البويرة مظاهرات سلمية حولها لقمع إلى مشادات عنيفة:

المنشور	الأيام	1	2	3	4	5	المجموع المتعلق بشكل المنشور	النسبة المئوية المتعلقة بشكل المنشور%
نص	25	10	11	09	08	63	90%	
صورة	02	00	00	01	03	06	09%	
فيديو	01	00	00	00	00	01	01%	
كاريكاتور	00	00	00	00	00	00	00%	
المجموع المتعلق باليوم	28	10	11	10	11	70	70	
النسبة المئوية المتعلقة بالمنشور%	40%	14%	16%	14%	16%	100%	100%	

الجدول (29)

من خلال الجدول (29) نلاحظ أن نوع التعليقات لليوم الأول كانت كالتالي النص (25)، والصورة (02)، والفيديو (01)، والكاريكاتور (00)، وكان المجموع (28)، أما بالنسبة لليوم الثاني فكان نوع التعليقات كالتالي النص (10)، والصورة (00)، و

الفيديو(00)، و الكاريكاتير(00)، وكان المجموع(10)، وبالنسبة لليوم الثالث فكان نوع التعليقات كالتالي النص(11)، و الصورة(00)،
والفيديو(00)، والكاريكاتير(00)، وكان المجموع(11)، أما فيما يخص اليوم الرابع فكان نوع التعليقات كالتالي
النص(09)، والصورة(01)، والفيديو(00)، والكاريكاتير(00)، وكان المجموع(10)، وبخصوص اليوم الخامس فكان نوع التعليقات كالتالي
النص(08)، والصورة(03) والفيديو(00)، والكاريكاتير(00)، وكان المجموع(11).

أما فيما يخص المجموع الكلي فكان(70)، وكانت النسب المئوية كالتالي (40) كأعلى نسبة في اليوم الأول خلافا عن باقي الأيام أما أقل
نسبة فكانت (14) في اليوم الثاني والرابع، أما من جهة أخرى أي النسب المتعلقة بنوع التعليق فأعلى نسبة كانت (90) لنوع التعليق
كنص وكانت أقل نسبة (00) لنوع التعليق ككاريكاتير وفي الأخير تم التوصل إلى (100) كمجموع كلي للنسب

2-5 نصر الدين راريو يروي تفاصيل الاعتداء عليه من طرف الشرطة:

الأيام	1	2	3	4	5	المجموع المتعلق بشكل بالمنشور	النسبة المئوية المتعلقة بشكل المنشور %
المنشور							
نص	05	06	04	02	01	18	72%
صورة	02	00	02	00	00	04	16%
فيديو	01	01	01	00	00	03	12%
كاريكاتير	00	00	00	00	00	00	00%
المجموع المتعلق باليوم	08	07	07	02	01	25	25
النسبة المئوية المتعلقة باليوم %	32%	28%	28%	8%	4%	100%	100%

الجدول(30)

من خلال الجدول (30) نلاحظ أن نوع التعليقات لليوم الأول كانت كالتالي النص(05)، والصورة(02)، والفيديو(01)، والكاريكاتور(00)، وكان المجموع (08)، أما بالنسبة لليوم الثاني فكان نوع التعليقات كالتالي النص(06)، و الصورة(00)، و الفيديو(01)، و الكاريكاتير(00)، وكان المجموع(07)، وبالنسبة لليوم الثالث فكان نوع التعليقات كالتالي النص(04)، و الصورة(02)، والفيديو(01)، والكاريكاتور(00)، وكان المجموع(07)، أما فيما يخص اليوم الرابع فكان نوع التعليقات كالتالي النص(02)، والصورة(00)، والفيديو(00)، والكاريكاتور(00)، وكان المجموع(02)، وبخصوص اليوم الخامس فكان نوع التعليقات كالتالي النص(01)، والصورة(00)، والفيديو(00)، والكاريكاتور(00)، وكان المجموع(01).

أما فيما يخص المجموع الكلي فكان(25)، وكانت النسب المئوية كالتالي (32) كأعلى نسبة في اليوم الأول خلافا عن باقي الأيام أما أقل نسبة فكانت (04) في اليوم الخامس، أما من جهة أخرى أي النسب المتعلقة بنوع التعليق فأعلى نسبة كانت (72) لنوع التعليق كمنص وكانت أقل نسبة (00) لنوع التعليق ككاريكاتور وفي الأخير تم التوصل إلى (100) كمجموع كلي للنسب.

النسبة المئوية للتعليقا ت %	مجموع التعليقات	5	4	3	2	1	الأيام المناشير
41	145	10	20	15	45	55	1 المناضلة في حركة8مايو منار منصري اصدعوا بالحق فسكوتنا هواننا.
12	42	4	06	15	07	10	2 وقف تجمع عمارة وغول من طرف شباب جزائريين بليل الفرنسية.
18	62	12	09	14	11	16	3 السكن مقابل الانتخاب... بدايتها تهديد ونهايتها عند الله.
15	53	10	15	07	09	12	4 البويرة مظاهرات سلمية حولها القمع إلى مشادات عنيفة.
14	49	05	09	08	10	17	5 نصر الدين راريو يروي تفاصيل الاعتداء عليه من طرف الشرطة.
	351	41	59	59	82	110	مجموع التعليقات
100	100	8	10	10	22	50	النسبة المئوية للتعليقات %

الجدول(31)

من خلال الجدول(31)، يتضح لنا أنه في اليوم الأول للمنشور الأول كان عدد التعليقات هو (55) تعليق، والمنشور الثاني كان (10) أما بالنسبة للمنشور الثالث كانت التعليقات(16)، وبخصوص المنشور الرابع فكانت التعليقات (12)، وكانت في المنشور الخامس(17)،

وكان مجموعه الكلي (110)، أما في اليوم الثاني في المنشور الأول كان عدد التعليقات هو (45) تعليق، والمنشور الثاني كان (07) أما بالنسبة للمنشور الثالث كانت التعليقات (11)، وبخصوص المنشور الرابع فكانت التعليقات (09)، وكانت في المنشور الخامس (10)، وكان مجموعه الكلي (82)، أما في اليوم الثالث في المنشور الأول كان عدد التعليقات هو (15) تعليق، والمنشور الثاني كان (15) أما بالنسبة للمنشور الثالث كانت التعليقات (14)، وبخصوص المنشور الرابع فكانت التعليقات (07)، وكانت في المنشور الخامس (08)، وكان مجموعه الكلي (59)، أما بالنسبة لليوم الرابع في المنشور الأول كان عدد التعليقات هو (20) تعليق، والمنشور الثاني كان (06) أما بالنسبة للمنشور الثالث كانت التعليقات (09)، وبخصوص المنشور الرابع فكانت التعليقات (15)، وكانت في المنشور الخامس (09)، وكان مجموعه الكلي (59)، بالنسبة لليوم الخامس في المنشور الأول كان عدد التعليقات هو (10) تعليق، والمنشور الثاني كان (04) أما بالنسبة للمنشور الثالث كانت التعليقات (12)، وبخصوص المنشور الرابع فكانت التعليقات (10)، وكانت في المنشور الخامس (05)، وكان مجموعه الكلي (41)، وكان المجموع الكلي للمواضيع الخمس في الأيام الخمس المتوالية (351)، أما بخصوص النسب المتوالية فكانت أعلى نسبة (50)، لليوم الأول خلافا عن باقي الأيام كما أن أقل نسبة كانت (08) في اليوم الخامس ومن جهة أخرى بالنسبة للنسب المتوالية الخاصة بكل منشور كانت في المنشور الأول بنسبة (41)، وأدناها كانت في المنشور الثاني بنسبة (12) وتوصلنا في الأخير إلى المجموع الكلي للنسب المتوالية والذي كان (100).

4/ نوع التعليقات للمنشور:

4-1 المناضلة في حركة 8 مايو مناصري اصدوا بالحق فسكوتنا هواننا:

النسبة المتوالية المتعلقة بنوع	المجموع المتعلق بنوع	5	4	3	2	1	الأيام
التعليقات ل5 أيام %	التعليقات ل5 أيام						

							نوع التعليق
87	42	03	05	09	10	15	نص
08	04	00	00	01	00	03	صورة
05	02	00	00	01	00	01	فيديو
00	00	00	00	00	00	00	كاريكاتير
	48	03	05	11	10	19	المجموع المتعلق بنوع التعليقات في اليوم الواحد
		48					
100	100	07	11	22	21	39	النسبة المئوية المتعلقة بنوع التعليقات في اليوم الواحد%

الجدول (32)

من خلال الجدول (32) نلاحظ أن نوع التعليقات لليوم الأول كانت كالتالي النص (15)، والصورة (03)، والفيديو (01)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (19)، أما بالنسبة لليوم الثاني فكانت للنص (10)، والصورة (00)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (10) أما بالنسبة لليوم الثالث فكان للنص (09)، وللصورة (01)، وللفيديو (01)، وللكاريكاتير وكان المجموع (11)، أما بالنسبة لليوم الرابع فكان للنص (05)، وللصورة (00)، وللفيديو (00)، وللكاريكاتير (00)، وكان المجموع (05)، أما عن اليوم الخامس فكان النص (03)، والصورة (00)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (03). أما عن المجموع الكلي فكان (48).

وبخصوص النسب المئوية فكانت أكبر نسبة لليوم الأول بنسبة (39)، بخلاف الأيام الثاني والثالث والرابع، وأقل نسبة كانت في اليوم الخامس والأخير بنسبة (07)، ونلاحظ أيضا أن نوع التعليقات كانت أكبر نسبة للنص أما عن نوع التعليقات في الأيام الخمسة فكان للنص (42)، وللصورة (04) وللفيديو (02)، وللكاريكاتير (00)، ونلاحظ أن أكبر نسبة كانت للنص بنسبة (87)، أما أقل نسبة كانت للكاريكاتير بنسبة (00)، وكان المجموع الكلي للنسب هو (100).

