



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم: علوم الإعلام و الاتصال

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال.
التخصص: صحافة مطبوعة و إلكترونية.



"مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر"

الموضوع :

اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي
في الحصول على الأخبار - طلبة جامعة مستغانم نموذجا

تحت إشراف الأستاذ:

مرواني محمد .

من إعداد الطالبان :

* مسكي نور الدين .

* عبود وسيلة .

السنة الجامعية :

2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي هذا
إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما
إلى إخوتي وأخواتي
إلى جميع الأصحاب والأصدقاء
وإلى كل من شاركني في إنجاز هذه المذكرة
دون استثناء .

مسكي نورالدين

الإهداء

قال الله عز وجل " وانخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل ربني ارحمهما كما
رباني صغيرا ". صدق الله العظيم .
إلى من علمني ان الحياة مبادئ فاضلة و أخلاق سامية إلى من ضحى من
أجلنا و عمل من أجل من يري مستقبلا كل واحد منا زاهرا بالنجاح أبوي
أطال عمره .
إلى التي عمرتني بحنانها وسهرت الليالي لراحتي وضحت بالكثير لتراني
في أحسن الأحوال حبيبة قلبي أهي حفظها الله
إلى زوجي حبيبي " محمد لامين " و إبني نور حياتي " سهيل وائل " اطال الله
عمرهما وحفظهم الله
إلى اخوتي : محمد، البتول، عبد الإله و عائلة زوجي " بايم " الأصدقاء :
حبيبتي طاعة، حميدة ، عيدونية ، حفيفة ، أمينة إلى كل من يعرفني من
قريب أو بعيد .

عبود وسيلة

شكر وتقدير

الحمد و الشكر لله عزوجل أن وفقني لإتمام هذا العمل وله الفضل أولاً وأخيراً.

نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا من قريباً وبعيد في إنجاز هذا العمل، ونخص بالذكر: الأستاذ المشرف "مروان محمد" على نصائحه وتوجيهاته القيمة، ولهمنا خالص التقدير و الاحترام، وإلى كل الأساتذة الذين ساهموا وسهروا على تعزيز معارفنا وبلوغنا هذه المرحلة. كما نتوجه بالشكر الخاص إلى أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذه المذكرة.

أ.ب. ج. ت	المقدمة
الفصل الأول : إشكالية الدراسة ومداخلها النظرية وإجراءاتها المنهجية	
أولاً : إشكالية الدراسة	
02	01- تحديد المشكلة
04	02-أسباب اختيار الموضوع
05	03- أهمية الدراسة
06	04-أهداف الدراسة
07	05-أهمية الموضوع
07	06-الدراسات السابقة
10	07-تحديد المفاهيم
ثانياً : المدخل النظري	
13	01- مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
14	02- محتوى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
15	03- فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
16	04- علاقة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بموضوع الدراسة
ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة	
17	01- مجال الدراسة
18	02- مجتمع البحث والعينة
19	03- منهج الدراسة
19	04- أدوات جمع البيانات
الفصل الثاني : مدخل عام إلى شبكات التواصل الاجتماعي	
تمهيد	
23	01- نشأة وتاريخ شبكات التواصل الاجتماعي

27	02- مكونات الشبكات الإجتماعية
28	03- خصائص شبكات التواصل الإجتماعي
29	04- أهم الشبكات الإجتماعية
38	05- إيجابيات و سلبيات الشبكات الاجتماعية
39	06- أصناف و أشكال الشبكات الإجتماعية
42	07- خدمات الشبكات التواصل الإجتماعي
43	08- استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي
44	09- الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار
46	10- دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار
الفصل الثالث :ماهية الشباب الجامعي .	
تمهيد	
51	01- تحديد مرحلة الشباب
52	02- خصائص الشباب
54	03-أهمية دراسة الشباب
55	04- الإهتمام العلمي بدراسة الشباب
57	05- مشكلات الشباب
60	06- طرق كشف وتحديد حاجات الشباب
61	07- تصنيف حاجات لدى الشباب
61	08- أهم الحاجات الجسمية و النفسية و الإجتماعية لدى الشباب خاصة
63	09- الشباب و المجتمع
69	10- المجتمعات و رعاية الشباب في ظل العولمة
70	11- دوافع إسخدام الشباب للانترنت
الفصل الرابع :مدخل إلى الأخبار الصحفية	

تمهيد	
73	01- نشأة الخبر الصحفي
74	02- عناصر الخبر الصحفي
77	03- أنواع الخبر الصحفي
81	04- مصادر الخبر الصحفي
83	05- لغة الخبر الصحفي
86	06- قواعد صياغة الخبر الصحفي
87	07- القوالب الفنية لكتابة الخبر الصحفي
94	08- طريقة كتابة الخبر الصحفي
95	09- مواصفات الخبر الصحفي
96	10- وظائف الخبر الصحفي
الفصل الخامس: تحليل البيانات الميدانية ونتائج الدراسة	
أولا: تحليل البيانات الميدانية	
98	01- المحور الأول : البيانات الشخصية
100	02- المحور الثاني : مدى استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي
107	03- المحو الثالث: تحليل البيانات المتعلقة باعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار
	ثانيا: نتائج الدراسة
	ثالثا : الإستنتاجات
	رابعا :النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة
	خامسا: توصيات
	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

استمارة الاستبيان

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
46	إحصائيات حول مستخدمي الفاسبوك حول العالم	1
47	إحصائيات حول مستخدمي الفاسبوك في العالم العربي	2
49	إحصائيات حول مستخدمي تويتر في العالم العربي	3
51	إحصائيات حول مستخدمي لينكدن في العالم العربي	4
53	إحصائيات حول مستخدمي فليكر حول العالم	5
55	إحصائيات حول مستخدمي يوتيوب حول العالم	6

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
98	يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس	1
99	يوضح توزيع المبحوثين حسب السن	2
99	يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص	3
100	يوضح توزيع المبحوثين حسب استخدامهم الأنترنت	4
101	يوضح توزيع المبحوثين بناء على اتجاهاتهم في استخدام الإنترنت	5
102	يوضح توزيع المبحوثين بناء على أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها	6

102	يوضح توزيع المبحوثين بناء على أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها	7
78	يوضح توزيع المبحوثين تبعاً للمدة المقضية خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي يوميا.	8
103	يوضح توزيع المبحوثين بناء على الدور الحقيقي الذي تمثله الاجتماعي بالنسبة إليهم	9
105	يوضح توزيع المبحوثين تبعاً للأسباب المتعددة التي تدفعهم الاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	10
106	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى إشباع رغباتهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	11
106	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى اكتفائهم بشبكات التواصل الاجتماعي عن باقي المواقع الإلكترونية الأخرى	12
107	يوضح توزيع المبحوثين حول ماهية الإخبار	13
108	يوضح توزيع المبحوثين حول أهم المصادر والوسائل التي يستقون منها الإخبار	14
109	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تزويدهم بالإخبار.	15
110	يوضح توزيع المبحوثين حول نوعية الأخبار محل المتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	16
111	يوضح توزيع المبحوثين بناء على أهم المجالات الإخبارية التي تجذب انتباههم عبر شبكات التواصل الاجتماعي	17
112	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى اعتمادهم المباشر على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار.	18
113	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مصداقية الإخبار المحصلة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	19
115	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى تفاعلهم مع الإخبار المذاعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	20
116	يوضح توزيع المبحوثين بناء على آرائهم حول طبيعة القيم التي تكتسبها الإخبار	21

	المذاعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	
117	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى التواصل مع الإخبار المذاعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	22
118	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مساعدة الإخبار المستقاة من شبكات التواصل الاجتماعي لهم على معرفة ما يجري حولهم	23
119	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مساهمة تكنولوجيات الإعلام والاتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تسهيل عملية استقاء الإخبار بمختلف أنواعها	24
119	يوضح توزيع المبحوثين بناء على اطلاعهم على الإخبار من خلال مواقعها المباشرة أو عبر شبكات التواصل الاجتماعي	25
120	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى استفادتهم من مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على أكبر قدر ممكن من الإخبار	26
121	يوضح توزيع المبحوثين بناء على كيفية التعامل مع الخبر المذاع عبر شبكات التواصل الاجتماعي	27
122	يوضح توزيع المبحوثين بناء على كيفية تلقي الخبر عبر شبكات التواصل الاجتماعي نظرا للكم الهائل والسريع لعرض الإخبار	28

مقدمة عامة

سايرت التكنولوجيا تطور المجتمعات منذ الأزل وألزمت تطور الإنسان على المستوى الفردي والجمعي، وكانت أساليب التطور مرتبطة أشد الارتباط بأساليب التواصل الإنساني بشتى أنواعه الذي ارتقى بعلاقة الإنسان بمحيطه، وتعددت وسائط الاتصال وتطورت بتطور التكنولوجيا التي أحدثت ثورات في عالم الاتصال، وكانت النقلة النوعية التي شهدها العالم إبان القرن الماضي وخصوصا بعد ابتكار شبكة إنترنت وانتشارها في أنحاء المعمورة ميلاد لنهج جديد من التواصل ميزته السرعة في نقل المعلومة لحظة ميلادها وأتاحت سبل جديدة بين المجتمعات وأذابت الحدود الفاصلة بينها وأحدثت تقاربا مميذا في التعارف وتبادل الخبرات على جميع الأصعدة، ونتيجة لتطور شبكة الإنترنت أعقبت من خلالها تيسير استخدامها أمام جميع الأفراد والتصفح والاستفادة من مضايمها، وكان لظهور المواقع الإلكترونية ومحركات البحث وصفحات الدردشة والمحادثة أهمية كبيرة في استقاء المعارف والإخبار بكافة أنواعها لحظة وقوعها، بل وتغيرت مفاهيم التعامل مع الخبر نتيجة استفادته من مميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في ظل السرعة الرهيبة وإمكانية التشارك والتفاعل معه وكذا إتاحة الفرص للتعبير والنقاش حول المضايم التي تبت عبر شبكة الإنترنت، تسويقها والإعلان عنها، وأضحت المعلومة سلعة متداولة بين جمهور المتصفح حول العالم، وفي خضم التطور عبر شبكة الإنترنت ظهرت وسائط أخرى تخصصا ابتكرت نتيجة لاهتمام المتزايد باستخدام محركات البحث وصفحات الويب ومواقع الدردشة وخيارات التسويق والإعلان وكذا الصحف الإلكترونية والمدونات وبوابات الويب ومنها إلى شبكات التواصل الاجتماعي التي أتاحت لجميع الأفراد الفرصة في نقل معارفهم وتجاربهم على اختلاف مستوياتهم، باحثين أو سياسيين، طلبة أو مخترعين، لتمحى من خلالها جميع الفوارق الجغرافية وتكون وسيلة اتصالية للتأثير في جل الأحداث اليومية ضمن محيط لا الرقيب فيه حتى غدت في وقتنا الحالي أداة للتأثير بأتم معنى الكلمة واحدى أهم عوامل التغيير الاجتماعي نظرا لما تتيحه من سبل حديثة للتواصل وقفت أمامها وسائل الاتصال التقليدية موقف العاجز.

كان لظهور شبكات التواصل الاجتماعي على اختلاف مواقعها كالفاسبوكوتويتر يوتيوب لينكدن، فليكر، ماي سبيس،اليفبون، تمبلر، انستغرام وغيرها فرصة جديدة لتبادل الصور ومقاطع الفيديو وإجراء المحادثات المباشرة، مما تتيح للشباب التفاعل مع ما تنتجه هاته المواقع باعتباره اهم فئة مستهدفة حسب الإحصاءات العالمية التي قدرت استخدام الشباب الشهري لمواقع التواصل الاجتماعي بـ02 مليار شخص لموقع الفاسبوك وحده وبـ 01 مليار و800 شخص لموقع اليوتيوب هاته المواقع التي لم تكتفي بتوفير خيارات المحادثة والرددشة وعرض الصور والسير الشخصية بل الى تغطية الإخبار عبر العالم وأضحت وسائل الإعلام مجبرة على الاعتماد عليها لمسايرة التكنولوجيا والمتماشي مع خيارات الشباب في استقاء مختلف الإخبار عبر هاته الشبكات.

مع تنوع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تعنى مباشرة بواقع الشباب ونقل اهتماماتهم ومشاكلهم وقصصهم بالإضافة إلى بث الإخبار ذات الصلة بالأوضاع السياسية والأمنية على الصعيد العالمي، وكذلك نشر أخبار المشاهير من الفنانين والأدباء والعلماء ورجال الدين ونقل يومياتهم ومن جهة أخرى بروز الصفحات المتخصصة للصحافة المحلية وصحافة المواطن وأضحى الإعلام على شبكات التواصل الاجتماعي ميدانا جديدا بالنسبة إلى عدد المقبلين على هاته المواقع والمرتادين ممن يبحثون عن الخبر الطازج والمصور تماشيا مع تطور الوسائل التكنولوجية الحديثة كالهواتف النقالة الحديثة والأجيال الحديثة للحواسيب واللوحات الإلكترونية فائقة الذكاء.

من هذا المنطلق تأتي هاته الدراسة لتبيان مدى اعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار بتناول موقع فاسبوك، تويتر لينكدن، فليكر، واليوتيوب كنماذج للدراسة والبحث والتحليل، وهي حسب الباحثين في ميدان الإعلام والاتصال ميادين جديدة جديرة بالبحث نظرا لافتقار المكتبات بمثل هاته المواضيع الحديثة نسبيا. وبناء على هذا الاختيار قمنا بتقسيم دراستنا إلى خمس فصول جاءت كالتالي:

الفصل الأول: تضمن إشكالية الدراسة ومداخلها النظرية والإجراءات المنهجية المتبعة في ذلك وخطوات الدراسة.

الفصل الثاني: مدخل عام إلى شبكات التواصل الإجتماعي .

المبحث الأول: نشأة وتاريخ شبكات التواصل الإجتماعي .

المبحث الثاني : مكونات شبكات التواصل الاجتماعي .

المبحث الثالث : خصائص شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول .

المبحث الرابع: أهم شبكات التواصل الإجتماعي .

المبحث الخامس: إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي .

المبحث السادس: أصناف و أشكال شبكات التواصل الاجتماعي .

المبحث السابع : خدمات شبكات التواصل الإجتماعي .

الفصل الثالث: ماهية الشباب الجامعي .

المبحث الأول :تحديد مرحلة الشباب

المبحث الثاني :خصائص الشباب .

المبحث الثالث :أهمية دراسة الشباب.

المبحث الرابع : الإهتمام العلمي بدراسة الشباب .

المبحث الخامس : مشكلات الشباب .

المبحث السادس : طرق كشف و تحديد حاجات الشباب .

المبحث السابع : تصنيف الحاجات لدى الشباب .

المبحث الثامن : أهم الحاجات الجسمية و النفسية و الإجتماعية لدى الشباب خاصة

المبحث التاسع : الشباب و المجتمع

المبحث العاشر : المجتمع و رعاية الشباب في ظل العولمة .

المبحث الحادي عشر : دوافع إستخدام الشباب للإنترنت .

الفصل الرابع : مدخل الأخبار الصحفية .

المبحث الأول : نشأة الخبر الصحفي .

المبحث الثاني : عناصر الخبر الصحفي .

المبحث الثالث : أنواع الخبر الصحفي .

المبحث الرابع : مصادر الخبر الصحفي .

المبحث الخامس : لغة الخبر الصحفي .

المبحث السادس : قواعد صياغة الخبر الصحفي .

المبحث السابع : القوالب الفنية لكتابة الخبر الصحفي .

المبحث الثامن : طريقة كتابة الخبر الصحفي .

المبحث التاسع : مواصفات الخبر الصحفي .

المبحث العاشر : وظائف الخبر الصحفي .

الفصل الخامس : يتضمن الدراسة الميدانية لعينة قصدية من طلبة كلية العلوم الإنسانية في جامعة

عبد الحميد ابن باديس وقد تضمن جداول تفريغ وتحليل البيانات.

الفصل الأول :
إشكالية الدراسة

1- إشكالية الدراسة:

1-1-1 تحديد المشكلة :

أصبحت شبكة الإنترنت واقعا ملموسا فرض نفسه في عصر اتسم بالسرعة في توفير المعلومة على جميع الأصعدة حيث أنها تحوي خزانا كبيرا وهاما من المعلومات يصل إلى عشرات المليارات من صفحات الإنترنت والى عدد ال محدود من المتصفحين، كما أن سهولة الوصول إلى هذه المعلومات ومجانيتها وسهولة تصنيف وحفظ البيانات من خلالها أدت إلى الاطمئنان الكبير على عدم تلفها أو ضياعها أو تأثرها بالعوامل والمؤثرات الفيزيائية والفترة الزمنية وتعد تقنية شبكة الإنترنت إعجاز في قاموس معجزات البشرية المعاصرة من خلال ما تقدمه من خدمات في مجال العلم بكافة أطره ضف الى ذلك تمكين البشرية جمعاء من التواصل وتبادل الخبرات والمعارف وتقديم الأفضل واستغلال مثاليا للمعلومة المعاصرة للراقي بأحدث ما توصلت اليه التكنولوجيا.

أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي ثورة في عالم التواصل بكافة أنواعه، وأضحت ميدانا تفاعليا خصبا تتنوع فيه الآراء والمعلومات والمعارف والإخبار بشكل يترجم خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومزاياها، خصوصا بعد أن أصبحت ضمن الوسائط الأولى التي يعتمد عليها الجمهور في استقاء الإخبار وإبداء الآراء ومعرفة ما يجري حول العالم في أقصر وقت، سرعة ودقة الوصول إلى أكثر شرائح الجماهير التي أضحت في غالبيتها تشعر بالملل لقراءة مضامين الصحف، ضف إلى ذلك مساهمتها الفعالة في طرح ومناقشة الكثير من المواضيع التي تهم شؤون العامة وخصوصا منهم فئة الشباب الذي وجد في هاته الشبكات فضاء افتراضيا مميذا لمعالجة القضايا التي تتصل بانشغالاتهم بالإضافة إلى استقاء الإخبار المتنوعة التي يعتمد عليها فئة الشباب باعتبارها من أهم الفئات التي تتصل بمواضيع شبكات التواصل الاجتماعي اعتمادا يوميا وملفتا للنظر في الآونة الأخيرة خاصة في كنف إتاحة استخدام وسائل الاتصال ومجانيتها وسهولة

الوصول إليها وقدرتها على التكيف المذهل مع الساحة الإعلامية الراهنة ومقتضيات الأوضاع السياسية والاقتصادية والثقافية.

من جهة أخرى أصبح الإعلام الإلكتروني تحدياً قائماً بذاته للمهنة الصحفية فنجد الكثير من المؤسسات الصحفية أصبحت تتبنى وسائل الإعلام الإلكترونية وتكتشف من خلالها طرقاً جديدة للتواصل مع جمهورها، وأضحى الخبر الإلكتروني مختلفاً عن الخبر التقليدي في الصحف المقروءة أو حتى المرئية والمسموعة نظراً لاكتسائه حلة جديدة مستفيداً بدوره من ميزات تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة على غرار السرعة والتواصلية والتفاعل التشاركي والمجانية وما إلى ذلك.

من هذا المنطلق نحاول في دراستنا البحث في موضوع اعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار ومنه طرحنا التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو واقع اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار بجامعة مستغانم؟

للإجابة عليه طرحنا التساؤلات الفرعية التالية؟

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي أهم الأخبار التي يعتمد عليها الطلبة في هذا المواقع؟
- ما مدى استخدام طلبة جامعة مستغانم لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة مستغانم في الحصول على

الأخبار؟

- ما مدى مصداقية الأخبار التي يطلع عليها طلبة جامعة مستغانم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

من أصعب مراحل البحث هو اختيار الباحث لموضوع بحث يمكن أن يساهم به في إثراء مجال المعرفة الإنسانية، واختيارنا لموضوع مدى اعتماد الطلبة الجامعيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، كان مرتبطاً بأسباب ذاتية متعلقة بشخص الباحث وأخرى موضوعية، متصلة بموضوع البحث ومن الأسباب التي دعت إلى اختيار هذا الموضوع نذكر:

1-2 الأسباب الذاتية:

- الملاحظة الشخصية لانتشار مواقع التواصل الاجتماعي والتي غزت جميع القطاعات بما فيها الوسط الجامعي أين أصبحت تعتمد كمصدر للأخبار يلجأ إليه الطلبة في كثير من الأحيان كبديل عن المصادر التقليدية.
- محاولة التعرف على موقع وأهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للطلبة الجامعيين.
- ارتباط الباحث بالموضوع وبالعالم مواقع التواصل الاجتماعي، والإحساس الدائم بالمشكلة سيما عند تصفح هذه المواقع.

2-2 الأسباب الموضوعية:

- الرغبة في الاستفادة من نتائج هذه الدراسة لتحصيل معرفة أكبر حول حجم استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار ومحاولة الإحاطة بمدى مصداقية هذه المواقع.
- التحديات الكبيرة والحديثة التي أصبح يفرضها الإعلام الجديد بمختلف تطبيقاته، خاصة على مستوى قطاع الإعلام، إذ أن هذه الظاهرة فتحت الباب على مصراعيه أمام كل ما هو تقني إلكتروني دون مراعاة خصوصية وسائل الإعلام كل على حده.

- تفتح هذه الدراسة بابا جديدا للبحث في مجال علوم الإعلام والاتصال، كان إلى وقت قريب يشكل هاجسا للباحثين الجزائريين، هذا راجع لندرة المصادر والمراجع التي تؤسس لمواقع التواصل الاجتماعي، كمصدر للأخبار من جهة، ونقص الدراسات الجزائرية - على الأقل في حدود اطلاعنا - التي تناولت بالدراسة والشرح والتفصيل مثل هذا الموضوع.
- الأهمية الكبيرة للموضوع، إذا أصبح جليا ما لمواقع التواصل الاجتماعي من أهمية كجزء مهم مما يعرف بالإعلام الجديد، أو الإعلام الاجتماعي، يفترض به أن يعمل على تطوير قطاع الإعلام بجميع مجالاته.

3- أهمية الدراسة:

- تستقي هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع المدروس في حد ذاته، إذ يعتبر موضوع الإعلام الاجتماعي من المواضيع المهمة بالنسبة لوسائل الإعلام.
- من خلال طرح إشكالية الدراسة يمكن أن نتصور قدرا من الأهمية النظرية والعلمية والتطبيقية لهذه الدراسة معروضة في النقاط التالية:
- مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة جديدة على المجتمع، تتطلب إلقاء الضوء عليها ودراستها خاصة وانه يحظى بمتابعة كبيرة من جانب طلبة الجامعيين.
 - تتناول هذه الدراسة فئة مهمة من فئة طلبة جامعيين، وهناك حاجة ماسة إلى دراسة كيفية تعامل هذه الفئة مع تلك الظاهرة الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي) ومعرفة مدى استفادتها من خدماتها.
 - أفزرت الثورة التكنولوجية اتساعا في استخدام الأنترنت كوسيلة إعلامية جديدة ومنه استخدام هذه المواقع الاجتماعية التي تنضوي تحت مسمى الإعلام الجديد، وما لهذا الأخير من مزايا تجعل منه مرآة عاكسة

للمجتمع ومواقع التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزأ من هذا المفهوم الشامل يمكن أن يشكل طبقا دسما للصحفيين في الحصول على الأخبار والمعلومات.

- دراسة متغيرات المساهمة في ظهور التوجهات الجديدة على شبكات التواصل الاجتماعي من أشكالاً لإعلام البديل أو الإعلام الجديد ومدى اعتماد كمصدر للأخبار من طرف الصحفيين الجزائريين.
- إبراز الكيفية التي دعمت بها مواقع التواصل الاجتماعي الآنية والكونية والشمول الذي يطبع الإعلام اليوم.

04 - أهداف الدراسة:

01-04 الأهداف العلمية: تتمثل في:

- معرفة مدى استخدام شباب جامعة مستغانم لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال التعرض والإقبال عليها.
- تحديد الاتجاه الحقيقي لاعتماد شباب جامعة مستغانم على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات والحقائق والأخبار مع معرفة مدى مصداقيتها ومطابقتها للواقع الاجتماعي.
- محاولة إثراء هذا الميدان بالمزيد من البحوث نظرا لطبيعة الموضوع وحدائته.
-

02-04 الأهداف العملية:

- التعود على القيام بالبحوث والمواضيع الميدانية خاصة في هذا الإطار ومحاولة التحكم في الإجراءات والعوامل المختلفة للبحث في هذا المجال.

05 - أهمية الموضوع:

يمكن سبب اختيارنا لهذا الموضوع لمدى الأهمية الكبيرة والدور الكبير الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي سواء على حياة الفرد أو المجتمع خاصة في عصرنا الحالي عصر الوسائط التكنولوجية الحديثة والحياة الرقمية التي أضحت أسلوبا اجتماعيا قائما بذاته خاصة لدى فئة الشباب، الذي بات يعول بصفة كبيرة على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في حياته اليومية توصل وتفاعل واستفتاء لمختلف الأخبار والمعارف والمعلومات ذات الصلة بمحيطه المباشر وغير المباشر، ضف الى ذلك توجه كثير من البحوث في ميدان الإعلام والاتصال الى دراسة تأثيرات التكنولوجيا الحديثة على سلوك الفرد وارتباطها بمختلف الميادين خصوصا منها الاجتماعية والسياسية والثقافية، ومواصلة منا لدراسة مدى اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار وإثراء لميدان البحث العلمي إحدى المواضيع الراهنة والهامة جدا.

06 - الدراسات السابقة:

يعتبر موضوع دراستنا من المواضيع الحديثة، إذ انه لم يتسن للكثير من الباحثين والاكاديميين الخوض في غمار البحث فيها، نظرا لعدة أسباب يرجع أغلبها الى طبيعة الإعلام الجديد وارتباطه بالعديد من الأطر المنهجية والعلمية والإحصائية التي خلقت لدى العديد من الباحثين نوعا من التوجس من مغبة إبداء آراء قد ال تكون مكتملة أو إجابات وافية عن موضوع الاعتماد على الوسائط التكنولوجية الحديثة بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك-يوتيوب-توتير...) نظرا لكونها حديثة العهد وقد حاولنا قدر الإمكان الحصول على دراسات قد تكون سابقة أو مشابهة لهذا الموضوع.

01-06 الدراسات العربية:

وجدنا دراسة بعنوان: "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين" دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية نموذجاً" للدكتور محمد منصور من الجامعة العربية بالدانمارك لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال وتدور إشكالية هذه الدراسة حول متابعة الباحث لتراجع المواقع الإلكترونية لحساب الشبكات الاجتماعية، وقوة تأثير هذه الشبكات على جمهور المتلقين، وتناول قناة العربية نموذجاً للمقارنة بين موقعها الإلكتروني وموقعها الاجتماعي وعلى ضوء ما سبق صاغ الباحث تساؤلاته كالتالي :

- ما هو شكل المواقع الاجتماعية 'الفاسبوك' نموذجاً الخاص بقناة العربية؟
- ما هي أوجه التشابه والاختلاف بين شكل الموقع الاجتماعي (الفاسبوك) وبين شكل الموقع الإلكتروني (العربية نت) لقناة العربية؟

- ما هو مضمون المواقع الإلكترونية "العربية نت نموذجاً" الخاص بقناة العربية؟
- ما الفرق بين مضمون الموقع الإلكتروني (العربية نت) وبين مضمون الموقع الاجتماعي (الفاسبوك) لقناة العربية؟

لهذه الدراسة أهمية كبيرة حيث أنه جزء بسيط في محاولة فهم آليات التأثير التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالوسائل التقليدية للإعلام وتهدف إلى:

- الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية 'الفاسبوك' نموذجاً الخاص بقناة العربية
- المقارنة بين مضمون الموقع الإلكتروني (العربية نت) وبين مضمون الموقع الاجتماعي (الفاسبوك) لقناة العربية.

قد استعان الباحث بمنهج المسح الوصفي الذي استخدمه للمقارنة بين شكل الموقع الاجتماعي الفاسبوك وشكل موقع قناة العربية الإلكتروني.

قد غطت الدراسة فترة تم اختيارها: لمعرفة تأثير هذه المواقع على جمهور المتلقين.

من أجل جمع البيانات استعان الباحث باستمارتين الأولى لتحليل الشكل والثانية لتحليل المضمون.

قد اعتمدنا على هاته الدراسة، حيث تناولت مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين بينما ندرس موضوعا أدق وفي جانب آخر وهو مدى اعتماد الشباب الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار والتي لها علاقة بالجانب الثقافي والاجتماعي لتوجهات الشباب تجاه المضامين التي تبثها مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تتشابه الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة مع دراستنا، حيث يندرج كليهما ضمن الدراسات الوصفية وقد استخدمنا للوصول إلى النتائج استمارة استبيان بالإضافة إلى الوسائل الأخرى المساعدة على غرار الملاحظة وبغض النظر عن الاختلافات فقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا في الإحاطة بالموضوع المدروس سواء من الناحية النظرية أو الميدانية.

06-02-الدراسات المحلية

توجد دراسة بعنوان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية وهي دراسة وصفية ميدانية لعينة من مستخدمي الفاسبوك عبر الولايات (باتنة ورقلة مستغانم الجزائر) للطالبة مريم ناريمان نومار لنيل شهادة الماجستير تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة للسنة الجامعية.

