



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم



كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص وسائل الاعلام والمجتمع

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال الموسومة ب:

إعتماد الطلبة على شبكات التواصل الإجتماعي في الحصول على الأخبار

-فيسبوك نموذجاً-

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام و الإتصال - مستغانم-

اشراف الأستاذ:

من إعداد الطالبات:

مرواني محمد

عوادي حورية

شنان فاطمة



لجنة المناقشة

الإسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة
مرواني محمد	أستاذ مشرقاً ومقرراً	عبد الحميد ابن باديس
بوعدة حسنية	دكتور رئيسة	عبد الحميد ابن باديس
بلفوضيل نصيرة	دكتور مناقشة	عبد الحميد ابن باديس

السنة الجامعية : 2017 - 2018

كلمة شكر

الحمد لله الذي أنار لنا طريق العلم ووفقنا لإنجاز هذا العمل وأنعم علينا بالهدى والسداد
رغم كل الصعاب نشكر كل من ساعدنا في إنجاز هذه المذكرة من قريب أو من بعيد ولو بكلمة
طيبة أو بابتسامة صادقة من القلب
نوجه جزيل الشكر الى الأستاذ المشرف " محمد مرواني " الذي لم يبخل علينا بإرشاداته و
توجيهاته ونتمنى له التوفيق في عمله ومشواره المهني إن شاء الله.
كما لا ننسى جميع الأساتذة الأفاضل على المجهودات المقدمة بقسم علوم الإعلام والاتصال.

الإهداء

"اللهم علمنا ما ينفعنا و انفعنا بما علمتنا و زدنا علما نافعا و لسانا ذاكرا و قلبا خاشعا و

جسدا على البلاء صابرا"

أهدي ثمرة جهدي الى:

✓ الى روح أمي الطاهرة غفر الله لها و أسكنها فسيح جنانه رحمها الله

✓ الى الذي كان السبب في نجاحي و القدوة في حياتي و الدعم الأكبر لي أبي العزيز

✓ الى من شاركوني رحم امي أختي العزيزة و إخوتي الأعزاء

✓ إلى من جمعني بهم أيام الدراسة فتشاطرنا أجمل اللحظات و تقاسمنا الأحزان و

الأفراح الى صديقاتي و أصدقائي و خاصة أصدقاء الجامعة.

✓ الى كل من وسعهم قلبي و لم يسعهم قلبي.

حورية

إهداء

الحمد لله الذي وفقني على انجاز هذا العمل المتواضع والذي أهديته:

إلى روح والدي رحمة الله تعالى عليه

إلى والدي أدام الله ظلها وأعزها

إلى من أتقاسم معهم أجواء المحبة الأسرية إختوتي وأختوتي

إلى من تذوقت معهم أجمل اللحظات الى من سأفتقدتهم

كل من صديقتاتي نور الهدى، بهيجة، راقية، محجوبة، حورية، وحيدة، أمينة، حلومة،

مريم، صارة، نورة، عبير

فاطمة

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات:

كلمة شكر

الإهداء

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

ملخص

أ.....مقدمة

الفصل المنهجي

1.الإشكالية

14.....1.1 تحديد المشكلة

16.....2.1 فرضيات الدراسة

16.....3.1 أسباب إختيار الموضوع

17.....4.1 أهمية الدراسة

17.....5.1 أهداف الدراسة

18.....6.1 تحديد المفاهيم

21.....7.1 الدراسات السابقة

2. المداخل النظرية

28.....1.2 نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

3. الاجراءات المنهجية

32.....1.3 مجال الدراسة

32.....2.3 مجتمع البحث

33.....3.3 منهج الدراسة

35.....	4.3 أدوات جمع المعلومات
	الفصل الأول: مدخل عام لشبكات التواصل الاجتماعي
37.....	تمهيد
	1.1 شبكة الأنترنت و تقنيات الاتصال
38.....	1.1.1 تعريف الانترنت
39.....	2.1.1.1 نشأة و تطور الأنترنت
42.....	3.1.1 خصائص الأنترنت
	2.1 ماهية شبكات التواصل الاجتماعي
51.....	1.2.1 مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
53.....	2.2.1 نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
55.....	3.2.1 أشكال الشبكات و خصائصها
60.....	خلاصة
	الفصل الثاني: الشباب و الفيس بوك
62.....	تمهيد
	1.2 الشباب و أبعاده
63.....	1.1.2 مفهوم الشباب الجامعي
63.....	2.1.2 احتياجات الشباب الجامعي
66.....	3.1.2 الفيس بوك و دوافع استخدامه
	2.2 الميديا الجديدة و تأثيرها على الشباب
72.....	1.2.2 أثار الفيس بوك على الشباب
74.....	2.2.2 دور الفيس بوك في الحصول على الأخبار
77.....	خلاصة

الإطار التطبيقي

79.....	تمهيد
80.....	1. صدق أداة الاستمارة
85.....	2. تحليل نتائج الجداول
102.....	3. النتائج العامة على ضوء الفرضيات
105.....	3. خاتمة
107.....	قائمة المصادر و المراجع

الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	81
02	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	82
03	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	83
04	توزيع أفراد العينة حسب التخصص	84
05	توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	85
06	يبين توزيع أفراد العينة حسب أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما لدى الطلبة الجامعيين	86
07	يبين توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يفضلها الطلبة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.	87
08	توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام موقع الفيس بوك	88
09	توزيع أفراد العينة حسب الزمن الذي يقضيه الطلبة في استخدام الفيس بوك.	89
10	يبين توزيع أفراد العينة حسب الأوقات المفضلة في استخدام الفيس بوك.	90
11	توزيع أفراد العينة حسب الأماكن التي تستخدم فيها الفيس بوك	91
12	توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الفيس بوك	92
13	توزيع أفراد العينة حسب اعتبار الطلبة شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا للأخبار.	93
14	توزيع أفراد العينة حسب مصادر الحصول على الأخبار اليومية.	94
15	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الأخبار التي يتصفحها.	95