4-2 وقف تجمع عمارة وغول من طرف شباب جزائريين بليل الفرنسية:

النسبة المئوية	المجموع المتعلق	5	4	3	2	1	الأيام
المتعلقة بنوع التعليقات ل أيام5%	بنوع التعليقات ل5 أيام						نوع التعليقات
84	58	05	09	11	15	18	نص
12	08	00	02	00	01	05	صورة

04	03	00	01	00	01	01	فيديو
00	00	00	00	00	00	00	كاريكاتير
	69	05	12	11	17	24	المجموع المتعلق بنوع التعليقات في اليوم الواحد
100	100	07	17	16	25	35	النسبة المئوية المتعلقة بنوع التعليقات في اليوم الواحد %

الجدول (33)

من خلال الجدول (33) نلاحظ أن نوع التعليقات لليوم الأول كانت كالتالي النص (18)، والصورة (05)، والفيديو (01)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (24)، أما بالنسبة لليوم الثاني فكانت للنص (15)، والصورة (01)، والفيديو (01)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (17) أما بالنسبة لليوم الثالث فكان للنص (11)، وللصورة (00)، وللفيديو (00)، وللكاريكاتير (00)، وكان المجموع (11)، أما بالنسبة لليوم الرابع فكان للنص (09)، وللصورة (02)، وللفيديو (01)، وللكاريكاتير (00)، وكان المجموع (12)، أما عن اليوم الخامس فكان النص (05)، والصورة (00)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (05). وكان المجموع الكلي (69).

وبخصوص النسب المئوية فكانت أكبر نسبة لليوم الأول بنسبة (35)، بخلاف الأيام الثاني والثالث والرابع، وأقل نسبة كانت في اليوم الخامس والأخير بنسبة (07)، ونلاحظ أيضا أن نوع التعليقات كانت أكبر نسبة للنص (84) أما عن نوع التعليقات في الأيام الخمسة فكان للنص (58)، وللصورة (08) وللفيديو (03)، وللكاريكاتير (00)، ونلاحظ أن أكبر نسبة كانت للنص بنسبة (84)، أما أقل نسبة كانت للكاريكاتير بنسبة (00)، وكان المجموع الكلي للنسب هو (100).

4-3 السكن مقابل الانتخاب: بدايتها تهديد ونهايتها عند الله:

النسبة المئوية المتعلقة بنوع التعليقات ل5 أيام %	المجموع المتعلق بنوع التعليقات ل5 أيام	5	4	3	2	1	الأيام نوع التعليق
92	55	4	8	10	15	18	نص
5	3	1	0	1	0	1	صورة
0	0	0	0	0	0	0	فيديو
3	2	1	0	0	0	1	كاريكاتير
	60	6	8	11	15	20	المجموع المتعلق بنوع التعليقات
100	100	10	13	18	25	34	النسبة المئوية المتعلقة بنوع التعليقات %

الجدول (34)

من خلال الجدول (34) نلاحظ أن نوع التعليقات لليوم الأول كانت كالتالي النص (18)، والصورة (01)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (01)، وكان المجموع (20)، أما بالنسبة لليوم الثاني فكانت للنص (15)، والصورة (00)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (15) أما بالنسبة لليوم الثالث فكان للنص (10)، وللصورة (01)، وللفيديو (00)، وللكاريكاتير (00)، وكان المجموع (11)، أما بالنسبة لليوم الرابع فكان للنص (08)، وللصورة (00)، وللفيديو (00) للكاريكاتير (00)، وكان المجموع (08)، أما عن اليوم الخامس فكان النص (04)، والصورة (01)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (01)، وكان المجموع (06). وكان المجموع الكلي (60).

وبخصوص النسب المئوية فكانت أكبر نسبة لليوم الأول بنسبة (34)، بخلاف الأيام الثاني والثالث والرابع، وأقل نسبة كانت في اليوم الخامس والأخير بنسبة (10)، ونلاحظ أيضا أن نوع التعليقات كانت أكبر نسبة للنص (92) أما عن نوع التعليقات في الأيام الخمسة فكان للنص (55)، وللصورة (03) وللفيديو (00)، وللكاريكاتير (02)، ونلاحظ أن أكبر نسبة كانت للنص بنسبة (92)، أما أقل نسبة كانت للفيديو بنسبة (00)، وكان المجموع الكلي للنسب هو (100)

100	100	7	17	16	25	35	النسبة المئوية المتعلقة بنوع التعليقات %
-----	-----	---	----	----	----	----	---

جدول (35)

من خلال الجدول (35) نلاحظ أن نوع التعليقات لليوم الأول كانت كالتالي النص (19)، والصورة (04)، والفيديو (01)، والكاريكاتور (00)، وكان المجموع (24)، أما بالنسبة لليوم الثاني فكانت للنص (14)، والصورة (02)، والفيديو (00)، والكاريكاتور (00)، وكان المجموع (16) أما بالنسبة لليوم الثالث فكان للنص (11)، وللصورة (00)، وللفيديو (01)، وللكاريكاتور (00)، وكان المجموع (12)، أما بالنسبة لليوم الرابع فكان للنص (07)، وللصورة (02)، وللفيديو (00) للكاريكاتور (00)، وكان المجموع (09)، أما عن اليوم الخامس فكان النص (05)، والصورة (02)، والفيديو (02)، والكاريكاتور (00)، وكان المجموع (09). وكان المجموع الكلي (70).

وبخصوص النسب المئوية فكانت أكبر نسبة لليوم الأول بنسبة (34%)، بخلاف الأيام الثاني والثالث، وأقل نسبة كانت في اليومين الرابع والخامس والأخير بنسبة (13%)، ونلاحظ أيضا أن نوع التعليقات كانت أكبر نسبة للنص (80%) وكان المجموع الكلي للنسب هو (100).

4-5 نصر الدين رايو يروي تفاصيل الاعتداء من طرف الشرطة:

نوع التعليقات	1	2	3	4	5	المجموع المتعلق	النسبة المئوية المتعلقة
نص	17	14	10	8	5	54	90
صورة	2	1	0	0	1	4	7
فيديو	0	0	1	0	1	2	3
كاريكاتير	0	0	0	0	0	0	0
المجموع المتعلق بنوع التعليقات في اليوم الواحد	19	15	11	8	7	60	60
النسبة المئوية المتعلقة بنوع التعليقات لليوم الواحد%	25	18	18	13	12	100	100

جدول (36)

من خلال الجدول (36) نلاحظ أن نوع التعليقات لليوم الأول كانت كالتالي النص (17)، والصورة (02)، والفيديو (00)، والكاريكاتير (00)، وكان المجموع (19)، أما بالنسبة لليوم الثاني فكانت للنص (14)، والصورة (01)، والفيديو (00)،

والكاريكاتور(00)، وكان المجموع(15) أما بالنسبة لليوم الثالث فكان للنص(10)، وللصورة(00)، وللفيديو(01)، وللكاريكاتور(00)، وكان المجموع (11)، أما بالنسبة لليوم الرابع فكان للنص(08)، وللصورة(00)، وللفيديو (00) للكاريكاتور(00)، وكان المجموع (08)، أما عن اليوم الخامس فكان النص(05)، والصورة(00)، والفيديو(00)، والكاريكاتور(00)، وكان المجموع(05). وكان المجموع الكلي (60).

وبخصوص النسب المتوية فكانت أكبر نسبة لليوم الأول بنسبة (32%)، بخلاف الأيام الثاني والثالث والرابع ، وأقل نسبة كانت في اليوم الخامس والأخير بنسبة (12%)، ونلاحظ أيضا أن نوع التعليقات كانت أكبر نسبة للنص(90%) وكان المجموع الكلي للنسب هو (100).

5 . عدد كلمات التعليق :

5.1 المنشور الأول المناضلة في حركة 8ماي منار منصري أصدعوا بالحق فسكوتنا هواننا:

عدد الكلمات	التعليقات	الأيام
03	امرأة بألف رجل	اليوم الأول
16	hia masria machi jazairia, aachet fi dzair hia, kanet fi moudhaharet misr 2011.hia tekhdem maa zitout.	اليوم الثاني
16	عبد المالك سلال يصرح: " لن نسكت على التزوير و السطو على إرادة الشعب"؟؟	اليوم الثالث
04	الحزي والعار على الساكتين	اليوم الرابع
06	هذي كلمة في مكانها شكرا أخي.	اليوم الخامس
45		المجموع

الجدول(37)

5.2 المنشور الثاني:وقف تجمع عمارة و غول من طرف شباب جزائريين بليل الفرنسية:

عدد الكلمات	التعليقات	الأيام
08	إن سمعت كلمة عوووووووووووووووو اعرف انك في خطر	اليوم الأول
08	Bravo a nos jeunes contre ce système corrompu	اليوم الثاني
04	تحيا الشاوية في ليل	اليوم الثالث
04	mli7a bezef wallah hhhhh	اليوم الرابع
03	الجزائر حرة قريبا.....	اليوم الخامس
27		المجموع

الجدول (38)

5. 3 المنشور الثالث: السكن مقابل الانتخاب... بدايتها تهديد و نهايتها ربي يستر:

عدد الكلمات	التعليقات	الأيام
07	يبنزون الناس في حقوقهم ... مملكة بوتسريقة	اليوم الأول

03	لا تنتخب الطاعوت.	اليوم الثاني
07	تتفكروا شعب غير في فوط سياسة كرطوون	اليوم الثالث
14	قلتم لا دخل للدين في السياسة والآن أصبحتم تسيسون في بيوت الله يا منافقين	اليوم الرابع
08	من باع نفسه لا يستحق أن يكون جزائريا	اليوم الخامس
39		المجموع

الجدول (39)

5. 4 المنشور الرابع: البويرة مظاهرات سلمية حولها القمع إلى مشادات عنيفة:

عدد الكلمات	التعليقات	الأيام
04	الجيش الحر الوطني الجزائري	اليوم الأول
08	معليش تكتب إن شاء الله هكذا مرة الجاية.	اليوم الثاني

14	Ya khawti la police ta3na les esclaves ta3 les esclaves ta3 France & USA	اليوم الرابع
07	سيأتي يومك أنت يا صرصور النظام الصلوكي.	اليوم الخامس
58		المجموع

الجدول (41)

2- فئة المضمون:

1- نوع المنشور:

1. 1 طبيعة الحوار وتوجهاته لدى كل من المتحاورين في المجموعتين:

1 مفهوم الحوار: هو أداة للكشف عن الحقائق والأشياء الخفية, ومن خلاله تتم الإجابة عن كثير من علامات الاستفهام, والإشكالات العالقة في الدهن, أو تزيد من القناعات الذاتية, كما يمكن من خلاله كشف الباطل ودحض وكشف مؤثرات بطلانه,

ودلائله وبشكل مجمل فإن الحوار ينضج الأفكار والقرارات, ويحرك العقل باتجاه الإبداع والتجديد والتحرر في الحدود التي يفرضها مرجعية الاختلاف.¹⁰

للحوار أنواع أهمها:

1 الحوار الإيجابي: هو الحوار الصادق المتفائل المتكافئ الواقعي الذي يحترم الرأي الآخر,الهدف منه إثبات الحقيقة ,حيث هي لا حيث نراها بأهوائنا ورغباتنا الشخصية التي عادة ما تكون متحيزة بحكم طبيعة النفس البشرية القاصرة.