تدور إشكالية هاته الدراسة حول الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع الفاسبوك في الجزائر وعلى ضوء ما سبق صاغ الباحث تساؤلاته كالتالي:

- ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟
- ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لدى الجزائريين؟
- ما هو الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفاسبوك؟
- كيف يؤثر استخدام الفاسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

ما في هذا العالم. وقد تصل هذه العالقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص¹

يعرف أزهري راضي شبكات التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربط عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها²

7-1-2 التعريف الإجرائي: يعرفها الباحثين إجرائيا بأنها " / شبكات اجتماعية تتيح عملية تفاعلية تواصلية لمستخدميها بحيث توفر لهم الولوج إليها في أي وقت يشؤون وفي أي مكان من العالم ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وقامت بتشكيل مفهوم جديد كليا للتواصل التفاعل بين الأفراد خاصة والشعوب عامة، وتعمل على تعزيز العالقات الاجتماعية وتطويرها وأبرزها شبكات التواصل الاجتماعي هي الفاسبوك وتويتر واليوتيوب.

7-2 مفهوم الشباب:

7-2-1 التعريف اللغوي: الشباب هو جمع مذكر ومؤنث معا، ويعني الفتاء والحداثة، ويطلق لفظ شبان شبيبة كجمع مذكر مفرد شاب ويطلق لفظ شابات وشائب، كجمع مؤنث على مفرد شابة، وأصل الكلمة هو شباب معنى صار فتيا، أي من أدرك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة³

7-2-2 التعريف الاصطلاحي: وهي كلمة التي يقصد بها مرحلة عمرية محددة بقدر ما تشير إلى مجموعة الخصائص النفسية و الجسمية التي تكون في حالة نشاط وقوة و اندفاع أيضا لكيلا الجنسين وهذه المرحلة بالذات تعرف تغيرات أساسية في جميع الجوانب على المستوى الجسمي العقلي الاجتماعي¹.

1 عواد محمد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، موقع تأملات، www.taamolat.com 22 مارس 16.00/2016

2 زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي (عمان : مجلة التربية، ع 2003، 15)، ص 3.

3 مصطفى فهمي، سيكولوجية الطفولة والمراهقة، (القاهرة : مكتبة مصر، د س ن)، ص 16.

7-2-3 **التعريف الإجرائي:** هي الفئة النشيطة لها ميولتها وطموحاتها وأهدافها وممارساتها بحسب خصوصية المجتمع الذي تنتمي إليه والتي يتراوح سنها ما بين الثامنة عشر والأربعين سنة وتكمن المرجعية هنا أن مرحلة الشباب تعرف مجموعة من التغيرات في هذه المرحلة، على المستوى البيولوجي والعقلي والنفسي والاجتماعي، وتتمتع بقابلية كبيرة للتشكيل والتكوين لذا تعتبر القوة الأكبر والسلاح الأهم.

7-3 مفهوم الأخبار:

7-3-1 **التعريف اللغوي:** الخبر في اللغة هو: ما ينقل ويحدث به قوال أو كتابة، وخبرت بالأمر أي علمته وخبرت الأمر أخبره إذا عرفته على حقيقته، والخبر (وجمعه أخبار) هو: ما أتاك من نبأ عن تستخبر. فمفهوم الخبر يعني أنه شيء يحدث و يتناقله الناس، أو هو المعلومات عن أمور جرت ويهمننا معرفتها فنستخبر عنها²

7-3-2 **التعريف الاصطلاحي:** الخبر هو المادة الخام التي تقوم عليها الصحافة وهو وصف لحادث آني يحظى بالاهتمام وهو الرواية الموضوعية والكاملة لأحداث ذات الأهمية أو النفع بالنسبة للجمهور حيث تسعى الصحافة للحصول على الخبر من مصادره المختلفة في كل أنحاء العالم، وبشتى السبل المتاحة ومن ثمة نقله الى الناس في مواقعهم ومنازلهم ومكاتبهم بطريقة موضوعية وبتغطية شاملة لكل الإحداث ذات الأهمية أو النفع بالنسبة للجمهور³.

7-3-3 **التعريف الإجرائي:** الأخبار هي أساس ما ينشر بالصحف من مواد وتعني وصل الناس بالعالم الخارجي بتزويدهم معلومات عن آخر ما يجري في العالم وهذه الوظيفة تتداخل تقريبا مع كل الوظائف الأخرى.

1 مصطفى فهمي: سيكولوجية الطفولة والمراهقة، سبق ذكره، ص:162.

2 المنجد في اللغة والإعلام (بيروت - دار المشرق، ط 1، 1991).

3 فاروق أبوزيد، فن الخبر الصحفي، (القاهرة: عالم الكتب، 1997) ص:37.

ثانيا: المدخل النظري للدراسة :

يتم تحديد إطار البيانات المطلوبة من خلال المداخل النظرية اتجاه الدراسة وكذا النتائج المحققة والمستهدفة، لذا سنحاول من خلال هذا المدخل تحديد أهم التصورات النظرية التي سننطلق منها في هذه الدراسة في تبيان الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار.¹

1- مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

لقد كانت البداية الأولى لبروز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندر بول روكينشا وملفين دي فلور وزملائهما علم 1970 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" والتي طالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم قوة الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يعتمد في نشاطه على مصادر المعلومات الأخرى التي تصنع النظام الإعلامي القائم عنها ليتم فيما بعد ظهور مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل سندرا روكينش ودي فلور في مؤلف بعنوان "نظريات وسائل الإعلام" الذي حاول من خلاله ملء الفراغ وسد الثغرات التي خلفها نموذج الاستخدامات والإشباع التي التي أهمل تأثير وسائل الإعلام وقوتها في ذلك ، لهذا فقد وضع دي فلور وروكينش نموذج لتوضيح العالقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى ورأيا أن المؤسسة الإعلامية هي نظام اجتماعي ذو طبيعة تبادلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع وبالتالي يصعب فهم طبيعة أدوار وسائل الإعلام وتأثيرها ما لم يتم فهم طبيعة الاعتماد المتبادل والترابط الوثيق بينها وبين الأنظمة الأخرى (النظام السياسي، النظام الاقتصادي) هذا من جهة، وما لم يتم أيضا تحديد المجالات التي يعتمد

1 موقع مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية www.ceaid.net، 2014

فيها الجمهور على هذه المؤسسة من جهة أخرى يعني أنه شيء ما يحدث ويتناقله الناس، أو هو المعلومات عن أمور جرت ويهمنها معرفتها فنستخير عنها¹

2- محتوى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ركزت نظرية الاعتماد على أن العالقة التي تربط وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، إذ أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها نظام فرعي من أجل فهم و إدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور، أي أن وسائل الإعلام هنا تمثل مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حوله وبخاصة في حالات الاستقرار والتحويلات والصراعات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي، هذا دون إغفال أن نشاط وسائل الإعلام يتم من جهة أخرى دون اعتمادها على المصادر المتناثرة داخل عناصر مكونات البناء الاجتماعي من هيئات ومؤسسات وبنى جزئية أو فرعية مشكلة للبناء الاجتماعي بصفة عامة، فبيما يخص عالقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي فيرى دي فلور أنها عالقة اعتماد متبادل فهو لا يمكنه الاستغناء عنها من أجل نشر مبادئه وقيمه والترويج لها، هي باستطاعتها الاستغناء عنه لدعم مشاريعها، وهو ما أكدته هلبرت شيلر الذي رأى أن العالقة التي تربط المؤسسات الإعلامية بالنظام السياسي هي عالقة قائمة على رؤية هذا النظام لها بوصفها وسيلة وأداة منافسة لترويج أفكاره ومبادئه قصد بسط سيطرته على ثقافة وحياة المجتمع برمته كما هو الحال في المجتمعات ذات النظام الرأسمالي²

1 موقع مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية، مرجع سبق ذكره.

2 موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون الجزائر: دار القصة، ط2، 2006، ص.62

وفيما يتعلق بعلاقتها بالنظام الاقتصادي فهي علاقة لا تقل عما سبق ذكره في الجانب السياسي إذ تعتبر وسائل الإعلام أدوات مهمة لتحقيق الأهداف المادية للنظام الاقتصادي عبر أساليب الإعلان والإشهار أما فيما يخص طبيعة العالقة بين المؤسسة الإعلامية والجمهور فهي عالقة وثيقة ومتينة فالجمهور ليس بمقدوره الاستغناء عنها لمعرفة شؤون حياته اليومية وهي الأخيرة سيظل نشاطها دون معنى في غياب اهتمام هذا الجمهور¹

3-فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات الخاصة بالجمهور .
- نظام ونشاط وسائل الإعلام جزء أو صورة مجزأة للنسق الاجتماعي للمجتمع.
- استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور ووسائل الإعلام.
- حالات الإستقرار والأزمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات وبالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجة.
- اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادر على الاستجابة للاحتياجات النظام الاجتماعي والجمهور.
- يختلف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الإعلام بين الصفوة التي تعتمد على مصادر خاصة كالبرقيات أو شريط وكالات الإنباء والتي ليست متاحة لكل الجمهور².

1ذوقان عبيدات، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2001) ص10.

2 صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الإنسانية والاجتماعية، (الجزائر: دار الفائر، 2012) ص 196.

4- علاقة النظرية الإعتماد على وسائل الإعلام بموضوع الدراسة:

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش داخله، كما أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف، وبالتالي:

فالجماهير يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها نظام فرعي من أجل فهم وإدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور بما فيها عنصر استقاء الإخبار والتي تعتبر فيه وسائل الإعلام بما فيها الوسائط الاجتماعية مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حوله وبخاصة في حالات الاستقرار والتحويلات والصراعات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي، كما أن وسائل الإعلام تركز في نشاطها على المسائل والأحداث التي ترى بأهميتها للنظام الاجتماعي والجمهور معا.

فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، ويحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضاً في نفس الوقت إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام أكثر مما هي عليه، ولكنهم يستطيعون تحديد ما لم ينشر من رسائل، لأن وسائل الإعلام تحدد ما ينشر أو ينشر بناء على العالقة الدائرية مع أفراد المتلقين مثلها مثل النظم الاجتماعية، ويظهر بالتالي تأثير الخصائص والسمات الفردية والاجتماعية على تطوير هذه العلاقة الدائرية مع وسائل الإعلام، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق العديد من الأهداف، كالفهم مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، والفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها التوجيه : ويشتمل على توجيه

العمل والحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة، ضف الى ذلك التسلية: وتشتمل على التسلية الفردية أو المنعزلة مثل: الراحة والاسترخاء والاستثارة والتسلية الاجتماعية مثل : الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.

من خلال تساؤلنا ما هو واقع اعتماد شباب جامعة مستغانم على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار؟ يمكننا أن نشير الى أن شبكات التواصل الاجتماعي كضرورة ملحة أفرزتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال على واقعنا الإعلامي اليوم باتت حدا فارقا في السيرة السريعة للمعلومة التي تسعى الدراسات النظرية اليوم الى إثباتها ودارستها وفق المنحى الاجتماعي العام والمنبثقة من البناءات النظرية الأولى على نظرية الاعتماد المتبادل لوسائل الإعلام وباقي النظريات الأخرى في أدبيات الإعلام إضافة إلى استكشاف طرق جديدة للبحث العلم، بالبحث لإيجاد تساؤلات جديدة بالبحث، إضافة إلى استكشاف طرق جديدة للبحث العلمي.

ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة :

01- مجال الدراسة:

01-01 المجال المكاني: جامعة عبد الحميد ابن باديس -كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الواقعة بحي خروبة مستغانم.

01-02 المجال الزمني: تم الشروع في هذه الدراسة ابتداء من شهر ديسمبر الى غاية 15 مارس 2020

حيث باشرنا إجراءات الجانب المنهجي والنظري من شهر ديسمبر الى شهر جانفي ومن ثمة انتقلنا الى الجانب الميداني والتطبيقي من شهر فيفري إلى شهر مارس.

02 -مجتمع البحث والعينة:

لمجتمع البحث مجموعة من العناصر ذات الخاصية والتي تعرف حسب "مادلين قرافيت" بأنه المجتمع الذي تميزه خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي¹ يتضمن مجتمع بحثنا كل الطلبة الجامعيين أما المجتمع المتاح فهم كل طلبة جامعة مستغانم.

تعتبر مفردات دراسة العينة مجموع الوحدات التي يجري عليها البحث والتقصي وأنها جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث أساليب مختلفة وتضم عددا من الأفراد من المجتمع الأصلي. حيث أن دراستنا تتمحور حول اعتماد طلبة جامعة مستغانم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار فإن مفردات دراستنا تتمحور حول طلبة جامعة مستغانم ونظرا لاستحالة الدراسة على كل الطلبة فقد اخترنا عينة قصدية متكونة من 40 فردا من مختلف أطوار طلبة الإعلام والاتصال في كلية العلوم الإنسانية بجامعة مستغانم والعينة القصدية (العمدية) هي العينة التي يقوم فيها الباحث باختيار عدد من الوحدات أو المفردات الممثلة للمجتمع الكلي والتي هي على عاقبة مباشرة بموضوع البحث من أجل تزويده بما يحتاجه من بيانات تعرفه بحقيقة هذا الموضوع، وهي حسب دراستنا العينة الأمثل حيث قمنا باختيار عينة قصدية من طلبة تخصص الإعلام واتصال سنة أولى ماستر وسائل الإعلام والمجتمع وسنة أولى ماستر اتصال في التنظيمات وسنة ثالثة اتصال وعلاقات عامة وقد وقع اختيارنا على هذه الهيئة باعتبار أن طلبة علوم الإعلام والاتصال هم الفئة الأقرب لموضوع دراستنا، ومن جهة أخرى إمكانية الوصول إليها بسهولة وقد قمنا بالاتصال بهم قبل العطلة الربيعية وعلى دفعات حتى يتسنى لنا شرح موضوع الدراسة والاحتكاك بهم على الوجه الأمثل.

1موريس أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مرجع سبق ذكره، ص:67-69.

03 - منهج الدراسة:

عند القيام بأي دراسة علمية البدء من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما وذلك بإتباع منهج مناسب لطبيعة الدراسة التي سنتناولها، كما ان معرفة المنهج المعتمد في الدراسة الميدانية ذو أهمية أكبر بالنسبة للباحث، وتتمحور دراستنا حول "اعتماد الشباب الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار" فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في علوم الإعلام والاتصال والتي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والعلاقة بين متغيراتها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق ومتكامل للظاهرة أو المشكلة التي تقوم على الحقائق المرتبطة، وضمن المنهج الوصفي استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرض ملامح الظاهرة بدقة ووضوح لتيسير فهمها وإدراكها ومعرفة العناصر المكونة منها وعلاقة بعضها ببعض مع الاطلاع على الخلفية النظرية لموضوعات البحث تمهيدا لإجراء المزيد منها، ضف الى ذلك جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المراد دراستها استخلاص دلالاتها ثم تشخيصها عن طريق الإجابة عن التساؤلات المصاغة سلفا¹.

04 - أدوات جمع البيانات :

تتوقف دقة البحوث العلمية على الاختيار الأمثل لأدوات المناسبة التي تتأتى وطبيعة الموضوع المراد دراسته وكذا إمكانات الباحث للحصول على البيانات والمعطيات الخاتمة أهداف الدراسة.

04-01 الملاحظة: التي تعتبر من الوسائل المنهجية التي يعتمد عليها في جمع المادة العلمية والحقائق من

مكان إجراء الدراسة، والتي تتيح للباحث إمكانية ملاحظة سلوك وعلاقات وتفاعلات المبحوثين والاطلاع على أنماط تصرفاتهم إزاء الاستخدامات المختلفة لوسائل الإعلام.

1موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مرجع سبق ذكره، ص: 69-75.

وقد أفادتنا الملاحظة على الاطلاع على بعض المعلومات التي يمكن الحصول عليها عن طريق الأدوات الأخرى كالمعلومات المتعلقة بالاستخدامات المختلفة للوسائط الإلكترونية وكذا العادات المتبعة في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي.

04-02 الاستبيان: يعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين عن طريق البريد أو يجري تسليمها عن طريق اليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها وبواسطتها يتم التوصل الى حقائق جديدة عن الموضوع والتأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق¹

حيث تعتبر الاستمارة من الأدوات المنهجية الهامة التي تستعمل في جمع البيانات المختلفة بموضوع الدراسة، وهي عبارة عن مجموعات من الأسئلة مصممة بدقة وعناية تكون متسلسلة وواضحة الصياغة ولقد اعتمدنا على هذه الأداة في دراستنا للجمهور المستهدف من الشباب الضخم عدديا والمتشتت والتي سهلت تغطية عدد كبير من الأفراد حسب العينة المختارة في أماكن جغرافية متباعدة وقد استهدفت الدراسة بحث مدى اعتماد طلبة جامعة مستغانم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الإخبار وهي المعلومات التي يمكن الوصول إليها عن طريق الاستمارة، هذا وقد مرت الاستمارة بمراحل عدة أولها النظر إلى التراث النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة للاستفادة منها ثم صياغة أسئلة الاستمارة وتقسيمها إلى ثالث محاور رئيسية كالآتي:

- المحور الأول: البيانات الشخصية.
- المحور الثاني: مدى استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي.
- المحور الثالث: تحليل البيانات المتعلقة باعتماد الشباب الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي في

الحصول على الإخبار.

¹ذوقان عبيدات، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، مرجع سبق ذكره، ص: 44-45.

الفصل الثاني :

مدخل عام إلى
شبكات التواصل
الاجتماعي

تمهيد:

فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السنوات الأخيرة من القرن الماضي وخاصة مع انتشار شبكة الانترنت حقائق جديدة جعلت سكان الأرض يتواصلون ويتلاحمون في عالم افتراضي ما نشئت افتراضاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي لسكان الكرة الأرضية ولعل من إنجازات التكنولوجيا الحديثة والتي جعلت العالم لا يستقر على حال ما أصبح يعرف بالشبكات الاجتماعية **Social network** وفي مفهومها البسيط هي مواقع الالكترونية على شبكة الانترنت تقوم بتصميمها شركات خدمات اتصال كبرى تجمع الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة كأصدقاء وأصحاب المهن المشتركة ليتبادلوا الحوار في موضوعات تهمهم ومن حيث التوصيف والتعريف العلمي فان الشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت توفر لمستخدميها سواء كانوا أفراداً أم جماعات فرصة التلاقي وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والهموم والمشكلات من خلال الملفات الشخصية والصور وغرف الدردشة وغير ذلك ومن ذلك أمثلة هذه الشبكات مواقع **my scape – Twitter**, **facebook** ولعل من أسباب الرئيسية لإقبال فئات المجتمعات المعاصرة وخاصة فئة الشباب وتدافعها على هذه المواقع هو أن الانضمام لهذه الشبكات لا يتطلب جهداً كبيراً إذ يكفي من يريد استخدامها التسجيل في إحداها وقبول دعوة احد ثم اختيار المجموعة التي يرغب في التواصل معها ليدخل عالماً لا يخلوا من إثارة المشاعر والغرائز في كثير من الأحيان.

1-نشأة وتاريخ شبكات التواصل الاجتماعي:

أول مظاهر مصطلح الشبكات الاجتماعية كان من قبل "جون بارنز" الباحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن والذي صاغه سنة 1954، وظهرت في السبعينات من القرن العاشر بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية وكانت فوائد البريد الالكتروني من أولى التقنيات التي سهلت التفاعل الاجتماعي حيث أتاح هذا التفاعل للأفراد إمكانية تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين غالبا ما كانت بأسماء مستعارة. وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت شبكات التواصل الاجتماعي تظهر بشكلها الجديد مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتواصل¹. وتمكن احتمال ظهور وتطور شبكات التواصل الاجتماعي عبر ثلاث موجات أساسية الموجة الأولى حبست ظهور الشبكات لعدم تواصل الأفراد مع إضافة بعض الخدمات الاجتماعية من حين لآخر والموجة الثانية تميزت بالتنافس بين شبكات عديدة الاستعمال لمستخدمين من خلال تخصص بالتوجه لجماهير معينة إما الموجة الثالثة فهي مرحلة الوصول لجماهير عريضة في ظل سيطرة وشهرة شبكات معينة في البدا انطلقت سنة 1995 موقع **classmates** وهو موقع اجتماعي للتواصل مع الأصدقاء والمعارف من الروضة حتى الجامعة حيث يستطيع أي شخص إنشاء ملف شخصيا مجانا للتواصل بأصدقائه والانضمام للمجتمعات المحلية والدرشة في المنتديات لكن يعتبر موقع **sixdegrees.com** أول شبكة للتواصل الاجتماعي معترف بها سنة 1997 حيث يسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات أو صفحات شخصية تضم قوائم الأصدقاء كانت بطبيعة الحال موجودة في بعض المواقع الاجتماعية من قبل موقع **classmates.com** مثلا كان يتيح للمستخدمين الانتساب لجماعات

1 عبد الله محمود الرعود، دو شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظم الأردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط.

كالمدرسة أو الكلية والاتصال مع باقي مستخدمي الشبكة حتى سنوات لاحقة لكن دون إمكانية إنشاء ملف شخصي موقع **Sixdegrees.com** هو أول من أتاح هذه الميزات مجتمعة.

وقد روج للموقع كان انه وسيلة اتصال تساعد الناس على التواصل وإرسال الرسائل للآخرين فيحين احتجب ملايين المستخدمين إلا انه أخفق في تسجيل نفسه كعلامة تجارية دائمة حيث انه أنهيت خدماته سنة 2000 وفي هذا الصدد يعلق مؤسس الموقع على أن الموقع ظهر قبل وقته فالناس حينها كانوا مهتمين باستخدام الانترنت أكثر من إيجاد الأصدقاء على شبكات التواصل الاجتماعي او التواصل مع الغرباء.

من عام 1997 حتى عام 2001 دعت العديد من الشبكات التواصل الاجتماعي ميزة إنشاء صفحات شخصية وتعريف قوائم الأصدقاء مواقع **migente, black plante, asian avenue** أتاحت للمستخدمين إنشاء صفحات شخصية ومهنية وتاريخية بحيث يمكن تحديد قوائم الأصدقاء حتى دون الحصول على الموافقة منهم عام 1999 أدرج موقع **live journal** ميزة الاتصال في اتجاه واحد ويشتهر الموقع على انه أول من أتاح خدمة الرسائل الفورية مع الأصدقاء في الموقع يتمكن المستخدم من متابعة صفحات أصدقاءه وكذا المجلات كما يمكنه إدارة إعدادات الخصوصية.

أما الموقع الكوري **cyworld** الذي ظهر عام 1999 أضاف عام 2001 مي ازت أخرى على غرار تلك الموجودة في باقي الشبكات وعرف موقع **like Wise** السويدي على انه شبكة للتواصل الاجتماعي المتضمنة ميزات قوائم الأصدقاء سجلات الزوار وصفحات لليوميات الموجة الثانية لشبكات التواصل الاجتماعي انتقلت سنة 2011 عندما أطلق موقع **ryze.com** لمساعدة على نشر أعمالهم على الشبكة وتشير التقارير أن مؤسس **ryze** قدمه أول مرة لأصدقائه من رجال الأعمال في سان فرانسيسكو كذا للمستثمرين في مجال شبكات التواصل الاجتماعي.

الأشخاص المؤسسون ل **tribe.net linkedIn,ryze** احكموا تصميمها واعتقدوا أنها يمكن أن تدعم بعضها البعض دون منافسة في حين لم يكتسب **ryze** شعبية بين الناس وحاول **tribe.net** استمالة المستخدمين عاطفياً واشتهر **linkedIn** على أنه أقوى شبكة لرجال العمال أما **friendster** فاشتهر على أنه أكبر خيبة في تاريخ الانترنت سنة 2002 أطلق **friendster** كموقع مكمل ل **ryze** وقد تم تصميمها للتنافس مع **match.com** وهو موقع ربحي للتعارف عبر الانترنت وفي حين ركزت جميع المواقع على تواصل الأفراد ذوي المصالح والاهتمامات المشتركة صمم **friendster** لتقريب الأصدقاء الحقيقيين وقد استطاع أن يجذب ثلاث مئة ألف **300000** مستخدم مع ارتفاع شعبيته واجه صعوبات تقنية واجتماعية وتعثر الموقع عديد المرات لان قواعد بياناته غير مهياً لاستيعاب النمو المتسارع مما صدم المستخدمين الذين استبدلوا خدمة البريد الالكتروني ب **friendster** التصميم الأول ل **friendster** في المستخدمين من مشاهدة ملفات الناس الذين لا تربطهم بهم علاقة صداقة ومن اجل الاطلاع على ملفات وصفحات أكثر بدأ المستخدمون بإضافة معارفهم والاهتمام بإضافة الغرباء للتوسعة مجال اطلاعهم وفي نهاية المطاف بدأت تظهر صفحات وهمية لمشاهير وفنانين وغيرهم هذا الأمر أثار غضب الشركة المالكة التي حذفت الحسابات الوهمية وبالتالي قضت على الميزة الأكثر شعبية في الموقع وبينما قام عدد قليل فقط من المستخدمين بإنشاء حسابات وهمية فان الآخرين تصفحوها من اجل التسلية أو لإيجاد أشخاص يعرفونهم وبالتالي فان حذف الشركة لهته الحسابات وحتى حسابات المستخدمين الذين لا يضعون صورهم الحقيقية أثار الانطباع أنها لا تبالي باهتمامات المستخدم.¹

1- حمايدية سارة، الطفل وشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة في الاستخدامات والإشاعات عبر الفاسبوك، رسالة ماجستير.

هكذا بدأت تختفي العديد من شبكات التواصل الاجتماعي الأولى بسبب الصعوبات التقنية وصدّات اجتماعية حتى بسبب انهيار الثقة بين المستخدم والموقع لكن اختفاءها في الولايات المتحدة الأمريكية تزامن مع ارتفاع شعبيتها في الفيليبين واندونيسيا وسنغافورة وماليزيا.

في عام 2003 بدأ ظهور شبكات جديدة للتواصل الاجتماعي لكن معظمها استمدت من أشكال المواقع الأولى في محاولة لتكرار نجاحاتها والاستفادة من شعبيتها والاستهداف جماعات ديموغرافية معينة ففي حين استهدفت شبكات التواصل الاجتماعي جماهير واسعة التمسّت مواقع مهنية مثل: **open bc**، **linkedin**، **invisible path.xing** سابقا اهتمام رجال الأعمال.

في جويلية 2005 اشترت شركة **news corporation purchased** موقع **my space** ب 580 مليون دولار وهذا جذب اهتمام وسائل الإعلام بعدما تورط موقع في سلسلة من الفضائح الجنسية حول استغلال الأطفال المراهقين جنسيا على الانترنت وهذا ما أثار مخاوف أخلاقية وتعرض الموقع لقضايا قانونية غير أن الأبحاث بينت فيما بعد أن هذه الشكوك والمخاوف مبالغ فيها.

بعدها أطلقت شبكات جديدة للتواصل الاجتماعي بهدف الوصول إلى جمهور أوسع لكن الفاسبوك حينها صمّم لدعم الشبكات على مستوى الجامعة فقط أطلقت خدمات الفاسبوك عام 2004 كشبكة توصل اجتماعي على مستوى جامعة هارفارد فقط.

في سبتمبر 2005 وسعت خدمات الفاسبوك لتشمل طلاب المدارس الثانوية والعاملين في الشركة حتى عمم الجميع.

ليشير تنوع شبكات التواصل الاجتماعي إلى تحول في طبيعة المجتمعات عبر الانترنت حيث اتجهت شبكات التواصل لجماهير مخلّفة دون اعتبار للمصالح أو الاهتمامات هكذا ظهر إطار تنظيمي جديد لمجتمعات الانترنت يتكون فيها العالم من شبكات وليست جماعات.

2- مكونات الشبكات الاجتماعية:

تتكون الشبكات الاجتماعية عموماً من عدة تطبيقات ومواقع، أهمها:

1-2 مواقع التواصل الإلكترونية: وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل

بأصدقائهم ومعارفهم، مثل "ماي سبايس" "فيسبوك".... الخ.

2-2 المدونات الإلكترونية: **blogs** وهي مواقع الكترونية تمثل مفك ارت شخصية تسرد من خلالها الأفكار

الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.

3-2 الويكي "wikis": وهي الصفحات التي ينشأها العامة عبر مواقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز

خادم عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجاناً) أشهرها موقع ويكيبيديا، وهي تسمح للأشخاص العاديين

بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات

المصدر المفتوح.

4-2 البودكاستس "podcasts" أو مواقع البث الإلكترونية، وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو

تنزيل الأغاني والأفلام للمشركين في هذا الموقع او برنامج التنزيل، مثل موقع "أبل آي تيونز".

5-2 المنتديات الإلكترونية: ألا وهي مواقع توفر مناطق وفسحات الكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة

المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين، أي لكل منتدى تخصص معين، مثل منتدى

للموسيقى، وهي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً، لأنها سهلة الاشتراك.

3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي :

يعرفها **Mayfield** بأنها مجموعة جديدة من وسائل الإعلام على الانترنت تشترك بالخصائص التالية:

المشاركة: فهي تشجع على المساهمة وردود الفعل التعليقات من أي مهتم وتلقي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام المتلقي.

الانفتاح: فمعظمها عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات ونادرا ما توجد حواجز للوصول أعلى محتوى والاستفادة منه.

المحادثة: تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين بعكس وسائل الإعلام التقليدي التي تعتمد مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.

التجمع: تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال ضمن تجمعات تربطها اهتمامات مشتركة.

إضافة إلى هذه الخصائص يرى الباحثون ان هناك مجموعة من المي ازت الإضافية لشبكات التواصل الاجتماعي التي تزيد من إقبال المستخدمين عليها.

سهولة الاستخدام: فقد تطورت شبكات التواصل بحيث تكون سهلة الاستخدام فهي تحتاج الى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا.