96	توزيع أفراد العينة حسب نوعية الاخبار التي يفضل تصفحها عبر موقع الفيس بوك	16
97	توزيع أفراد العينة حسب مدى الاستفادة من التصفح اليومي للأخبار في موقع الفيس بوك.	17
98	توزيع أفراد العينة حسب مدى التفاعل مع الأخبار المذاعة على موقع الفيس بوك.	18
100	توزيع أفراد العينة حسب درجة الثقة المحصل عليها من موقع الفيس بوك	19
101	توزيع أفراد العينة حسب إمكانية التأكد من صحة الأخبار المنشورة في الفيس بوك من مصادر إعلامية أخرى	20

الْمُتَخَصِّص

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن مدى اعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الاخبار بعد اختيارنا لنموذج الفيس بوك من خلال دراسة عينة من الشباب الجامعي بجامعة عبد الحميد بن باديس ، بحيث تم اختيار 100 مفرد لإجراء الدراسة ، و تم اختيارهم بطريقة قصدية ، بحيث تم تقسيم الاستمارة الى ثلاثة محاور ، المحور الأول الشباب و شبكات التواصل الاجتماعي ، المحور الثاني حول دوافع استخدام موقع الفيس بوك، أما المحور الثالث حول شبكات التواصل الاجتماعي و الخدمة الاخبارية، بحيث تألفت الاستمارة من 20 سؤالاً و قد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج:

- ❖ تبين من خلال الدراسة أن أغلب المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة منتظمة دائمة.
- ❖ و فيما يتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الطلبة فقد أشارت النتائج أن الفيس بوك جاء في مقدمة الشبكات الاجتماعية بنسبة 87.77% .
- ❖ تفيد النتائج أن 70% من الطلبة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار اليومية.
- ❖ كما أظهرت النتائج أن نسبة كبيرة من الطلبة الذين يتأكدون من صحة الأخبار المنشورة في الفيس بوك من مصادر أخرى.

Résumé de l'étude:

Cette étude a pour but de révéler l'ampleur de la dépendance des jeunes universitaires sur les réseaux sociaux pour obtenir des nouvelles après que nous avons choisi le modèle Facebook à travers un échantillon d'étudiants universitaires à l'Université d'étude Abdul Hamid Ben Badis, de sorte que a été sélectionné 100 unique pour mener l'étude et ont été choisis délibérément, d'une manière, Le troisième volet concernait les réseaux sociaux et le service de nouvelles, qui comportait 20 questions, dont l'ensemble des résultats a été atteint. :

- ❖ L'étude a révélé que la plupart des répondants utilisent régulièrement les réseaux sociaux.
- ❖ En ce qui concerne les réseaux sociaux utilisés par les étudiants, les résultats ont indiqué que Facebook est venu à l'avant-garde des réseaux sociaux de 87,77%.
- ❖ Les résultats montrent que 70% des étudiants utilisent les réseaux sociaux comme source de nouvelles quotidiennes.
- ❖ Les résultats ont également montré qu'un grand pourcentage d'étudiants sont satisfaits de la santé des nouvelles publiées sur Facebook à partir d'autres sources

مقدمة

مقدمة:

شهدت المجتمعات الانسانية خلال العقد الاخير من القرن الماضي تطورات متسارعة و متلاحقة لتكنولوجيا الاتصالات و المعلومات مما ساهمت في تسهيل امكانية التواصل الانساني و الحضاري ، و لعل أهمها في شبكة المعلومات العالمية " الانترنت" التي تعد أبرز ما توصل إليه العلم الحديث، و يعد ذلك من أهم الانجازات البشرية في عصر المعلوماتية شكل ظهور الانترنت حدثا علميا لفت انتباه العديد من الأشخاص من مختلف الأعمار و المستويات الاجتماعية و العلمية والثقافية ، و أصبحت الانترنت جزء لا يتجزأ من حياة المجتمعات العصرية و أحدثت تقاربا مميذا في التعارف و التبادل و الخبرات على جميع الأصعدة و نتيجة لتطور شبكة الانترنت أعقبت من خلالها تيسير استخدامها أمام جميع الافراد و التصفح الاستفادة من مضاهاها و كان لظهور المواقع الالكترونية و محركات البحث صفحات الدردشة و المحادثة أهمية كبيرة في استقاء المعارف و الاخبار بكافة أنواعها لحظة وقوعها و مع تطور و انتشار الانترنت فرضت حقائق جديدة على العالم ما فتئت افرازاته تتحكم شيئا فشيئا في الواقع الانساني و السياسي و الاجتماعي لسكان الكرة الأرضية و كان نتاجها وجود ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعية من بينها (التويتتر، الفيس بوك، ماي سيس، يوتيوب) و يأتي موقع " الفيس بوك" في صدارة هذه المواقع نظرا لنجاحه الكبير و دعم فكرة التواصل

الاجتماعي من أهم الوسائل التي ساعدت في الخدمات المميزة و المجانية ، حيث أصبح بإمكان الفرد و المؤسسات انشاء صفحات على تلك الشبكات لإتاحة المشاركة في التأليف و النشر و تقديم الخدمات حيث فتحت عصر جديد من عصور الاتصال و التفاعل بين البشر ووفرت المعلومات و المعارف التي تقدمها لمستخدميها الامر الذي ساعد على حدوث قفزة كبيرة في التواصل و التفاعل بين أفراد المجتمع.