2 الحوار السلبي: ذلك الحوار الذي يستخف بالآخرين ويستحققهم ,ويقلل من قيمتهم ,وليُعترف بوجودهم وجودا حقيقيا ,والذي يعتمد على الجدل ,أو التسلط أو إلغاء الآخر وتهميشه وتجاهله, ويكون صاحبه سطحيا في نقاشه وفكره أحيانا ,أو معاكسا سلبيا.

2 أهم شروط الحوار:

1الشعور بالحاجة: الحوار ليس ترفا ,بل إحساس بالحاجة ورغبة في الخروج من أزمة ,فإن لم تكن هناك قضية أو مشكلة أو اختلاف فلا يكون هناك داع للحوار ,ولن يتولد حافز لدى الأطراف المتباينة للمضي بجدية في الخبرة الحوارية.

2 الخروج من الذات: أي كل طرف من أطراف الحوار يجب أن يخرج من ذاته, ويجب أن يدرك كل إنسان أن الحوار مع الآخر هو شرط أساسي لارتقائه روحيا واجتماعيا وذهنيا, ونخص بالذكر الحوار العقلاني القائم على حجج وبراهين منطقية ,من خلال هذا الحوار يدرك الشخص أن الآخرين لديهم رؤية وفكرا, وبالتالي يستحقون من يستمع إليهم ,ويتبادل الرأي معهم.

3 إدراك الاختلاف: الحوار لا يتم بين أشخاص متماثلين في الفكر وأسلوب العمل ,بل يتبع من الاختلاف ,ومن رغبة المختلفين أنفسهم في الوصول إلى إدارة سلبية عقلانية للاختلاف حتى لا يتحول إلى خلاف أو نزاع أو قطيعة والاعتراف به هو أحد شروط الحوار.¹¹

نوع المنشور:

1. المجموعة الأولى: الجيش الوطني الالكتروني الجزائري

النسبة	المجموع	5	4	3	2	1	الأيام
المئوية %							المنشور

¹⁰- جمال محمد مسرور، دور الحوار الاجتماعي بين أطراف الإنتاج في التصديق على الاتفاقيات العربية في الحلقة النقاشية د ط ، 2012 ، ص11.

1-جمال محمد مسرور، المرجع السابق، ص24.

41	16	06	03	01	02	04	سياسي
31	12	01	02	03	04	02	اجتماعي
15	06	02	00	00	01	03	اقتصادي
08	03	02	00	01	00	00	ثقافي
05	02	00	02	00	00	00	أخرى
	39	11	07	05	07	09	المجموع
	39						
100	100	28	18	13	18	23	النسبة المئوية %

جدول (42)

- نلاحظ من خلال الجدول (42) أنه في اليوم الأول كانت المواضيع السياسية (04) والاجتماعية (02) واقتصادية (03) والثقافية (00)

والمواضيع الأخرى كانت (00) و مجموع المواضيع هو (09)

في اليوم الثاني كانت المواضيع كالتالي السياسية (02) والاجتماعية (04) واقتصادية (01) والثقافية (00) والمواضيع الأخرى كانت

(00) و مجموع المواضيع هو (07)

أما في اليوم الثالث فكانت المواضيع كالتالي السياسية (01) والاجتماعية (03) واقتصادية (00) والثقافية (01) والمواضيع الأخرى

كانت (00) و مجموع المواضيع هو (05)

بالنسبة لليوم الرابع كانت المواضيع السياسية (03) والاجتماعية (02) واقتصادية (00) والثقافية (00) والمواضيع الأخرى كانت (02)

و مجموع المواضيع هو (07).

أما بالنسبة لليوم الخامس فكانت المواضيع كالتالي السياسية (06) والاجتماعية (01) واقتصادية (02) والثقافية (02) والمواضيع الأخرى

كانت (02) و مجموع المواضيع كان (11)

المجموع الكلي لنوع المواضيع في الأيام الخمس هو (39).

أما بخصوص النسبة المئوية (28) كأعلى نسبة في اليوم الخامس خلافا عن باقي الأيام كما أن أقل نسبة (13) ذلك في اليوم الثالث ومن جهة أخرى بالنسبة للنسب المئوية الخاصة بنوع كل موضوع (41) فكانت في الموضوع السياسي و أدناها (05) فكانت في المواضيع الأخرى وصلنا في الأخير إلى المجموع الكلي للنسب المئوية هي (100%).

2 . المجموعة الثانية : عين المكان الجزائر

النسبة المئوية لنوع المنشور الواحد %	المجموع لنوع المنشور الواحد	الأيام						
		5	4	3	2	1	المنشور	
65	30	02	04	06	08	10	سياسي	
9	04	00	01	02	00	01	اجتماعي	
10	05	00	02	01	02	00	اقتصادي	
9	04	01	02	00	00	01	ثقافي	
7	03	02	00	00	00	01	أخرى	
	39	05	09	09	10	13	مجموع نوع المنشورات لليوم	

	39						الواحد
100	100	10	20	20	22	28	النسبة المئوية لنوع المنشور لليوم الواحد%

الجدول (43)

- من خلال الجدول (43) نلاحظ أنه في اليوم الأول كانت المواضيع السياسية (10) والاجتماعية (01) واقتصادية (00) والثقافية (01) والمواضيع الأخرى كانت (01) و مجموع المواضيع هو (13).

في اليوم الثاني كانت المواضيع كالتالي السياسية (08) والاجتماعية (00) واقتصادية (02) والثقافية (00) والمواضيع الأخرى كانت (00) و مجموع المواضيع هو (10).

أما في اليوم الثالث فكانت المواضيع كالتالي السياسية (06) والاجتماعية (02) واقتصادية (01) والثقافية (00) والمواضيع الأخرى كانت (00) و مجموع المواضيع هو (09).

بالنسبة لليوم الرابع كانت المواضيع السياسية (04) والاجتماعية (01) واقتصادية (02) والثقافية (02) والمواضيع الأخرى كانت (00) و مجموع المواضيع هو (09).

أما بالنسبة لليوم الخامس فكانت المواضيع كالتالي السياسية (02) والاجتماعية (00) واقتصادية (00) والثقافية (01) والمواضيع الأخرى كانت (02) و مجموع المواضيع كان (05)، المجموع الكلي لنوع المواضيع في الأيام الخمس هو (39). أما بخصوص النسبة المئوية (28%) كأعلى نسبة في اليوم الخامس خلافا عن باقي الأيام كما أن أقل نسبة (13) ذلك في اليوم الثالث ومن جهة أخرى بالنسبة

للسبب المئوية الخاصة بنوع كل موضوع (41%) فكانت في الموضوع السياسي و أدناها (05%) فكانت في المواضيع الأخرى

وصلنا في الأخير إلى المجموع الكلي للنسب المئوية هي (100%).

2.1 دافعية المتحاورين في المجموعتين بالاعتماد على العقلانية كآلية جوهرية

للحوار:

1- متغير الانغماس:

نعني به الاهتمام بالشئ أو التفكير به أو الالتزام بموقف معين تجاه قضية ما.

تعريف "شريف و كانتريل" هو الارتباط بمجموعة من القيم الاجتماعية التي يمثلها الفرد وتشكل جزءاً لا يتجزأ من ذاته، ولها سمات وجدانية ذات درجات مختلفة الشدة من الشدة والأهمية "

1- مؤشر الأهمية الشخصية للرسالة: ونعني بذلك الأهمية التي تحضى بها القضية المتعلقة بالرسالة لدى الشخص القارئ أو المشترك في مضمون الرسالة، وأهمية موضوع الرسالة راجع لارتباطه بإحدى المفاهيم الذاتية: القيم والأهداف الذاتية.¹²

2- مؤشر الحجج المقدمة في الرسالة: يندرج ضمن دراسات الانغماس العائدي، والذي نعني به أن الرسالة تعتمد على حجج وبراهين تؤثر في القارئ الصفحة، وحتى المتصفح، ويتفاعل مضمون الرسالة مع قوة الحجج المطروحة.¹³

3- مؤشر الارتباط المدرك بالرسالة:¹⁴ "Perceived Relevance" يدخل ضمن التعريفات الوجدانية والتي تشمل عناصر الاهتمام والبروز والارتباط وردود الأفعال العاطفية، وارتباط مضمون الرسالة بادراكاتنا الذاتية والفردية.¹⁵

4- مؤشر المعالجة الموجهة: نعني بها الاتفاق مع مضمون الرسالة، والاقتناع بالموضوع المطروح، مع إثارة الرسالة بأفكار مرغوب فيها وتنفق ومضمون الرسالة.¹⁶

(2) - متغير الحاجة إلى المعرفة: "Controlled Processing"

1- مؤشر اختلاف الوعي: نعني بذلك اختلاف المجهود العقلي بين الأفراد في مستوى الوصول إلى معارف جديدة. مع اختلاف في إنتاج للأفكار عند تعرضهم للموضوعات المختلفة.¹⁷

1. شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات فغي تشكل اتجاهات الرأي العام، الدار المصرية اللبنانية، ط1، ذو الحجة 1424هـ، فبراير 2004م، ص174.

¹³ شيماء ذو الفقار زغيب، نفس المرجع السابق، ص173.

¹⁴ - شيماء ذو الفقار زغيب، نفس المرجع السابق، ص176.

¹⁵ - شيماء ذو الفقار زغيب، نفس المرجع السابق، ص176.

¹⁶ - شيماء ذو الفقار زغيب، نفس المرجع السابق، ص178.

⁶ - شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكل اتجاهات الرأي العام، ص188.

2- مؤشر الموضوعية: ونعني به الأفراد الأعلى في مستوى الحاجة إلى المعرفة، لا بد أن يكونوا موضوعيين دائما في تفكيرهم، مقارنة بالأفراد

الأدنى في مستوى الحاجة إلى المعرفة، إلا أنها قد تكون موضوعية نسبيا في بعض الأحيان بالنسبة للرسالة.¹⁸

3- مؤشر ردود الأفعال العاطفية والدافعية: نقصد به أن الأفراد الأعلى في مستوى الحاجة للمعرفة يتفاعلون بصورة أكثر إيجابية اتجاه المثيرات الم

للأفكار بدءا من الموضوعات السياسية.¹⁹

4- مؤشر البحث عن المعلومات: نعني به الأفراد الأكثر استخداما لوسائل الإعلام في جمع المعلومات، كما أظهرت الدراسات التحليلية أن الأ

حاجة للمعرفة هو أكثر بحث عن المعلومات في العديد من القضايا والأحداث.²⁰

5- مؤشر التأثير بأسلوب الرسالة: من يتأثر بأسلوب الرسالة هو من يثير دافعيته للتفكير في الرسالة ، وهذا التأثير يظهر بصورة أكبر لدى منحنف

الحاجة للمعرفة. أما بالنسبة لمرتفع الحاجة للمعرفة فهو لا يحتاج إلى هذا الأسلوب لإثارة دافعيته.