التواصل والتعبير عن الذات: أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين.

تشكيل مجتمع بطرق جديدة: وفرت لشبكات التواصل الاجتماعي سبلا جديدة كالاتصال حيث ينظم المستخدم لمجتمعات يختارها هو ويفضلها إذ اختصر الشبكات منطق العولمة المتنامي الذي تتدخل فيه المجالات المحلية والعالمية والمجالات الذاتية والعمومية.

التفاعلية: لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ ظهورها إلى تحسين التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.¹

4- أهم الشبكات الاجتماعية:



4-1 شبكة الفاسبوك

الفاسبوك هو شبكة اجتماعية كنتاج للإعلام الاجتماعي تأسست في 2004 على يد شاب عشريني أمريكي اسمه مارك زيك بيرج بالتعاون مع اثنين من رفاقه بالسكن الجامعي في جامعة هارفارد وقد كان الموقع في البداية مقصورا على طلبة الجامعة ثم امتد ليشمل طلبة الجامعات الأمريكية ثم خرج بعد ذلك إلى أوروبا والعالم ليصبح عدد أعضائه حاليا 350 مليون عضو.²

أل 350 مليون عضو في الفاسبوك فتح شهية الشركات التيس تتقاسم النفوذ في الانترنت كما أن هذا العدد يعني دخلا لا محدودا ندرت الإعلانات التي ينشرها الموقع وهذا ما جعل مارك اصغر ملياردير في العالم. الفاسبوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث تمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه لذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية وتمنع الأسماء المستعارة أو الألقاب.

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

1- مريم نومار : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012.
2- محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 360-361.

وقد حقق هذا الموقع نجاحا وانتشارا واسعا قبل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ معدل اشتراكات الجديدة **150** ألف مشترك يوميا.

ويشكل المتواصلون على موقع الفاسبوك مجتمع افتراضيا أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية ففي هذا المجتمع الافتراضي يستطيع الشخص اختيار من يريده من الأصدقاء ليتعرف عليهم ويتواصل معهم وليجد نفسه مضطرا للتعامل مع أشخاص لا يرغب في التعامل معهم.

ولا يشعر المتواصل عبر هذا الموقع بما يشعر به الإنسان في المجتمع الحقيقي من ضغوط وصعوبات حيث لا يجد نفسه مرغما على قبول أي شيء لا يريده من الأصدقاء أو ما كان أو قراءتويعتبر الشباب هم أكثر الفئات استخداما للفاسبوك حيث أن هؤلاء هم الأكثر ممن يملكون المهارات الحاسوبية ولديهم اطلاع واسع على الكمبيوتر واستخداماته وشبكات الانترنت.

1-1-4 متطلبات تصميم صفحة الفاسبوك

- **مهارة استعمال الحاسوب:** بحيث يستطيع استعمال الحاسوب الشخصي أو في مجال العمل أو الدراسة وهي مهارات أصبح امتلاكها سهلا في ظل الثورة التكنولوجية والانفجار المعرفي وهو ما عم كافة المجتمعات حيث أصبح امتلاك هذه المهارات ضرورة من ضرورات الحياة بل ان امتلاك جهاز الحاسوب أصبح من الضرورات في العمل والدراسة .
- **الإشتراك في خدمة الانترنت:** وهي خدمة أصبحت متوفرة ومنتشرة في متناول معظم الناس سواء عن طريق الإشتراك السنوي أو البطاقات وتشارك في هذه الخدمة جميع المؤسسات العامة والخاصة إضافة إلى انتشار مقاهي الانترنت والتي توفر هذه الخدمة بأسعار مقبولة

• الاشتراك في خدمة البريد الإلكتروني: والذي أصبح منتشرا وضروريا لكافة المراسلات وعمليات التواصل.

• تعبئة الطلب الشخصي: والذي يتطلب معلومات تشمل الاسم الحقيقي والبريد الإلكتروني وكلمة السر التي يجب أن يحتفظ بها طالب الاشتراك ليضمن عدم تمكن الأشخاص الآخرين من الدخول إلى موقعه على الفاسبوك.

4-1-2 فوائد وإيجابيات موقع الفاسبوك:

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

أ- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع:

وذلك عن طريق:

إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد اخذ موافقتهم والخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع. ومتاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو ايجابيا على الطلب الذي يتلقاه.¹

ويمكن لمن يتلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الاستفسار عنه من أصدقاء آخرين وفي حالة تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم أتواصل مع آخرين....

• إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع حتى وان كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي

1- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، عمان، ط1، 2014، ص 66-67.

- اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.
- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماؤهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.
- إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو حسب المهنة.
- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر من هذا الموقع الافتراضي.
- إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب الاستمرار في صداقته.

ب- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال:

إن الشركات الكبرى تعتمد على عملية الإعلان لترويج منتجاتها ولإتمام هذه العملية تم الاعتماد على مواقع الفاسبوك وهذا الأخير يساهم في التسويق والترويج بشكل كبير للمنتجات.¹

ت- إتاحة فرصة تحميل اليوم الصور:

وذلك من خلال تصفح موقع الفاسبوك فإن أي شخص بإمكانه تحميل مقطع فيديو وصور.... الخ وسجلت إحصائيات بان تحميل أكثر مكن عشرة ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.

ث- التواصل مع مجتمعات افتراضية:

1- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 67-71.

وذلك من خلال التنوع في المواضيع التي تقيّد العضو في التدريب والتعليم.

ج- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات:

كالشخصيات السياسية واقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية فمن خلال الفاسبوك يمكن التعرف على الأخبار والأفكار والخواطر وجهات النظر حول مختلف الأحداث والقضايا.

ح- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو:

مقاطع فيديو يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور بالرجوع إليها في أي وقت يشاء حيث يمكن للفاسبوك إن يلعب دوار مفضلاً في تخزين المعلومات المرغوبة.

4-1-3 سلبات التعامل مع موقع الفاسبوك :

لمواقع الفاسبوك أثر سلبي على مستخدميه ولذا يمكن إيجازها فيما يلي:

أ - إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية:

أن مستخدم موقع الفاسبوك يخرج من المجتمع الحقيقي إلى المجتمع الافتراضي ما يجعله بعيد عن العلاقة الأسرية إذن فهو مدمر للعلاقة الأسرية ويدعم العزلة وآخر الإحصائيات التي أجريت في المجتمع الغربي تثبت أن الفاسبوك هو الذي ساهم في رفع معدلات الطلاق.

ب- انتهاك خصوصية المشتركين:

من خلال الدردشة والمواضيع المناقشة من طرف الفاسبوك ففي بعض الصفحات فان تعليقات والمشاركات تصل إلى الشخص المخاطب بالإضافة إلى أن المعلومات التي ينشرها المشاركون من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفاسبوك.

ت-استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية:

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



4-2 تويتر Twitter

هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المدخلات بحد أقصى مائتان وثمانون حرفاً فقط للرسالة الواحدة ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من التوتير على شكل رسائل **SMS** وهي رسائل نصية مختصة ترسل عن طريق الهاتف النقال.

وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع التوتير ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحاتهم الرئيسية أو عن طريق الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق البريد الإلكتروني. وظهر موقع التوتير عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة **obvians** أمريكية ثم أطلق رسمياً للمستخدمين في نفس العام.

4-2-1 مميزات موقع توتير:

لهذا الموقع مميزات عديدة نذكر منها:

- أن هذا الموقع كأحد مواقع التواصل الاجتماعي له مميزات عديدة بسماعه بعدد محدود من المدخلات والتي كما أشرنا لا تتجاوز 280 حرف لا يسمح بالثرثرة أو الحديث المسهب بل يدفع مستخدميه إلى الدخول في الفكرة أو الخبر الذي يريده مباشرة بعكس موقع الفاسبوك والذي يسمح بإدخال معلومات

كبيرة ومتشعبة. وبالتالي فهو موقع يسمح بنشر خبر او فكرة بسرعة وسهولة وتركيز على طريقة خبير الكلام ما قل ودل.¹

- السرعة في نشر الخبر على الانترنت فمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين المشتركين في الانترنت حتى لو لم يكونوا مشتركين في الموقع.
- وبالتالي يمكن عن طريقه معرفة ومتابعة ما يكتبه السياسيون والاقتصاديون الذين لهم حضور على الموقع أو متابعة أخبار الناس وتقديم العون لهم كالتبرع بالدم للمرضى.
- يتبع توتير إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طريق رسائل SMS حيث يمكن استقبال آخر أخبار أصدقائك أينما كنت وفي أي وقت من خلال رسالة قصيرة وبعد ان يكون قد تم تفعيل رقم الهاتف من خلال الموقع كما يمكن أن تحدد الأوقات التي ت رغب فيها باستلام الرسائل وبالتالي تجنب الإزعاج في فترات الراحة.
- متابعة آخر أخبار المدونات والصحف الالكترونية والأخبار و خلاصات RSS دون حاجة إلى زيادة كل موقع منها على حدى.
- يمكن للتوتير أن يؤدي نظرا لميزة السرعة التي يتمتع بها دورا كبيرا في التسويق وترويج المنتجات خاصة في الدول الصناعية.²

4-2-2 سلبيات موقع توتير:

أن هذا الموقع بعدم سماحه للتحديثات إلا بمساحة محدودة لا يمكن أن يكون مجالا لبناء علاقات اجتماعية وإنشاء علاقات صداقة مع الغير كموقع الفاسبوك.

1- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص75.

2- المرجع نفسه، ص76

قد تتسبب سرعة وسهولة نشر الخبر عن طريق توتير بالإدمان عليه لمتابعة أخبار الأصدقاء حتى الشخصية منها والتي قد لا تفيد المتابع لها أو لا تعنيه.

من خلال البريد الإلكتروني والكتب والصحف والإعلانات عبر الوسائل المخالفة ومن المواقع المهمة في هذا المجال أيضا موقع **military.com** وهو موقع يختص بالعسكريين وعائلاتهم حيث يساعدهم على الاستغاثة من خب ارتهم بعد انتهاء فترة خدمتهم العسكرية وذلك من خلال إعطائهم مساحات للتحدث عن خب ارتهم وتجاربهم في مجال الخدمة العسكرية ويقدم خدمات لعائلاتهم مثل الحصول على المنح الدراسية والدعم الحكومي.



3-4 شبكة يوتيوب YouTube:

تقوم فكرة الموقع الذي تأسس عام 2005 على إمكانية إتاحة خدمة التبادل ملفات الفيديو التي تسمح للمستخدمين لتحميل الملفات المتوفرة على الانترنت ويستطيع أي شخص في الوقت نفسه أن ينشر ما يريد وإضافة إلى خدمة النشر التي يتحها هذا الموقع فإنه يسمح للمستخدم بإعادة نشر ما نشره الأصدقاء ومن أكثر الجوانب التي كان للموقع أثر كبير وواضح فيها الاجتماعية والفنية حيث أصبح الكثير ممن يبحثون عن الشهرة يتجمعون لليوتيوب باعتباره الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تتيح لأي كان الظهور وتمنحه الفرصة للوصول إلى الملايين.

ويتميز الموقع بخاصية تمكنه من العمل مع وقائع ووسائط اجتماعية أخرى مثل الفاسبوك أو المدونات من خلال تضمين الملفات فيديو اليوتيوب داخلها وذلك لوجود خيار تبادل ملفات الفيديو ويتيح المجال للأصدقاء

مستخدم الفاسبوك بمشاهدتها كما يمكن إنشاء اربط لتضمين ملفات الفيديو في حال وضع هذا الرابط في مداولة أو موقع أخرى يمكن مشاهدة هذا الفيديو منه أيضاً.¹

4-3-1 شروط النشر في موقع يوتيوب :

تضع إدارة موقع يوتيوب شروطاً ومحددات لنشر الأفلام تتمثل في:

- تمنع إدارة موقع يوتيوب نشر أية أفلام أو تسجيلات مسيئة لإحدى الشخصيات الدينية، أو الوطنية، أو الرمزية أو غيرها، أو تلك التي تحمل تشهيراً لإحدى الجهات.
- يشترط يوتيوب لوضع الأفلام والفيديوهات أن يتم توثيقها وذكر مصدرها ومعدّها، أي بالحفاظ على حقوق النشر وتحقيق الأمانة والمصادقية في النشر، وذلك من خلال الحصول على إذن مسبق من صاحب الفلم.
- يمنع موقع يوتيوب من وضع الأفلام الإباحية +18 والأفلام الفاضحة، والإعلانات التسويقية التجارية دون دفع واتفاق مسبق مع الشركات المنتجة.
- يمنع يوتيوب من نشر الأفلام التي تحفز وتشجع على الأذى والإجرام والأفكار المدمرة وغير الإنسانية.
- يجب أن يتراوح حجم أبعاد الأفلام المرفوعة ما بين 240 بكسل و 2100 بيكسل أو ما يعرف ب 8k.

1- ارمي حسين حسن أصرافي: دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، 2012، ص 53.

5- إيجابيات وسلبيات الشبكات الاجتماعية:

5-1 إيجابيات الشبكات الاجتماعية :

تمتلك الشبكات الاجتماعية العديد من الإيجابيات نذكر منها:

- أتاحت هذه الشبكات لمستخدميها تبادل الخبرات والاهتمامات والآراء فيما بينهم وإطلاق إبداعاتهم ومواهبهم الكامنة حيث أصبحت هذه الشبكات تمثل النوافذ التي يطل الشباب من خلالها على العالم الخارجي.
- أصبحت الشبكات الاجتماعية وسيلة أخبار مهمة لأحداث بعينها وخاصة الأحداث السياسية ومجرياتها.
- الشبكات الاجتماعية اليوم أصبحت وسيلة يمكن من خلالها استطلاع آراء فئات مجتمعية معينة مثل استطلاع آراء الشباب عبر الفاسبوك وتويتر وغيرها.
- مثلت هذه الشبكات منتديات افتراضية حيث تم تكوين العديد من الملتقيات الاجتماعية عبر هذه الشبكات منها على سبيل المثال ملتقى العرب من المحيط إلى المحيط.
- يحفز على التفكير الإبداعي ويعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين¹

5-2 سلبيات الشبكات الاجتماعية:

- ضياع الوقت بسبب الإبحار والاستغراق في هذه الشبكات الأخطر الذي أدى إلى التلاشي التدريجي لعملية التواصل المجتمعي على أرض الواقع.

1- بسمه اللدعة، ندى الخزندار، استخدامات الشبكات الاجتماعية في الإعلان مذكرة مكملة لاستكمال متطلبات نيل ش البكالوريوس في الصحافة، ص 334.

- استخدام البيانات والمعلومات الشخصية قد يؤدي في بعض الأحيان للاستخدام المضاد والسيئ لهذه المعلومات.
- أن استخدام هذه الشبكات من خلال الملفات الخاصة قد أدى إلى انعدام الخصوصية privacy فليس هناك رقابة على المعلومات التي يتم تحميلها على مواقع هذه الشبكات كما انه لا توجد قوانين عقابية تعاقب من يقتحم خصوصية الأشخاص من خلال هذه المواقع.
- أن الاستخدام المفرط لهذه الشبكات من قبل فئات الشباب والذي ترافق معه استخدام ادراج لبعض اللغات وعلى رأسها العربية سوف يؤدي إلى قتلها تدريجيا.

6- أصناف وأشكال الشبكات الاجتماعية:

1-6 أصناف الشبكات الاجتماعية:

تصنف الشبكات الاجتماعية ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (web 2.0) وهو مصطلح يشير إلى مجموعة من التقنيات الجديدة التي أودت إلى تغيير سلوك الشبكة العالمية الانترنت وهي تطبيقات معتمدة على الشبكة وقد كان أول ظهر لهذا المصطلح ففي عام 2003 في مؤتمر تطوير للويب عقد في مدينة سان فرانسيسكو يعود من أهم الفروق بين تكنولوجيا الجيل الأول وتكنولوجيا الجيل الثاني هي ظهر الشبكات الاجتماعية وعلى رأسها الفاسبوك Facebook وظاهرة المدونات وسبب تسمية هذه الشبكات بالاجتماعية هوانها جاءت من مفهوم بناء الجماعات ولعل هذا هو سر جاذبية هذه الشبكات للأجيال المعاصرة وخاصة جيل الشباب فهي في واقعها تحاكي أشكال التجمعات التي تجمع الأفراد على ارض الواقع وقد أطلق mark griven الضابط

- السابق في وكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية (.C.I.A) على هذه الشبكات اسم (السلطة الخاصة) لأنها لا تخضع لسيطرة الحكومات ولا سيطرة المؤسسات ويمكن حصر أهم ميزات الجيل الثاني للويب في الآتي:¹
- السماح للمستخدم باستخدام برامج تعتمد على: الموقع مع القدرة على التحكم في هذه البرامج.
 - السماح للمستخدم بإضافة قيم على الموقع والتعبير عن نفسه وإضافة اهتماماته وثقافته وتجربته
 - تزويد المستخدم بنظام تفاعلي يسمح له بمشاركة في عملية تفاعلية اجتماعية.
 - السماح بتعديل قاعدة البيانات من خلال إضافة أو تعديل أو حذف المعلومات ويمكن تصنيف هذه الشبكات من حيث أشكالها واهتمامات المتعاملين معها.

2-6 أشكال الشبكات الاجتماعية :

1-2-6 الشبكات العامة او الواسعة النطاق:

وهي إحدى أنواع الشبكة الاجتماعية التي صممت من أجل توفير الفرصة لروادها للتفاعل وفتح باب الحوار مع عامة الجماهير من خلال تقنية الويب 2.0 على الشبكة العالمية الانترنت من أجل إزالة الالتباس والحل. بين مصطلح **Web** ومصطلح الانترنت الذي يقع في كثير من الناس نقول أن هناك فرق كبير بين المصطلحين فالإنترنت هي الشبكة المعلوماتية ضخمة والتي تضم من ضمن خدماتها الشبكة العنكبوتية الويب وهو ما يطلق عليه **www** فالإنترنت كمصطلح يطلق على الشبكة يكمل خدماتها من خدمات البريد الالكتروني والمجموعات الإخبارية وبروتوكول نقل الملفات **files Transfer Protocol** فالإنترنت إذا هي مشروع وليس مجرد مصطلح أو تصنيف كما هو الويب 2.0 فالمصطلحان لا يدلان على شيء واحد كما

¹ عبد الكريم علي الديبسي وآخرون، وسائل الإعلام أدوات التعبير والتغيير، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2013،

يعتقد الكثيرون وتعمل هذه الشبكات الاجتماعية كمحطات التقاء اجتماع بين الأصدقاء أو الأعضاء بهدف المشاركة في المحتويات والملفات والصور والفيديو وأهم ما يميز هذا النوع من الشبكات هي أنها تمثل النوع العام من الشبكات الاجتماعية حيث أن المواقع المدرجة تحتها لا تختص بخدمة فئة أو جهة بعينها كما أنها لا تحدد محيط أنواع الحوار المتاح للطرح إذ يمكن فتح حوارات عن موضوعات مختلفة اجتماعية ثقافية سياسية وعالمي وغير ذلك¹.

6-2-2 الشبكات الاجتماعية ذات الاهتمامات المشتركة :

هي مواقع اجتماعية تجمع أشخاصا يناقشون موضوعات مختارة وتجمعهم اهتمامات مشتركة في موضوعات معينة مثل الاهتمامات العالمية والمهن المتعلقة بالأعمال أو الرياضة والصحة ونسبة لقلة الموضوعات في مثل هذا النوع من الشبكات الاجتماعية فإن إعدادها أقل من الشبكات الاجتماعية العامة أو الواسعة النطاق وتعتمد مواقع مثل هذه الشبكات على الإعلانات التجارية كممول رئيسي ومن مواقع هذا التنوع من الشبكات موقع **LinkedIn** وهو موقع يلتقي به أصحاب الكفاءات العالية حول العالم يمثلون أكثر من 170 تخصص أو مهنة أو أكثر من 200 دولة 11 حيث يمكن لأي خبير في مجال معين ان يتقدم ويتعاون مع نظرائه في نفس المجال ويقدم خبرته وأريه وذلك لتحقيق الأهداف المشتركة بين الخبراء ومن هذه المواقع أيضا نذكر **Foot.com** وهو موقع خدمات مالية يهدف إلى بناء اكبر مجتمع استثماري عالمي وتصل معلوماته إلى ملايين الأشخاص.

1 عبد الكريم علي الديبسي وآخرون، وسائل الإعلام أدوات التعبير والتغيير، مرجع سبق ذكره، ص 332-333.

7- خدمات شبكات التواصل الاجتماعي :

- **الملفات الشخصية أو صفحات الويب:** وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية مثل الاسم والسن والبلد والاهتمامات والصور الشخصية.
- **الأصدقاء أو العلاقات:** وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم بالمواقع أو الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي.
- **إرسال الرسائل:** تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء أو غير الأصدقاء.
- **البومات الصور:** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها وتبادلها أيضا.
- **المجموعات:** تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات بهدف معي أو الأهداف محدودة ويوفر موقع الشبكات المؤسس المجموعة أو المؤسسين المهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بالمنتدى حوار مصغر كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء وكذا دعوة الأعضاء لتلك المجموعات ومعرفة عدد الحاضرين واعداد الغير الحاضرين.
- **الصفحات:** تم استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحدونها.¹

¹مريم ناريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص47.

8- استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي:

شهدت مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما واسعا منذ بدايات ظهورها، ونجحت هذه المواقع فيكسب المزيد من المستخدمين من خلال تنوع الخدمات التي تتيحها، وقد أصبحت تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة يمكن أن ندرج أهمها فيما يلي:

1-8 الممارسات السياسية:

حيث أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تشكل لفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية من عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع.

2-8 تكوين العديد من الأصدقاء:

لقد أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقائه وفقا للمعايير التي يختارها.

3-8 التسلية وممارسة الهوايات:

شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب والتسلية، بالإضافة إلى ذلك أصبحت هذه الأخيرة تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في نفس اللعبة مع أفراد آخرين ومباشرة، ومن جهة أخرى أصبحت تشكل البيئة التي يقوم المستخدم من خلالها بممارسة مختلف الهوايات واهتماماته.

4-8 التسويق والإعلان:

حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ذلك من أجل الترويج والدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الإشهارية المتنوعة كما أصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلاله العمليات التسويقية.

8-5 الجانب التعليمي:

إن شبكات التواصل الاجتماعي ليست مجرد مواقع للتعرف على أصدقاء جدد أو التواصل مع الأصدقاء أو معرفة ما يجري حولنا في العالم، انه أيضا أداة تعليمية مبهرة إذا تم استخدامه بفعالية ومورد مهم للمعلومات¹ يمكن للأساتذة استخدامه خصوصا في التعليم الجامعي من اجل تحسين التواصل ودمج الطلبة في أنشطة فعالة تختلف عن الأساليب التقليدية أيضا هذا الأسلوب يتعرف الطالب والشباب على استخدامات أخرى للفاسبوك أكثر فائدة وفاعلية.ويمكن القول أن هناك الكثير من الأفكار التي يمكن أن يستفيد منها المدرس الجامعي في التخصصات المختلفة لزيادة فعالية التدريس، وأيضا لتوجيه أنظار الطلبة من أجل استخدام الفاسبوك في مجالات تعود عليهم بالفائدة.

9-الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار:

شهدت السنوات الأخيرة في القرن العشرين وبدايات القرن الحالي تطورا هائل في المعلومات وثورة الاتصال التي امتدت إلى كل نواحي الحياة وقد كانت الصحافة على رأس الصناعات الثقافية التي أثرت فيها ثورة الاتصالات وثورة المعلومات تأثيرا كبيرا يصعب حصره، ولم يقتصر التأثير على المضمون بجعله أكثر ثراء بل حتى في الإشكال الفنية التي يقدم من خلالها مضمون الرسالة الإعلامية. كما أن القارئ لم يعد يقتنع بما يقدم له بسهولة في ظل التدفق الهائل للمعلومات وخصوصا عبر شبكة الإنترنت.

هذا وتعد عملية جمع الأخبار التي تهتم أكبر عدد من القراء وتمس مصالحهم، ونشرها أو تقديمها للناس بطريقة مهنية، الوظيفة الأولى للصحافة المطبوعة منها والإلكترونية، لكن وظائف الصحافة تعددت وامتدت مهامها من عملية تغطية الأخبار والإحداث إلى وظائف كثيرة، بسبب التقدم في تقنية المعلومات

1 مريم ناريمان نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص48

الرقمية في مجال الاتصال الجماهيري، الإنترنت، والبث الفضائي، ووسائل الإعلام الأخرى، التقدم الذي مكن وسائل الاتصال من أن تكون ذات إمكانات كبيرة في نقل وضخ وتخزين المعلومة والخبرة، مما أضاف لها جديدا على الصحفيين والمتخصصين في الحديث عن وظائف وسائل الاتصال. وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أشهر مواقع الإنترنت وأوسعها انتشارا في الوقت الحالي ويتعدد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحسب المستخدمين لها، فنجد من يستخدمها لمشاركة تفاصيل حياته اليومية أو صور وفيديوهات مع الأصدقاء ونجد البعض الآخر يستخدمها لنشر الأفكار والآراء والدعوات مع الآخرين ونجد من يستخدمها كأداة تسويقية فعالة لترويج السلع والخدمات وغالبا ما تتأثر الشخصية الإلكترونية المتمثلة في حساب المستخدم بالشخصية الواقعية له، فمثال نجد من هو مهتم بالرياضة غالبا ما يقوم بمتابعة الصفحات والمجموعات الرياضية وصفحات الرياضيين على مواقع التواصل الاجتماعي بل وأيضا يقوم بالتعليق ومشاركة هذه الأخبار مع أصدقائه، ونجد من هو مهتم بالسياسة شغوقا بمعرفة آخر الأخبار ومتابعا لصفحات المواقع الإخبارية والتي تنتشر الإحداث على مدار الساعة عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، يخفى على أحد الدور الفعال التي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي بتونس ومصر وليبيا، حيث كانت من أهم الوسائل التي استخدمها الثوار للدعوة للتظاهرات، وذلك أما عن طريق الصفحات الشخصية لهم أو عن طريق الصفحات أو المجموعات المشتركة بها.

من جهة أخرى أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك -توتير - يوتيوب" وغيرها من المواقع ثورة جديدة من نوع آخر في نقل المعلومات. حيث أصبحت تلك المواقع ووسائل الإعلام يعتمد الكثير عليها في استقاء الأخبار وإبداء الآراء ومعرفة ما يجري حول العالم في أسرع وقت وذلك لتميزها في سرعة نقل المعلومة وإيصالها إلى عدد كبير من الجمهور، الذي أصبح البعض يشعر بالملل لقراءة الصحف. كما ساهمت المواقع في طرح ومناقشة العديد من القضايا والوصول إلى حلول لها فهناك من يرى أنها تعتبر مصدرا مهما للحصول

على المعلومة، وهناك من يرى أنها ليست مصدر ثقة وأن ما ينشر فيها لا يفي بالغرض وتعتبر مؤشرات للبحث عن بقية المعلومة الكافية.

10- دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار:

شبكات التواصل الاجتماعي هي فضاءات عمومية افتراضية صارت تؤدي دورا هاما يجب الانتباه إليه والتفكير فيه بعيدا عن خطاب الاحتفاء والانبهار، فتلذذ الفضاءات كاليوتيوب والفاسبوك وتوتير على سبيل المثال، صارت فعال مصدرا للأخبار في بعض الحالات لاسيما الصفحات الخاصة بالسياسيين والمتقنين وقادة الرأي ولكنها تبقى مصادر غير موثوقة للأخبار لأنها فضاءات افتراضية وامكانية اختراق الصفحات من طرف آخر ممكن. هذا ما قاله الدكتور هلال الزلب - أستاذ الإعلام المساعد بجامعة صنعاء¹ حيث أكد أن هذه الفضاءات ليست للحوار الرصين والنقاش المتوازن والمنفتح بل هي في حالات عديدة فضاءات مغلقة داخل مجموعات لديها قواسم مشتركة وغالبا لا تقبل الاختلاف معها، بل إنها تحولت إلى صفحات متاحة للنقاش الفوضوي المتوتر والقذح والتشهير والتضليل، ومع ذلك لا شك أن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي عمل على نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بالرقابة إلا بشكل نسبي محدود، ولهذا تثير علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالإعلام إشكاليات عديدة، لا يمكن اختزالها في الإبعاد التقنية المستحدثة في مجال البث والتلقي. وأضاف الزلب : وإذا كان من الطبيعي الإقرار بالدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في الكشف عن الوقائع التي تتعمد بعض وسائل الإعلام إخفاءها وفي إعطاء الكلمة للمواطن البسيط للتعبير، فإن الفضاء الأجدر بتنظيم النقاش العام، في مجتمع لا

1 فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ط2، ص 248.

يزال يعاني من الأمية الرقمية، هو الفضاء التلفزيوني والإذاعي نظراً لقدرة المجتمع على إلزام هذه الوسائط باحترام الضوابط القانونية والأخلاقية ومساءلتها عبر هيئات مستقلة كالقضاء ومؤسسات المجتمع المدني، وبالتالي من الصعب القول بأن هذه الفضاءات ستشكل تحدياً كبيراً لوسائل الإعلام التقليدية التي بدأت توظف هذه الفضاءات وتعمل على أن تستفيد منها للترويج لبرامجها وللوصول والتواصل مع جمهورها في كافة أنحاء المعمورة.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي خصوصاً وما يعرف اليوم بالإعلام الجديد عموماً، نظام تسكنه الفوضى، فرغم ما فيها من قدرة تكنولوجية عميقة وامكانيات مذهلة للتأثير على جمهورها، فهي فضاءات لا تخلو من وجود حالة فوضى مركبة داخلها، أخطرها فوضى المفاهيم والمصطلحات المتزاحمة مع فيضان من التدني اللغوي والانحطاط القيمي... فالمشكلة في مثل هذه الفضاءات التواصلية أنه لا مجال فيها للضبط والسيطرة، ولا مجال كذلك لليقين، فمواقع التواصل الاجتماعي عموماً بتضاريسها الحالية، تظل بعيدة كل البعد عن السيطرة، ويبقى من الصعب التنبؤ بتغييراتها واتجاهاتها.