مع تنوع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تعني مباشرة بواقع الشباب و نقل اهتماماتهم و مشاكلهم و قصصهم بالإضافة الى بث الاخبار ذات الصلة بالأوضاع السياسية و الأمنية على الصعيد العالمي و كذلك نشر أخبار المشاهير من الفنانين و الأدباء و العلماء و رجال الدين و نقل يومياتهم و من جهة أخرى بروز الصفحات المتخصصة للصحافة المحلية و صحافة المواطن و أضحي الاعلام على شبكات التواصل الاجتماعي ميدانا جديدا بالنسبة الى عدد المقبلين على هاته المواقع و المرتادين ممن يبحثون عن الخبر الطازج و الصور تماشيا مع تطور الوسائل التكنولوجية الحديثة كالهواتف النقالة الحديثة و الاجيال الحديثة و اللوحات الالكترونية فائقة الذكاء.

و من هذا المنطلق تأتي هاته الدراسة لتبيان مدى اعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الاخبار بتناول موقع الفايسبوك كنموذج للدراسة.

حيث كان عملنا مقسم الى مقدمة و جانب منهجي و نظري و الميداني و خاتمة.

حيث قمنا في الاطار المنهجي بتحديد اشكالية الدراسة و مداخلها النظرية و الاجراءات المنهجية المتبعة في ذلك و خطوات الدراسة.

اشتمل الفصل الاول: على مدخل عام لشبكات التواصل الاجتماعي ، المبحث الاول متضمنا شبكة الانترنت و تقنيات الاتصال ، و المبحث الثاني ماهية شبكات التواصل الاجتماعي.

أما الفصل الثاني: اشتمل على الشباب و الفيس بوك المبحث الاول متضمنا الشباب الجامعي و دوافع استخدامه للفيس بوك ، و المبحث الثاني متضمنا الميديا الجديدة و تأثيرها على الشباب.

أما الفصل التطبيقي: فإننا استخدمنا فيه استمارة استبيان لجمع المعلومات بتوزيع الاستمارات على عينة الدراسة ثم تحليل الجداول البسيطة و المركبة لنخرج في الختام بجملته من النتائج.

الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة

1.1 تحديد المشكلة :

أصبحت شبكة الانترنت واقعا ملموسا تفرض نفسها في عصر اتسم بالسرعة و توفير المعلومة على جميع الأصعدة اذ أنها استطاعت بما تملكه من سمات اتصالية و تقنية متميزة أن تجعل العالم قرية كونية صغيرة ، و تعد تقنية متميزة أن تجعل العالم قرية صغيرة ، و تعد تقنية شبكة الانترنت إعجازا في قاموس معجزات البشرية المعاصرة من خلال ما تقدمه من خدمات في مجال العلم بكافة أطره و خاصة بعد تغلغلها في المجال الإعلامي ضف الى ذلك تمكين البشرية جمعاء من التواصل و تبادل الخبرات و المعارف وتقديم الأفضل و استغلال مثاليا للمعلومة المعاصرة للرقى بأحداث ما توصلت اليه التكنولوجيا.

و أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي ثورة في عالم التواصل بكافة أنواعه ، و أضحت ميدانا خصبا تنوع فيه الآراء و المعلومات و المعارف و الاخبار خصوصا بعد أن أصبحت ضمن الوسائط الاولى التي يعتمد عليها الجمهور في استقصاء الاخبار و إبداء الآراء و معرفة ما يجري حول العالم في أقصر وقت سرعة و دقة ووصولاً الى أكثر شرائح الجماهير التي أضحت في غالبيتها تشعر بالملل لقراءة الصحف ، ضف الى ذلك مساهمتها الفعالة في طرح و مناقشة الكثير من المواضيع التي تهتم الشؤون العامة و خصوصا منهم الشباب الذي وجد هاته الشبكات فضاء

افتراضي مميّزا لمعالجة القضايا التي تتصل بانشغالاتهم بالإضافة الى استقاء الاخبار المتنوعة التي يعتمد عليها فئة الشباب باعتبارها من اهم الفئات التي تتصل بمواضيع شبكات التواصل الاجتماعي اعتمادا يوميا ، و من هنا تنوعت شبكات التواصل الاجتماعي و ظهر الفيس بوك كأحد أبرز هذه المواقع الذي يعد من الوسائل التكنولوجية الحديثة و اشهرها و التي أدت في الوقت الحالي الى ثورة معلوماتية كبيرة نستطيع القول أنها أدت الى القيام بتغيرات جذرية حيث أصبح المشاركون يتوقفون على كلمة واحدة و في مكان واحد و هو الفيس بوك الذي مهد لهم الطريق لبناء جسور التفاعل و التشارك فأضحى اليوم هذا الموقع يفوق نصف المليار مشترك ليصبح من أكثر المواقع استخداما و يعد الشباب من بين الفئات المستخدمة لهذا الموقع مما يمكن لمستخدميها الابحار فيها و الاطلاع على ما يحتاجه من أخبار.