(3) - متغير الميل إلى الجدل:

1- مؤشر احتمالية النجاح: تعني إدراك الفرد لمدى احتمالية نجاحه في مناقشة معينة، ومعيار النجاح ذاتي، يقصد به كسب مناقشة ما، وإقناع الآخ

بموقف معين.²¹

2- مؤشر احتمالية الفشل: تعني إدراك الفرد لمدى احتمالية فشله في مناقشة ما.

3- مؤشر أهمية النجاح: إدراك الفرد لمدى أهمية نجاحه في خوض مناقشة ما.

4- مؤشر أهمية الفشل: تعني إدراك الفرد لمدى أهمية أو خطورة فشله في مناقشة ما.²²

7. شيماء ذو الفقار زغيب، المرجع السابق ص188.

¹ شيماء ذو الفقار زغيب، ص190

²⁰ - شيماء ذو الفقار زغيب، ص190، 191

²¹ شيماء ذو الفقار زغيب، ص191.

⁴ - شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكل اتجاهات الرأي العام، ص192.

1 . مجموعة الجيش الوطني الالكتروني:

1 متغير الانغماس:

المتغيرات	الأهمية	الحجج المقدمة	الارتباط	المعالجة	المجموع	النسبة
عدد التعليقات للمنشورات	الشخصية	في الرسالة	المدرک	الموجهة	المتعلق بعدد	المثوية
	للمرسالة		بالرسالة		تعليقات	لعدد
					المتغير	تعليقات
						المتغير %
عدد تعليقات المنشور الأول	16	10	25	15	66	39
عدد تعليقات المنشور الثاني	04	03	06	02	15	09
عدد تعليقات المنشور الثالث	07	04	33	06	50	29
عدد تعليقات المنشور الرابع	05	02	08	05	20	12
عدد تعليقات المنشور الخامس	04	03	09	03	19	11
المجموع المتعلق بالمؤشرات	36	22	81	31	170	
النسبة المئوية المتعلقة بالمؤشرات %	21	13	48	18	100	100

الجدول رقم (44)

من خلال الجدول (44)، يتضح لنا أن عدد تعليقات المنشور الأول في المؤشر الأول «الأهمية الشخصية للرسالة» (16) تعليق وفي المؤشر الثاني " الحجج المقدمة للرسالة" (10) تعليقات وفي المؤشر الثالث " الارتباط المدرک بالرسالة" (25) تعليق وفي المؤشر الرابع " المعالجة الموجهة" (15) تعليق، وكان المجموع الكلي (66) تعليق.

في المنشور الثاني المؤشر الأول (04) تعليقات وفي المؤشر الثاني (03) تعليقات وفي المؤشر الثالث (06) تعليقات وفي المؤشر الرابع (02) تعليق وكان المجموع (15)

في المنشور الثالث، في المؤشر الأول (07)، تعليقات وفي المؤشر الثاني (04) تعليقات وفي المؤشر الثالث (33) تعليق وفي المؤشر الرابع (06) تعليقات، وكان المجموع (50) تعليق،

في المنشور الرابع في المؤشر الأول (05) تعليقات في المؤشر الثاني (02) تعليقات في المؤشر الثالث (08) تعليقات في المؤشر الرابع (05) تعليقات، وكان المجموع (20) تعليق.

في المنشور الخامس في المؤشر الأول (04) تعليقات في المؤشر الثاني (03) تعليقات في المؤشر الثالث (09) تعليقات في المؤشر الرابع (03) تعليقات وكان المجموع (19) تعليق.

وإذا تحدثنا عن المجموع الكلي لكل من المؤشرات وعدد التعليقات للمناشير فقد كان 170 حيث نرى أن أكبر مجموع لتعليقات المؤشر الواحد هو (81) لمؤشر " الارتباط المدرك بالرسالة " وبخصوص أكبر مجموع للمنشور الواحد هو (66) تعليق للمنشور الأول.

أما فيما يخص النسب المئوية كانت أعلى نسبة بخصوص المؤشرات لمؤشر الارتباط المدرك بالرسالة و هي (48%) و أقل نسبة كانت لمؤشر الحجج المقدمة في الرسالة و هي (13%). و في الأخير توصلنا إلى المجموع الكلي للنسب و هو (100%).

2. الحاجة إلى المعرفة:

المؤشرات	اختلاف الوعي	الموضوعية	ردود الأفعال العاطفية والدافعية	البحث عن المعلومات	التأثر بأسلوب الرسالة	المجموع المتعلق بعدد المنشائر	النسبة المئوية المتعلقة بعدد المنشائر %
عدد التعليقات للمنشائر	04	05	03	09	03	24	70
عدد تعليقات المنشور الأول	00	04	01	03	02	10	30
عدد تعليقات المنشور الثاني	00	00	00	00	00	00	00
عدد تعليقات المنشور الثالث	00	00	00	00	00	00	00
عدد تعليقات المنشور الرابع	00	00	00	00	00	00	00
عدد تعليقات المنشور الخامس	04	09	04	12	05	34	100
النسبة المئوية المتعلقة بالمؤشرات %	12	26	12	35	15	100	100

الجدول (45)

من خلال الجدول (45)، يتضح لنا أن عدد تعليقات المنشور الأول في المؤشر الأول "اختلاف الوعي" (04) تعليقات وفي المؤشر الثاني "الموضوعية" (05) تعليقات وفي المؤشر الثالث "ردود الأفعال العاطفية والدافعية" (03) تعليقات وفي المؤشر الرابع "البحث عن المعلومات" (09) تعليقات، وفي المؤشر الخامس "التأثر بأسلوب الرسالة" (03) تعليقات وكان المجموع الكلي (24) تعليق. في المنشور الثاني المؤشر الأول (00) تعليقات وفي المؤشر الثاني (04) تعليقات وفي المؤشر الثالث (01) تعليقات وفي المؤشر الرابع (03) تعليق و في المؤشر الخامس (02) تعليق وكان المجموع (10).

في المنشور الثالث، في المؤشر الأول (00)، تعليقات وفي المؤشر الثاني (00) تعليقات وفي المؤشر الثالث (00) تعليق وفي المؤشر الرابع (00) تعليقات، و في المؤشر الخامس (00) تعليق وكان المجموع (00) تعليق.

في المنشور الرابع في المؤشر الأول (00) تعليقات في المؤشر الثاني (00) تعليقات في المؤشر الثالث (00) تعليقات في المؤشر الرابع (00) تعليقات، و في المؤشر الخامس (00) تعليق وكان المجموع (00) تعليق.

في المنشور الخامس في المؤشر الأول (00) تعليقات في المؤشر الثاني (00) تعليقات في المؤشر الثالث (00) تعليقات في المؤشر الرابع (00) تعليقات، و في المؤشر الخامس (00) تعليق وكان المجموع (00) تعليق.

وإذا تحدثنا عن المجموع الكلي لكل من المؤشرات وعدد التعليقات للمناشير فقد كان 34 حيث نرى أن أكبر مجموع لتعليقات المؤشر الواحد هو (12) لمؤشر " البحث عن المعلومات " وبخصوص أكبر مجموع للمنشور الواحد هو (24) تعليق للمنشور الأول.

أما فيما يخص النسب المئوية كانت أعلى نسبة بخصوص المؤشرات لمؤشر "البحث عن المعلومات" وهي (35%) و أقل نسبة كانت لمؤشري اختلاف الوعي و ردود الأفعال العاطفية والدافعية وهي (12%). و بخصوص النسب المئوية المتعلقة بعدد التعليقات للمنشور الواحد كانت في (70%) كأعلى نسبة مئوية وذلك في المنشور الأول الأخير توصلنا إلى المجموع الكلي للنسب و هو (100%).

3. متغير الميل إلى الجدل:

المؤشرات عدد التعليقات المتعلقة بالمنشور	احتمالية الفشل	احتمالية النجاح	أهمية النجاح	أهمية الفشل	المجموع المتعلق بعدد تعليقات المنشور	النسبة المئوية المتعلقة بعدد تعليقات المنشور %
عدد تعليقات المنشور الأول	05	02	02	00	09	34

08	02	00	01	00	01	عدد تعليقات المنشور الثاني
58	15	04	05	01	05	عدد تعليقات المنشور الثالث
00	00	00	00	00	00	عدد تعليقات المنشور الرابع
00	00	00	00	00	00	عدد تعليقات المنشور الخامس
	26	04	08	03	11	المجموع المتعلق بالمؤشرات
100	100	15	31	12	42	النسبة المئوية المتعلقة بالمؤشرات %

الجدول (46)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (46) أن عدد للمنشور الأول في مؤشر التعليقات احتمالية النجاح (05)، تعليقات ومؤشر احتمالية الفشل تعليقين (2)، وفي مؤشر أهمية النجاح (02) تعليق وفي المؤشر الرابع " أهمية الفشل " (00) تعليق، وكان المجموع (9) تعليق.

في المنشور الثاني للمؤشر الأول عدد تعليقاته (01) تعليق، وفي المؤشر الثاني (00) لا توجد تعليقات وفي المؤشر الثالث (01) تعليق وفي المؤشر الرابع لا توجد تعليقات، أي (00).

في المنشور الثالث، في المؤشر الأول (05)، تعليقات وفي المؤشر الثاني (01) تعليق وفي المؤشر الثالث (05) تعليق وفي المؤشر الرابع (04) تعليقات، وكان المجموع (15) تعليق.

في المنشور الرابع في المؤشر الأول (00) تعليقات في المؤشر الثاني (00) تعليقات في المؤشر الثالث (00) تعليقات في المؤشر الرابع (00) تعليقات، وكان المجموع (00) تعليق.

في المنشور الخامس في المؤشر الأول (00) تعليقات في المؤشر الثاني (00) تعليقات في المؤشر الثالث (00) تعليقات في المؤشر الرابع (00) تعليقات، وكان المجموع (00) تعليق.