كما أن هناك مبالغة في الدور الفعلي لمواقع التواصل في تغيير الواقع السياسي في إطار ما يعرف بثورات الربيع العربي، لأن الحراك السياسي والاجتماعي في المنطقة العربية وفي دول الربيع بالذات انبثق من وعي الأفراد بواقعهم أولاً، ثم تشكلت مفرداته ومفاصله في فضاءات الإنترنت المختلفة ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، واشتدت بالتفاعل والتكرار والتداول السريع للأفكار والمعلومات في الأوساط الاجتماعية المختلفة، فإذا أخذنا مصر كمثال نجد أنه برغم النشاط الكبير الذي شهدته مواقع التواصل الاجتماعي فيها، إلا أن التغيير السياسي الحقيقي فيها لم يولد في الإنترنت، بل تولد في الشارع، وكان دور مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت إجمالاً كان دوراً مكملًا له. وبالرغم أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً من مصادر

الأخبار، ولكنها ليست كافية لأن ما يعرض أو ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات مثل تغريدات متصفح "تويتر" ومشاركات مجتمع "الفاسبوك" تأتي بمعلومات غير وافية وفي أغلب الأحيان تكون منقوصة لكنها تكون عبارة عن مؤشرات للصحفي لكي يبحث عن كافة المعلومات التي تكمل هذه المعلومات. وأشار الزلب¹ إلى أنه قد تكون منشورات التواصل الاجتماعي موثوقة خاصة إن كانت من مصادر موثوقة مثل سياسيين وكتاب أو ناشطين فمثل هؤلاء يعدون مصادر موثوقة، لكن من أكبر سلبيات المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي ما يتم نشره من قبل مشاركين بأسماء مستعارة فمثل هذه المعلومات التي تنشر من قبل هؤلاء في كثير من الأحيان تكون عبارة عن وسائل لتمرير شائعة معينة وتنقصها المصداقية.

ومن جهة أخرى أشار عزالدين عبدالحق الصلوي - مدير تحرير صحيفة (حديث المدينة)² إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً هاماً من مصادر استسقاء الأخبار لعوامل عدة أهمها انخراط عدد من وسائل الإعلام التقليدية والجماهيرية بما فيها وكالات الأنباء في هذه المواقع وحرصها على أن تكون جزءاً منه من خلال إيجاد صفحاتها التي تواكب نقل الخبر أولاً بأول ومن خلال دعوتها وإعلاناتها المتكررة لجمهورها للتواصل معها عبر هذه المواقع، ومن ناحية أخرى فإن المميزات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي وخواص المشاركة والنشر والتعليق وغيرها من المميزات تعمل على انتشار الخبر ووصوله في الحال لعينات عشوائية من المجتمعات في أصقاع الأرض، إضافةً إلى أن هذه المواقع تشهد إقبالا متزايداً ومتابعة كبيرة تتبين من خلال أعداد المشتركين فيها ما يجعل القنوات والوكالات الإخبارية تحرص على استهداف هذا الجمهور الواسع الذي بدوره يتحول إلى ناقل وناشر غير حصري لأخبارها وفي نفس الوقت ملعن ومسوق مجاني لها ما يكسبها انتشاراً وشهرة أوسع.

1 فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، مرجع نفسه، ص 254.

2 فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، مرجع نفسه، ص 256.

أما من ناحية المصداقية فيجب التفريق بين الأخبار التي تستقى من هذه المواقع حسب مصدرها فالخبر المتناقل عبر الأفراد والمشاركين بصفة عامة يكتسب المصداقية المطلقة ويكتنفه الشك المصاحب للقصور المهني للخبر وغيره من الجوانب التي تجعل المتلقي متيقناً و مندفعاً لنشره بعكس الخبر الذي يعود مصدره لصفحات الوكالات والقنوات الإخبارية الذي يكتسب المصداقية حسب الثقة التي بنتها هذه الوكالة أو تلك مع جمهورها، ومن الأمور السلبية أن هذه المواقع قد تكون وسيلة سهلة لنشر الإشاعة والأخبار الكاذبة غير أن أهم إيجابياتها أنها تجعل المتلقي مشاركاً بل وصانعاً للخبر أحياناً ما يجعله حريصاً على متابعتها اعتقاداً منه أنه أصبح مساهماً في صنع اتجاه الرأي العام في المجتمع. كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تتجه لمنافسة وسائل الإعلام التقليدية والجماهيرية وأيضاً تندرج ضمن ما يسمى بوسائل الإعلام التفاعلية، بمعنى أنها تتيح للمتلقي التفاعل المباشر مع الرسالة الإعلامية والتعبير عنها، ناهيك عن أنها تعمل على ربط واكتمال أطراف الرسالة الإعلامية من خلال ما يسمى (رجع الصدى) الذي نجده هنا بصورة مباشرة من المستقبل إلى المرسل دون قيود أو محاذير وفي ظل انعدام مقص الرقيب، الأمر الذي يعزز من تحقيق هدف الرسالة ويمكن المرسل من قياس الرأي العام ومعرفة اتجاهاته ومدى الإقناع الذي تكون لديه وبالتالي فإن مواقع التواصل الاجتماعي ستطغى مستقبلاً - والشك - على غيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية والتقليدية خاصة في ظل انتشار وسائل استقبالها وقلة تكلفتها وإتاحة استخدامها بيسر لمختلف الفئات، ولكن يبقى لكل وسيلة إعلامية جمهورها ومعجوبها وخصائصها التي تميزها عن غيرها، ولكل زمان وسائله التي تتطور بتطور ونهضة الشعوب كما هو حال وسائل الإعلام التي تطورت بشكل مذهل واحتلت جزءاً كبيراً من اهتمامات الناس واكتسبت أهمية كبيرة في حياتهم اليومية ومواقع التواصل الاجتماعي أهم هذه الوسائل في عالم اليوم.

ومن جهة أخرى أقر العديد من الإعلاميين بأن وسائل التواصل الاجتماعي أخذت مداها على الساحة مصدراً مهماً من مصادر الحصول على المعلومة نظراً لحيويتها وقدرتها على التحديث بينما تتصف

الوسائل التقليدية بالجمود إذا ما تحدثنا عن عامل الوقت كما أن مسألة المصدقية تظل نسبية في مختلف وسائل الإعلام، والكثير ممن يديرون وسائل الإعلام التقليدية هم أنفسهم الفاعلون في وسائل الإعلام المجتمعية التي دائماً ما تعتمد على المواقع الإخبارية وبدورها الوسائل التقليدية تعتمد على المواقع الإخبارية. ولأن المتابع أصبح يبحث عن السرعة في الحصول على المعلومة فإن وسائل التواصل الاجتماعي ستأخذ حيزاً لا بأس به وستضيق الخناق على الوسائل التقليدية لكنها لن تستطيع إلغائها نظراً لأن الوسائل التقليدية لا تزال تتمتع بجمهورها الخاص بها.

في حين يرى بعض الإعلاميين بأنه يمكن اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار ولكن ليس بشكل كبير كون هناك من يخلق أخباراً ليست موجودة على أرض الواقع ونحن صادفنا الكثير من تلك الأخبار ولهذا كما قلت إنه ممكن اعتبارها مصدراً ولكن ليس بشكل كبير كما أن مواقع التواصل الاجتماعي هي منافسة كونها تلتقي في مكان واحد بأكثر من وسيلة بمعنى أننا في النت نجد الأخبار المقروءة والمسموعة والمرئية وهذا جعل الكثير يتوجه لها، كما أنها الوسيلة الأسهل للوصول من أي مكان.

إن وسائل التواصل الاجتماعي قد تحولت في الآونة الأخيرة إلى مصدر من مصادر الخبر الأساسية بالنسبة للكثير من الناس. لكن بعض الأخبار التي تنشر على تلك الصفحات لا تستند إلى حقائق ووقائع في الغالب حيث تعتمد على الإشاعات. ولذلك يجب التحري من صحتها من خلال الرجوع إلى مصادر حية ومطلعة للتأكد منها، قبل نشرها، أما فيما يتعلق بمنافستها لوسائل الإعلام التقليدية فهذا شيء حاصل لكن ليس بتلك الصورة التي قد يتخيلها البعض فوسائل الإعلام لازالت في الريادة خصوصاً الإلكترونية والدليل على ذلك أن أغلب من ينشرون الأخبار غالباً ما يقتبسونها من المواقع الإلكترونية

الفصل الثالث :

ماهية الشباب
الجامعي

تمهيد:

تعد مرحلة الشباب من أهم مراحل العمر في حياة الإنسان وقد أشار إليه القرآن الكريم إلى مراحل العمر لقوله تعالى: "يا أيها الناس إن كنتم في ريب من البعث فإنا خلقناكم من تراب ثم من نطفة ثم من علقة ثم من مضخة مخلقة وغير مخلقة لنبين لكم ونقر في الأرحام ما نشاء إلى أجل مسمى ثم نخرجكم طفلاً ثم لتبلغوا أشدكم ومنكم من يتوفى ومنكم من يرد إلى أرذل العمر لكيلا يعلم من بعد العلم شيئاً وترى الأرض هامدة فإذا أنزلنا عليها الماء اهتزت وربت وانبتت من كل زوج بهيج."

وقد اعد الله سبحانه وتعالى منزلة عالية للشباب الذي ينشأ في طاعة الله حتى انه من السبعة الذين يظلمهم الله فيس ظله يوم لا ظل إلى ظله فعن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم انه قال: "سبعة يظلمهم الله بظله أمام عادل وشاب نشأ في عبادة الله ورجل معلق قلبه بالمساجد ورجلان تحابا في الله اجتمعا عليه وافترقا عليه ورجل دعت امرأته ذات منصب وجمال فقال إني أخاف الله ورجل تصدق بصدقة فأخفاها حتى لا تعلم شماله ما تنفق يمينه، ورجل ذكر الله خاليا ففاضت عيناه" (متفق عليه).

والشباب مرحلة من مراحل العمر تتمثل فيها القوة والحيوية والحركة والنشاط ومرحلة الشباب هذه جعلها الله سبحانه وتعالى وسط بين مرحلتين كلتاهما تتسم بالضعف ولقد أمر رسول الله صلى الله عليه وسلم برعاية الشباب بعناية فائقة باعتبارهم أسس فئات المجتمع إلى قبول دعوات الإصلاح ومن ناحية أخرى باعتبارهم قوة تتأرجح بالخير إذا وجهت إليه وقد تنزع إلى الشر إذا تركت وأهملت.

1- تحديد مرحلة الشباب:

في التوصية الأولى الصادرة على المؤتمر الأول لوزراء الشباب العربي الذي عقد بالقاهرة في الفتر 4-8 أكتوبر 1969 ليتفق على أن مفهوم الشباب يتناول أساسا من تتراوح أعمارهم بين 15 - 25 سن انسجاما مع المفهوم الدولي المتفق عليه في هذا الشأن غير ان ظروف الوطن العربي وطبيعة الشخصي النامية فيه، تستوجب تخصيص رعاية عميقة متكاملة بمرحلة الطلائع، التي تسبق سن الخامسة عشر وربما تفرض الظروف لامتداد هذه الرعاية إلى ما بعد الخامسة والعشرين وفق متطلبات الشباب في كل قطر عربي وقد يقتضي رعاية النشء والشباب وان تكون مرحلة الشباب أوسع واكبر في المدى العمري بحيث تشمل في بديتها جزءا من المراهقة وتشمل في نهايتها جزءا كبيرا من مرحلة الرشد.

والتحديد المقبول لفترة الشباب هو تحديدها لفترة التي يجتازها الفرد بين مرحلة الطفولة ومرحلة الرشد والتي تحقق خلالها النضج الجسمي والعقلي والانفعالي والاجتماعي وتمتد هذه المرحلة من بدء البلوغ وظهور علاماته الأولية والثانوية إلى زواج الشخص وتحمل مسؤولياته كرجل ناضج راشد وبالرغم من الفروق الفردي والثقافية التي تؤثر في تحديد المدى العمري لمرحلة الشباب من سن الخامسة عشرة إلى سن الخامسة والعشرين وبالنسبة للغالبية من أبناء المدن الذين ساروا سير طبيعيا في نموهم وتعليمهم¹.

1 زكريا الشربيني، الشباب بين صراع الأجيال المعاصر والهدى الإسلامي، دار الفكر المعرفي، الأردن، ط1، 2007، ص34.

2- خصائص الشباب:

1-2 الخصائص الجسمية:

إن نقطة البداية في تحول الفرد من مرحلة الطفولة إلى الشباب هي البلوغ luberty فمفهوم البلوغ يستخدم الإشارة المظاهر الفيزيائية للنضج الجنسي وعلى سبيل المثال تشير مرحلة ما قبل البلوغ إلى فترة التي تسبق تطور الخصائص الجنسية الأولية والثانوية. وتتميز هذه المرحلة بظهور معالم جسمية وفسولوجية معينة سواء عند البنين أو البنات والناحية الجسمية تتميز بالاستمرار في النمو نحو النضوج الكامل مع التخلص من الاختلال في التوافق العضلي كما ان المناعة ضد الأمراض العضوية الخطيرة تكون في هذه الفترة أقوى منها في المراحل السابقة كما يزداد أيضا الطول والوزن وتتغير نسب العلاقات بين أجزاء الجسم المختلفة حيث تبلغ أوجه نضجها وتنضج قوة الجسم وتحاول الغرائز التعبير عن نفسها بالإضافة إلى التغيرات الأخرى في الشكل والصوت والطاقة التي يتمتع بها الإنسان.

2-2- الخصائص الاجتماعية :

يتصف الشباب ففي هذه الفترة بالقابلية والقدرة الكبيرة على التغير والنمو كما يتميز بالرغبة في

التحرر

ومن هنا كان أفراد تلك المرحلة أكثر تجاوبا مع مستلزمات التغير وأكثر فئات المجتمع قدرة على العطاء السخي يصدق تحقيق الذات واثبات القدرة على تحمل المسؤولية.

يرى كولز Coles أن الشباب يواجه الكثير من صور الحراك حتى يصبح مواطنا مندمجا في

مجتمعه

حيث ينتقل من الاعتماد على الغير إلى حالة الانشغال النفسي فالشباب ينتقلون من مرحلة التعليم إلى سوق العمل وينتقلون من المنزل إلى البيئة الخارجية وكذلك من المعيشة مع الأسرة إلى تكوين أسرة مستقلة والشباب الجامعي طموح للتغيير وقادر على الحركة والتظاهر ويرغب في التميز ويؤمل في العمل ويواصل النقد ويبحث له عن مكان مناسب على خريطة الدولة وفي هذه المرحلة العمرية يسلبون إلى الارتباط بالشباب الأخر لمنتحي إلى كيانات اجتماعية وثقافية مغايرة لهم¹

2-3 الخصائص النفسية:

المسألة الجوهرية أثناء الشباب هي التوتر بين الذات والمجتمع وفي تلك المرحلة يسيل الشباب والشابات إلى قبول تعريفات مجتمعهم عنهم متمردين وهارين من المدرسة ومتمثلين بمشاهير وأبطالاً رياضيين وفنانين، وتتعدّد العلاقة بين القيم المحددة اجتماعياً والشباب وتتسم بالنفور والصراع وعدم قبول الواقع الاجتماعي في كثير من المشاعر مثل العزلة وعدم الواقعيين والسخط وعدم الارتباط بالعالم الظاهري والاجتماعي والشخصي وهذه المشاعر تنتج من الإحساس النفسي بعدم التوافق بين الذات والعالم.

2-4 الخصائص العقلية:

يميل الشباب في هذه المرحلة نحو النمو الفكري والعقلي مع تميزه بطابع الخيال والجرأة والمغامرة ويعتز الشباب بتفكيره مع قابلية الاتحاد في بعض الأحيان وتتميز هذه المرحلة بيقظة عقلية كبيرة فالشباب يحتاج لحرية عقلية ويميل إلى الحصول على معلومات وثيقة من مصادر موثوق بها.

1 نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، د.ط،

سنة، 1999، ص 244

ويمتاز النمو العقلي الانفعال في هذه المرحلة بأنه نتاج التجارب والتفاعل والنمو السابق في المراحل الأولى من هذه المرحلة مع المؤثرات المختلفة المحيطة بالأفراد ولهذا تتميز هذه المرحلة بالاختلاف الكبير من الأفراد وفي درجات الطالب¹.

3- أهمية دراسة الشباب:

الشباب هو رأس المال لكافة الأمم وعدتها وعتادها حاضرا ومستقبل وهو ثروة الأمة التي تفوق ثروة مواردها كلها وهو أمل الأمة وعماد قوتها لذا على الأمة الاهتمام بالشباب ومعرفة اتجاهاته وميولاته ومشكلاته. ويشكل التفكير في مشكلات الشباب ومحاولة إيجاد الصيغة الملائمة لتوجيهه اجتماعيا وتربويا وأخلاقيا محاولة قديما دعا إليها الفلاسفة من عهد سقراط والكتاب وعلماء النفس والمصلحون ورجال الإعلام الأمر الذي يعكس الاهتمام الجدي لهذه الشريحة عبر المراحل التاريخية.

ليس أدل على مدى الاهتمام بقضايا الشباب في وقتنا الحالي على الصعيد الدولي من الجهود الكبيرة الأمم المتحدة ومنظماتها وذلك بغية تقوية السلام الدولي والتواصل إلى دعمك الحقوق الإنسانية ويظهر اهتمام الأمم المتحدة في تقرير سكرتيرها العام الذي يوضح ان الشباب هم الدوافع الأساسية للبرامج الاقتصادية والاجتماعية التي تعنى بها الامم المتحدة فمنذ الاجتماع الأول للمجلس الاجتماعي والاقتصادي وجهت الأنظار إلى واجبا الامم المتحدة بالنسبة للشباب وبضرورة التعاون مع بعض الوكالات المتخصصة مم منظمة العمل الدولية ومنظمة الأغذية الزراعية ومنظمة الصحة الدولية لذا فان اهتمامها بالشباب بند هام من بنود من برنامج يشمل الصحة والتعليم والتدريب المهني للشباب.

1 نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية من منظور الخدمة الاجتماعية مرجع سبق ذكره، ص248.

4- الاهتمام العلمي بدراسة الشباب :

هناك اهتمام معاصر بين فروع الدراسات الإنسانية والعلوم الاجتماعية بدراسة أوضاع الشباب واتجاهاتهم وأدوارهم وقيمهم ويكاد هذا الاهتمام أن يكون عالميا إذ أصبح مفهوم الشباب يحظى بالعناية دراسة وتحليل وتفسير في المجتمعات المتقدمة والنامية على السواء على الرغم من اختلاف الإطار الذي يعالج منه قضايا الشباب وتباين الأدوار وتنوع المشكلات بتنوع السياق الاجتماعي والسياسي والاقتصادي الذي تدرس منه الظواهر المتصلة بالشباب الدولة الأجنبية وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا واليابان وفرنسا وألمانيا وهذه ظاهرة تلفت نظر الشباب العربي منذ أن يقود وعيهم ويتأكد إدراكهم ويشد تميزهم حتى إذا بلغوا من الشباب ودخلوا مرحلة الممتدة من بعد الثامنة عشر أصبحوا من التأثير بالغزو الأجنبي المادي. بحيث يصبرون وبحيث أنلم يشعروا دعاة الاستخدام مصنوعاته وينجم عن كثرة الطلب لها وتزايد المستمر جود التجار الوكلاء الذين يستثمرون أموالهم في استيرادها وتسويقها والإعلان عنها وترويجها وتلعب الإدارة المستحدثة دورا هاما في جذب الشباب وشد انتباههم الى التحديد منها والعزوف عما صار قديم الشكل والحجم مما أصبح الاستمرار على استعماله يدل على طبقة لا يستطيع دخلها لاقتناء الجديد في طراز أي "مودته".¹

يتضخم هذا الغزو المادي في عقول الشباب بانتشاره في كل المجالات التي ينشط فيها الشباب وفي كل شكل من أشكال المجتمعات التي ينتمون لها ويندمجون مع أفرادها من الأسرة إلى المدرسة إلى الجامعة إلى مكان العمل إذ أن فيها كلما تستخدم أدوات وأجهزة مستوردة من الدول الأجنبية ومحتوية بعارة صنع في الولايات المتحدة الأمريكية أو صنع في بريطانيا أو صنع في اليابان بينهم يلتفتون حوله ويقدرونه ويقلدونه على حين يصبح النافر منها والمخدر من شرورها تقليديا محافظا وجامدا ومتأخرا.

1 نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية من منظور الخدمة الاجتماعية مرجع سبق ذكره، ص 250.

لعل السبب الأساسي لمثل هذا الاهتمام العالمي بقضايا الشباب يرجع إلى من يمثله الشباب من قوة للمجتمع ككل فهو يعد متميزا إذا ما نظرنا إليه في ضوء بنية المجتمع كما أن إذا نظرنا إلى الشباب كفئة عصرية سوف نلاحظ على الفور أنها أكثر الفئات العمرية حيوية وقدرة على العمل والنشاط كما أنها هي الفئة العمرية التي يكاد بنائها النفسي والثقافي أن يكون مكتملا على النحو بمكانها من التكيف والتوافق والتفاعل والاندماج والمشاركة بأقصى الطاقات التي يمكن أن تسهم في تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته، هذا فضلا عما يتصف به الشباب من مرونة إلى درجة يمكن أن تكون عوناً أساسياً في عمليات التكيف مع المواقف التي تواجههم من جهة ودعماً قوياً يعتمد عليها المجتمع في اسم سياسات استثمار جهود الشباب من أجل التنمية والبناء من جهة أخرى.

الواقع إن المكانة المعاصرة التي يشغلها الشباب في مجتمعات كافة يمكن النظر إليها على أنها إنتاج للتغيرات الاجتماعية والسياسية والديموغرافية والتعليمية والتربوية التي تشهدها القرن الماضي وبواكير القرن الحالي وقد أثرت المكانة التي يمثّلها الشباب في بناء المجتمع المعاصر عن انعكاسات على بناء المجتمع وعلى طبيعة العلاقات بين الأجيال ونوعية هذه العلاقات ومدى عن أن معدل التغيير في المجتمع وإيقاعه إنما يتأثر متأثراً مباشراً بأوضاع الشباب في المجتمع وأدوارهم ووظائفهم فالتعددية في مختلف القطاعات¹.

1 سامية الساعاتي، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، الدار للبنانية المصرية، القاهرة، مصر، ط1، 2003، ص20.

5-مشكلات الشباب :

1-5 المشكلات الأسرية:

يواجه الشباب أنماطا متعددة من المشكلات الأسرية قد تكون فوق طاقتهم في مواجهتها وقد يترتب عنها اضطرابات نفسية حادة أو تمزق في الروابط بين الأبناء والآباء.

ومرجع هذه المشكلات أسباب عديدة منها:

- ضعف الروابط الأسرية نتيجة التفكك الأسري الناجم عن الهجر بين الزوجين أو الطلاق أو تعدد يثار بعض الأبناء على الآخرين أو الوفاة أو الخلافات المستمرة بين الوالدين.
- التسلط الأبوي أو التراخي في التعامل حيث ينجم عن ذلك سوء التربية وضعف التنشئة الاجتماعية فقد يكون هناك الحرمان من الرعاية الأبوية تجاه الأبناء أو التقصير في إشباع الحاجات الأساسية الإفراط أو في التدليل والإفساد أو ما يتبع ذلك من الكسل الذي يتصف به الأبناء أو التسلط والقوة الزائدة وما يتبعها من عدوانية.
- ضعف الرقابة الوالدة أو الأم باللات من قبل الوالدين في التوجيه والإرشاد والنصح وانعدام الرقابة والمسؤولية التي ترشد الشباب إلى تسوية السلوك وتوضح لهم نوازع الخير والشر.
- البعد الاجتماعي والنفسي بين الوالدين والأبناء وما يظهر من عدم احترام الحرية الشخصية للشباب والتعبير عن آرائه أو السخرية والازدراء أمام الإخوة الصغار أو الكبار مما يتبعه نفور من الأبناء.

- الانحراف على الأبناء بالماديات والإسراع إلى تلبية طلباتهم في شراء السيارات أو السفر إلى خارج البلاد

وحيث يتم ذلك كتعويض عن الإهمال خاصة عند انشغال الوالدين عن الأسرة.

- ترك مهمة التربية والتوجيه للخدم والمربيات.
- عدم الاهتمام أو متابعة السير الدراسي وانتظام الأبناء في الدراسة وحيث يترتب عن أعراض من قبل الأبناء من تحمل المسؤولية ومواصلة التعليم ومن أهم المشكلات الأسرية التي تواجه الشباب نتيجة لأسباب أنفة الذكر التمرد على الأسرة والرغبة في التحرير من التبعية الطفيلية والرغبة في تحقيق الذات وتحقيق الاستقلال العاطفي وخاصة عند الاقتراب من النضج واكتمال النمو وحيث يدل ذلك على تأكيد الذات ومقاومة السلطة في إصدار الأوامر والنواحي التي يستلزم طاعتها دائما.
- هذا إضافة إلى مشكلات التعبير بين الأبناء الذكور عن الإناث والكبار عن الصغار كل ذلك من شأنه يخلق التوتر والاضطراب في العلاقات الأسرية ويعوق النمو والتوافق الاجتماعي لدى الشباب.

2-5 المشكلات التعليمية:

من المشكلات التعليمية التي تواجه الشباب في الآونة المعاصرة:

- عدم الرغبة أو الإقبال على التحصيل الدراسي.
- الغياب التكرار دون رقابة من الأسرة ومتابعة السير الدراسي من قبل الوالدين.
- عدم الانتباه داخل الفصل الدراسي وما يتبعه من تأخر دراسي قد لا يتابعه المنزل.
- التأخر الدراسي في مواد معينة أو التأخر الدراسي العام والرسوب المتكرر.

- الهروب من المدرسة أثناء اليوم الدراسي.
- ظاهرة الغش في الامتحانات.
- الضعف العام للتوجيه التربوي والمدني.

3-5 المشكلات الاجتماعية:

من المشكلات التي تواجه الشباب العربي في الوقت الحاضر:

- الانضمام إلى رفاق السوء حيث ان هناك ما يعرف بسوء اختيار الرفاق والصحة.
- ضعف وقلة فرص قضاء وقت الفراغ وخاصة في العطلات الصيفية بالنسبة للتلاميذ أو الفراغ الذي يواجهه الشباب الذي يعمل وهم في حاجة ماسة للاستغلال وقت الفراغ الذي يسبب الملل والضجر والقلق.
- التسكع في الطرقات ومصاحبة الأشرار.
- عدم تمثّل قيم الجماعة.
- السلوك المضاد لعادات وتقالييد المجتمع.
- عدم توافر القدرة الحسنة وتضارب الأفكار.
- الصراع الاجتماعي ورغم ما قد توفره بعض الدول أمام المواطنين من كافة الخدمات المجانية في التعليم والصحة والاشتغال بالمهن والأعمال التي تتبع فرص الارتقاء من النواحي المادية والمعنوية.

وقد يترتب عن الضغوط التي يمارسها المجتمع التمرد عند الشباب وحيث يظهر ذلك في سلوك الشباب المتمثل في عدم قبول ومقاومة النظام العام وعدم التكيف مع العادات والقيم والشعور بالاضطهاد من المجتمع وعدم الإحساس بالاستقلالية وحرية التعبير.

6- طرق كشف وتحديد حاجات الشباب:

هناك طرق كثيرة يمكن إتباعها في هذا الكشف أو التحديد من بين هذه الطرق:

الطريقة الأولى: دراسة نمو الشباب في ظاهرة الجسمية والانفعالية والاجتماعية لتحديد القول والعوامل التي تتدخل في عملية النمو وتؤثر فيها ولتحديد خصائص ومميزات نموهم العامة وتحديد واجباته ومتطلباته ويمكن أن يستخدم في هذه الطريقة المد الاختبارات والاستفتاءات والمقابلات الشخصية مع الشباب أنفسهم للتعرف على حاجاتهم وميولهم ورغباتهم واتجاهاتهم في الحياة ووجهات نظرهم والحلول التي يقترحونها لمشاكلهم.

الطريقة الثانية: مراجعة وتحليل الثقافة القائمة التي يعيش فيها الشباب التعرف على النظم التعليمية وأساليبها في التنمية الشخصية الفرد وتكوين أدائها تحديد المشكلات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية القائمة في المجتمع في بيئته الخاصة العامة للتعرف على متطلبات المجتمع في النواحي المختلفة التي إذا اعدنا ما تتطلبه الحياة الاجتماعية السوية أيمكننا أن نعرف جانباً كبيراً من حاجات الشباب والعراقيل التي تعوقه في تحقيقها وذلك للعمل على اتجاه بدائل وحلول مقترحة لإزالة هذه العراقيل¹.

1 أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع - مصر، ط1، 2009، ص27.