و من هذا المنطلق نحاول في دراستنا البحث في موضوع اعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الاخبار و منه طرحنا التساؤل التالي :

ما هو واقع اعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول

على الاخبار بجامعة مستغانم؟

و للإجابة عليه طرحنا التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مدى استخدام الشباب جامعة مستغانم لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ماهي دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك؟
- ما مصداقية الأخبار التي يعتمدها شباب جامعة مستغانم من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)

2.1 الفرضيات :

- استخدام الشباب الجامعي شبكات التواصل الاجتماعي بصفة مستمرة .
- يلجأ الشباب الجامعي لاستخدام الفيس بوك لتوسيع نطاق البحث العلمي و يفرض التعارف أو مواكبة آخر المستجدات و تلبية لحاجاته الاتصالية.
- مصداقية الخبر في موقع الفيس بوك تبقى نسبية لدى المبحوث وفقا للخبر و مصدره.

3.1 أسباب اختيار الموضوع:

إن الشروع في البحث عن أي موضوع لا تأتي من فراغ بل ينتج عن جملة من الأسباب و الدوافع و من بين هذه الأسباب التي كانت وراء اختيارنا لهذا الموضوع نذكر الذاتية و الموضوعية.

الاسباب الذاتية :

بحكم انتمائنا لفئة الشباب الجامعي استخدمنا لهذه الشبكات في حياتنا اليومية خاصة الفيس بوك.

- معرفة مدى استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الاخبار.

- كون هذا الموضوع مرتبط ارتباطا وثيقا بمجال تخصصنا " وسائل الإعلام و المجتمع"

الأسباب الموضوعية :

- الانتشار الواسع و الرواج الكبير الذي تحضى به الشبكات الاجتماعية.
- الاقناع اليومي للشباب الجامعي و على هذه التقنية و الاستخدام الكبير لها.
- التنوع الكبير للوسائل التكنولوجية الحديثة جعل الشباب الجامعي ينتفع نحوها لإشباع رغباته و حاجاته.

4.1 أهمية الدراسة :

تمثل أهمية الدراسة في كوننا نسلط الضوء على الطلبة الجامعيين كفئة في المجتمع كذلك باعتبارها شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في الآونة الاخيرة، كما جاءت هذه الدراسة للتعرف على مدى استخدام الطلبة لهذه الشبكات في كونها حظيت بإقبال ملحوظا من قبلهم.

5.1 أهداف الدراسة:

تكمن أهداف الدراسة في التعرف على أسباب استعمال الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي ، كما تهدف الدراسة الى معرفة تأثير الفيسبوك على الطلبة

الجامعيين ، بعد أن أصبحت ضمن الوسائط الأولى التي يعتمد عليها الجمهور في استسقاء الاخبار .

تهدف هذه الدراسة الى معرفة مدى اعتماد الطلبة الجامعيين على الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك) في الحصول على الأخبار.

ضبط المفاهيم:

الشباب: يعرف علماء الاجتماع أن فترة الشباب تبدأ حينما يحاول المجتمع تأهيل الشخص الذي يمثل مكانة اجتماعية و يؤدي دورا في بنائه و تنتهي حينما يتمكن الشخص من احتلال مكانته و أداء دوره في السياق الاجتماعي وفق معايير اجتماعية⁽¹⁾

التعريف الإجرائي:

إن مفهوم الشباب لا يحمل تحديدا معينا يختلف عن المفاهيم التي قدمها العلماء و المنظرون و لكن تحديد المعنى الاجرائي لهذا المفهوم يعد أمرا مهما و ذلك من خلال اعتماد المتغير الخاص بالسن الذي يساعدنا في اختيار عينة الدراسة ولا يعد هذا حصرا لهذه الشريحة فقط بل يعود لتوقعنا أن هذه الفئة التي تتراوح أعمارها بين 18 و 26 سنة هي الفئة الأكثر ترددا على الشبكات الاجتماعية خاصة شبكة الفيس بوك.

1 -مليكه هارون . الاتصال في أوساط الشباب في ظل تكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال، دراسة ميدانية تحليلية على عينة من شباب ولاية تيبازة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية و الاعلام،2004.2005 ص35.

شبكات التواصل الاجتماعي :

هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجتمع من المعارف و الأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض و بعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور و غيرها من الامكانيات التي توطن العلاقة الاجتماعية بينهم.⁽¹⁾

إجرائيا :

هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في اي وقت يشاؤون و في أي مكان من العالم و اكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات الاجتماعية بين الناس فهي مجتمعات افتراضية تسمح بتبادل المعلومات باختلاف أنواعها و مواضيعها من نقاشات و تعليقات تتميز بخلق علاقات اجتماعية متطورة و صداقات دائمة أو عابرة و يأتي في مقدمتها موقع (الفيس بوك ، تويتر ، واتساب، يوتيوب).

الأخبار: لغة :

هو ما ينقل و ما يحدث به قولا و كتابة و خبرت بالأمر أي كملته و خبرت الأمر أخبره إذا عرفته على حقيقة و الخبر جمعه أخبار و هم ما أتاك من نبأ عن

¹- علي محمد شمود. الاتصال الدولي و التكنولوجيا الحديثة: الانترنت القمر الصوتي الميلتيديا مكتبة و مطبعة الاشعاع الفنية ، القاهرة، 2004، ص50.

تستخبر فالخبر في اللغة هو العلم بالأمر و معرفته على حقيقته و الخبير بالأمر أي العالم به.(1)

أما المعجم الوسيط نجد تعريف الخبر هو ما ينقل من شخص الى آخر أو ما بتحدث به شخصان أو أكثر.(2)

و في القاموس اللغوي العام للخبر (النبأ و ما ينقل عن الغير)(3)

اصطلاحاً:

الخبر هو سرد دقيق و صحيح و صادق لأحداث وقعت و كشف اتضحت و معلومات ذكرت على أن يؤثر ذلك كله في القراء و يثير اهتمامهم.(4)

و يعرف أيضا على أنه " وصف أو تقرير عن حادث أو موقف أو فكرة تنتشر الصحيفة لأن يهتم القراء و يدر الريح على الناشرين.(5)

و يعرفه هيثم الهيثي الخبر بأنه يشمل جميع أوجه النشاط الجاري التي تثير الاهتمام الانساني العام.(6)

¹- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار اسامة المشرق الثقافي، عمان-الاردن، 2010، ص155

²- عصام نور الدين، معجم الوسيط عربي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، 2005، ص570.