وإذا تحدثنا عن المجموع الكلي لكل من المؤشرات وعدد التعليقات للمنشورات فقد كان (26)، حيث نرى أن أكبر مجموع لتعليقات المؤشر الواحد (11) مؤشر " احتمالية النجاح "، وبخصوص أكبر مجموع للمنشور الواحد هو (15) تعليق للمنشور الثالث.

أما فيما يخص النسب المئوية كانت أعلى نسبة بخصوص المؤشرات مؤشر "احتمالية النجاح" وهي (42%) و أقل نسبة كانت مؤشر احتمالية الفشل وهي (12%). و بخصوص النسب المئوية المتعلقة بعدد التعليقات للمنشور الواحد كانت في (15%) كأعلى نسبة مئوية وذلك في المنشور الثالث، وفي الأخير توصلنا إلى المجموع الكلي للنسب و هو (100%).

2 مجموعة عين المكان الجزائر:

1. متغير الانغماس

المؤشرات عدد التعليقات للمناشير	الأهمية الشخصية للرسالة	الحجج المقدمة للرسالة	الارتباط المدرک للرسالة	المعالجة الموجهة	المجموع المتعلق بعدد التعليقات	النسبة المتعلقة بعدد التعليقات %
عدد التعليقات للمنشور الأول	18	12	17	13	60	43
عدد التعليقات للمنشور الثاني	7	3	5	0	15	11
عدد التعليقات للمنشور الثالث	13	2	10	5	30	29
عدد التعليقات للمنشور الرابع	10	5	6	4	25	18
عدد التعليقات للمنشور الخامس	4	1	2	2	9	6
المجموع المتعلق بالمؤشرات	52	23	40	24	139	139

100	100	17	29	17	37	النسبة المئوية المتعلقة بالمؤشرات%
-----	-----	----	----	----	----	------------------------------------

الجدول (47)

من خلال الجدول (47)، يتضح لنا أن عدد تعليقات المنشور الأول في المؤشر الأول «الأهمية الشخصية للرسالة»

(18) تعليق وفي المؤشر الثاني " الحجج المقدمة للرسالة" (12) تعليقات وفي المؤشر الثالث " الارتباط المدرك بالرسالة" (17) تعليق وفي

المؤشر الرابع " المعالجة الموجهة" (13) تعليق، وكان المجموع الكلي (60) تعليق.

في المنشور الثاني المؤشر الأول (07) تعليقات وفي المؤشر الثاني (03) تعليقات وفي المؤشر الثالث (05) تعليقات وفي المؤشر الرابع (00)

تعليق وكان المجموع (15).

في المنشور الثالث، في المؤشر الأول (13)، تعليقات وفي المؤشر الثاني (02) تعليقات وفي المؤشر الثالث (10) تعليق وفي المؤشر

الرابع (05) تعليقات، وكان المجموع (30) تعليق.

في المنشور الرابع في المؤشر الأول (10) تعليقات في المؤشر الثاني (05) تعليقات في المؤشر الثالث (06) تعليقات في المؤشر

الرابع (04) تعليقات، وكان المجموع (25) تعليق.

في المنشور الخامس في المؤشر الأول (04) تعليقات في المؤشر الثاني (01) تعليقات في المؤشر الثالث (02) تعليقات في المؤشر الرابع

(02) تعليقات وكان المجموع (09) تعليق.

وإذا تحدثنا عن المجموع الكلي لكل من المؤشرات وعدد التعليقات للمناشير فقد كان 139 حيث نرى أن أكبر مجموع لتعليقات المؤشر

الواحد هو (52) لمؤشر " الأهمية الشخصية للرسالة " وبخصوص أكبر مجموع للمنشور الواحد هو (60) تعليق للمنشور الأول.

أما فيما يخص النسب المئوية كانت أعلى نسبة بخصوص المؤشرات لمؤشر الأهمية الشخصية للرسالة و هي (37%) و أقل نسبة كانت

للمؤشرين الثاني والرابع و هي (17%). و في الأخير توصلنا إلى المجموع الكلي للنسب و هو (100%).

2 متغير الحاجة إلى المعرفة:

المؤشرات	اختلاف الوعي	الموضوعية	ردود الأفعال	البحث عن المعلومات	التأثير عن أسلوب الرسالة	المجموع المتعلق	النسبة المئوية
عدد تعليقات المنشور	10	15	06	10	04	43	عدد تعليقات المنشور
عدد تعليقات المنشور الأول	07	01	00	01	01	10	الثاني عدد تعليقات المنشور
عدد تعليقات المنشور الثالث	05	01	00	01	00	07	عدد تعليقات المنشور الثالث
عدد تعليقات المنشور الرابع	09	04	01	01	00	15	عدد تعليقات المنشور الرابع
عدد تعليقات المنشور الخامس	07	03	10	04	01	25	عدد تعليقات المنشور الخامس
المجموع	38	24	17	17	06	102	المجموع
النسبة المئوية %	36	24	17	17	06	100%	النسبة المئوية %

الجدول (47)

النسبة المئوية المتعلقة بعدد التعليقات للمناشير	المجموع المتعلق بعدد التعليقات للمناشير	أهمية الفشل	أهمية النجاح	احتمالية الفشل	احتمالية النجاح	المؤشرات عدد التعليقات للمناشير
44%	20	2	9	0	9	عدد التعليقات للمنشور الأول
16%	7	0	2	0	5	عدد التعليقات للمنشور الثاني
7%	3	0	1	1	1	عدد التعليقات للمنشور الثالث
22%	10	0	1	0	9	عدد التعليقات للمنشور الرابع
11%	5	0	12	1	2	عدد التعليقات للمنشور الخامس
	45 / 45	2	15	2	26	المجموع المتعلق بالمؤشرات
100	100	4	34	4	58	النسبة المئوية المتعلقة بالمؤشرات %

الجدول (48)

3 . متغير الميل إلى الجدل:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (48) أن عدد للمنشور الأول في مؤشر التعليقات احتمالية النجاح (09)، تعليقات ومؤشر احتمالية الفشل (00)، وفي مؤشر أهمية النجاح (09) تعليق وفي المؤشر الرابع " أهمية الفشل " (02) تعليق، وكان المجموع (20) تعليق.

في المنشور الثاني للمؤشر الأول عدد تعليقاته (05) تعليق، وفي المؤشر الثاني (00) لا توجد تعليقات وفي المؤشر الثالث (02) تعليق وفي المؤشر الرابع لا توجد تعليقات، أي (00) وكان المجموع (07)

في المنشور الثالث، في المؤشر الأول (01)، تعليقات وفي المؤشر الثاني (01) تعليق وفي المؤشر الثالث (01) تعليق وفي المؤشر الرابع (00) تعليقات، وكان المجموع (03) تعليق.

في المنشور الرابع في المؤشر الأول (09) تعليقات في المؤشر الثاني (00) تعليقات في المؤشر الثالث (01) تعليقات في المؤشر الرابع (00) تعليقات، وكان المجموع (10) تعليق.

في المنشور الخامس في المؤشر الأول (02) تعليقات في المؤشر الثاني (01) تعليقات في المؤشر الثالث (02) تعليقات في المؤشر الرابع (00) تعليقات، وكان المجموع (05) تعليق.

وإذا تحدثنا عن المجموع الكلي لكل من المؤشرات وعدد التعليقات للمنشورات فقد كان (45)، حيث نرى أن أكبر مجموع تعليقات المؤشر الواحد (26) مؤشر " احتمالية النجاح "، وبخصوص أكبر مجموع للمنشور الواحد هو (20) تعليق للمنشور الأول.

أما فيما يخص النسب المئوية كانت أعلى نسبة بخصوص المؤشرات لمؤشر "احتمالية النجاح" وهي (58%) و أقل نسبة كانت لمؤشر احتمالية الفشل و أهمية الفشل وهي (04%). و بخصوص النسب المئوية المتعلقة بعدد التعليقات للمنشور الواحد كانت في (15%) كأعلى نسبة مئوية وذلك في المنشور الثالث، وفي الأخير توصلنا إلى المجموع الكلي للنسب و هو (100%).

3.1 قدرة المتحاورين في المجموعتين بالاعتماد على العقلانية كآلية جوهرية

للحوار:

(4) -متغير المعرفة السابقة: "Prior Knowledge"

1- مؤشر استرجاع المعلومات: نعني بها قدرة الأفراد على استرجاع المعلومات المرتبطة بموضوع الاتجاه، كما أن الأفراد الأكثر قدرة على استرجاع المعلومات هم الأكثر أفراد تقبلاً لكل أنواع الرسائل، المؤيدة والمعارضة.²³

2- مؤشر تنظيم وتقييم المعلومات: نعني بها أن الأفراد الأعلى في مستوى المعرفة السابقة تكون لديهم بنى معرفية متطورة، تمكنهم من تنظيم وتقييم المعلومات المرتبطة بهذه البنى باتساق، كما أنهم يعتمدون على المخزون الذي لديهم عند تقييم المعلومات خاصة الجديدة منها.²⁴

3- مؤشر الحجج المضادة للرسائل: نعني بها أن المتلقين ذوي مستويات المعرفة السابقة المرتفعة عند تعرضهم لرسالة معارضة لاتجاهاتهم يكونون أكثر قدرة على التفكير في حجج وبراهين مضادة.²⁵

"5- متغير التشتت: "Distraction"

(1) - مؤشر تبرير الجهد: Effort Justification "

يظهر تبرير الجهد من خلال الجهد المطلوب بذله من قبل الأفراد الذين يتعرضون لعملية التشتت لفهم الرسالة المضادة التي يتعرضون لها يزيد من شعورهم بالتنافر الذي يسعون إلى تخفيفه من خلال الاستجابة للرسالة.²⁶

(2) - مؤشر تمزق الأفكار: "Thought Disruption" هي الرسائل التي يسهل تفنيدها، وتؤدي إلى زيادة تأثير متغير التشتت سيحول دون التفكير في براهين وحجج مضادة لهذه الرسائل.²⁷

3- مؤشر إخفاء النية التأثيرية للرسالة: نعني بها أن الأفراد المعرضين للتشتت يكونون أقل ميلاً للشك في الطبيعة الاقناعية للرسالة، مما يجعلهم أكثر قابلية للتأثر وتغيير اتجاههم.²⁸

أما بالنسبة لمتغير التشتت ما توصلنا إليه من خلال الجدول (18)، أن هذا المتغير ركز على مؤشر "إخفاء النية التأثيرية للرسالة"، والذي يقوم على المراوغة وتشتيت الأفكار.