7- تصنيف الحاجات لدى الشباب:

يمكن وضعها في تصنيف ثلاثي:

- الحاجات الفسيولوجية العضوية التي تتبع من طبيعة التكوين الجسمي وما يتطلبها نمو الجسد وتوازنه وصحته (الحاجة إلى الطعام -الهواء-الحاجة الجنسية -النشاط).
- الحاجات النفسية المتصلة بتنظيم الفرد النفسي ويتطلب لإرضائها تكامل شخصيته وتوازنه النفسي(الحاجة الى الحب - الاستجابة العاطفية - الرضا).
- الحاجات الاجتماعية التي تتبع من الحياة في مجتمع وثقافة معينين أهم مطالبهما الخاصة من الفرد الذي يعيش فيها إذا ما أراد أن يكون عنصرا متكيفا معها وأيا كان عدد التصنيفات والأنواع المستخدمة فيتقسيم الحاجات لدى الشباب فانه علينا ان نعتبر ان تقسيم الحاجات الإنسانية إليها ليس تقسيما حقيقيا خاليامن التداخل والتأثر المتبادل بين الحاجات المنطوية تحت الأنواع المختلفة، بل هو تقسيم يسمح بالتداخل أو بالتأثير المتبادل بين الفصائل المختلفة.

8- أهم الحاجات الجسمية والنفسية والاجتماعية لدى الشباب خاصة:

تكمن أهمية تحديد هذه الحاجيات وتصنيفها في كونها أداة تساهم مع أي مؤسسة تربية مقصودة أو غير مقصودة أو غير مقصودة حكومية أو أهلية في تحديد أهداف هذه المؤسسات لوضع برامجها واختيار طرقها ووسائلها.

- الحاجة إلى التكوين جسم سليم ولياقة بدنية جيدة، ويمكن لمؤسسات التربية والرعاية للشباب ان تساهم في إرضاء هذه الحاجات عن طريق توفير التعليم الصحي وبتث الوعي والصحي بين الشباب

وتشجيعهم على الاشتراك في أوجه النشاط الرياضي المختلفة وتعمل على شغل أوقات فراغهم فيما ينفعهم ويبعدهم عن تعاطي كل ما يضر بصحتهم كالدخان والخمر والمخدرات.

- الحاجة إلى قبول التغيرات الجسمية والفسولوجية السريعة الطارئة في الفترة الأولى من مراهقته وبلوغه إلى تحقيق التكيف مع هذه التغيرات ويحتاج الأمر من الی رعاية الأسرة ثم المدرسين ثم المشرفين الاجتماعيين ثم الأخصائيين النفسيين المسؤولين عن رعاية الشباب والاتحاد الطلابية واستخدام انسب الوسائل نشاء هو التوعية التربوية.

- الحاجة إلى تحقيق التوازن النفسي والتكيف العاطفي إلى تكوين الانفعالات والعواطف والاتجاهات الايجابية المقبولة من المجتمع الذي يعيش فيه الشباب.

- الحاجة إلى تنمية الشعور بقيمة الذات وأهميتها ليرخي عن نفسه لا يحتاجه الشعور بالنقص من خلال تأدية الشباب للمواقف الإنسانية ولعطائه الفرص للتعبير عن آرائه ووجهات نظره دون استخفاف وإهمال لتلك الآراء مما يبعث الثقة في نفسه وقيمه في المجتمع.

- الحاجة إلى الاستقلال العاطفي عن الأسرة ويتوقف على إرخاءها تحقيق النضج الاجتماعي الذي لا مكان فيه للسلوك السلبي ولا للخوف من الحياة أو من تحمل المسؤوليات الاجتماعية، ويأتي ذلك من خلال عزمه القيم والمبادئ التي تنمي فكرة الاعتماد على النفس تدرجيا حتى يصبح قادرا على إدراك الاستقلال النفسي التام آخر المرحلة.

- الحاجة إلى فهم إجابات المواطن العربي المصري الصالح وحقه في فهم المشاكل المجتمعية والعالمية وفي اكتساب المهارات أو المعارف والاتجاهات الأزمة لتفاعلها معها.

- الحاجة إلى تكوين شعور قومي يحقق الشباب في ظلّه الأمن والسلام الفعّلين إلى بناء نظام محكم من المبادئ والقيم الخلقية يرشد ويوجهه في اتخاذ قراراته¹⁴.

9- الشباب والمجتمع:

يعد جيل الشباب في معظم المجتمعات من أهم الفئات الاجتماعية التي تسلط عليها الأضواء فشباب اليوم سيكونون في المستقبل قادة المجتمع وتتبع أهميتهم من اختزالهم طاقة غنية يستطيعون عبرها تغيير الواقع السلبي إلى ايجابي.

ويؤدي الشباب دورا بارزا في التغيير لأنهم يملكون رؤية وتشخيصا للمشاكل التي يعاني منها

مجتمعهم

من خلال الحوار الذي يجري بين طلاب الجامعات خاصة حيث ينقل طالب هموم مجتمعه وبيئته.

أن الشباب في كل امة هم بصحبة الحياة أمل المستقبل محط الرجاء والجيل الذي تناط به الآمال في غير وجه الحياة وتحقيق التضحية المنشودة واقامة صرح التقدم والتطور على أسس سليمة ومتمينة، ولذلك ذل الأمم والشعوب في سبيل تعليمهم وتكوينهم على غال ونفيس حتى ينشأ نشأة سليمة وطنيا قوميا أخلاقيا روحيا. ويشكل الشباب في العالم العربي والإسلامي أكثر من ثلثي مجمل السكان حسب تقديرات إحصائية رسمية حيث يعتمد عليهم في مواقع التنمية والبناء والزراعة والصناعة وشق الطرق وإصلاح البيئة وفي تأهيل العلمي والصقل الفني والمهني وفي الجامعات والمصاعد والمدارس¹.

1 مصطفى عبد القادر، الشباب بين الطموح الإنتاجي والسلوك الاستهلاكي، مجد للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، 2004، ص13-15.

9-1 الشباب والعلم:

تؤدي الجامعة دورا بارزا في حياة الشباب إذ ينتقل إليها الطالب بعد إنهائه مرحلة دراسية ضيقة

الأفق

سببا وغالبا تبدأ مشاكل كل الشباب عقب المرحلة الثانوية لأنه يقف حائرا أمام نوع التخصص الذي سيدرسه كثير من الشباب يطرقون أبواب عدة جامعات وفي أحيان كثيرة يقدمون في كل جامعة طلب الاختصاص راسة معينة، لا علاقة لها بتاتا بالاختصاص الذي سيقدمونه في جامعة أخرى وبعد نجاح الطالب في الدخول إلى الجامعة معينة يصبح في ميدان تعليمي جديد مختلف عن كل ميادين التعليمية التي سبقته لان للجامعة ثلاثة أهداف كما يجمع أهل الرأي، إعداد المختصين وقادة العمل الكفاءة في جميع مجالات الحياة وذلك من خلال تنمية شخصية الطالب في جوانبها الروحية والاجتماعية والعملية ، وإطلاق مواهبه وقدراته الذاتية فتزويده المعارف والمهارات اللازمة لتجعل منه إنسانا صالحا يسهم في خدمة المجتمع وبناء الأمة وثانيتها البحث العلمي الموضوعي المستند إلى تجربة والملاحظة والاستقرار الهانف إلى بلوغ الحقيقة وثالثها خدمة المجتمع الذي توجد فيه جامعة من شتى النواحي وان للحرم الجامعي بهذا اجتماعيا وانسانيا مما يساعد على صقل شخصية وقوع الشباب في أزمات ثقافية وقيمة تهدد المجتمعات وتفوض الجهود المبذولة لتنميتها وتقدمها.

ويؤكد حجازي (1985) أن الشباب العربي عموما يعيش في مناخ من الانومي anomie

اللامعيارية - تضعف القيم التي استقرت طويلا حتى لتمتلى الحياة بالمتناقضات وبخاصة تناقص انساق القيم بين الأجيال المختلفة وتناقص حياته اليومية مع نسق القيم والمعايير إلى حد يتعذر الاتفاق على شيء مشترك يلتزم به المجتمع.

كما أشار الذواوي 1958 إلى أن التفكك الذي تتعرض له القيم في مجتمعات العربية احد مظاهر التخلف الثقافي فلقد أدى انتشار القيم العربية في مجتمعاتنا إلى التلاشي بعض القيم التقليدية من حصة والى وجود صراع مع هذه القيم الغازية من جهة أخرى¹

2-9 الشباب والقيم:

يتطلب الاهتمام بقضايا الشباب كظاهرة عالمية من الاعتراف بما لديهم من مكانة مميزة في بناء المجتمع المعاصر ومما لهم من تأثير في مكوناته في مختلف المجالات الاجتماعية والثقافية الفكرية والاقتصادية والسياسية لذا فقد باتت من الضرورة بمكان الاهتمام بأزمات الشباب ودراسة ما يحملون من قيم ومدى ارتباطهم بالنظام القيمي السائد في المجتمع وتكمن أهمية الشباب بالنسبة للمجتمع فيما يمثله الشباب من مصدر التجديد والتعبير فهم عادة ما يرفعون لواء التحديث في سلوك والعمل من خلال القيم الجديدة التي يتبناها الشباب بها والتي عادة ما تدخل فغي مواجهة مع ما هو سائد من قيم تقليدية ولهذا يعد الشباب مصدر التغيير الثقافي والاجتماعي في المجتمع ككل.

نظرا لكون قيم الشباب في مضمونها وجوهرها متعلما ومكتسبة من خلال البيئة والثقافة السائدة في المجتمع فان دراستها مسألة في غاية الأهمية سيما وان عالمنا المعاصر يشهد تغيرات متسارعة وتطورات متلاحقة بفعل ظاهرة التفجير المعرفي والتسارع الثقافي التي أثرت على مجمل نظم المجتمع السياسية والاجتماعية والثقافية والقديمة وتأتي أهمية دراسة القيم لدى الشباب كذلك في أنها تتعلق بشريحة اجتماعية هامة لكل المجتمعات ولقد حظيت دراسة القيم لدى الشباب باهتمام العديد من الدارسين والباحثين لاسيما في منتصف الستينات من القرن الماضي وفي بدايات القرن الحالي فيتحدث علماء الاجتماع المعنيين

1 مصطفى عبد القادر، الشباب بين الطموح الإنتاجي والسلوك الاستهلاكي، مرجع سبق ذكره، ص47.

بدراسة الشباب عن مفهوم جديد هو ثقافة الشباب هم يقصدون بذلك ان الشباب يمثل مرحلة من مراحل النمو الإنساني لها ثقافتها الخاصة التي تعبر عن مجموعة من القيم والاتجاهات وأراء وأنماط السلوك التي تحظى بالموافقة والقبول من تلك الفئة العمرية والاجتماعية فئة الشباب.

9-3 قيم الشباب العربي:

يتعرض عالمنا المعاصر لتغيرات هائلة في مختلف مجالات الحياة عكست نفسها بقوة على الشباب العربي واتجاهاتهم وأنماط سلوكهم وقيمهم فوجد الشباب نفسه أمام تيارات متعددة تبذل قصارى جهدها وتسخر كافة إمكانياتها للتأثير على قيم الشباب من خلال الثقافات المنقولة إليهم عبر شبكات ووسائل الاتصال بأدواتها المختلفة¹. ويخضع الشباب في المجتمع المعاصر تنشئتهم ولمؤثرات متعددة تواجهها مبادئ وأهداف مختلفة وربما متناقضة ولاسيما وان المجتمع المعاصر يتميز بتعدد مؤسساته ونمط حياته فوجد الشباب المعاصر نفسه أمام وضع مشنت ومبعثر سواء في عالم الاقتصاد أو في نظام تربوي أو الإعلام وهذا مله زاد من عوامل القلق والاضطراب والفوضى لديهم مما أدى إلى تأخر نموهم النفسي والعقلي والبدني.

9-4 إسهام الأنشطة الطلابية في دعم القيم الدينية:

تلعب برامج الترويج والأنشطة دورا هاما في اكتساب وتعديل الكثير من الاتجاهات ودعم العديد من القيم أو ألتخل عن بعضها ولا شك ان عدم دعم القيم الدينية للشباب يمثل ظاهرة سلبية تؤدي إلى آثار خطيرة مثل التطرق الديني او الانضمام لجماعات متطرفة كعبادة الشيطان وغيرها.

وهذا من أهم الملامح التي تميز الأنشطة الطلابية داخل الجامعة:

1 ماجد الزويد، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، ص220، 2006،

- الأنشطة الطلابية كممارسات وتفاعلات تتم خارج نطاق الدراسة الأكاديمية.
 - الأنشطة تتم خارج نطاق المحاضرات الرسمية وان بعض الأنشطة يمكن ان تتم داخل قاعات المحاضرات ولكن في غير أوقات الدراسة مثل الندوات الثقافية واللقاءات الفكرية وغيرها.
 - الأنشطة الطلابية ينبغي أن تتبع من اهتمامات الطلاب أنفسهم.
 - الأنشطة الطلابية يجب تنظيمها من قبل الجامعة كمؤسسة تربية ومن قبل التنظيمات الطلابية نفسها.
 - لابد ممن خضوع الأنشطة الطلابية لإشراف الجامعة سواء تحت هذه الأنشطة داخل الجامعة او خارجها.
 - يمكن أن يتعاون مع الجامعة في تنظيم بعض الأنشطة جهات ومؤسسات مختلفة خارج الجامعة.
- ولقد حدد المجلس إلا على للجامعات مجالات الأنشطة الطلابية على النحو التالي¹:
- النشاط الثقافي .
 - النشاط الاجتماعي .
 - النشاط الرياضي .
 - نشاط الأسر .
 - نشاط الخدمة العامة والجوالة .
 - النشاط الفني .

1 ماجد الزويد، الشباب والقيم في عالم متغير، مرجع سبق ذكره، ص389.

5-9 دور الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب :

يعتبر مجال رعاية الشباب من المجالات الهامة التي تمارس فيها الخدمة الاجتماعية نظرا للدور الذي يقوم به الشباب لتطوير المجتمع . ويعمل الأخصائي الاجتماعي في مجال رعاية الشباب لمساعدتهم على أن يصبحوا مواطنين صالحين قادرين على تغيير مجتمعهم ولذلك فان الأخصائيين الاجتماعيين لهم دور هام في تنمية الموارد البشرية من الشباب ولذلك من خلال البرامج والأنشطة المقدمة لهم وذلك من خلال استخدام الأساليب المهنية المختلفة حيث يعمل الأخصائي مع الشباب لكونه في هذه المرحلة يكون لديه الاستعداد الكافي لتقبل أي تغييرات في الاتجاه بدون مقاومة شديدة عكس المتقدم في السن الذي يتمسك باتجاهاته .

ويمكن تحديد الدور الذي تقوم به الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب:

- تنمية الروح الاجتماعية للشباب مما يؤدي إلى إدراكهم لشؤون مجتمعهم ومشكلاته.
- اكتسابهم القدرة على العمل الاجتماعي والتعاون لتحقيق أهداف اجتماعية مشتركة.
- مساعدة الشباب على إقامة علاقات ناجحة مع الآباء والمعلمين والزملاء.
- تنمية الوعي الاقتصادي لدى الشباب وبناء قدرتهم على العمل واحترام الوقت.
- مساعدة الشباب على الإدراك والفهم والتكيف مع النظم الاجتماعية القائمة.
- تحديد حاجات الشباب ومساعدته على النم والتغيير إلى الأفضل.
- استخدام الأسلوب الديمقراطي مع الشباب لتحقيق أهدافه وارضائه.
- إجراء البحوث والدراسات لمشكلات الشباب والاعتماد على النتائج لتحقيق احتياجاته.

- العمل على مختلف قطاعات الشباب بأماكن تواجدهم في مراكز الشباب أو الجامعات أو المدارس أو أماكن العمل لتنمية مهاراتهم ليصبحوا مواطنين صالحين.
- استثمار طاقات الشباب عن كطريق ممارسة الأنشطة الخدمية الاجتماعية التي تتيح لهم الفرصة لنمو شخصيتهم.
- تقديم مختلف ألوان الرعاية الاجتماعية للشباب.

10- المجتمعات ورعاية الشباب في ظل العولمة:

يعتقد كثير من الباحثين والمفكرين أن مواجهة العولمة والتفاعل معها هو أفضل الحلول ويعتبرون أن الموقف مع العولمة هو استقبالها والدخول فيها والتفاعل معها.

حيث تقوم الخدمة الاجتماعية في ضوء العولمة بقياس الايجابيات والسلبيات والاستعداد للمستقبل بتنمية الشباب ودعمهم اجتماعيا والحفاظ على التراث والثقافة والتقاليد الاجتماعية وذلك عن طريق نظامين هما:

- نظام التربية الوطنية المكثف للتأكيد على انتماء كل الأجيال التراث والثقافة العربية عن طريق الإعلام ومختلف الوسائل.
- نظام للتسويق لعالمي للفكر العربي الوطني الذي قدم للبشرية الآداب والعلوم والفنون والتراث الإسلامي الذي يواجه العولمة التي تشكل خطرا كبيرا على الأسرة والمجتمع¹.

1 محمد بسيد فهمي، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، دار الوفاء للنشر والطباعة، الإسكندرية، مصر، ط1، 85، 2009، ص

11-دوافع استخدام الشباب للإنترنت:

- **الحاجات المعرفية:** يعمل الشباب على إشباع الحاجات المرتبطة بتقوية المعلومات والمعرفة وفهم البيئة،لأنترنت حيث يستخدم الشباب الانترنت لتحقيق وإشباع الحاجات كحب الاستطلاع والاكتشاف، إذ توفر الإمكانيات اللازمة لتلبية حاجات الشباب المعرفية من خلال الوصول إلى المواقع الأكاديمية وتحميل الكتب الالكترونية.
- **الحاجات العاطفية:** وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الخبرات الجمالية والعاطفية والتعبير عن المشاعر لدى الأفراد ويعتبر إشباع الحاجات العاطفية من الدوافع العامة لاستخدام الانترنت التي تمنح إمكانية الاتصال بالمواقع الالكترونية التي تزود الشباب بخبرات جمالية كمواقع الفنون الموسيقية والتواصل مع الأصدقاء فيغرف الدردشة.
- **حاجات الاندماج الشخصي:** وهي الحاجات المرتبطة بتقوية شخصية الأفراد من حيث المصداقية والثقة والاستقرار وتحقيق الذات للفرد.
- **حاجات الاندماج الاجتماعي:** وهي الحاجات المرتبطة بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء والعالم ليكون الفرد متفاعلا مع بيئته الاجتماعية من خلال الانتماء للجماعة.
- **الحاجة الهروب:** وهي الحاجات المرتبطة برغبة الفرد الهروب وإزالة التوتر وتغيير المسار بعيدا عن الآخرين¹

1 يامين بودمان، الشباب والانترنت، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان الاردن، ط،1،2013،ص، 235.

الفصل الرابع :

مدخل إلى الأخبار الصحفية

تمهيد:

الخبر هو أساس الصحافة الحديثة وعمودها الفقري، وبدونه لا يمكن أن تتكون هناك صحافة أو صحيفة. فالخبر يحتل مكان الصدارة بين فنون التحرير الصحفي، لأنه هو صانع كل هذه الفنون وهو الذي يوجددها، أي أنها كلها فنون تالية لفن الخبر، فلا يمكن للحديث أو التحقيق أو التقرير أو المقال أن يأتي إلا إذا أنفى الخبر، فهي كلها تأتي لتشرح وتفسر وتعلق على الخبر وبمعنى آخر الخبر هو الأب الشرعي لغيره من الفنون التحريرية وبدونه لا تقوم لها قائمة، وفي هذا الفصل سنتناول كل من نشأة الخبر الصحفي، وعناصره، أنواعه، مصادره، لغته، قواعد صياغته، القوالب الفنية لكتابته، طريقة كتابته، مواصفاته، وظائفه، نماذجه، وفي الأخير الأسس الفنية لتحريره.

1. نشأة الخبر الصحفي:

ظهر الخبر مع بداية الحياة الاجتماعية للإنسان، وما زالت تسود ظروف اجتماعية بدائية حتى عصرنا هذا بين كثير من الشعوب ويوجد العديد من التفسيرات الفلسفية والعلمية والإيديولوجية لكيفية التطور الاجتماعي، حيث حاول كل تفسير أن يقسم التطور الاجتماعي إلى مراحل زمنية وفق بنائه الإيديولوجي، حيث أكد الإنجليز أن هناك ثلاث مراحل تاريخية في نشأة الخبر وهي: الوحشية والبربرية والمدنية. أما علماء الاجتماع الليبراليون المتخصصون في دراسات ما قبل التاريخ فلهم تفسير آخر حيث يقسمون مراحل التاريخ إلى: مرحلة الحجر المنحوت ومرحلة الحجر المصقول ومرحلة المعادن، ثم ظهر التفسير السيكولوجي للتاريخ كما هو الشأن في الفرويدية، فهناك أيضا التفسير الإعلامي للتاريخ وهو التفسير الذي يقسم التطور الاجتماعي على ضوء تطور وسائل الإعلام والاتصال فهناك المرحلة السمعية في التاريخ ثم المرحلة الخطية ثم المرحلة الطباعية. وهذا التقسيم الإعلامي للتاريخ ينطبق على نشأة وتطور الخبر أكثر مما ينطبق على غيره من الأشكال الإعلامية.

بدأت مرحلة الخبر المسموع منذ العصور القديمة، حيث عرف الإنسان عملية تبادل الأخبار عندما كان ينفخ في الأبواق معلنا حالة الحرب أو السلم أو احتفالا بمناسبة دينية أو بوفاة حاكم أو بزواج أو بسقوط حاكم جديد. ويتم تداول الأخبار بين الناس عن طريق الأبواق أو المنادين يطلق عليها (مرحلة السمعية في تبادل الأخبار)، ثم بدأت مرحلة الخبر المخطوط الذي ارتبط ظهوره باكتشاف القراءة والكتابة، والتي عرفته كثير من المجتمعات من خلال النقش على الأحجار والرسوم على جدران المقابر والقصور وشم الجلود أو الورق من خلال أوراق البردة المصرية التي جمعها العالم الأثري تيري والتي ترجع إلى أربعة آلاف عام قبل الميلاد تدل على إحساس صحفي لكتابتها وذلك بما كان يثير اهتمام القارئ لها.

ثم أتت مرحلة الخبر المطبوع والذي تزامن مع ظهور المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر على يد يوحنا جو تنبرغ، والذي تم طباعة عدد كبير من النسخ من الخبر الواحد، والذي ساعد على انتشار الخبر إلى أكبر عدد من القراء والذي ساعد أيضا في ظهور الطباعة. وقدمت الجرائد المخطوطة والأغاني والصور والتقويمات والمنشورات التقويمية حتى منتصف القرن الثامن عشر أدبا شعبيا متنقلا بين الطبقات الشعبية.

ويوجد عدة عوامل ساعدت في ظهور الخبر المطبوع وانتشاره في العصر الحديث هي:

- اكتشاف المطبعة الذي ساعد على إمكانية طباعة عدد كبير من النسخ للعدد الواحد وبالتالي وصول الصحيفة إلى أكبر عدد ممكن من القراء ما توفره الطباعة من جهد ووقت وتكاليف.
- ظهور الطبقة البرجوازية في أوروبا الغربية والتي تزامنت مع عصر الاكتشافات الجغرافية والاستعمار وبداية الثورة الصناعية ومن ظهور نشاط مالي وتجاري كبير.
- ظهور الفكر الليبرالي الذي أشاع الحياة الديمقراطية ممثلة في نظام نيابي ونشاط حزبي وصحافة حرة وحرية الفكر والقول والتعبير والخطابة وحرية النشاط الاقتصادي.¹

2. عناصر الخبر الصحفي:

هي مجموعة الخصائص التي يتميز بها الخبر، وقد تباينت المدارس الصحفية في تحديد عناصر الخبر، فالمدرسة الليبرالية حددت عناصر الخبر بثلاث وهي: "الأهمية، القرب، الشهرة" ثم أضيف إليها عنصران آخران هما (التوقيت والدقة)، أما أنصار نظرية المسؤولية الاجتماعية فحددوا عناصر الخبر بثمانية، ومهما تباينت

¹طارق سيد احمد خليفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005، ص100، 101.

واختلفت المدارس الصحفية في تحديد عناصر الخبر إلا أن الجميع يشترك في عناصر أساسية مهمة زادت أو نقصت حسب اجتهاد البعض، وفيها يأتي عناصر الخبر:

• **الجدّة والحاليّة:** وتعني أن يكون الخبر مجارياً للأحداث وجديداً، وكما هو معروف أن خبر الأمس ليس خبر اليوم.

• **القرب المكانيّة:** كلما كانت الأخبار قريبة من مكان الجمهور وتدور أحداثها في بلداهم ومدينتهم وحيهم وشارعهم فهي تهمهم أكثر من غيرها، لأن الناس مولعون بتقصي الأخبار التي تمس بلدانهم ومدنهم، لذا فإن الأخبار المحلية تحظى بنسبة عالية من اهتمامات القراء.

• **الأهمية، الشخصيات البارزة:** عنصر الأهمية في الأخبار يأتي من الشخصيات البارزة والمهمة والمشهورة فهي تشكل قيمة إخبارية وعنصراً مهماً ينال اهتمام الجمهور، وهذا ينسجم مع المقولة المعروفة (أن الشخصية تصنع الخبر).

• **الغرابة:** أن الأحداث غير العادية تعد من عناصر التشويق الإخباري، فالخبر الغريب الذي لا يتوقع حدوثه ولكنه يحدث فإنه يستحوذ على اهتمام الجمهور.

• **الصراع:** إن الصراعات والنزاعات بين الناس والدول تثير اهتمام القراء، لأنها تهم أمنهم وحياتهم وأن الحروب والحوادث والخلافات الساخنة هي موضع اهتمام البشر كما هو متداول في غرف الأخبار (أن الصراع يثير الاهتمام أكثر من الهدوء والسكينة).

- **الاهتمام الإنساني:** يعرف الاهتمام الإنساني بأنه مجموعة العناصر التي تضيف على الموضوع أو الخبر بعدا عاطفيا وإنسانيا وأن يكون لها تأثيرها، فإن كل ما يهم المجتمع من أخبار يقع ضمن الاهتمام الإنساني وتستميل عواطف الناس تجذب انتباههم.¹
- **الجنس:** إن الأحداث والممارسات وقضايا الاغتصاب تشكل عنصرا من عناصر الجدارة الإخبارية، لأن اهتمام الناس الكبير بالجنس وأخباره بدأ بتزايد لاسيما وأن الصحافة العالمية لا تتأخر أبدا في نشر مثل هذه الأخبار.
- **التوقيت:** إن توقيت وقوع الحدث قد يضيف إليه أهمية مضاعفة وقد يحدث العكس أي يقلل من الأهمية ويلغيها تماما.²
- **الضخامة أو العدد أو الحجم:** إن ضخمة الخبر تقاس بعدد أو حجم الجمهور الذي يهتم بهذا الخبر ويتابعه وكذلك تقاس بموقع الخبر من حيث أهمية هذا المكان.
- **المنافسة:** تمثل أخبار المنافسة أخبارا هامة للكثير من المتلقين مثل أخبار المسابقات والمباريات الرياضية وغيرها من ألوان المنافسة.
- **التوقع والنتائج:** هناك جانب هام للخبر هو مقدار ما يثيره لدى المتلقي من تحليل وتوقع تساؤلات لغرض الوصول إلى نتيجة.

1 عباس ناجي: الخبر الصحفي، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص17، 18.

2 هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 24، 25.

- الشهرة: فكلما زادت شهرة الشخص الذي تتناوله وسيلة الإعلام كلما زادت أهمية الخبر.
- التشويق: في الخبر الذي يدفع القارئ إلى متابعة تفاصيله للوقوف على تطوره، والذي يجذب القارئ إلى الإطلاع عليه وقراءته حتى نهايته.⁽¹⁾
- الفائدة أو المصلحة الشخصية: في الخبر عندما يتضمن الحدث الذي يعرضه الخبر معلومات أو بيانات تمس مصالح عدد كبير من القراء.
- النتائج: وهو ما في لدى القارئ من توقع لما ينته عنه، أو ما يثيره من احتمالات وإيحاءات لديه أو ما يطرحه في ذهنه من تساؤلات عن نتائج وعواقب هذا الخبر.
- الإثارة: بالإشارة إلى تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث والتي تكسبها جاذبية شديدة إلى لفت الانتباه للقارئ ومخاطبة بعض غرائزه الدفينة.¹

3. أنواع الخبر الصحفي:

هناك عدة أنواع للخبر الصحفي تختلف باختلاف المعيار الذي نقسم به الخبر، ويمكن تحديد الأنواع الذاتية للخبر:

1-3 من حيث التقسيم الجغرافي:

1فريد مصطفى: تكنولوجيا الفن الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 102، 103.

يقصد بالتقسيم الجغرافي للخبر هو مكان وقوعه، وعلى هذا الأساس هناك نوعين من الأخبار:

• **الأخبار الداخلية:** وهي الأخبار التي يقع داخل نطاق المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة.

• **الأخبار الخارجية:** وهي الأخبار التي تقع خارج المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة.

3-2 التقسيم الموضوعي للخبر:

ووفقا لهذا التقسيم فالمقصود به مضمون الخبر من حيث كونه سياسيا أو اقتصاديا أو عسكريا وغير

ذلك من الأخبار التي تتعدد أنواعها، غير أن هذا التقسيم يعتبر مكملا للنوع الأول أي التقسيم الجغرافي، فهناك

الخبر السياسي الداخلي والخارجي، وبعض الأخبار قد تكون سياسية واقتصادية.

3-3 التقسيم الزمني للخبر:

يقوم هذا التقسيم على أساس الوقت الذي يقع فيه الحدث وبالتالي فهو ينقسم إلى نوعين:

• **أخبار متوقعة:** وهي تلك الأخبار التي يعلم المندوب الصحفي بموعد ومكان وقوعها مقدما.