³- محمد هادي اللحام، محمد سعيد و زهير علوان، قاموس عربي عربي، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط1، 2007، ص1998.

⁴- محمد جمال الفار، نفس المرجع السابق، ص156

⁵- محمود أدهم، فنون التحرير الصحفي بين النظرية و التطبيق دن، الاسكندرية، ط2، د.س، ص15.

⁶- هيثم الهيثي، الاعلام السياسي و الاخباري في الفضائيات، دار اسامة للنشر و التوزيع، عمان، د.ط، 2010، ص21.

إجرائيا:

الأخبار هي اساس ما ينشر بالصحف من مواد و تعني وصل الناس بالعالم الخارجي بتزويدهم معلومات عن آخر ما يجري في العالم و هذه الوظيفة تتداخل تقريبا مع كل الحقائق الاخرى.

الفييس بوك:

يعد من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية اسسه الطالب " ماركرز كريبيرج" بجامعة هارفرد عام 2004 مقره الرسمي في الولايات المتحدة الامريكية و قد استأثر بقبول و تجاوب كبير من الناس خصوصا من شباب أنحاء العالم.⁽¹⁾

إجرائيا: هو موقع على شبكة الانترنت يتيح لمستخدميه الاتصال بأعضاء الذين هم في نفس الشبكة بحيث يساعد على تكوين علاقات بين مستخدمين يمكنهم من تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو.

1.7 الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة و المشابهة لها دور هام في مساعدة الباحث من خلال ما توفره له من قاعدة معرفية تمكنه من تحديد رؤية للدراسة حتى لا يكون هناك تشابه في الدراسات بنفس طريقة المعالجة كما يتم الاستعانة بها من حيث الخطوات المنهجية التي تختلف أساس حسب طبيعة كل دراسة و كذا من خلال النتائج المتوصل اليها

¹ - عامر ابراهيم قندلجي. الاعلام و المعلومات و الانترنت، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع. عمان. ط1، 2013، ص351.

و التي تكون غالبا أمثلة بحثية لمنطلق دراسات أخرى و على هذا الاساس يمكننا التطرق الى بعض الدراسات السابقة و المتشابهة التي إرتئينا أنها تخدم بحثنا من جهة بإعتبارها تشابه بعض متغيراتها مع متغيرات دراستنا طبعا في حدود إمكاناتنا البحثية و تبعا لما توفره لنا من دراسات في هذا المجال حاولنا قدر الامكان عرض بعض الدراسات المتعلقة بهذا الموضوع أو التقرب منه و هي كالتالي :

الدراسة الأولى :

تحت عنوان " أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي" أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال للدكتور بن طيفور مصطفى دراسة ميدانية على عينة مستخدمي الفيس بوك بجامعة مستغانم و وهران 2016.2017م

و انطلقت هذه الدراسة من الاشكالية الاتية:

ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك على الهوية الثقافية للشباب الجامعي؟

و تسعى هذه الدراسة الى التعرف على الاهمية التي تقضى بها مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية للشباب كما تسعى الى رصد أثار استخدام الشبكات الاجتماعية (الفيس بوك بالخصوص) على الهوية الثقافية من خلال التعرف على واقع اللغة العربية و الدين الاسلامي عبر الفضاء الالكتروني و من ثم الوصول الى

مجموعة من الحلول العملية التي تهدف الى الحفاظ على هويتنا الثقافية العربية الاسلامية في زمن العولمة.

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، ثم اختيار العينة بطريقة عشوائية من قسم الادب العربي تخصص لغة و اعلام و من قسم اللغة الفرنسية تخصص تعليمية اللغة ، و من قسم اللغة الانجليزية تخصص لسانيات تطبيقية ، و تم أخذ نسبة 05% من قسم الكليات المذكورة ليصبح عدد مفردات العينة 270 مفردة.

كما اعتمدت هذه الدراسة على أداتين استمارة استقصاء و الملاحظة العلمية. هدفت هذه الدراسة الى محاولة التواصل الاجتماعي الفيس بوك على الهوية الثقافية أوضحت الدراسة أن 36% من الشباب الجامعي يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك منذ أكثر من أربع سنوات نظرا لسهولة الوصول الى الموقع و الاستفادة من مميزاته المختلفة اضافة الى العزلة الاجتماعية التي حتمت عليهم استخدام الموقع و أن اغلبية الطلبة الجامعيين يستخدمون مزيجا من اللهجات المحلية و العربية مع اللغات الأجنبية أثناء تفاعلهم في الموقع بنسبة 57%.

الدراسة الثانية :

تحت عنوان " تمثلات و استخدامات الصحفيين الشبكات الاجتماعية أطروحة نيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال للدكتورة بن عمار سعيدة خيرة 2015-

2016.

و قد انطلقت هذه الدراسة من الاشكالية التالية:

ماهي تمثلات و استخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية؟

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي طبقت على عينة قصدية احتوت على

200 مفردة معنية بالاستبيان و 20 مفردة خاصة بالمقابلات تخص الصحفيين

الذين يعملون بالصحافة المكتوبة و هدفت هذه الدراسة الى التعرف على عادات و

انماط استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية و الكشف على التمثلات التي

يبينها الصحفي في هذه المواقع.