²³ شيماء ذو الفقار زغيب، المرجع السابق، ص201، 202.

²⁴ - شيماء ذو الفقار زغيب، ص209.

²⁵ شيماء ذو الفقار زغيب، ص209.

²⁶ شيماء ذو الفقار زغيب، ص202.

²⁷ - شيماء ذو الفقار زغيب، ص203.

²⁸ - شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات فغي تشكل اتجاهات الرأي العام، ص203.

4. متغير المعرفة السابقة:

المؤشرات	استرجاع المعلومات	تنظيم المعلومات وتقييم	الحجج المضادة للرسالة	الجموع المتعلقة	النسبة المئوية المتعلقة
عدد التعليقات المتعلقة بالمنشور	المعلومات	المعلومات	للرسالة	عدد تعليقات المنشور	تعليقات المنشور
عدد تعليقات المنشور الأول	09	09	03	21	20%
عدد تعليقات المنشور الثاني	02	02	03	07	07%
عدد تعليقات المنشور الثالث	15	25	10	50	48%
عدد تعليقات المنشور الرابع	09	00	01	10	10%
عدد تعليقات المنشور الخامس	10	04	02	16	15%
الجموع المتعلقة بالمؤشرات	45	40	19	104	104
النسبة المئوية المتعلقة بالمؤشرات	47%	39%	18%	100%	100%

الجدول (49)

نلاحظ من الجدول (49) أن عدد التعليقات للمنشور الأول في مؤشر استرجاع المعلومات (09)، تعليقات ومؤشر تنظيم وتقييم المعلومات (09) تعليقات، وفي المؤشر الثالث الحجج المضادة للرسالة (03) تعليقات، وكان المجموع (21) تعليق.

في المنشور الثاني للمؤشر الأول عدد تعليقاته (02) تعليق، وفي المؤشر الثاني (02)، وفي المؤشر الثالث (03) تعليقات، والمجموع هو (07)

في المنشور الثالث، في المؤشر الأول (15)، تعليق وفي المؤشر الثاني (25) تعليق وفي المؤشر الثالث (10) تعليقات، وكان المجموع (15) تعليق.

في المنشور الرابع في المؤشر الأول (09) تعليقات في المؤشر الثاني (00) تعليقات في المؤشر الثالث (00) تعليقات في المؤشر الرابع (00) تعليقات، وكان المجموع (00) تعليق.

في المنشور الخامس في المؤشر الأول(00) تعليقات في المؤشر الثاني(00) تعليقات في المؤشر الثالث(00) تعليقات في المؤشر الرابع(00)تعليقات، وكان المجموع (00) تعليق. المؤشر الثالث(00) تعليقات في المؤشر الرابع(00) تعليقات، وكان المجموع (00) تعليقا.

وإذا تحدثنا عن المجموع الكلي لكل من المؤشرات وعدد التعليقات للمنشورات فقد كان (104)، حيث نرى أن أكبر مجموع لتعليقات المؤشر الواحد (45) لمؤشر " استرجاع

المعلومات"، وبخصوص أكبر مجموع للمنشور الواحد هو(50) تعليق للمنشور الثالث.

أما فيما يخص النسب المئوية كانت أعلى نسبة بخصوص المؤشرات لمؤشر "استرجاع المعلومات"وهي(47%) و أقل نسبة كانت لمؤشر الحجج المضادة للرسالة وهي (18%). و بخصوص النسب المئوية المتعلقة بعدد التعليقات للمنشور الواحد كانت(48%) كأعلى نسبة مئوية وذلك في المنشور الثالث، وفي الأخير توصلنا إلى المجموع الكلي للنسب و هو (100%).

5 . متغير التشنت:

المؤشرات	تبرير المجهود	تمزق الأفكار	إخفاء النية التأثيرية للمرسالة	المجموع المتعلق بعدد التعليقات للمنشور	النسبة المتعلقة تعليقات المنشور %	عدد التعليق
عدد تعليقات المنشور الأول	00	00	01	01	09	
عدد تعليقات المنشور الثاني	00	00	00	00	00	
عدد تعليقات المنشور الثالث	02	02	06	10	91	
عدد تعليقات المنشور الرابع	00	00	00	00	00	

00	00	00	00	00	عدد تعليقات المنشور الخامس
	11	07	02	02	المجموع المتعلق بالمؤشرات
	11				
100	100	64	18	18	النسبة المئوية المتعلقة بالمؤشرات%

الجدول (50)

نلاحظ من الجدول (50) أن عدد التعليقات للمنشور الأول في مؤشر تبرير المجهود (00)، تعليقات ومؤشر تمزق الأفكار (00) تعليقات، وفي المؤشر الثالث إخفاء النية التأثيرية للرسالة (01) تعليق، وكان المجموع تعليق واحد (01).

في المنشور الثاني للمؤشر الأول عدد تعليقات (00) تعليق، وفي المؤشر الثاني (00)، وفي المؤشر الثالث (00) تعليقات، والمجموع هو (00).

في المنشور الثالث، في المؤشر الأول (02)، تعليق وفي المؤشر الثاني (02) تعليقات وفي المؤشر الثالث (06) تعليقات، وكان المجموع (10).

وفي المنشور الرابع عدد تعليقاته للمؤشر الأول (00)، وبالنسبة للمؤشر الثاني (00)، أما المؤشر الثالث (00) تعليقات، وكان المجموع (00) تعليق.

في المنشور الخامس في المؤشر الأول (00) تعليقات في المؤشر الثاني (00) تعليقات في المؤشر الثالث (00) تعليقات في المؤشر الرابع (00) تعليقات، وكان المجموع (00) تعليق. المؤشر الثالث (00) تعليق، وكان المجموع (00) تعليقا.

وإذا تحدثنا عن المجموع الكلي لكل من المؤشرات وعدد التعليقات للمنشورات فقد كان (11)، حيث نرى أن أكبر مجموع لتعليقات المؤشر الواحد (07) «مؤشر» إخفاء النية التأثيرية للرسالة «، وبخصوص أكبر مجموع للمنشور الواحد هو (10) تعليق للمنشور الثالث.

أما فيما يخص النسب المئوية كانت أعلى نسبة بخصوص المؤشرات لمؤشر "إخفاء النية التأثيرية للرسالة" وهي (64%) و أقل نسبة كانت لمؤشري تبرير المجهود، وتمزق الأفكار هي (18%). و بخصوص النسب المئوية المتعلقة بعدد التعليقات للمنشور الواحد

كانت (91%) كأعلى نسبة مئوية وذلك في المنشور الثالث، وفي الأخير توصلنا إلى المجموع الكلي للنسب و هو (100%).

2 مجموعة عين المكان الجزائر:

4. المعرفة السابقة:

النسبة المتوية المتعلقة بعدد التعليقات %	المجموع المتعلق بعدد التعليقات	المضادة	الحجج للرسالة	تنظيم وتقييم المعلومات	استرجاع المعلومات	عدد التعليقات للمناشير
19	15	6	5	4	عدد التعليقات للمنشور الأول	
13	10	8	1	1	عدد التعليقات للمنشور الثاني	
52	40	10	10	20	عدد التعليقات لمنشور الثالث	
3	2	0	0	2	عدد التعليقات للمنشور الرابع	
13	10	1	2	7	عدد التعليقات للمنشور الخامس	
	77	25	18	34	المجموع المتعلق بالمؤشرات	

						77
100	100	33	23	44	النسبة المئوية المتعلقة بالمؤشرات %	

الجدول (51)

نلاحظ من الجدول (51) أن عدد التعليقات للمنشور الأول في مؤشر استرجاع المعلومات (04)، تعليقات ومؤشر تنظيم وتقييم المعلومات (05) تعليقات، وفي المؤشر الثالث الحجج المضادة للرسالة (06) تعليقات، وكان المجموع (15) تعليق.

في المنشور الثاني للمؤشر الثاني عدد تعليقاته (01) تعليق، وفي المؤشر الثاني (01)، وفي المؤشر الثالث (08) تعليقات، والمجموع هو (10)

في المنشور الثالث، في المؤشر الأول (20)، تعليق وفي المؤشر الثاني (10) تعليق وفي المؤشر الثالث (10) تعليقات، وكان المجموع (40) تعليق.

في المنشور الرابع في المؤشر الأول (02) تعليقات في المؤشر الثاني (00) تعليقات في المؤشر الثالث (00) المؤشر ، وكان المجموع (02) تعليق.

في المنشور الخامس في المؤشر الأول (07) تعليقات في المؤشر الثاني (02) تعليقات في المؤشر الثالث (01) تعليق، وكان المجموع (10) تعليق.

وإذا تحدثنا عن المجموع الكلي لكل من المؤشرات وعدد التعليقات للمنشورات فقد كان (77)، حيث نرى أن أكبر مجموع لتعليقات المؤشر الواحد (34) لمؤشر "استرجاع المعلومات"، وبخصوص أكبر مجموع للمنشور الواحد هو (40) تعليق للمنشور الثالث.

أما فيما يخص النسب المئوية كانت أعلى نسبة بخصوص المؤشرات لمؤشر "استرجاع المعلومات" وهي (44%) و أقل نسبة كانت لمؤشر تنظيم وتقييم المعلومات وهي (23%). و بخصوص النسب المئوية المتعلقة بعدد التعليقات للمنشور الواحد كانت (52%) كأعلى نسبة

مئوية وذلك في المنشور الثالث، وفي الأخير توصلنا إلى المجموع الكلي للنسب و هو (100%).