• **أخبار غير متوقعة:** وهي الأخبار التي لا يعلم المندوب الصحفي عنها شيئا ولا يتوقع حدوثها.

وفي هذا الإطار يمكن القول بأن أكثر الصحف فعالية هي التي تقوم بنشر الأحداث غير المتوقعة في ظل تنافس

قوي من الفضائيات وشبكة الإنترنت.

3-4 الخبر الجاهز والمبدع:

يقوم هذا التقسيم على أساس ما يبذله المندوب الصحفي من جهد في نشر الخبر أو الحدث وينقسم إلى:

- **الخبر الجاهز:** وهو الخبر الذي لا يبذل الصحفي جهدا كبيرا في الحصول عليه، وإنما يأتيه إلى داخل مكتبه دون عناء وذلك من خلال ما ينشره في الكتب والنشرات والكتيبات وغيرها من المطبوعات الإعلامية، ومن أهم سلبيات هذا النوع من الأخبار هو أن الصحيفة عبارة عن نشر علاقات عامة، وإن كانت هذه الظاهرة منتشرة في الصحف التي تصدر في العالم النامي، يعكس الصحفي التي تصدر في العالم المتقدم والتي نادرا ما يعتمد الصحفي فيها على مثل هذه النشرات.¹

- **الخبر المبدع:** هو الخبر الذي يبذل الصحفي جهدا في الحصول عليه واستعماله بالبيانات والمعلومات الكافية، وأكثر الصحف فعالية هي تهتم بالأخبار المبدعة.

4-4 الخبر الحفيف والجاد:

- **الخبر الجاد:** وهو الخبر الذي يحيط القراء بالأحوال والمواقف الهامة التي من شأنها التأثير في حياتهم اليومية مثل: الأخبار الاقتصادية والاجتماعية والصحة والتعليم.

- **الخبر الخفيف:** وهو الخبر الذي يثير انتباه القارئ وتسليته مثل أخبار طرائف والرياضة والفن والحوادث والجرائم.

4-5 الخبر المجرد والخبر المفسر:

1 عبد الجواد سعيد محمد ربيع: فن الخبر الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص83-85.

- **الخبر المجرد:** هو الخبر الذي يقتصر على تبجيل الوقائع أو تصوير الحوادث أو سرد المعلومات دون أن يدعم ذلك بخلفيه من المعلومات والبيانات والتفاصيل.
- **الخبر المفسر:** هو الخبر المدعم بخلفية من المعلومات والبيانات التي تشرح تفاصيل الحدث وتشرح أبعاده ودلالاته المختلفة، ومن الضروري الانتباه إلى أن تفسير الخبر لا يعني أن يتضمن الخبر بأي شكل من الأشكال رأي كاتب الخبر أو وجهة نظره حتى لا يفقد موضوعيته.

4-6 تقسيما وفقا للوسيلة:

أي تصنيف الخبر وفقا للوسيلة الإعلامية التي تحمل هذه الأخبار وتقوم بجميع الأخبار ونقلها للجمهور:

- **الخبر الصحفي:** وهو الذي تتم تغطيته بواسطة المراسلين وقد يرفق معه بعض الصور للإثبات، ويتحمل الخبر الصحفي الإسهاب في التفاصيل كما لا يتحمل التعقيد في الصياغة وطول الجملة، لذا فهو أسهل أنواع الأخبار التي تكتب من قبل الصحفي، أما قارئ هذا الخبر يمثل الوقت الكافي لقراءته ومراجعته متى يشاء لأنه مطبوع.
- **الخبر الإذاعي:** وهنا يتحتم على كاتب الخبر أن يكتبه بعبارات سلسلة خالية من أي ألفاظ معقدة ويمتاز بجمل قصيرة كي لا يمل السامع.¹

1صلاح عبد الحميد: فن التحرير الصحفي، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، مصر، 2013، ص 82، 83.

• **الخبر التلفزيوني:** وهو الذي تغطيته بتصوير الفيديو ويتطلب مهارة وسرعة في النقل والنشر فيه يفخر بعض العاملين بالصحافة بما يسمى (السبق الصحفي)، ويعتمد هنا الخبر في الأساس على الصورة التي ترافقه حتى لو كان صورة ساكنة ومتى ما فقد هذه الخاصية يكون خبر إذاعيا أن يكون مرتبا حسب اللقاءات الشخصية مع التعليق والصور.

• **الخبر الإلكتروني:** فالمحرر الناجح هو الذي يهذب النص الإخباري ليبقى على ما هو ممتع ومهم فتحرير الخبر الإلكتروني يبدأ باختصار المعلومات ثم الكلمات والعبارات وهذه عملية أسلوبية تحتاج من المحرر إلى مهارة لغوية عالية وذوق فني وحسي صحفي بطبائع جمهور الأخبار.¹

4. مصادر الخبر الصحفي:

4-1 المحيط: بحيث تمثل الصحفي من أقارب وأصدقاء وحتى المواطنين العاديين مصدر من مصادر الصحفية وقد لجأت كبريات المؤسسات الإعلامية للاعتماد على المواطنين العاديين كمصدر من مصادر الخبر الصحفي وذلك من خلال اعتماد ما يسمى الخط الأخضر وفي الجزائر مثلا تعتمد جريدة الخبر على هاته الطريقة، ولكن لا يعني المؤسسة الإعلامية تنقل كل ما يصل إليها وإنما يكون عبر التحري والمتابعة.

4-2 المناسبات: سواء كانت في لقاءات رسمية أو شعبية حفلات أو مهرجانات يحضر أشخاص من كل الطبقات ومن شأن الصحفي ألا يكون حضوره كباقي الناس في هذه اللقاءات من خلال الاقتراب من الشخصيات الفاعلة وربط علاقات معهم.

1 صلاح عبد الحميد: فن التحرير الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص83.

4-3 بريد القراءة: مواقف الملتقى (الجمهور) من خلال ما يكتب ويذاع ويبصر، وفي بعض الحالات هذا البريد موجه لقضية ما، من خلال إضافة معلومة أو شاهد عيان... إلخ، وبريد القراء لم يعد اليوم بالصيغة الحالية آلاف الرسائل المكتوبة في سلة فقد جاء البريد الإلكتروني بطريقة أسرع وأجمل وأدق.

4-4 وكالة الأنباء: وكالة الأبناء من سماتها أنها تغطي في أغلب الحالات الكثير من مناطق العالم الأمر الذي يجعلها في الصدارة في اكتساب المعلومة ومن ثم إعادة بيعها والصحفي هنا بإمكانه العودة لهذا الوكالات حسب اشتراك مؤسسة الإعلامية فيها أو عبر شبكة الانترنت.

4-5 التلفزيون والإذاعة: رغم التنافس الموجود بين قطاع الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية إلا أن على الصحفي أن يتابع تطورات القضايا عبر الإذاعة والتلفزيون، لأنه بعض الأحداث والوقائع يتعذر له الحضور فيها دوماً.

4-6 الصحف: التنافس الكبير بين الصحف يفتنه الشهية للأخبار الهامة وتحقيق سبق الصحفي والحوارات ذات الأهمية وهذا على المستوى المحلي أو الجهوي أو الوطني أو الدولي في الصحف والمجلات اليومية والأسبوعية أو الشهرية أو الفصلية أو المتخصصة أو يتابع حصص أقوال الصحف.

4-7 الهيئات والمؤسسات: أصبح اليوم لكل مؤسسة أو هيئة ما إلا ولها مستشار إعلامي أو مكلف إعلامي، أو ناطق رسمي، يعبر عن مواقف هذه الهيئة بصفة منتظمة أو بطلب من الصحفي ويمكن، أن ندرج هنا الوزارات، السفارات، مؤسسات الدولة العمومية والخاصة، الأحزاب السياسية، الجمعيات...¹.

إنعمت عثمان: الأخبار ومصادرها في العصر الحديث، ط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006، ص 45، 46.

4-8 اللقاءات والمؤتمرات: التي تعقد دوما وتمثل المادة الحية والخاصة لجل المؤسسات الإعلامية وطبيعي في مثل هذه الأنشطة أن تختتم أو في أثناء الاشتغال لتصريح للصحافة أو بيان مشترك، أو بيان صحفي، أو بيان رسمي.

4-9 شبكة الانترنت: أصبحت اليوم شبكة الانترنت تعج بالأخبار والتحليل والحوارات والتحقيقات الصحفية التي لا تكاد تنتهي وخاصة في مواقع الحدث، حيث تأتي الأخبار والصور تبعا ليس بالساعات بل بالدقائق والثواني وفي بعض الحالات وأضحى بإمكان الصحفي إجراء أي حوار مع الشخصيات العالمية عبر الانترنت.

5- لغة الخبر الصحفي:

على اختلاف المدارس والتقسيمات التي تناولت الخبر فإنه يجيب الخبر على الأسئلة الستة المتعارف عليها في علم الصحافة، حتى يعد خبرا متكاملًا:

- من؟ Who: وتعني من الذي قام بذلك الحدث؟ أو على من نعكس أثره وأهمية هذه الأداة تكمن في تعبيرها عن البعد الإنساني الحدث، وكذلك هناك أسماء ما تعد أبناء في حد ذاتها مع تفاوت أهميتها الإخبارية طبقا للثورة أو المكانة الاجتماعية أو الشهرة أو النجاح.
- ماذا؟ What: في أي مكان جرى الحادث؟ وهي أداة استفهام تعبر عن البعد المكاني والجغرافي لمسرح الخبر.

• متى when؟ متى حدث ذلك ودلالة هذه الأداة الزمنية ترتبط بالدلالة المكانية للأداة أين والإنسانية للأداة من والتفسيرية للأداة ماذا.

• لماذا؟ why: ويطلق عليها بعض الباحثين وصف الشقيقة الكبرى، لأنها تقدم عنصر البحث وراء الإجابات السابقة، والتي تحدد الدلالة والسببية، فهي أداة تتجه على الشرح والتفسير وتوضيح الأسباب وهي أمور تتصل بالطابع الإخباري المستمر كذلك الأهم في الإجابة عن هذه الأداة ليس هو لماذا التقليدية بالحدث نفسه ولكن الأهم منها هي "لماذا" الباطنة التي يسأل بها المحرر نفسه: لماذا هذه الأخبار؟ ولماذا يغطي؟ ولماذا هي تستحق أن يزجج بها نفسه؟

• كيف how؟ ومهمتها الكشف عن كيفية وقوع الحادث أو على أي نحو حصل، فهي أداة ذات طبيعة تقريرية يصعب في أحيان كثيرة توافر الإجابة عنها بالسرعة المناسبة لتغطية الحدث.

ليس من الضروري بالطبع أن يكون ترتيب الأسئلة أو أدوات الاستفهام على هذا النحو التالي فالترتيب

تقرض المعايير بالنسبة لكل خبر بمفرده وكذلك أسلوب التحرير المتبع ونوع السياسة الإعلامية المنتهجة.¹

1 أحمد خليل الصالحي: فن الخبر الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 202، 203.

6. قواعد صياغة الخبر الصحفي:

تتلخص قواعد صياغة الخبر الصحفي:

6-1 الدقة:

تعني تحرير وتدقيق والتأكد من الحقائق، العناوين، الأسماء، التواريخ، الأماكن، الأرقام، الإحصاءات، تتابع الحدث، لا يمر الخبر دون مراجعته من جهتين على الأقل، وقد يستلزم العودة لمصدر الخبر أو نسبة الخبر لمصدره في حالة عدم التأكد.

مؤهلات الصحفي الماهر في التدقيق:

- الحساسية.
- القدرة على اتخاذ القرار.
- القدرة على الحكم الصائب.

6-2 الوضوح:

نعني بالوضوح:

- فهم الصحفي للقصة الخبرية جيدا.
- تكوين الفكرة بشكل نقي حول الحدث.

- سهولة صياغة.
- معرفة كم مرة سبق أن نشر شيء عن الحدث حتى لا يكرر نفسه.
- معرفة ما لدى جمهور الخبر من معلومات.
- المنطقية فالأسباب يترتب عليها نتائج وهكذا.

3-6 الشرعية:

نعني بالشرعية أن يمارس الصحفي عمله في إطار القانون والضوابط التي تحكم أفراد المجتمع ومؤسساته، وهذا يعني تحديداً:

- عدم القذف وعدم تعريض أي شخص للبعث أو للسخرية أو للاحتقار أو تشويه لسمعته، أو الإضرار به في ثروته وخصوميته.
- إن خير دفاع لصحفي يقذف أحد مسؤولي الدولة هو أن يكون ما قاله حقيقة تقنع القضاء.
- لا يجب مطلقاً إفشاء أسرار الدولة العسكرية والأمنية أو ما يسيء للعلاقة بين الجنسيات والعرقيات.

4-6 الحياد:

وتعني به انتقاء الحكم الشخصي على الحدث وتحري العدالة والاستقامة وأن ينقل الصحفي الخبر دون الحكم عليه، فهو ينقل الحدث ويراقبه بدقة والبعد عن السمات الشخصية للمشاركين في الحدث، والأفضل ترك الحقائق تعبر عن الواقع.

5-6 الذوق العام: على الصحفي ان يلتزم بالآداب العامة والأخلاقيات المجتمعة وأن يحترمها من داخله ألا يهجم على قيمة أو شخص ولا بد من:

- اختيار الكلمات بدقة شديدة لكيلا تسيء إلى أحد.
- مراعاة الحساسيات والانتماءات / معارض / حكومي / مستقل، وألا تحمل هذه المصطلحات غير معانيها المجتمع عليها اجتماعيا (مثل نازي، فاشي، علماني).¹

7. القوالب الفنية لكتابة الخبر:

هناك ثلاثة قوالب فنية لكتابة الخبر هي:

1-7 قالب الهرم المقلوب:

في هذا القالب ينقسم بناء الخبر إلى جزئين هما المقدمة ثم الخبر تحتوي المقدمة على أهم حقيقة أو معلومة أو أبرز واقعة، أما جسم الخبر فيضم التفاصيل التي تتدرج من المهم على الأقل أهمية، وهكذا.

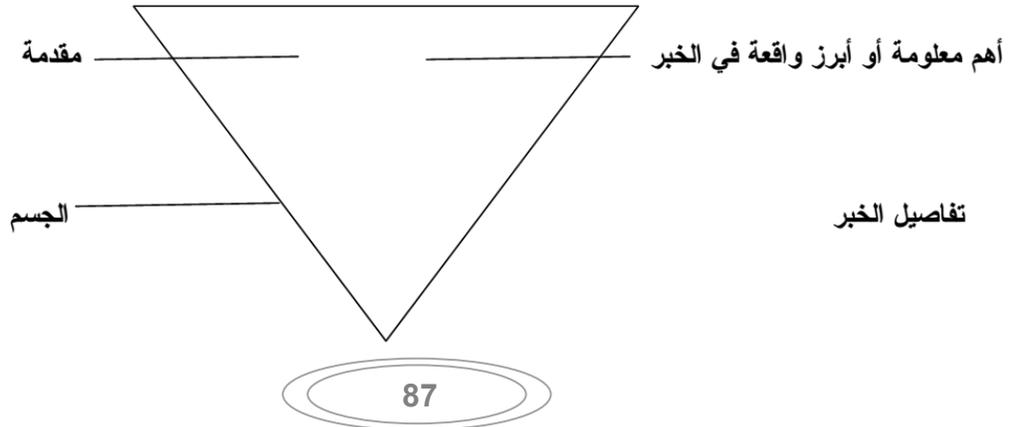
ويمكن

تخيل

شكل

الخبر

الشكل (01) قالب الهرم المقلوب.



ممثلاً بشكل الهرم المقلوب كما يلي:

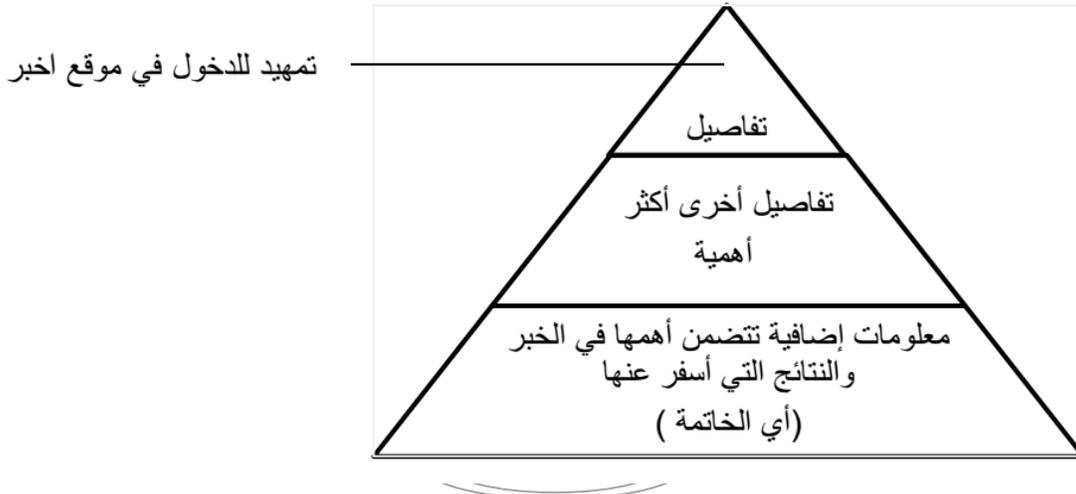
ولطريقة قالب الهرم المقلوب عدة ميزات:

- سهولة اختصار الأجزاء غير الهامة في الخبر إذا اقتضت لضرورة ذلك.
- سهولة اختيار عنوان الخبر في المقدمة فهي تضم أهم ما في الخبر.
- تنقل فحوى الخبر إلى القارئ بسهولة.

وهذا القالب الهرم المقلوب أصلح القوالب الفنية لكتابة الأخبار بأنواعها المختلفة.1

7-2 قالب الهرم المعتدل :

على الرغم من كثرة استخدام القالب الأول في كتابة الأخبار الإذاعية إلا أنه مستمع ليس شرطاً ملزماً في جميع الأحوال، فهناك أكثر من أسلوب يمكن للمحرر أن يتبعه لجذب المشاهد نحو الخبر وهذا في حد ذاته فن يختص به محرر دون آخر تبعاً لأسلوبه وتقديره لنمط القالب الذي يصلح لكتابة خبرة، ومن تلك القوالب قالب الهرم المعتدل الذي يقوم على أساس التدرج من المهم



على الأهم.

الشكل (02)

ولطريقة قالب الهرم المعتدل عدة ميزات:

- سهولة اختصار الأجزاء غير الهامة في الخبر إذا اقتضت لضرورة ذلك.
- سهولة اختيار عنوان الخبر في المقدمة فهي تضم أهم ما في الخبر.
- تنقل فحوى الخبر إلى القارئ بسهولة.

وهذا القالب (الهرم المقلوب) أصلح القوالب الفنية لكتابة الأخبار بأنواعها المختلفة.¹

7-3 قالب الهرم المقلوب المتدرج:

يقوم هذا القالب الفني على أساس تشبيه البناء الفني للخبر الصحفي بالبناء المعماري للهرم المقلوب المتدرج وهو بذلك يأخذ شكل لمستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح في الخبر ثم يأتي بعدها جسم الخبر في شكل فقرات متعددة يشرح ويلخص كل منها جانب من جوانب الخبر لتؤكد ما سبق وشرحته الفقرة السابقة وهكذا.

ويقوم هذا الهرم المتدرج المقلوب على أساس المزوجة بين المستطيلات الكبيرة والصغيرة ففي المستطيلات الصغيرة أقوال مقتبسة من المصدر في حين نلخص المستطيلات الكبيرة جانبا من جوانب الحديث ونشرحه للقراء. ويمكن تصور هذا القالب الفني في الشكل التالي:

1 فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، ط4، عالم الكتب نشر توزيع طباعة، مصر، 2000، ص219، 220.

الشكل (03) قالب الهرم المقلوب المتدرج.

أهم التصريحات التي تضمنها الخبر		
	أقوال مقتبسة من المصدر	
ملخص يشرح جانب من التصريحات		
	أقوال مقتبسة	
ملخص		
	أقوال	
ملخص		
	أقوال	
ملخص		

وقالب الهرم المقلوب المتدرج هو أصلح القوالب الفنية في كتابة الأخبار القائمة على سرد التصريحات كما هو الأمر في المؤتمرات الصحفية أو الخطب أو الاحتفالات العامة أو البيانات السياسية وهذا القالب يمكن أن يستخدم أيضا لكتابة الأخبار البسيطة أو الأخبار المركبة.¹ إلى جانب القوالب الثلاثة التي تم ذكرها آنفا عرفت عملية تحرير الأخبار قوالب فنية أخرى وإن كان استخدامها من قبل الصحف متفاوتا وهذه القوالب هي:

1 محمود منصور هيبه: الخبر الصحفي وتطبيقاته، ط2، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2004، ص 122.

- **قالب الدورق (الساعة الرملية):** تشبه بدايته نموذج قالب الهرم المقلوب حيث تضم أهم المعلومات في أعلى الخبر، ثم يحتوي على سرد تتابعي لبقية الخبر، وفي هذا الشكل يوضح الاستقلال أهمية الموضوع وجوهره ثم تأتي بعد ذلك التفاصيل بأسلوب قصصي تقليدي من البداية إلى النهاية، ولكن هذا القالب يحتاج إلى نوع من الكتابة الإبداعية أو المقدرّة اللغوية بحيث يستطيع أن ينسج الصحفي تفاصيل القصة الخبرية أي أن تكون له مقدرّة لغوية عالية وخيال ومملكة صحفية تجمع شتات القصة في نسيج واحد.
- **قالب بيضة الإوزة:** يتطلب هذا النوع من القوالب قدرة عالية عملي التخيل وعلى المهارة في معرفة كيفية تصوير الحدث كمشهد والانتقال من مشهد إلى آخر تماما كالسيناريوهات التلفزيونية مع الاستمرار في جذب القارئ، وهو قالب قصصي كلاسيكي، يظهر المشهد ثم تتكشف الأحداث فيه كلما استمرّ الفرد في القراءة حتى يصل على الهدف من هذا المقال بالنهاية مع بيان سبب ذكر الأحداث التي وضعت في المقدمة.
- **القالب الماسي:** غالبا ما يستهل هذا القالب بفقرة "قصة أو رواية أو أحجية أو لغز أو مثال عن شخصية" يكون بطله جوهر الحكاية أو الموضوع كما يعتمد هذا القالب على المقدمة السردية، التي غالبا ما تكون نادرة أو صورة شخصية تؤدي إلى الفقرة الرئيسية أو الجوهرية، وهي الفقرة التي تبرز عنها النقطة الأساسية في الموضوع يليها الفقرة المهمة التي يطلق عليها (فقرة الأهمية) التي تضع النقطة الجوهرية ضمن سياقها العام.
- **قالب الأحداث المتوقعة:** هذا القالب متطور عن الهرم المعكوس أيضا حيث هناك استعمال تلخيص ثم التفاصيل التي ترتب بشكل منظم، ولكن هذا النوع من الأخبار يركز على عنصري المكان والزمان أكثر

من التأكيد على الموضوعات التي تعالج أحداثًا سابقة، فهذا القالب يستخدم في الأحداث المتوقعة والمعروفة من قبل: "برامج، احتفالات، مناسبات، مهرجانات...". ولهذا القالب صيغة أساسية تبدأ بهوية المتحدث ثم ذكر الموضوع ومن ثم المكان واليوم والساعة.

● **قالب وول ستريت جورنال:** يبدأ هذا النمط باستهلال خفيف قد يكون وصفياً أو سردياً حول شخص أو مشهد أو حادثة وتقوم فكرته على الانتقال من الخاص إلى العام بدءاً بشخص أو مكان بعد الاستهلال يتبع بفكرة مركزية توضح مغزى الخبر أو الحدث يوضح النقطة الرئيسية في الخبر وتكون الخاتمة دائرية يستخدم فيها نص أو حكاية طريفة تتعلق بالشخص الذي ذكر في الاستهلال وقد اشتهر القالب بهذا الاسم وهو اسم صحيفة (wall street journal)، لأنها تستخدمه في صفحتها الرئيسية.¹

● **قالب التتابع الزمني:** يعد هذا القالب من أقدم النماذج (القوالب) التي استخدمها الصحافة في تغطية الأحداث، ويعني سرد الأخبار أو تقديمها بالشكل الذي وقعت فيه، أي أن عناصر الخبر تظهر بنفس التسلسل الذي حدثت فيه كأسلوب تدوين الوقائع والاجتماعات بحيث يبدأ الخبر الذي يأخذ شكل التتابع الزمني استهلال موجز عبارة عن فقرة أو فقرتين ثم ينتقل إلى صلب الخبر بسرد أو تدوين وترتيب القصة الخبرية، تستخدم الصحف هذا القالب في الموضوعات ذات الطابع الانتسابي وهو قريب من الهرم المعتدل حيث يبدأ من القمة إلى القاعدة مروراً بطلب أو جسم الموضوع.

● **القالب التشويقي:** إن عنصر الغموض والمفاجأة أهم ما يعتمد عليه هذا النوع من الكتابة، إذ يعتمد الكاتب استخدام أسلوب التشويق لجذب القارئ، يعتبر هذا القالب على نقيض قالب الهرم المعكوس لأن

1 جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 55،56.

أهم عنصر في الخبر يأتي في النهاية وليس البداية ويتم الاحتفاظ بعنصر مهم يتم طرحه في نهاية الموضوع، أي تشويق القارئ وجذب اهتمامه لمواصلة القراءة حتى النهاية، مع الاستعانة بالسرد القصصي لإضفاء جوا من المتعة أثناء القراءة.

● **قالب السرد المباشر: (الطولي):** وهو أسلوب المباشر للأخبار في البداية حتى النهاية، وقد دخل هذا القالب الصحفي الجريدة اليومية مقتبسا عن عالم المجلة وأسلوبها المميز، إذ أن قارئ المجلة لا يكون اليومية، وهو أسلوب يروي به الكاتب الموضوع من بدايته إلى نهايته المنطقية أي أن على القارئ أن يقرأ الموضوع حتى نهايته لكي يعرف ما حدث وهذا اللون يكون مفيدا أكثر في الموضوعات الصغيرة أو القصيرة، ولم يستخدم في الصحافة إلا نادرا.

● **القالب أو النمط الغير الطولي:** ويناسب هذا النمط الأخبار المنشورة على شبكة الإنترنت ويقوم على وجود صلات متعددة تسمح للقراء باختيار الترتيب الذي يريدون من خلاله الوصول إلى المعلومات التي يتضمنها الخبر، يأخذ هذا القالب شكل الشجرة المتعددة الفروع والأغصان.

● **القالب التجميعي (المقاطع):** إن القالب التجميعي يستخدم لجمع موضوعات القص الإخبارية أو أخبار الحوادث والجريمة سوية في موضوع واحد ويكتب بمقدمة قصيرة وبقية تفاصيل الخبر على شكل فقرات متساوية الأهمية، ويقوم القالب التجميعي على تجميع مجموعة من القصص الإخبارية ذات الصلة أو المتشابهة مع وجود تسميات أو تفصيلات بنفس شدة الأهمية وتقديمها في قالب واحد، بحيث يكون كل

مقطع على أنه خبر ستقل له مقدمة وجسم وخاتمة، وهذا النوع غير قابل للاختصار وقد يؤدي حذف بعض المعلومات إلى حدوث خلل في المقال أو الخبر الصحفي.¹

8. طريقة كتابة الخبر الصحفي:

- اختيار الحدث المناسب ليكون خبراً.
- جمع المعلومات المناسبة حول الحدث.
- إثبات مصادر الحصول على المعلومات.
- صياغة الخبر بطريقة هرمية تبدأ بالأحداث والأهم.
- أن يجيب على الأسئلة التالية غالباً بشكل تتابعي: من، ماذا، متى، كيف، لماذا،
- استخدام الجمل البسيطة والإيقاع الجيد.
- الموضوعية والمصداقية والتشويق.
- اختيار الموقع والمكان المناسب لنشر الخبر.²

1 عظيم كامل الجميلي، ثناء اسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، ط1، دار صنعاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 195.

2 عبد النبي خزعل: فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص 256.

9. مواصفات الخبر الصحفي:

- أن يشد انتباه القارئ.
- أن يدفع القارئ إلى متابعة قراءة الخبر إلى نهايته.
- ألا يزدحم بالمعلومات التي تشتت ذهن القارئ.
- أن تركز المقدمة على الوقائع، وأن تحذر الوقوع في إبداء الرأي.
- أن تطبق القاعدة الذهنية التي تقول: أكبر كمية من المعلومات في أقل عدد من الكلمات.
- أن يكون حجم المقدمة متناسقا مع حجم الخبر نفسه.
- أن تكون المقدمة ملائمة لمضمون الخبر.
- أن تحاول المقدمة الإجابة على الأسئلة المعروفة: من، ماذا، أين، كيف، وليس شرطا أن تجيب عليها كلها.
- أن تركز المقدمة على المعلومات الجديدة في الخبر.¹

1 مشعل سلطان الجبار، إيديولوجيا الكتابة الصحفية، مرجع سبق ذكره، ص111.