و أوضحت الدراسة أن أغلب الصحفيين الجزائريين لا يعتمدون على مواقع الشبكات

الاجتماعية سواء في عملية جمع الاخبار ، او تحقيق السبق الصحفي أو الوصول

الى مصادر المعلومات بل يعتبر نشاطا ثانويا.

و يعتبر موقع الفيس بوك أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما لدى الصحفيين

حيث يستخدمه بنسبة 89% من الصحفيين الجزائريين.

الدراسة الثالثة :

تحت عنوان " استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره في العلاقات الاجتماعية"

أطروحة شهادة ماجيستر تخصص الاعلام و تكنولوجيا الاتصال الحديثة للطلبة

مريم ناريمان نومار جامعة الحاج لخضر باننة 2011-2012.

و قد انطلقت الدراسة من الاشكالية التالية:

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

كما اعتمدت على استمارة الاستبيان و الملاحظة.

و قد هدفت هذه الدراسة الى معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة

للإعلام و الاتصال في حياة الاشخاص.

و معرفة مدى تأثير العلاقات الاجتماعية بسبب استخدام الشبكات الاجتماعية

الافتراضية.

و قد توصلت هذه الدراسة الى النتائج التالية:

تقضي النسبة الاكبر من المبحوثين أكثر من 3 ساعات في استخدام الفيس بوك و

يفضل أغلبهم خدمة التعليقات و الدردشة بالدرجة الاولى.

و تستخدم أغلب أفراد العينة موقع يؤثر في الاتصال الشخصي و في تفاعل

المستخدمين مع أسرهم و أصدقائهم كما يؤدي الى الانسحاب الملحوظ للفرد من

التفاعل الاجتماعي.

الدراسة الرابعة:

تحت عنوان " استعمال وسائل الاعلام الاجتماعية كمصادر الأخبار " أطروحة شهادة

دكتوراه تخصص علوم الاعلام و الاتصال للطالب بوبكر بوعزيز جامعة باتنة 1

2017-2016

و قد انطلقت الدراسة من الاشكالية التالية:

ما مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار؟

و قد اعتمد الباحث على منهج المسح الوصفي و المسح التحليلي للكشف على سمات و خصائص ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي و علاقة هذه الظاهرة بالصحفيين و تمثلهم لاستخدامها كمصدر للأخبار.

كما اعتمد الباحث على استمارة الاستبيان و قد هدفت الى التعرف على مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على اختلاف توجهاتهم و مؤسساتهم الاعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار و قد توصلت هذه الدراسة الى النتائج التالية:

* أن الصحفيين الجزائريين لديهم اهتمامات اتجاه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بنسبة 32.7%

* غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون استخدام الفيس بوك على المواقع الأخرى.

* غالبية الصحفيين الجزائريين يفضلون الانخراط في مجموعات اعلامية و اجتماعية.

* أكثر من نصف الصحفيين يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي للاستزادة بالمعلومات و الأخبار حتى في حال توفرهم على معلومات حول موضوع معين و ذلك بنسبة 82.70%.

التعليق على الدراسات:

ما من شك أن هذه الدراسات ذات أهمية بالغة حيث ساعدتنا في الانطلاق في دراستنا حيث تشترك معها في المتغير الأساسي و هو مواقع الشبكات الاجتماعية ، وكذلك في المنهج المتبع من ناحية الوصف العام للظاهرة إضافة الى العينة المتمثلة في الطلبة باختلاف الدراسة الثانية و الثالثة حيث ساعدتنا هذه الدراسات في صياغة الفروض الخاصة بالدراسة ، كما ساعدتنا في جانبها المنهجي و النظري ، الا أنه من خلال استعراضنا يبين لنا أنه لم تعالج موضوع الشبكات الاجتماعية من الزاوية التي ستعالجها الدراسات التي تقوم بها حيث ستقوم هذه الدراسة بالبحث عن مدى اعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار.

2. المداخل النظرية**1.2 الخلفية النظرية :**

يتم تحديد إطار البيانات المطلوبة من خلال المداخل النظرية لاتجاه الدراسة و كذا النتائج المحققة و المستهدفة ، لذا سنحاول من خلال هذا المدخل تحديد أهم التصورات النظرية التي ستطلق منها في هذه الدراسة في تبيان الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الاخبار.

مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

لقد كانت البداية الاولى لبروز نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على يد الباحثة ساندرابول روكيتشا و ملفين دي فلور و زملائهما عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان " منظور المعلومات " و التي طالبو فيها بضرورة الانتقال من مفهوم قوة الاقناع لوسائل الاعلام الى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الاعلام كنظام معلوماتي يعتمد في نشاطه على مصادر المعلومات الاخرى التي تصنع النظام الاعلامي القائم⁽¹⁾.

ليتم فيما بعد ظهور مفهوم الاعتماد على وسائل الاعلام من قبل ساندرابول روكيتش و دي فلور في مؤلف بعنوان " نظريات وسائل الاعلام " الذي حاولا من خلاله ملاءمة الفراغ و سد الثغرات التي خلفها نموذج الاستخدامات و الاشباعات الذي أهمل تأثير وسائل الاعلام و قوتها في ذلك لهذا فقد وضع دي فلور و روكيتش نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الاعلام و القوى الاجتماعية الاخرى و رأيا ان المؤسسة الاعلامية هي نظام اجتماعي ذو طبيعة تبادلية مع الانظمة الاخرى الموجودة في المجتمع و بالتالي يصعب فهم طبيعة أدوار وسائل الاعلام و تأثيرها مالم يتم فهم طبيعة الاعتماد المتبادل و الترابط الوثيق بينها و بين الأنظمة الأخرى (النظام السياسي ، النظام الاقتصادي.) هذا جهة و مالم يتم تحديد المجالات التي يعتمد فيها الجمهور على هذه المؤسسة من جهة أخرى.