5. التشتت:

المؤشرات	تبرير المجهود	تمزق الأفكار	إخفاء النية التأثيرية للرسالة	المجموع المتعلق بعدد التعليقات	النسبة المتعلقة بالتعليقات %	المئوية بعدد
عدد التعليقات للمناشير						
عدد التعليقات للمنشور الأول	0	1	4	5	83	
عدد التعليقات للمنشور الثاني	0	0	0	0	0	
عدد التعليقات للمنشور الرابع	0	0	0	0	0	
عدد التعليقات للمنشور الخامس	0	0	1	1	17	
عدد التعليقات للمنشور الخامس	0	0	0	0	0	
المجموع المتعلق بالمؤشرات	0	1	5	6		
النسبة المئوية المتعلقة بالمؤشرات %	0	17	83	100	100	

الجدول (52)

(%)	للموضوع الواحد						المواضيع
35	121	01	21	09	24	66	الموضوع الأول
10	34	00	07	02	10	15	الموضوع الثاني
36	125	10	50	15	00	50	الموضوع الثالث
9	30	00	10	00	00	20	الموضوع الرابع
10	37	00	18	00	00	19	الموضوع الخامس
100	347	11	106	26	34	170	مجموع المؤشرات
	347						
100	100	3	31	7	10	49	النسبة المئوية (%)

جدول (53)

من خلال الجدول (53)، يتضح لنا أنه يحتوي على خمس متغيرات بالنسبة للمنشور الأول، كان

عدد التعليقات لمتغير الانغماس، (66) تعليق، و متغير الحاجة إلى المعرفة (24) تعليق، أما متغير الميل إلى الجدال (09) تعليقات وفي متغير المعرفة السابقة (21) تعليق، وفي متغير التشتت، (01) تعليق. وكان المجموع (121) تعليق. بالنسبة للمنشور الثاني، كان عدد التعليقات لمتغير الانغماس، (15) تعليق، و متغير الحاجة إلى المعرفة (10) تعليق، أما متغير الميل إلى الجدال (02) تعليقات وفي متغير المعرفة السابقة (07) تعليق، وفي متغير التشتت، (00) تعليق. وكان المجموع (34) تعليقا. بالنسبة للمنشور الثالث، كان عدد التعليقات لمتغير الانغماس، (15) تعليق، و متغير الحاجة إلى المعرفة (10) تعليق، أما متغير الميل إلى الجدال (02) تعليقات وفي متغير المعرفة السابقة (07) تعليق، وفي متغير التشتت، (00) تعليق. وكان المجموع (34) تعليقا. بالنسبة للمنشور الثالث، كان عدد التعليقات لمتغير الانغماس، (50) تعليق، و متغير الحاجة إلى المعرفة (00) تعليق، أما متغير الميل إلى الجدال (15) تعليقات وفي متغير المعرفة السابقة (50) تعليق، وفي متغير التشتت، (10) تعليق. وكان المجموع (125) تعليقا. بالنسبة للمنشور الرابع، كان

عدد التعليقات لمتغير الانغماس، (20) تعليق، و متغير الحاجة إلى المعرفة (00) تعليق، أما متغير الميل إلى الجدال (00) تعليقات وفي متغير المعرفة السابقة (10) تعليق، وفي متغير التشتت، (00) تعليق. وكان المجموع (30) تعليقا.

بالنسبة للمنشور الخامس، كان عدد التعليقات لمتغير الانغماس، (19) تعليق، وبتغير الحاجة إلى المعرفة (00) تعليق، أما متغير الميل إلى الجدال (00) تعليقات وفي متغير المعرفة السابقة (18) تعليق، وفي متغير التشتت، (00) تعليق. وكان المجموع (37) تعليقا. أما المجموع الكلي للمتغيرات هو (347).

وبخصوص النسب المئوية كانت أعلى نسبة لمتغير الانغماس (49%) وأدناها في مؤشر التشتت (3%)، أما النسب المئوية للمتغيرات الخمس للمنشور الواحد (36%) كأعلى نسبة وذلك في المنشور الثالث. وفي المجموع الكلي للنسب المئوية توصلنا إلى (100%).

لاحظنا أن درجة الانغماس حظيت بأكبر عدد من التعليقات، تليها المعرفة السابقة، يعود ذلك إلى أن المشاركين في هذه الصفحة هم من الطبقة المثقفة والقراء والتي يتبين لنا من ذلك أن الحوارات التي تحدث بين المشاركين هي حوارات عقلانية تسيير وفقا للعقل بانغماسها في المواضيع ككل.

2. متغيرات مجموعة عين المكان الجزائري:

المتغيرات	الانغماس	الحاجة إلى المعرفة	الميل إلى الجدال	المعرفة السابقة	التشتت	مجموع عدد التعليقات للموضوع الواحد	النسبة المئوية %
الموضوع الأول	60	45	20	15	05	451	39
الموضوع الثاني	15	10	07	10	00	34	21
الموضوع الثالث	30	07	03	04	00	125	22
الموضوع الرابع	25	15	10	02	01	30	14
الموضوع الخامس	09	25	50	10	00	37	13
مجموع المؤشرات	139	102	45	77	06	369	369
النسبة المئوية %	37	28	12	21	02	100	100

الجدول (54)

من خلال الجدول (54)، يتضح لنا أنه يحتوي على خمس متغيرات بالنسبة للمنشور الأول، كان عدد التعليقات لمتغير الانغماس، (60) تعليق، و متغير الحاجة إلى المعرفة (45) تعليق، أما متغير الميل إلى الجدال (20) تعليقات وفي متغير المعرفة السابقة (15) تعليق، وفي متغير التشتت، (05) تعليق. وكان المجموع (145) تعليق. بالنسبة للمنشور الثاني، كان عدد التعليقات لمتغير الانغماس، (15) تعليق، و متغير الحاجة إلى المعرفة (10) تعليق، أما متغير الميل إلى الجدال (07) تعليقات وفي متغير المعرفة السابقة (10) تعليق، وفي متغير التشتت، (00) تعليق. وكان المجموع (42) تعليقا. بالنسبة للمنشور الثالث، كان عدد التعليقات لمتغير الانغماس، (30) تعليق، و متغير الحاجة إلى المعرفة (07) تعليق، أما متغير الميل إلى الجدال (03) تعليقات وفي متغير المعرفة السابقة (40) تعليق، وفي متغير التشتت، (0) تعليق. وكان المجموع (80) تعليقا. بالنسبة للمنشور الرابع، كان عدد التعليقات لمتغير الانغماس، (25) تعليق، و متغير الحاجة إلى المعرفة (15) تعليق، أما متغير الميل إلى الجدال (10) تعليقات وفي متغير المعرفة السابقة (02) تعليق، وفي متغير التشتت، (01) تعليق. وكان المجموع (53) تعليقا. بالنسبة للمنشور الخامس، كان عدد التعليقات لمتغير الانغماس، (09) تعليق، و متغير الحاجة إلى المعرفة (25) تعليق، أما متغير الميل إلى الجدال (05) تعليقات وفي متغير المعرفة السابقة (10) تعليق، وفي متغير التشتت، (00) تعليق. وكان المجموع (49) تعليقا. أما المجموع الكلي للمتغيرات هو (369). وبخصوص النسب المئوية كانت أعلى نسبة لمتغير الانغماس (37%) وأدناها في مؤشر التشتت (02%)، أما النسب المئوية للمتغيرات الخمس للمنشور الواحد (39%) كأعلى نسبة وذلك في المنشور الأول. وفي المجموع الكلي للنسب المئوية توصلنا إلى (100%).

إن طبيعة الحوار وتوجهاته لدى كل من المتحاورين في مجموعتي الجيش الوطني الإلكتروني الجزائري، وعين المكان الجزائر، يتبين لنا أن معظم الحوارات والمنشورات التي طرحت في كلا المجموعتين ذو طبيعة سياسية، وما يتضح لنا أيضا أن الحوارات التي كانت بين المتحاورين حوارات عقلانية تستند إلى معارف سابقة وخبرات، إثر التفاعل بين مؤيد ومعارض لمضمون المنشورات. وفقا للتعريفات السابقة ولدراستنا عبر المتحاورين في كل من الجيش الوطني الإلكتروني الجزائري وعين المكان الجزائر، فإن درجة أو شدة الانغماس تحدد بصورة كبيرة الاتجاه الذي سيتبناه المتحاور، ومدى انزعاجه أو إحباطه إذا حدث هجوم على هذا الاتجاه، وما يقوم به الشخص للدفاع عن وجهة نظره وفقا لقدراته النفسية والعقلية.

نستنتج من خلال ما لاحظناه أن متغير المعرفة السابقة تتعلق بقدرة الفرد وبخبراته في مجالات الحياة، كما توصلنا إلى أن المعرفة السابقة تقوم على استرجاع المعلومات، التي تم تخزينها مسبقاً، و الاستفادة منها في التوجهات الأخرى.

أما بالنسبة لمتغير التشتت ما توصلنا إليه، أن هذا المتغير ركز على مؤشر "إخفاء النية التأثيرية للرسالة"، والذي يقوم على المراوغة وتشتيت الأفكار.

ونستنتج من خلال هذه الملاحظات أن الحوارات الحاصلة في كلا المجموعتين، والمتغيرات المتعلقة بالدافعية (متغير الانغماس)، ساهمت في تشكيل رأي أو اتجاه، كما سعت إلى التغيير الايجابي للرأي بالنسبة للمستخدمين في صفحات المجموعتين.

الخلاصة :

حاولنا ضمن هذه الدراسة التطرق إلى الحوار العقلاني عبر شبكة الفيس بوك ، الذي يحتوي بداخله تجمعات إنسانية إلكترونية (مجتمعات افتراضية) تبنى على أساس تداول المعلومات ، بحيث يمكن استغلالها بشكل عقلاي وهذا ما يجعل من هذه المجتمعات تشكل زيتها الخاص، واتجاهاتها .

وقد تعرضنا في دراستنا هذه إلى الحوارات عبر الفيس بوك، وكيفية استخدامها بشكل عقلاي في شتى أنواعها (صورة، نص، كاريكاتير، فيديو) عبر مجتمعات افتراضية، والتي تعتبر الانترنت بيئة خصبة لها. كما اعتمدنا على استمارة " تحليل المحتوى " في مجموعتي الجيش الوطني الإلكتروني الجزائري، وعين المكان الجزائري)

كان لنا رصيد من آراء المتابعين، وكيفية استخدامهم للحوار بشكل عقلاي، ما يساهم في تشكيل اتجاهاتهم وآرائهم.

ما نستنتجه من الإجابة عن التساؤلات الفرعية يتبين لنا أن الحوارات عبر الفيس بوك هي حوارات عقلانية، وتأثيرها كان كبير وواضح في تغير الاتجاه وتشكيل الرأي بالنسبة للمشاركين في المجموعتين، فتأثير عقلانية الحوار عبر الفيس بوك من ناحية منشورات المجموعتين وتعليقات المشاركين سعت إلى تحديث المعارف السابقة، مع تغير للرأي وتكوين للاتجاهات. وبخصوص المتغيرات أهمها كان متغير الانغماس الذي تطابق مع مجموع كبير من التعليقات لمستفيدي الصفحة، فأصبح الأفراد يسرون ضمن إدراك موضوعي للمعارف من جهة، وإدراك مرتبط باهتمامه وبداته من جهة أخرى، بالتالي فإن تغير الرأي وتكوينه يعود إلى الأثر الكبير الذي أحدثه الحوار العقلاني في كلا مجموعتي الدراسة.