10. وظائف الخبر الصحفي:

- يؤدي على تحقيق الترابط بين أفراد المجتمع وذلك عن طريق استعراض الأحداث والقضايا الهامة التي تهم كل الناس والتي تؤثر على المجتمع ككل.
- تكوين رأي عام تجاه الأحداث.
- التنسيق بين أعمال الأجهزة الحكومية المختلفة ومعرفة كل جهاز ما وصل إليه الآخر في مجال الخدمات
- الربط بين السلطة التنفيذية وجماهير المتلقي.
- توصيل رغبات القاعدة الشعبية إلى القائم يصنع إقرار.
- التسلية والترفيه وكسر حدة الملل للواقع المعاش.
- زيادة أفق وسعه إطلاع المتلقي.
- ربط المتلقي بعالمه ومشاكله وتطلعاته.
- مساعدة الفرد على تخطيط أولوياته ورسم خطته الحياتية.
- التقليل من حدة التناقضات السلوكية والشذوذ والانحراف بين أفراد المجتمع، أي عملية التطهير للمجتمع أولاً بأول.¹

1 محمد سلمان الحنو: مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

الفصل الخامس:

تحليل البيانات
الميدانية ونتائج
الدراسة

أولاً: تحليل البيانات الميدانية

01- المحور الأول: البيانات الشخصية:

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين وخلفياتهم وكثيرا ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية حسب ما تقتاضيه متغيرات الدراسة وأهدافها وقد جاءت في ثلاث تساؤلات.

جدول رقم 01: يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
55%	22	ذكر
45%	18	مؤنث
100%	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة الذكور تقدر بـ 55 بالمائة من نسبة الأفراد ونسبة الإناث تقدر بـ 45 بالمائة من نسبة المبحوثين وهي نسبة عادية تكاد تكون متساوية بين الجنسين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ضف الى ذلك ظروف توزيع الاستمارة التي تزامنت مع العطلة الاستثنائية وبداية تطبيق إجراءات الحجر الصحي بسبب فيروس كورونا المستجد وصعوبة توزيع الاستمارات على عدد كبير من المبحوثين.

جدول رقم 02: يوضح توزيع المبحوثين حسب السن.

النسبة	التكرار	السن
12.5%	05	25-20
25%	10	30-26
62.5%	25	40-30
100%	40	المجموع

من خلال هذا الجدول أعلاه يتضح لنا أن غالبية المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 30-40 سنة أي ما يعادل نسبة 62.5% بالمئة وهذا طبيعي تبعاً لسن الشباب العادي من خلال العينة المختارة والمشكلة لمجموع الطلبة من الفئة المبحوثة عدا بعض الاستثناءات القليلة.

جدول رقم 03: يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص.

النسبة	التكرار	التخصص
12.5%	05	سنة أولى إعلام واتصال
20%	08	سنة ثانية إعلام واتصال
12.5%	05	سنة ثالثة اعلام واتصال
10%	04	سنة أولى ماستر إعلام واتصال
45%	18	سنة ثانية ماستر إعلام واتصال
100%	40	المجموع

يوضح الجدول أعلاه تقسيم نسبة المبحوثين على الاختصاصات ذات الصلة بميدان الإعلام والاتصال من طلبة جامعة مستغانم، فنجد ان نسبة 45 بالمئة شاركت في استبيان البحث من تخصص

الاعلام والاتصال للسنة الثانية ماستر وذلك تبعا لظروف توزيع الاستمارة، في حين توالت نسبة 20 و 12.5 و 10 بالمئة من باقي التخصصات وذلك لنفس الأسباب.

02- المحور الثاني: مدى استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 04: يوضح توزيع المبحوثين حسب استخدامهم للإنترنت.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
50%	20	دائما
25%	10	غالبا
20%	08	أحيانا
5%	02	نادرا
00%	00	أبدا
100%	40	المجموع

نلاحظ من الجدول الذي يبين استخدام المبحوثين لشبكة الانترنت، حيث يرى الأفراد والتي تقدر نسبتهم بـ 50 بالمئة أن استخدامهم للإنترنت دائم لأهميتها كنمط اتصالي قائم بحد ذاته، ويليهما نسبة 25 بالمئة و 20 بالمئة وهي نسب متقاربة لاحتمالات "غالبا وأحيانا" في حين 05 بالمئة من المبحوثين نادرا ما يستخدمون شبكة الانترنت وهذا ارجع لعدة أسباب قد نرجعها إلى ضيق الوقت أو التفرغ إلى العمل أو إلى عدم الميل أصلا إلى استخدامها.

جدول رقم 05: يوضح توزيع المبحوثين بناء على اتجاهاتهم في استخدام الأنترنت.

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	40	%40	16	%60	24	البحث العلمي
%100	40	%20	08	%80	32	استقاء الأخبار والمعلومات
%100	40	%47.5	10	%52.5	21	التواصل مع الآخرين
%100	40	%67.5	27	%32.5.0	13	التسلية والترفيه
%100	40	%55	22	%45.5	18	التحميل بكافة أنواعه
%100	40	97.5	39	%02.0	01	أخرى تذكر

بناء على الجدول السابق تستنتج الاختلاف الواضح في استخدامات الانترنت من فئة الى أخرى بدرجات تبدو متقاربة تتمحور أساسا حول استقاء الأخبار والمعلومات بنسبة 80 بالمئة والبحث العلمي بنسبة 60 بالمئة التسلية والترفيه بنسبة 32.5 بالمئة وكذا التحميل بكافة أنواعه بنسبة 45.5 بالمئة ضف إلى ذلك التواصل مع الآخرين بنسبة 52.5 بالمئة، وهو أمر عادي يتعلق بالاتجاهات الشخصية لكل المبحوثين واختياراتهم الخاصة، وبما أن فئة العينة المختارة وهي عينة قصدية تضم الطلبة الجامعيين الذين جاءت اختياراتهم في اغلبها تصب في مجال استقاء الأخبار لمعرفة ما يدور في الوسط المحلي والعالمى من أحداث ووقائع تشغل الرأي العام وجمع المعلومات التي تعنى بجانب البحث العلمي قصد اعداد مختلف البحوث والمذكرات المتعلقة بالجانب التكويني والتعليمي.

جدول رقم 06: يوضح توزيع المبحوثين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	17	42.5 %
غالبا	08	20 %
أحيانا	14	35 %
نادرا	01	2.5 %
أبدا	00	0.0%

من الجدول السابق نرى أن أغلبية المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 100 بالمئة وهي نتيجة طبيعية تحدثها طبيعة النظام الاجتماعي الذي تسيطر عليه وبقوة الوسائط الإلكترونية التي أضحت أداة للتواصل الإنساني في جميع الأصعدة، حيث أن نسبة 42.5 بالمئة منهم تستخدم وبصفة دائمة شبكات التواصل الاجتماعي وبنسبتي 20 و35 بالمئة غالبا أو أحيانا ما تستخدمها في حين أنه لا يوجد أي مبحوث لا يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 07: يوضح توزيع المبحوثين بناء على أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها:

الاحتمالات	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
فاسبوك	38	95 %	02	05 %	40	100 %
يوتيوب	35	87.5 %	05	12.5 %	40	100 %
تويتر	30	75 %	10	25 %	40	100 %
أنستغرام	26	65 %	14	35 %	40	100 %
لينكدن	11	27.5 %	29	72.5 %	40	100 %
أخرى تذكر	02	05 %	38	95 %	40	100 %

من الجدول السابق نستنتج أن موقع الفاسبوك احتل الصدارة في ترتيب استخدامات المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 95 بالمئة وهي ظاهرة عرفت انتشارا واسعا خصوصا لدى أوساط الشباب نظرا لشعبية هذا الموقع والتطورات الكبيرة التي شملته سواء في التصميم والانجاز، يليه موقع اليوتيوب بنسبة 87.5 بالمئة الذي يعتمد عليه الشباب في التحميل ومشاهدة الفيديو يليه موقع التوتير بنسبة أقل 75 بالمئة والذي تستخدمه بعض فئات البحث في خيارات متابعة التغريدات بمختلف مضامينها في حين يعتمد الشباب الجامعي على موقع أنستغرام بنسبة 65 بالمئة وموقع لينكدن بنسبة 27.5 وهي نسبة مقبولة كون معظم الطلبة يلجؤون إلى هذه المواقع للبحث عن وظيفة أو إستقاء بعض المعلومات عن شركات التي تبحث عن موظفين.

جدول رقم 08: يوضح توزيع المبحوثين تبعا للمدة المقضية خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي يوميا.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
17.5%	07	أقل من ساعة
47.5%	19	من 01 الى 03 سا
22.5%	09	من 03 الى 06 سا
12.5%	05	أكثر من 06سا
100%	40	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن المدة التي يقضيها المبحوثين في اليوم تتراوح بقوة من 01 الى 03 ساعات بنسبة 47.5 % في حين يقضي باقي الشباب من 03 الى 06 ساعات يوميا بنسبة 22.5 % وهي نسبة تحيل إلى الاستخدام المتواصل واليومي من طرف الشباب وما تحتمه مقتضيات العصر الحالي والتكيف مع التكنولوجيا الراهنة ومن جهة أخرى نجد نسبا أقل تقدر بـ 17.5 و 12.5 % في الاستخدامات أقل من 01سا وأكثر من 06سا وهو أمر طبيعي يعود إلى مختلف الانشغالات الخاصة بالشباب وكذا الميول المختلفة لهم.

جدول رقم 09: يوضح توزيع المبحوثين بناءً على الدور الحقيقي الذي تمثله شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة إليهم.

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	40	%75	30	%25	10	التعريف بالذات
%100	40	%25	10	%75	30	التواصل مع الآخرين
%100	40	%82.5	33	%17.5	07	الإتاحة أمام الجميع
%100	40	%60	24	%40	16	تحقيق التفاعلية
%100	40	%67.5	27	%32.5	13	بناء اجتماعي
%100	40	%87.5	35	%12.5	05	أخرى تذكر

يوضح الجدول السابق مختلف وجهات النظر للأفراد المبحوثين الذين تختلف وجهات نظرهم في رؤيتهم لما يمثله اليهم شبكات التواصل الاجتماعي، حيث كانت ميزة التواصل مع الآخرين أهم خاصية بنسبة 75 % كون هاته المواقع فضاء حر للتواصل بكافة أنواعه، تليه تحقيق التفاعلية بنسبة 40 % والتي تتدرج في نفس سياق التواصل المرئي والمسموع والمكتوب، في حين جاءت الخيارات الأخرى بنسب أقل على غرار بناء اجتماعي جديد بنسبة 32.5 % والإتاحة أمام الجميع بنسبة 17.5 % وكذا التعريف بالذات بنسبة 25 % وهي أمور مردها إلى مختلف الخدمات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي والتي استفادت من تكنولوجيات الإعلام والاتصال، صف إلى ذلك التفضيلات الشخصية والمختلفة وفقاً لما توفره الوسائط الاجتماعية الإلكترونية وكذا مختلف المضامين الواردة ضمنها والتي تبني عليها وجهات النظر.

جدول رقم 10: يوضح توزيع المبحوثين تبعاً للأسباب المتعددة التي تدفعهم لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	40	%10	04	%90	36	البحث عن المعلومات
%100	40	%05	02	%95	38	استقاء الأخبار
%100	40	%12.5	05	%87.5	35	التسلية والترفيه
%100	40	%35	14	%65	26	ممارسات سياسية
%100	40	%10	04	%90	36	محادثة ودرشة
%100	40	%20	08	%80	32	تحميل فيديو وصور
%100	40	%50	20	%50	20	التسويق والاعلان
%100	40	%62.5	25	%37.5	15	ثقافة عامة

يوضح الجدول السابق مجمل الأسباب التي تدفع المبحوثين الى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث نلاحظ أن "استقاء الأخبار" جاء على رأس الخيارات بنسبة 95 % وهو مؤشر واضح يضاف الى دراستنا والذي يبين أهمية الأخبار لهاته الفئة، ضف الى ذلك باقي الخيارات والأسباب الأخرى على غرار البحث عن المعلومات بنسبة 90% والتي تصب في نفس السياق، ومن جهة أخرى نجد باقي الفئات تبحث عن التواصل وباقات المحادثة وكذا التسلية والترفيه وهو ما توفره شبكات التواصل الاجتماعي وبقوة كالفاسبوك والتوتير بنسب 90 % و 87.5 %، في حين جاءت النسب الأخرى قليلة للتعبير عن دوافع أخرى كالتحميل بنسبة 80 % والتسويق والاعلان بنسبة 50 % ومختلف الممارسات السياسية بنسبة 65 %.

جدول رقم 11: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى إشباع رغباتهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
75%	30	دائما
12.5%	05	غالبا
05%	02	أحيانا
02.5%	01	نادار
00%	00	أبدا

من الجدول السابق نرى أن فئة مهمة من مجتمع المبحوثين تقدر بـ 75% و 12.5% ومن الشباب

الجامعي يشبعون رغباتهم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي توفر لهم مختلف الخدمات الالكترونية

على غرار الأخبار، المحادثة والتواصل، التسلية والترفيه، في حين جاءت خيارات أقل بالنسبة لمجتمع البحث

بنسبة 02.5% نادرا ما لا تمثل لها شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا هاما تشبع رغباتهم.

جدول رقم 12: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى اكتفائهم بشبكات التواصل الاجتماعي عن باقي المواقع الالكترونية الأخرى.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
52.5%	21	دائما
27.5%	11	غالبا
15%	06	أحيانا
05%	02	نادرا
05%	02	أبدا

من الجدول السابق يتضح لنا أن نصف مجتمع البحث يرون بنسبة 52.5% أن مواقع التواصل الاجتماعي تغنيهم أحيانا عن باقي المواقع الأخرى نظرا للإثراءات المتنوعة والمتعددة التي تشهدها الساحة الإعلامية على مستوى شبكات التواصل الاجتماعية والتي تنطرق تقريبا الى كل المواضيع التي تهم الفرد والجماعة، في حين رفضت باقي الفئات الأخرى بنسب 02% الاكتفاء بالشبكات التواصلية الاجتماعية كمورد أساسي في استقاء المعلومات عبر الوسائط الالكترونية، نظرا لكون محركات البحث القوية والمشهورة كقوقل مثلا تمثل واسطة مهمة وبوابة زاخرة توفر العديد من البدائل في مجال الإبحار عبر الأنترنت.

03- المحور الثالث: تحليل البيانات المتعلقة باعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل

الاجتماعي في الحصول على الأخبار.

جدول رقم 13: يوضح توزيع المبحوثين حول ماهية الأخبار.

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	40	75%	30	25%	10	مجرد معلومات
100%	40	25%	10	75%	30	معارف ضرورية
100%	40	10%	04	90%	36	الاطلاع على الأحداث اليومية
100%	40	75%	30	25%	10	أخرى تذكر

يوضح الجدول السابق نسب توضيحية لماهية الأخبار بالنسبة للمبحوثين، حيث جاءت أغلبها تشير الى مفهوم الاطلاع على الأحداث اليومية بنسبة 90% والتي تحيلنا الى حاجة الفرد للتزود بالمعلومات اليومية وهو أمر طبيعي خصوصا إذا تعلق الأمر بالأخبار التي تهتم محيطه المباشر وتخدم مصالحه وتثبع رغباته في حين ترى نسبة أخرى وبصفة أقل 75% و25%، أن مفهوم الأخبار لدى الشباب يشير الى مجموعة من المعارف والمعلومات الضرورية التي يتزود بها الفرد لمختلف الأسباب والدوافع.

جدول رقم 14: يوضح توزيع المبحوثين حول أهم المصادر والوسائل التي يستقون منها الأخبار.

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
011	01	%87.5	35	%12.5	05	وسائل الاعلام المكتوبة
011	01	%62.5	25	%37.5	15	وسائل الاعلام المرئية والسمعية
011	01	%00	00	%100	40	الوسائط الالكترونية
011	01	%75	30	%25	10	أخرى تذكر

يستقي المبحوثين حسب الجدول السابق مجمل الأخبار من الوسائط الالكترونية بنسبة 100% على غرار الانترنت والشبكات الاجتماعية التي تمثل نوعا آخر مميزا وجديدا يقدم الخدمات الإخبارية الجاهزة والسريعة أيضا وبتكلفة أقل من الوسائط المرئية والمسموعة التي بلغت نسبة 37.5%، حيث أن المعلومات والأخبار السريعة والجاهزة عبر التلفزيون والإذاعة والتي لا تكلف أي مجهود في استقبالها تبقى من الوسائل المهيمنة المسيطرة

على الساحة الإعلامية ككل لا شيء إلا لتمتعها بخصائص وميزات معينة تجعل منها الأنسب بالنسبة للشباب الجامعي، في حين تبقى الوسائط التقليدية والمكتوبة الأقل نسبة في استقاء الأخبار ب 12 % و 25% نظرا للهيمنة الكبيرة التي تشهدها الساحة اليوم في مضمار الإعلام.

جدول رقم 15 : يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تزويدهم بالأخبار.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	30	75%
غالبا	05	12.5%
أحيانا	03	07.5%
نادرا	02	05%
أبدا	00	00%

من خلال الجدول السابق وبناء على التدرج في طرح الأسئلة نجد أن عينة البحث تعتمد بنسب 75 % و 12.5% و 7.5% على شبكات التواصل الاجتماعي في استقاء الأخبار، والتي تزودهم بمجمل الأخبار التي يحتاجونها يوميا، إذ أن السوق الوطنية ومن خلال الاكتساح القوي للوسائط التكنولوجية وإتاحة فرص الاستخدام والاستكشاف أمام الجميع أعطت للشبكات الاجتماعية مكانة مهمة اجتماعيا حيث أنها تساهم وبطرقها المباشرة في تزويد الشباب بما يحتاجونه من معلومات سواء على الصعيد المحلي أو الوطني أو الدولي بل وربطهم بواقعهم المعاش مباشرة من خلال سيرورة المعلومة المتسمة بالسرعة الفائقة في التنقل، في حين أن نسبة قليلة فقط ب 02% يرون عكس الفكرة لنفس الغرض ولنفس الدوافع السابق ذكرها.

جدول رقم 16: يوضح توزيع المبحوثين حول نوعية الأخبار محل المتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	40	%12.5	05	%87.5	35	أخبار محلية
%100	40	%25	10	%75	30	أخبار وطنية
%100	40	%50	20	%50	20	أخبار عربية
%100	40	%62.5	25	%37.5	15	أخبار دولية
%100	40	%67.5	27	%32.5	13	أخرى تذكر

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن آراء فئات المبحوثين متقاربة نوعا ما في تفضيل نوعية الأخبار فنجد أغلب الفئات تفضل الأخبار ذات الطابع المحلي والوطني بنسب أعلى 87.5% و 75% وهي نسب مهمة في تحديد توجهات الشباب ازاء اختيارهم لنوعية الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي وذلك لما توفره من صفحات تعنى بالأحداث المحلية والتي لها قرب نفسي مهم جدا يفضله أغلب المبحرون عبر هاته المواقع، في حين تأتي الأخبار الدولية بنسبة 37.5% لما لها من أهمية في ربطهم بالأحداث خاصة فيما تعلق بمستجدات فيروس كورونا المنتشر في دول العالم والعالم العربي والجزائر خاصة، ضف الى ذلك اختيارهم الأخبار العربية في الأخير بنسبة 50%، لما تكشفه ذات المواقع من أحداث اقليمية تهم الرأي العام المحلي كالقضية الفلسطينية والسورية والأحداث الليبية وما يدور في دول الجوار.

جدول رقم 17: بناء على أهم المجالات الإخبارية التي تجذب انتباههم عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	40	%20	08	%80	32	أخبار سياسية
%100	40	%50	20	%50	20	أخبار ثقافية
%100	40	%62.5	25	%37.5	15	أخبار أمنية
%100	40	%05	02	%95	38	أخبار صحية
%100	40	%87.5	35	%12.5	05	أخبار فنية
%100	40	%62.5	25	%37.5	15	أخبار دينية
%100	40	%50	20	%50	20	أخبار رياضية
%100	40	%87.5	35	%12.5	05	أخبار اقتصادية
%100	40	%35	14	%65	26	أخبار اجتماعية
%100	40	%62.5	25	%37.5	15	أخرى تذكر

أما بالنسبة للمجالات الإخبارية التي تهتم الفئات محل الدراسة فتقريبا لاحظنا اهتمام فئة البحث بأغلبيتها نظرا لاختلاف الرؤى والتوجهات والأفكار وكان على رأسها الأخبار الصحية والسياسية بنسب 95% و80% وهي تشكل موضوع الساعة خلال هذه الفترة التي تم إنجاز هذا البحث كون أن الأخبار السياسية والصحية مرتبطة بالحراك الشعبي وجائحة فيروس كورونا في الجزائر لتأتي الأخبار الثقافية والاجتماعية في

المرتبة الثانية بنسبة 65 و 50 بالمئة لما لها صلة بكل المعلومات والقضايا التي تتصل مباشرة بالجانب العلمي واللغوي والاجتماعي للشباب صف إلى ذلك 50 % و 37.5% و 12.5 % كانت محل اهتمامهم الأخبار ذات الطابع الديني والرياضي والأمني هي كلها مجالات متنوعة ومتشعبة لا يمكن ردها إلا إلى تطلعات الشباب واختياراتهم الخاصة، والذي يهمننا في هذا الصدد هو الإيجاب في الاختيار والذي يؤكد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الفعال في توفير الأخبار لمستعملها، في حين جاءت باقي الاختيارات الأخرى بنسب أقل كالأخبار الفنية والاقتصادية بنسب 12.5%.

جدول رقم 18: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى اعتمادهم المباشر على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	28	70%
غالبا	05	12.5%
أحيانا	03	07.5%
نادرا	04	10%
أبدا	00	00%

يوضح الجدول السابق عنصر المباشرة في استقاء الأخبار من قبل المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي وهو عنصر تقني يعتمد على الاستخدام الآلي للأفراد حيث أن الشباب وبمجرد ولوجهم للأنترنت فإن 90 % منهم موزعة على الدائم والغالب والحين يعتمدون اعتمادا مباشرا على الشبكات الاجتماعية في

حصولهم على الأخبار وهي نسب مهمة تختصر من خلالها الفئات وقت الاتصال بمحركات البحث والتقدم مباشرة الى جل المواقع الاجتماعي في تنقيط ما يرغبونه من معلومات او قضايا قد تهمهم، كما أن نسبة 10 % نادرا ما تعتمد بصفة مباشرة على هاته المواقع في استقائها وحصولها على الأخبار.

جدول رقم 19: يوضح مدى مصداقية الأخبار المحصلة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	40	%62.5	25	%37.5	15	أخبار صحيحة
%100	40	%25	10	%75	30	مجهولة المصدر
%100	40	%20	08	%80	32	مشكوك فيها
%100	40	%50	20	%50	20	أخبار كاذبة
%100	40	%75	30	%25	10	أخرى تذكر

إن الجدول السابق يوضح مصداقية الأخبار التي يتحصل عليها المبحوثين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حيث ورغم الاستخدام الكبير لهاته المواقع فإن نسبة كبيرة منهم تجاوز النصف 80 % تشكك في مصدر المعلومات المحصل عليها كما أن نسب 75 % و 50 % تكذب أو تفند هاته الأخبار في حين أن نسبة 37.5 % منهم تشير الى صحتها وهي أرقام متفاوتة نظرا لإتاحة الشبكات التواصلية أمام الجميع وافتقار المصدر الصحيح عدا المواقع الرسمية منها والتي يكتفي الشباب بتقصيها كما سبق ذكره من خلال الوسائل المرئية

والمسموعة والتي تعتبر وسائط مؤكدة للأخبار من خلال البث الرسمي وعنصر الصورة الحية الذي يلعب دوره مهما في نقل الحدث والخبر.

جدول رقم 20: يوضح مدى تفاعلهم مع الأخبار المذاعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	04	%10
غالبا	06	%15
أحيانا	22	%55
نادرا	07	%17.5
أبدا	01	%02.5

يوضح الجدول السابق مدى التفاعل الحاصل بين المتلقي من مجتمع البحث المدروس والخبر المذاع عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث نجد أن 80% من فئة البحث يتفاعلون مع هاته الأخبار وقد يكون هذا التفاعل نفسي أو تقني سنأتي على ذكره لاحقا في حين أن نسبة 20% نادرا ما تتفاعل مع الأخبار لعدة أسباب سبق وان أتينا على عنصر المصادقية منها والذي يشكل عاملا أساسيا في عملية التلقي والتقبل، ضف الى ذلك هيمنة باقي الوسائل الأخرى واحتكارها للأخبار ذات الصلة بطابع الرسمية والذي يشكل فارقا في تفاعل الفرد معه على غرار الأخبار ذات الطابع السياسي والاجتماعي والاقتصادي.

جدول رقم: 21 يوضح توزيع المبحوثين بناءً على آرائهم حول طبيعة القيم التي تكتسيها الأخبار المذاعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	40	%42.5	17	%57.5	23	قيم إخبارية
%100	40	%65	26	%35.5	14	قيم ثقافية
%100	40	%62.5	25	%37.5	15	قيم اجتماعية
%100	40	%92.5	37	%07.0	03	قيم مهنية
%100	40	%47.5	19	%52.5	21	قيم علمية
%100	40	%100	40	00	00	أخرى تذكر

يوضح الجدول السابق مختلف آراء فئة البحث إزاء طبيعة القيم الإخبارية التي تكتسيها الأخبار المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهي أسئلة مهنية بحتة تتعلق بالمضامين المختلفة للخبر الوارد عبر الوسائط السالفة الذكر، حيث ترى نسبة 57.5% من مجمل الفئات أن الخبر المذاع عبر شبكات التواصل الاجتماعي يحمل قيماً إخبارية تتعلق بمضمون الخبر في حد ذاته، في حين ترى باقي الفئات أن الخبر الإلكتروني إن صح التعبير يحمل في طياته قيماً علمية بنسبة 52.5% وأخرى اجتماعية بنسبة 37.5% وثقافية بنسبة 35.5% هي خيارات تتعلق برغبات الأفراد فيما يتعلق بنوعية الأخبار المستقاة، وكذا اتجاهات وميول المبحوثين عبر الشبكات الاجتماعية في حين أن نسبة 07.5% فقط ذكرت القيم المهنية تبعاً لاهتماماتهم المهنية بالشكل العام للخبر واتجاهات مضامينه.

جدول رقم: 22 يوضح توزيع المبحوثين بناءً على التواصل مع الأخبار المذاعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%100	40	%40	16	%60	24	صفة يومية
%100	40	%85	34	%15	06	صفة أسبوعية
%100	40	%82.5	33	%17.5	07	صفة دورية
%100	40	%100	40	%00	00	أخرى تذكر

إن نسبة 60% من الأفراد المبحوثين يتواصلون مع الأخبار الواردة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بصفة يومية وهي نسبة مهمة تحيلنا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تشغل حيزاً هاماً من يوميات الشباب الجامعي وخاصة ضمن المواقع الإخبارية وهو أمر طبيعي نظراً لحاجة الفرد إلى الخبر بصفة دائمة لمعرفة ما يجري حوله وللتأقلم مع المحيط الاجتماعي في ظل السيولة السريعة للمعلومة في ظل تكنولوجيات وسائل الإعلام والاتصال، ومن جهة أخرى نجد نسبة أقل 15% و 17.5% تتواصل مع ذات الأخبار بصفة دورية أسبوعية أو شهرية، وعلى العموم فالتواصل من الناحية الوقتية أو الزمنية حاصل ولو بنسب متفاوتة ولكن الحاجة لتلقي المعلومة والتزود بها باقية برغم تعدد الوسائط.

جدول رقم: 23 يوضح مدى مساعدة الأخبار المستقاة من شبكات التواصل الاجتماعي للمبحوثين على معرفة ما يجري حولهم.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	06	15%
غالباً	19	47.5%
أحيانا	13	32.5%
نادرا	02	05%
أبدا	00	00%

إن نسبة إجمالية تقدر بـ 95% موزعة على الدائم والغالب والحين (15% و 47.5% و 32.5%) من مجتمع البحث في دراستنا حسب الجدول السابق توضح أن الأخبار المستقاة من شبكات التواصل الاجتماعي تساعدهم على معرفة ما يجري حولهم، وخير مثال على ذلك ما توفره الصفحات المحلية من أخبار تقرب الفرد نفسيا الى ما يحدث من قضايا قد تشغل باله، أو تربطه مباشرة بمحيطه الخاص والعام، وهي في الغالب طبيعة الخبر بغض النظر عن مصدره سواء مكتوبا أو مسموعا أو مرئيا أو حتى إلكترونيا، والتي تكشف عن الأوضاع والقضايا السائدة عبر المحيط العام للفرد، في حين تبقى نسبة 05% تعبر عن الآراء التي نادرا ما تساعدهم الأخبار الواردة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في معرفة ما يجري حولهم من أحداث تبعا لعدم تواصلهم المباشر مع ما يبث أو انقطاعهم لفترات عن استخدام الانترنت.

جدول رقم: 24 يوضح مدى مساهمة تكنولوجيايات الإعلام والاتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تسهيل عملية استقاء الأخبار بمختلف أنواعها.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	37	%92.5
لا	03	%07.5
المجموع	40	%100

تساهم تكنولوجيايات الإعلام والاتصال بصفة عامة وبصفة أخص عبر شبكات التواصل الاجتماعي في عملية استقاء الأخبار، حيث وضح الجدول السابق هاته الفكرة من خلال نسبة 92.5 بالمئة التي أكدت على هذا الطرح الذي يعتبر من محصلات تكنولوجيايات الاتصال على عالم الإعلام الذي يتميز بخصائص متعددة أهمها: التفاعلية و التشاركية والسرعة في نقل الخبر من خلال التطور التقني الهائل على مستوى التقنية والفكرة والبرامج وهذا الأمر متاح حاليا من خلال اكتساح السوق لعدة أجيال جديدة للهاتف الذكي واللوحات الالكترونية وكذا أجهزة الحاسوب المتطورة والذكية التي أضحت مضمارا رحبا يجعل من المعلومة أداة للتسويق والربح والتطوير.