¹ - موقع مخبر الدراسات الاعلامية www.ceait.net

محتوى نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

ركزت نظرية الاعتماد على العلاقة التي تربط وسائل الاعلام و الجمهور و النظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث إذ أن الجمهور يعتمد على و وسائل الاعلام باعتبارها نظام فرعي من أجل فهم و إدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور أي أن وسائل الاعلام هنا تمثل مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور أي ان وسائل الاعلام هنا تمثل مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حوله و بخاصة في حالات الاستقرار و التحولات و الصراعات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي هذا دون إغفال ان نشاط وسائل الاعلام لا يتم من جهة أخرى دون اعتمادها على المصادر المتناثرة داخل عناصر مكونات البناء الاجتماعي من هيئات و مؤسسات و بنى جزئية فرعية مشكلة للبناء الاجتماعي بصفة عامة ففيما يخص علاقة وسائل الاعلام بالنظام السياسي فيرى دي فلور أنها علاقة اعتماد متبادل فهو لا يمكنه الاستغناء عنها من أجل نشر مبادئه و قيمه و الترويج لها فهي علاقة تربط المؤسسات الاعلامية بالنظام السياسي قائمة على رؤية هذا النظام لها بوصفها وسيلة و أداة منافسة لترويج أفكاره و مبادئه

قصد بسط سيطرته على ثقافة و حياة المجتمع كما هو الحال في المجتمعات ذات النظام الرأسمالي.⁽¹⁾

فيما يتعلق بعلاقتها بالنظام الاقتصادي فهي علاقة لا تقل عما سبق ذكره في الجانب السياسي إذ تعتبر وسائل الاعلام أدوات مهمة لتحقيق الأهداف المادية للنظام الاقتصادي عبر أساليب الاعلان و الإشهار.

فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

يتراوح تأثير وسائل الاعلام بين القوة و الضعف تبعاً للظروف المحيطة و الخبرات الخاصة بالجمهور.

نظام و نشاط وسائل الاعلام جزء أو صورة مجزأة للنسق الاجتماعي للمجتمع. استخدام وسائل الاعلام و تأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي اليه الجمهور ووسائل الاعلام.

حالات الاستقرار و الازمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات و بالتالي تزيد من اعتماده على وسائل الاعلام لإشباع هذه الحاجة.

اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام يزداد كلما كان النظام الاعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي و الجمهور.

¹ - موقع مخبر الدراسات الاعلامية www.ceait.net.

يختلف أعضاء الجمهور في اعتمادهم على وسائل الاعلام بين الصفوة التي تعتمد على مصادر خاصة كالبرقيات أو شريط وكالات الانباء و التي ليست محتاجة لكل الجمهور. (1)

علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

تعتمد فكرة هذه النظرية على استخدامنا لوسائل الاعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش داخله كما أن قدرة وسائل الاعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز و مكثف و بالتالي :

فالجمهور يعتمد على وسائل الاعلام باعتبارها نظام فرعي من أجل فهم و إدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور بما فيها عنصر استقاء الاخبار و التي تعتبر فيه وسائل الاعلام بما فيها الوسائط الاجتماعية مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الاحداث من حوله.

فالأفراد يعتمدون على وسائل الاعلام باعتبارها مصدرا من مصادر تحقيق أهدافهم فالفرد يهدف الى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية و الاجتماعية المختلفة ، ومن خلال تساؤلنا ما هو اعتماد الشباب الجامعي بجامعة مستغانم على شبكات التواصل الاجتماعي كضرورة ملحة أفرزتها تكنولوجيات الاعلام و الاتصال

¹ - موريس أنجرس منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي و أخرون. الجزائر. دار القصة. ط2، 2006، ص62.

على واقعنا الاعلامي اليوم باتت حدا فارقا في السيرورة السريعة للمعلومة التي تسعى الدراسات النظرية اليوم الى اثباتها و دراستها وفق المنحى الاجتماعي العام و المنبثقة من البناءات النظرية الاولى على غرار نظرية الاعتماد المتبادل لوسائل الاعلام و باقي النظريات الأخرى في أدبيات الاعلام و التي تترجم قدرتها المستمرة على ايجاد تساؤلات جديدة بالبحث اضافة الى اكتشاف طرق جديدة للبحث العلمي.

3. الإجراءات المنهجية:

1.3 مجال الدراسة:

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة بجامعة عبد الحميد بن باديس "خروبة" ولاية مستغانم

المجال الزمني: تم الشروع في هذه الدراسة في نهاية ديسمبر 2017 الى غاية ماي 2018.

2.3 مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة حسب " مادلين قرافيت" بأنه دور مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى التي يجب عليها البحث أو التفسير.⁽¹⁾

¹ -موريس أنجرس ،نفس المرجع السابق ص 62.

و يمثل مجتمع بحثنا في هذه الدراسة في طلبة علوم الاعلام و الاتصال مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي " الفيسبوك" بجامعة عبد الحميد بن باديس بولاية مستغانم.