ونخلص في الأخير إلى أن عقلانية الحوار تساهم في بناء رأي واتجاه يقوم على أسس إنسانية تطمح للتطبيق على أرض الواقع.

الملاحق

استمارة تحليل المحتوى

في موضوع تأثير عقلانية الحوار عبر "الفييس بوك" في تكوين الرأي العام

1/ البيانات الأولية:

1. اسم الصفحة: الجيش الوطني الالكتروني الجزائري المكان الجزائري

2. عنوان المنشور:

3. تاريخ النشر:

4. ساعة النشر:

2/ فئات ووحدات التحليل:

أولا: فئة الشكل:

1. عدد كلمات المنشور:

2. شكل المنشور : نص صورة و بكاتير

3. عدد التعليقات على المنشور :

- عدد التعليقات في اليوم الأول :

- عدد التعليقات في اليوم الثاني:

- عدد التعليقات في اليوم الثالث:

- عدد التعليقات في اليوم الرابع :

- عدد التعليقات في اليوم الخامس:

4. أنواع التعليقات على المنشور (تسجل عدد التعليقات حسب كل نوع):

- اليوم الأول :

- اليوم الثاني:

- اليوم الثالث:

- اليوم الرابع :

5. عدد كلمات التعليقات المختارة :

<input type="checkbox"/>	نص تعليق اليوم الأول:	عدد كلماته
<input type="checkbox"/>	نص تعليق اليوم الثاني:	عدد كلماته
<input type="checkbox"/>	نص تعليق اليوم الثالث:	عدد كلماته
<input type="checkbox"/>	نص تعليق اليوم الرابع:	عدد كلماته
<input type="checkbox"/>	نص تعليق اليوم الخامس:	عدد كلماته

ثانيا: فئة المضمون:

1. طبيعة موضوع المنشور : (يسجل عدد المواضيع رقميا في كل خانة)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	سياسي	اليوم الأول:
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	سياسي	اليوم الثاني:
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	سياسي	اليوم الثالث:
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	سياسي	اليوم الرابع:
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	سياسي	اليوم الخامس:

2. متغيرات الحوار العقلاني في المنشور: (يسجل عدد التكرارات أمام كل متغير)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الانغماس	المعرفة إلى	إلى الجدل	السابقة	النسبت
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	----------	-------------	-----------	---------	--------

3. مؤشرات متغير الانغماس : (يسجل عدد التكرارات أمام كل مؤشر)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	الأهمية الشخصية للرسالة	المقدمة في الرسالة	باط المدرك بالرسالة	الموجهة
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------	--------------------	---------------------	---------

4. مؤشرات متغير الحاجة إلى المعرفة: (يسجل عدد التكرارات أمام كل مؤشر)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

التأثر

البحث عن المعلومات

ردود الأفعال العاطفية والدافعية

الموضوعية

اختلاف الوعي

بأسلوب الرسالة

5. مؤشرات متغير الميل إلى الجدل : (يسجل عدد التكرارات أمام كل مؤشر)

أهمية الفشل

النجاح

تمالية النجاح

احتمالية الفشل

6. مؤشرات متغير المعرفة السابقة : (يسجل عدد التكرارات أمام كل مؤشر)

المضادة للرسالة

م وتقييم المعلومات

استرجاع المعلومات

7. مؤشرات متغير التشنت : (يسجل عدد التكرارات أمام كل مؤشر)

النية التأثيرية للرسالة

تمزق الأفكار

تبرير المجهود

1. أحمد بن مرسلبي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط.2005، 2

محمد

2 جمال

دور

الرقم	العنوان
-------	---------

الحوار الاجتماعي بين أطراف الإنتاج في التصديق على الاتفاقيات العربية في الحلقة النقاشية.

3 طارق وفيق، في مسألة الحوار والمشاركة المجتمعية في مصر، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، بدون سنة نشر.

4 محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، بيروت، دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر. 2009.

5 مورييس أنجوس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، ترجمة بوزيد صحراوي، الجزائر، دار القصة، 2006.

6 يوسف تمار تحليل محتوى الباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيح كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2007.

7 شيماء ذو الفقار زغيب، نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام الدار المصرية اللبنانية، ط1، ذو الحجة

1424هـ/فبراير 2004م.

8- إسماعيل علي سعد، الاتصال والرأي العام، دار المعرفة، الإسكندرية، 1981.

المراجع باللغة الأجنبية

Kaplan, Andreas M. (March–April 2012). "If you love something, let it go mobile: 1 Mobile marketing and mobile social media 4x4". *Business Horizons* **55** (2): 129–139. Doi: 10.1016/j.bushor.2011.10.009. Retrieved 9 December 2012.

(2009).2 the London 5.mcquail's mass Communication theory (McQueen demise)

3 The wireless classroom teachers college Colombia university Raplan Andres M. March; Aprilé2012.

Mediated- -Wiki. Computer/en. Wikipedia.ORG/4 Computer Mediated Communication; HTTP communication بتاريخ 05-2014 على الساعة 12:36

المقالات:

1. خالد الدوس، مقال تحقيق واستطلاع، مؤسسة الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر، جميع الحقوق محفوظة.

2. عباس علي العلي، العقلانية ودورها في تثبيت العقل، العدد4273، 12/11/2013، 11.30.

3. عبد الله العلويط، العقلانية أساس تطور الأمم والشعوب، الاثنين 10 مارس 2014، 10.35.

فهرس المحتويات	
شكر و عرفان	
قائمة الجداول	
مقدمة	أ
الفصل الأول	05
الإشكالية	06
الدراسات السابقة	07
منهج الدراسة	08
المفاهيم والمصطلحات	09
حدود الدراسة	10
الفصل الثاني	11
المبحث الأول طبيعة الحوار وتوجهاته لدى كل من المتحاورين في المجموعتين	12
المبحث الثاني دافعية المتحاورين في المجموعتين بالاعتماد على العقلانية كآلية جوهرية لحوار	13
المبحث الثالث قدرة المتحاورين في المجموعتين بالاعتماد على العقلانية كآلية جوهرية لحوار	14
المبحث الرابع انعكاس المتغيرات المتعلقة بالدافعية والقدرة على بناء - تعديل- تغير الرأي أثناء التفاعل الحواري	15
الخلاصة	16
الملاحق	17
قائمة المراجع	18

الخلاصة :

حاولنا ضمن هذه الدراسة التطرق إلى الحوار العقلاني عبر شبكة الفيس بوك ، الذي يحتوي بداخله تجمعات إنسانية الكترونية (مجموعات افتراضية) تبنى على أساس تداول المعلومات ، بحيث يمكن استغلالها بشكل عقلاي وهذا ما يجعل من هذه المجموعات تشكل زيتها الخاص، واتجاهاتها .

وقد تعرضنا في دراستنا هذه إلى الحوارات عبر الفيس بوك، وكيفية استخدامها بشكل عقلاي في شتى أنواعها (صورة، نص، كاريكاتير، فيديو) عبر مجموعات افتراضية، والتي تعتبر الانترنت بيئة خصبة لها. كما اعتمدنا على استمارة " تحليل المحتوى " في مجموعتي الجيش الوطني الالكتروني الجزائري، وعين المكان الجزائر)

كان لنا رصيد من آراء المتبعين، وكيفية استخدامهم للحوار بشكل عقلاي، ما يساهم في تشكيل اتجاهاتهم وآرائهم.

ما نستنتجه من الإجابة عن التساؤلات الفرعية يتبين لنا أن الحوارات عبر الفيس بوك هي حوارات عقلانية، وتأثيرها كان كبير وواضح في تغير الاتجاه وتشكيل الرأي بالنسبة للمشاركين في المجموعتين، فتأثير عقلانية الحوار عبر الفيس بوك من ناحية منشورات المجموعتين وتعليقات المشاركين سعت إلى تحديث المعارف السابقة، مع تغير للرأي وتكوين للاتجاهات. وبخصوص المتغيرات أهمها كان متغير الانغماس الذي تطابق مع مجموع كبير من التعليقات لمستفيدي الصفحة، فأصبح الأفراد يسرون ضمن إدراك موضوعي للمعارف من جهة، وإدراك مرتبط باهتمامه وبذاته من جهة أخرى، بالتالي فإن تغير الرأي وتكوينه يعود إلى الأثر الكبير الذي أحدثه الحوار العقلاني في كلا مجموعتي الدراسة.

ونخلص في الأخير إلى أن عقلانية الحوار تساهم في بناء رأي واتجاه يقوم على أسس إنسانية تطمح للتطبيق على أرض الواقع.

Conclusion:

Dans cette étude, nous avons essayé de résoudre le dialogue rationnel via Facebook, qui contient en elle rallie (communautés virtuelles) électroniques humanitaires sont basés sur la circulation de l'information, de sorte que pourraient être exploitées d'une manière rationnelle et c'est ce qui rend ces communautés font de votre uniforme, et les tendances. Nous étions dans notre étude avait ceci à des dialogues avec Facebook, et comment l'utiliser de façon rationnelle dans divers types (image, texte, bande dessinée, vidéo) à travers les communautés virtuelles, qui est considéré comme l'Internet un environnement fertile. Il s'est également appuyé sur la forme "analyse de contenu" dans mon courrier Armée nationale algérienne, et l'endroit Algérie)

Nous avons l'équilibre des points de vue des observateurs, et comment leur utilisation du dialogue d'une manière rationnelle, ce qui contribue à la formation des attitudes et des opinions.

Ce que nous concluons de répondre aux questions sous nous montre que les dialogues avec Facebook est les dialogues rationnelle, et leur influence était le changement grand et clair dans le sens et la formation de l'opinion pour les participants dans les deux groupes, l'impact d'un dialogue rationnel avec Facebook en termes de publications, les groupes et les commentaires des participants a demandé de mettre à jour les connaissances antérieures, avec un changement d'opinion et la formation des tendances. En ce qui concerne les variables les plus importantes de ce qui était immersion variable, ce qui correspondait le total des bons commentaires pour les bénéficiaires de la page, ce qui porte les personnes marchant à la portée connaissance objective d'une part, et la perception est liée à son intérêt et autonome, de l'autre, de sorte que le changement de l'opinion et configurés en raison de l'impact important que le dialogue rationnel dans les deux ensembles étude.

Et dans ce dernier de conclure qu'un dialogue rationnel contribuer à la construction et la direction de l'opinion fondée sur des motifs humanitaires aspirer à l'application sur le terrain.