جدول رقم: 25 يوضح توزيع المبحوثين بناء على اطلاعهم على الأخبار من خلال مواقعها المباشرة أو عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الاحتمالات	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عبر المواقع المباشرة	12	%30	28	%70	40	%100
عبر مواقع التواصل الاجتماعي	31	%77.5	09	%22.5	40	%100
أخرى تذكر	00	%00	40	%100	40	%100

إن الملاحظ للصفحات المتعددة لمواقع التواصل الاجتماعي هو الزخم الكبير للمعلومات المتاحة عبرها وكذا التنوع الشديد وفي جميع المجالات مما جعلها حسب نسبة ال 77.5% الموضحة بالجدول أعلاه بديلا عن باقي المواقع الالكترونية المباشرة الأخرى، فعلى سبيل المثال نجد موقع الفاسبوك يستقطب الملايير من المشتركين الذين يجدون ضالتهم في جل المعلومات المتوفرة على صفحة الفاسبوك سواء اجتماعية ثقافية اقتصادية... الخ لذا من الواضح أن مثل هاته المواقع أصبحت تعوض باقي المواقع المباشرة بالرغم من قوة محركات البحث المنتشرة والمعروفة عالميا، ضف الى ذلك انتشار أطر المشاركة والتواصل في المجال المعرفي من خلال المواقع الأخرى كالتوتير وانستغرام، ومن جهة أخرى يغطي اليوتيوب مساحة هائلة من نقل المعارف والفيديوهات ذات الصلة بالجانب الإعلامي والإخباري وحتى على صيغة المباشرة، في حين نجد أن 30% من مجتمع البحث يبحرون عبر المواقع المباشرة تبعا لاستغلالهم لمختلف محركات البحث المعروفة أو للبوابات الالكترونية الفعالة.

جدول رقم 26: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى استفادتهم من مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على أكبر قدر ممكن من الأخبار.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
10%	04	دائما
37.5%	15	غالبا
45%	18	أحيانا
05%	02	نادرا
02.5%	01	أبدا

تشير الإحصاءات السابقة الى أن 45 % من مجتمع البحث في الفئة المبحوثة أحيانا ما يستفيدون من مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على أكبر قدر ممكن من الأخبار، كيف لا وهاته المواقع أصبحت تحتوي على الملايين من المعلومات خاصة منها التي تهتم الجوانب ذات الصلة بحياة الفرد، فعلى سبيل المثال تجيب العديد من الصفحات الطبية على الفاسبوك على أسئلة المرضى وتجيب العديد من الأشرطة الوثائقية على الملايين من التساؤلات في ذات الغرض بالإضافة الى أنه يمكنك التواصل على المباشر مع طبيبك الخاص على موقع التويتر لطرح الانشغالات المختلفة لذا جاءت النسب 37.5% و 05% متواترة لتؤكد نفس الغرض أما باقي النسب فترى أن هاته الفكرة لا تتماشى مع طرق استغلالهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم 27: يوضح توزيع المبحوثين بناء على كيفية التعامل مع الخبر المذاع عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المجموع	لا		نعم		الاحتمالات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%100	40	%27.5	11	%72	29	الاستفادة من مضمونه
%100	40	%75	30	%25	10	الإعجاب
%100	40	%80	32	%20	08	إعادة النشر
%100	40	%77.5	31	%22.5	09	إضافة تعليق
%100	40	%80	32	%20	08	الإرسال الى الأصدقاء
%100	40	%100	40	%00	00	أخرى تذكر

للجانب التقني أيضا نصيبه الحاصل من التفاعل الحاصل بين فئة المبحوثين من مستعملي مواقع

التواصل الاجتماعي والصفحات الدرجة من خلال الخيارات المتاحة أمامهم للتعبير عن رضاهم من عدمه على

نوعية الأخبار المقدمة عليها فنجد نسبة 72 % تستفيد من مضامينه المختلفة في حين عبرت نسب 25% و 22.5% و 20% عن خيارات أتت في نفس السياق كإعادة نشر الخبر إذا كان يتماشى مع المضمون المخير أو إضافة تعليق بالإيجاب أو السلب أو التشارك مع الأصدقاء إذا كان الخبر يهم أكبر عدد ممكن من الأفراد وهو دليل مهم على سيرورة المعلومة في الأوساط الاجتماعية بل وتأكيد اجتماعية هاته المواقع وتشاركيته وتأثيرها الواضح على مجتمع البحث، وهي خيارات تقدمها المواقع الاجتماعية يمكن الاعتماد عليها فيما بعد في النسب الاحصائية المختلفة والتي تهمننا في تصنيفات مجتمع المبحوثين واتجاهاتهم.

جدول رقم 28: يوضح توزيع المبحوثين بناءا على كيفية تلقي الخبر عبر شبكات التواصل الاجتماعي نظار للكم الهائل والسريع لعرض الأخبار.

المجموع		لا		نعم		الاحتمالات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	40	85%	34	15%	06	يؤثر في استقاء الخبر
100%	40	35%	14	65%	26	يفيد في الوصول الى اكبر قدر ممكن من الأخبار
100%	40	82.5%	33	17.5%	07	يشوش في الحصول على ما تحتاجه
100%	40	100%	40	00%	00	أخرى تذكر

إن استقبال نفس الخبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولكن بتفاصيل مختلفة تعيدنا الى إحصائنا السابق عن مصداقية هذا الخبر عبرها والذين حددنا سابق أن مصداقيته تتضاءل شيئا فشيئا إذا كان الخبر مجهول

المصدر أو مشكوك فيه لذا عبرت نسبتي 15 % و 17 % أن استقبال الخبر في مثل هذه الظروف قد يؤثر على طريقة استقباله أو استنائه أو ربما قد يشوش عليه، في حين أن نسبة 65 % قد حددت خيار أنه وفي ظل الزخم الكبير لسيرورة المعلومات يفيد ذلك في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات من خلال الخيارات المتاحة عبر الوسائط الالكترونية التي توفر الخبر وبألوان مختلفة، سهلة ومتاحة أمام الجميع.

2- نتائج الدراسة:

يستخدم الشباب الجامعي شبكات التواصل الاجتماعي بصفة دائمة ومنتصلة ويومية وهذا يرجع إلى الطفرة النوعية التي أحدثتها هاته الشبكات لا في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات فحسب بل ما يوفره هذا التواصل من خيارات وأساليب وبدائل جديدة تؤثر في المجال الإنساني والاجتماعي والسياسي والثقافي مكنت إلى درجة التغيير الاجتماعي عالميا وهذا نظرا لما تتيحه من سبل للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة والتشارك في بثها والتفاعل مع مضامينها عبر تكنولوجيات وسائل الإعلام والاتصال مما حذني بوسائل الاتصال التقليدية الى التراجع للخلف نظار لعجزها على إحداث الفرق أمام التأثير الواضح والكثيف والمباشر والفعال لوسائل التواصل الاجتماعي.

أما عن التباين في استخدام الشبكات الاجتماعية فلاحظنا من خلال الدراسة إقبال مجتمع البحث بكثافة على الفاسبوك ثم اليوتيوب فالتوتير وانستغرام.

وعلى ضوء ذلك جاءت نتائج الدراسة كما يلي:

- أشار جميع المبحوثين إلى استخدامهم لشبكة الانترنت بنسبة 100 % بالإضافة إلى أن استخداماتهم تتمحور أساسا حول استقاء الأخبار والمعلومات والتسلية والترفيه وكذا التحميل بكافة أنواعه ضف إلى ذلك التواصل والبحث العلمي بكافة أنواعه وهو ما يؤكد الأهمية الكبيرة التي تشكلها شبكة الانترنت في حياتنا.
- أفاد أغلب أفراد العينة إلى أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة منتظمة دائمة بلغت نسبة 90 بالمئة، وخاصة موقع الفاسبوك بنسبة 95 % وتوتير بنسبة 75% نظرا لانتشارهما الكبير في الأوساط الاجتماعية الحالية.
- أكد أغلب المبحوثين أن استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي تدوم من ساعة الى 03 ساعات يوميا وهي نسب تعكس مدى استغراق فئة الشباب يوميا في التواصل مع هاته الشبكات.
- أجمع أفراد العينة أن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي تكمن في أغلبها ضمن إطار التواصل بكافة أنواعه بنسبة 75 بالمئة وتحقيق التفاعلية بين الأفراد بنسبة 40 بالمئة مع اعتبارها بناء اجتماعي جديد بنسبة 32.5 بالمئة كون التقنية طورت من نطاق التواصل الاجتماعي في مظهره الجديد.
- من جهة أخرى تشير نسبة 95 بالمئة الى أن استقاء الأخبار كان من ضمن الأسباب المتعددة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالإضافة الى نسبة 90 بالمئة تغطي خيار البحث عن المعلومات كما تواترت الخيارات الأخرى بنسب أقل مشيرة إلى سباب أخرى كالمحادثة والدرشة، التحميل، وباقي الممارسات الأخرى.

- أكد أغلب المبحوثين وبنسبة 81 بالمئة أن الشباب الجزائري يشبع رغباته من خلال ما يستقيه من مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يعكس مدى ما توفره هاته المواقع من مضامين تتماشى واحتياجاتهم.
- ومن جهة أخرى جاءت نسبة 75 بالمئة لتؤكد أن شبكات التواصل الاجتماعي تغني الشباب الجامعي عن باقي المواقع الالكترونية الأخرى وهو ما يحيلنا إلى فكرة الزخم الكبير من المعطيات والمضامين التي تتوفر عليها مواقع التواصل الاجتماعي وفي شتى المجالات إذ أضحت بوابة كبيرة تضخ الكثير من المعلومات مما يحتاجه الشباب الجامعي.
- كما أكد مجتمع البحث أن الشباب الجامعي يستقي معظم أخباره من الوسائط الالكترونية بنسبة 100 في المئة والوسائط المرئية والسمعية بنسبة 37.5 بالمئة في حين يعتمد 25 بالمئة على الوسائط التقليدية والمكتوبة وبنسبة 12 بالمئة على الوسائط الأخرى وهو ما يفسر طغيان ثقافة الاستهلاك السريع والسهل الذي توفره تكنولوجيا الإعلام والاتصال للخبر بمفهومه الحديث.
- أما بالنسبة لمساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تزويد الشباب الجزائري بالأخبار فقد أجاب مجتمع البحث بنسبة 75 بالمئة أنها تساهم في ذلك وهو شيء طبيعي نظرا لطبيعة الوسيلة وطبيعة التدفق السريع للمعلومات من خلالها.
- قد أكد 87.5 بالمئة من فئات البحث أنهم يفضلون متابعة الأخبار المحلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في حين فضل 75 بالمئة الأخبار الوطنية بالإضافة الى 50 بالمئة و37.5 بالمئة الإخبار العربية والدولية على التوالي وهي خيارات خاصة تتعلق بمستوى أفراد البحث، برغباتهم وتطلعاتهم إزاء ما يفضلونهم إزاء الأوضاع الاجتماعية والثقافية الراهنة.

- اما فيما يتعلق بالمجالات التي يفضل الشباب التواصل معها عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد فضل مجتمع البحث الأخبار الصحية والسياسية بكافة مجالاتها بنسبتي 95 بالمئة و80 بالمئة وهذا ترمنا مع الأوضاع المحلية الراهنة لاسيما انتشار وباء كورونا ومستجدات الحراك الشعبي في حين جاءت باقي الخيارات الثقافية والاجتماعية والرياضية بنسب 65، 50 و50 بالمئة واما المجالات المتبقية والمتمثلة في المجال الديني والرياضي والأمنية والاقتصادية لم تتجاوز اعلاها نسبة 37.5 بالمئة وهذا ما يظهر اهتمام الشباب بالوضع الصحي والسياسي للبلاد خصوصا في فترات الحجر الصحي.
- يرى عدد من المبحوثين بنسبة 90 بالمئة أنهم يعتمدون اعتمادا مباشرا في الحصول على الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يفسر غدوها بوابات لا يستهان بها في تزويد المرتادين عليها بما يحتاجونه من معارف ومعلومات.
- وفي خطوة اخرى ولتقصي مصداقية الأخبار الواردة والمستقاة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للشباب أكد 80 بالمئة أن أنهم يشكون فيها وبنسبة 75 بالمئة أنها مجهولة المصدر وهو ما يعكس مدى التدفق الحر واللامراقب للكلم الهائل من المعلومات الوافدة الينا خصوصا في ظل الحرية المتاحة على هاته الشبكات.
- يتفاعل الشباب الجزائري حسب فئات البحث أحيانا بنسبة 55 بالمئة مع الأخبار الواردة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما ان نسبة 10 بالمئة منه تتفاعل بصفة دائمة سنأتي على ذكر طبيعة التفاعل فيما يليه من شروحات.

- يكتسي الخبر بصفة عامة العديد من القيم لذا جاءت نسبة 57.5 بالمئة من فئة المبحوثين تشير الى ان الخبر المذاع عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكتسي قيما إخبارية بحتة في حين يكتسي لدى فئات أخرى قيما مختلفة كالقيم الاجتماعية والمهنية والثقافية والعلمية وذلك حسب طبيعة المضمون المفضل على شبكة الانترنت.
- إن الخبر المذاع على شبكات التواصل الاجتماعي يساعد نسبة 95 بالمئة من فئات البحث على معرفة ما يجري حولهم بصفة دائمة او غالبية وهذا يرجع الى السرعة في نقل المعلومة والاتاحة أمام الجميع من خلال الفرص التي توفرها التكنولوجيا واستفادة الخبر في حد ذاته من تكنولوجيات الاتصال.
- وعن مدى استفادة الشباب الجزائري من شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على أكبر قدر ممكن من الأخبار أكدت نسبة 47.5 بالمئة أنهم يحصلون ويستفيدون مما توفره مواقع التواصل الاجتماعي من خدمات إخبارية ونذكر على سبيل المثال الأخبار ذات الطابع السياسي، الصحي، العلمي والثقافي.
- ويتعامل مجتمع البحث تقنيا مع الخبر المذاع عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عدة خيارات توفرها هاته الصفحات فمثلا على موقع الفاسبوك يستفيد الشباب من خلال خيارات واعدادات الاعجاب أو إضافة تعليق أو ارسال الى أحد الأصدقاء أو إعادة النشر وهي كلها تحيلنا الى دوافع التفاعل مع الخبر نفسيا أو تقنيا يسهل قياسها ويعول عليها كثيرا في الإحصاءات البحثية.

3-الاستنتاجات :

استنتجنا من خلال الدراسة أن:

- شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر مصدرا مهما من مصادر استقاء الأخبار للشباب الجزائري، حيث أن معظم الأفراد يعتمدون عليها اعتمادا مباشرا وبصفة مستمرة في الحصول على الأخبار بشتى أنواعها.
- نسبة كبيرة من المبحوثين أكدت أنه ومن ضمن الأسباب المتعددة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو استقاء الأخبار وفي نفس السياق أكدت نفس الفئة وبنسبة متقاربة على خيار تقصي المعلومات والبحث عن الحقائق بكافة أنواعها.
- من خلال المضامين المتعددة على شبكات التواصل الاجتماعي فإن معظم فئات المبحوثين يجدون ضالتهن من أخبار ومعلومات ومواد اعلامية تلبى حاجاتهن.
- على غرار المواقع الالكترونية المتعددة والمختلفة في مضامينها وموادها فإن شبكات التواصل الاجتماعي تغني الشباب وبنسبة كبيرة عن باقي البوابات الالكترونية الأخرى وهذا يعود التدفق الهائل للمعلومات على صفحات الفاسبوك على سبيل المثال والتي أضحت مضمار لكافة المجالات الإخبارية المباشرة والفعالة، دون الحاجة الى الولوج في المواقع الإخبارية لتقصي الأخبار.
- اتضح لنا تراجع دور وسائل الإعلام والاتصال التقليدية في مجال توفير الأخبار كالصحف المكتوبة على عكس الوسائل المرئية والسمعية أو الوسائط التكنولوجية، إذ استفاد الخبر الالكتروني من تكنولوجيات الإعلام والاتصال وحل مكان الصحيفة الورقية الهواتف الذكية واللوحات الالكترونية فائقة السرعة والأجيال الجديدة للإنترنت.

- كما أكدت فئة كبيرة من فئات البحث أن شبكات التواصل الاجتماعي تزود الشباب بما يحتاجونه من أخبار وهي نسبة مباشرة توضح مفهوم مواكبة التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالممارسات الإعلامية الحديثة، وكذا سهولة ومجانية ومباشرة وسرعة المعلومة وتشاركيته بين الجميع في آن واحد.
- و من جهة أخرى وبالعودة الى أدبيات الإعلام والاتصال وعلاقتها بالخبر المذاع على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد مصداقيته جاءت بنسب ضئيلة لتؤكد أنه ورغم اعتماد الشباب الجامعي على هاته المواقع في استقاء الأخبار اعتمادا كبيرا فإنهم يشككون في مصدر الأخبار تفسيرا لبعض مساوئ تكنولوجيايات الإعلام والاتصال في الكم الهائل من المعلومات والأخبار المتدفقة والغير مراقبة على عكس بعض الوسائل الأخرى كالوسائل المرئية التي تهب للخبر أهمية كبيرة من خلال المباشرة في نقله والاستناد الى مصادره الرسمية كوكالات الأنباء والتغطيات الحصرية والمباشرة.
- أشارت الدراسة أنه يمكن تقنيا التعامل مع الأخبار الواردة عبر شبكات التواصل الاجتماعي أو حتى قياسها حيث أن اغلبهم عبروا عن تفاعلهم مع الخبر عبر الخيارات المدرجة ضمن الصفحات، فإعادة نشر الخبر إذا كان مهما في أكثر من صفحة هو نوع من التفاعل الايجابي مع مضمون الخبر والسعي إلى تبليغه وتشاركه مع الآخرين، من خلال الأعداد الهائلة للنشر نستطيع حصر الرقعة الجغرافية وقياس نسب التواصل معه.
- كشفت كذلك الدراسة أن الأخبار الواردة ضمن صفحات التواصل الاجتماعي تساعد الشباب على معرفة ما يجري في محيطهم المباشر أو غير المباشر، وذلك من خلال عديد المواقع التي تنقل الخبر لحظة وقوعه مستفيدة من عامل السرعة والآنية والوصول الى أكبر قدر ممكن من الأفراد وهي إحدى

مميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كتجربة الصفحات المحلية عبر موقع الفاسبوك التي تعنى بنقل القضايا ذات الطابع الاجتماعي والتي تقوم أيضا بنقل مشاغلهم وتلبي حاجاتهم.

- تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي فضاء مميذا للتواصل بين الأفراد ولتبادل الخبرات والمعلومات والمعارف، وأضحت وسيلة مميزة ومؤثرة في الأحداث اليومية، تجاوزت بذلك الحدود الطبيعية الى فضاءات جديدة، يعتمد فيها الشباب على نقل الأحداث والأفكار بل ويعتمدون عليها في الحصول على أكبر قدر ممكن من الأخبار مهما كان وقت أو مكان وقوعها بناء على ما توفره التكنولوجيا من وسائل وخيارات تقنية جعلت من الخبر وميضا يجوب العالم لحظة وقوعه، وغدت القيم الإخبارية مرتبطة بهاته التكنولوجيا التي قلصت نوعا ما دور الوسائل التقليدية التي خانتها مميزات الإعلام الحديث أو الجديد، واكتفت بالاحتفاظ على الأوفياء من المقبلين عليها، وهذا رغم مساوئ وعقبات الخبر الالكتروني الحديث الذي تتعدم فيه الرقابة ويشك في مصدره إلا أن التكنولوجيا تفصل في هذا الأمر كيف لا ونحن في عصر الضوء وعصر السرعة، فهذه الدراسة جاءت لتكمل هاته الفكرة، ليتعدى تأثير الوسائل والشبكات الاجتماعية المستوى الفردي الى المستوى الجمعي وليس على المستوى المحلي فقط بل الى المستوى العالمي محدثة ظواهر جديدة وتأثيرات مباشرة على مختلف التنظيمات والبنى الاجتماعية.

4-النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة:

4-1 ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟

أغلبية المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي دائما وغالبا، تلتها احيانا، وأخيرا الذين يتصفحونها نادرا.

4-2 ماهي أهم الأخبار التي يعتمد عليها الطلبة في هذا المواقع؟

تعتبر الأخبار ذات الطابع السياسي والصحي من أكثر الدوافع التي جعلت المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي نظرا للظروف الراهنة بالبلاد، تليها الأخبار ذات الطابع الثقافي والعلمي، وفي الأخير الأخبار ذات الطابع الرياضي.

4-3 ما مدى استخدام طلبة جامعة مستغانم لشبكات التواصل الاجتماعي؟

معظم المبحوثين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار بدرجة عالية، في حين يليها المبحوثون الذين يعتمدون على وسائل الاعلام المرئية والمسموعة بنسبة منخفضة، ثم الذين يعتمدون على وسائل الالام المكتوبة بدرجة ضعيفة.

4-4 كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة مستغانم في الحصول على الأخبار؟

معظم المبحوثين يتأثرون مباشرة من خلال تفاعلهم مع ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسب عالية خاصة فيما يتعلق بالحصول على الاخبار واستقاء المعلومات

4-5 ما مدى مصداقية الأخبار التي يطلع عليها طلبة جامعة مستغانم من خلال شبكات التواصل

الاجتماعي؟

أغلب أفراد العينة يشكون في مصداقية الأخبار التي اطلعوا عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي لأنها مجهولة المصدر

5-توصيات:

مما سبق التطرق إليه في الدراسة وما تمخض عنه من نتائج ارتأينا أن نتقدم ببعض التوصيات:

- يجب على الشباب الجامعي التعرف على كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعدم النظر إليها على أنها مصدر للترفيه وتضيع الوقت وكذلك الإلمام بخطورة بعض المجموعات والصفحات المنافية للأخلاق والعادات والتقاليد.
- ضرورة توعية الشباب بكيفية الاستخدام السليم لمواقع التواصل الاجتماعي مع التركيز على سلبياتها وإيجابيتها عبر وسائل الإعلام التقليدية.
- تكثيف الندوات والمحاضرات التي توضح الطريقة الصحيحة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وطرق التحقق من الاخبار المستقاة منها.
- يفضل تقنين المدة الزمنية المنقضة في استخدام فئة الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بما يتناسب مع دراستهم أو نشاطاتهم وعلاقاتهم الاجتماعية.
- ضرورة خلق محتوى معلوماتي عربي ومحلي محض يلبي حاجات الشباب ويغنيهم عن اللجوء لمحتوى أجنبي.
- انشاء صفحات ومجموعات رسمية وموثقة من قبل السلطات المختصة لنقل الأخبار الصحيحة والمؤكدة مثل وكالة الأنباء الجزائرية.

- محاربة المحتوى الكاذب والزائف على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تكثيف عمليات المراقبة والرصد لمختلف المناشير والمحتويات المشكوك فيها وتحديد مصادرها مع اتخاذ الإجراءات القانونية ضدها.
- اصدار قوانين وتشريعات التي تنظم عمل الصحافة الإلكترونية والتقيد بأخلاقيات المهنة الصحفية.

الخاتمة

الخاتمة:

في يومنا الحاضر بات الحديث عن شبكات التواصل الاجتماعي مرتبطا بالتأثيرات السياسية الراهنة على الصعيد العربي أو حتى العالمي وما أحدثته هاته الشبكات من تغييرات اجتماعية على غرار ما يعرف بثورات الربيع العربي، وتميزت قنوات الاتصال عبرها بميزات تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة على غرار السرعة والتفاعل والتشارك في طرح المعلومة، ناهيك عن استقاء الأخبار بكافة أنواعها ومضامينها ومجالاتها.

فقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي مضمارا رحبا لبث الأخبار وتداولها بكافة مضامينها ونتيجة لتأثر الشباب كفئة حساسة تعد الأكثر ارتيادا للإنترنت بتكنولوجيات الاتصال الذي أصبح يتحصل على كافة معارفه عبر الوسائط الحديثة، مما أجبر وسائط الاعلام التقليدية التنحي جانبا وإفساح المجال الى الخبر الالكتروني السريع والفعال والمثير.

وقد حاولنا في دراستنا تقصي حقيقة اعتماد الشباب الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار، بدءا بالكشف عن سبل هذا الاعتماد مع التركيز على الخيارات المتاحة التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي ضمن الإطار العام للخدمات الإخبارية والإعلامية بكافة أنواعها مع توضيح استفادة الجانب الاخباري من تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة.

وقد خلصت الدراسة الى أن الشباب الجامعي ومن خلال عينة البحث المختارة، يعتمد اعتمادا كبيرا على مواقع التواصل الاجتماعي في تقصي الأخبار والحصول عليها نظير للتطور التكنولوجي الكبير لأنظمة البحث وبرز الأجيال الجديدة من الوسائل الالكترونية الفائقة الذكاء التي سهلت من مهام الاستقاء والبحث والمعالجة متجاوزة بذلك عنصري الزمان والمكان.

وكشفت الدراسة أيضا أن سهولة ومجانية الحصول على الخبر من شبكات التواصل الاجتماعي لحظة وقوعه أضحي دافعا قويا لتفضيل الشباب **الجزائر باستقاي** هو الاستفادة من مضامينه وتشاركه مع الآخرين والتفاعل معه، مع الحرية الكبيرة في مناقشة الخبر في ظل غياب الرقابة عبر هاته الشبكات.

في الأخير يمكننا القول أن التطور الكبير في تكنولوجيات الإعلام والاتصال وما صاحبه من ثورات متتالية مكن من تغيير المشهد الإعلامي الحديث خاصة فيما يتعلق باستقاء الأخبار لدى جمهور المرتادين والتغير الحاصل في القيم الإخبارية الحديثة التي أصبحت بدورها تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي التي تضم الملايير من المشتركين أساسا لتحقيق الشعبية والربح والتأثير ضمن أطر إعلامية حديثة.

وتعد هاته الدراسة إحدى حلقات البحث المتتابعة لتوضيح العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي واتجاهات الجمهور إزاء الاعتماد والاستفادة من مضامينها المتنوعة.

المصادر

والمراجع

قائمة المراجع

1. الكتب:

- أحمد خليل أالصالحى: فن الخبر الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع - مصر، ط1، 2009.
- إسماعيل إبراهيم: فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 1998.
- جمال عبد ناموس القيسي: الأخبار في الصحافة الإلكترونية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- ذوقان عبيدات، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، (عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2001).
- زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي (عمان: مجلة التربية، ع 2003، 15).
- زكريا الشرييني، الشباب بين صراع الأجيال المعاصر والهدى الإسلامي، دار الفكر المعرفي، الأردن، ط1، 2007.
- سامية الساعاتي، الشباب العربي والتغير الاجتماعي، الدار للبنانية المصرية، القاهرة، مصر، ط1، 2003.
- صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الإنسانية والاجتماعية، (الجزائر: دار الفائز، 2012).
- صلاح عبد الحميد: فن التحرير الصحفي، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، مصر، 2013.
- طارق سيد احمد خليفى: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005.
- عباس ناجي: الخبر الصحفي، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- عبد الجواد سعيد محمد ربيع: فن الخبر الصحفي، دراسة نظرية وتطبيقية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2005.

- عبد الكريم على الديبسي وآخرون، وسائل الإعلام أدوات التعبير والتغيير دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ط1، 2013.
- عبد النبي خزعل: فن تحرير الأخبار في الإذاعات الدولية بين التوظيف والموضوعية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- عظيم كامل الجميلي، ثناء اسماعيل العاني: صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، ط1، دار صنعاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، الأردن، عمان، ط1، 2014.
- فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، ط4، عالم الكتب نشر توزيع طباعة، مصر، 2000.
- فاروق أبوزيد، فن الخبر الصحفي، (القاهرة: عالم الكتب، 1997).
- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ط2.
- فريد مصطفى: تكنولوجيا الفن الصحفي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2006.
- محمد بسيد فهمي، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، دار الوفاء للنشر والطباعة، الإسكندرية، مصر، ط1، 2009.
- محمد سلمان الحتو: مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
- محمود منصور هيبية: الخبر الصحفي وتطبيقاته، ط2، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2004.
- مشغل سلطان الجبار: إيديولوجيا الكتابة الصحفية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

• مصطفى عبد القادر، الشباب بين الطموح الإنتاجي والسلوك الاستهلاكي، مجد للنشر والتوزيع، لبنان، ط1،2004.

• مصطفى فهمي، سيكولوجية الطفولة والمراهقة، (القاهرة: مكتبة مصر، د س ن).

• المنجد في اللغة والإعلام (بيروت - دار المشرق، ط 31، 1991).

• موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ترجمة بوزيد صحرابي وآخرون الجزائر: دار القصة ط2006،2)

• نعمات عثمان: الأخبار ومصادرها في العصر الحديث، ط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006.

• نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ط1، سنة،1999.

• هيثم الهيتي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

• يامين بودمان، الشباب والانترنت، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان الاردن، ط،1،2013 .

2. المذكرات الجامعية:

• ارمي حسين حسن أصرافي : دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة،2012.

• بسمة ألدعة، ندى الخزندار، استخدامات الشبكات الاجتماعية في الإعلان مذكرة مكملة لاستكمال متطلبات نيل ش البكالوريوس في الصحافة.

• حمايدية سارة، الطفل وشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة في الاستخدامات والإشاعات عبر الفاسبوك، رسالة ماجستير .

• عبد الله محمود الرعود، دو شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظم الأردنيين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط.

• مريم نومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012.

3. مواقع الانترنت:

• موقع مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية ceaid، www.ceaid.net، 2014.

• عواد محمد، شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، موقع تأملات، www.taamolat.com، 22 مارس 2016/16.00.

الملاحق