عينة الدراسة:

العينة هي عدة أفراد مكونة للمجتمع أخذت منه لتمثله و يتوقف صدق تمثيل العينة للمجتمع على طريقة اختيار العينة و حجمها.(1)

و اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية و هي التي يختارها الباحث بطريقة معتمدة و التي يعتقد أنها تمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة حيث تمثلت عينة البحث في طلبة علوم الاعلام و الاتصال الذين يستخدمون موقع الفيسبوك و تتكون من 100 فرد.

3.3 منهج الدراسة :

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة و عقلانية هادفة الى بلوغ نتيجة ما و ذلك بإتباع منهج مناسب لطبيعة الدراسة الميدانية ذو أهمية أكبر بالنسبة للباحث.

و المنهج هو " مجموعة منظمة من العمليات تسعى الى بلوغ هدف معين"(2)

¹ - ربحي مصطفى عليان. اساليب البحث العلمي . دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان . ط.1. 2008، ص64.

² - موريس انجرس، نفس المرجع السابق، ص98.

و بما أن دراستنا تهدف الى جمع المعلومات حول " اعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار " فإنها تنتمي الى الدراسات الوصفية الشائعة في علوم الإعلام و الاتصال ، فالمنهج الوصفي يمثل " المنهج الأكثر قابلية للاستخدام عند دراسة المحاور الانسانية كما يعد الأكثر استخداما غي بحوث الإعلام"(1)

كما يعتبر المنهج الوصفي هو المنهج " الذي يتناسب مع طبيعة البحث و متطلباته و ذلك من جانبه المتصل بطريقة الدراسات المسحية التي أثبتت كفاءاتها في دراسة مواقف الناس و اتجاهاتهم و آراءهم بشأن مختلف القضايا و الموضوعات و الظواهر التي يعاشونها في حياتهم اليومية.(2)

و الدراسات الوصفية تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة التي تقوم على الحقائق المرتبطة و ضمن المنهج الوصفي استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرض ملامح الظاهرة بدقة ووضوح ليفسر فهمها و معرفة العناصر المكونة منها ، و علاقة بعضها ببعض مع الاطلاع على الخلفية النظرية لموضوعات البحث ضف الى ذلك جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المراد دراستها لاستخلاص دلالاتها ثم تشخيصها عن طريق الاجابة عن التساؤلات المصاغة سلفا.

¹ - يوسف عبد الرؤوف. مناهج علوم الاجتماع. ط1. الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1994، ص20.

² - السيد أحمد مصطفى. البحث الاعلامي مفهومه، اجراءته و مناهجه. ط2. دار الفلاح للطباعة و

أداة الدراسة :

تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبيان الذي " يعتبر من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال خاصة في علوم الإعلام و الاتصال ، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها في مجال المبحوث" و في البحث العلمي يعرف " على أنه تلك القائمة من الاسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية ، لتقدم الى المبحوث من أجل الحصول على اجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة و تعريفها من جوانبها المختلفة.(1)

و بالتالي تم استخدام الاستبيان لأنه يعد الأداة الملائمة لمنهج المسح الوصفي اضافة الى أنه يؤدي الغرض للحصول على المعلومات التي يتطلبها الدراسة و هو مناسب لطبيعة أهدافها.

و لقد اعتمدنا على هذه الأداة في دراستنا للجمهور المستهدف من الشباب الجامعي و قد استهدفت هذه الدراسة بحث مدى اعتماد طلبة مستغانم على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الاخبار و هي المعلومات التي يمكن الوصول اليها عن طريق الاستمارة و قد مرت الاستمارة بمراحل عدة أولها النظر الى التراث

بن مرسللي أحمد. مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال. ط1 . الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص200.

النظري للدراسة و معاينة الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة للاستفادة منها ثم

صياغة أسئلة الاستمارة و تقسيمها الى ثلاث محاور رئيسية كالآتي :

المحور الأول: الشباب و شبكات التواصل الاجتماعي

المحور الثاني: دوافع استخدام موقع الفيس بوك

المحور الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي و الخدمة الاخبارية.

الفصل الاول:

مدخل عام لشبكات التواصل

الاجتماعي

تمهيد:

مكن التطور الهائل لوسائل الاعلام و الاتصال من الرقي بأساليب التواصل على المستوى الفردي و الجماعي ضمن منظومة اجتماعية سارت فيها الثورات التكنولوجية بخطى ثابتة حتى وصلت الى ما هي عليه الآن ، ولعل الثورة الرقمية الحالية هي نتاج حتمي لتطور نماذج الاتصال بكافة أنواعه و الانترنت إحدى أهم اكتشافات التكنولوجية الى غاية الساعة فهي تربط المجتمعات في فضاء رقمي تمحى فيه الحدود الجغرافية و تصبح المعلومة متاحة للجميع بأسرع و أوسع ما يكون عليه ، كما أن ميزات تكنولوجيا الاعلام و الاتصال أضحت موجه حاسما بالتوجهات الاجتماعية على مستوى الانترنت على غرار شبكات التواصل الاجتماعي التي أضحت ميدانا خصبا للتواصل و تبادل المعلومات و الأفكار و الخبرات في مضمار يجمع الملايير من البشر في آن واحد مما حدا بها لان تصبح ظاهرة القرن الحالي ، و مجالا رحبا يستحق الدراسة نظرا لتأثيراته المتعددة على جميع الأصعدة.

1.1 شبكة الانترنت و تقنيات الاتصال

1.1.1 تعريف الأنترنت :

هي شبكة ضخمة من شبكات الحاسوب العالمية ممتدة عبر الكرة الأرضية مرتبطة ببعضها البعض من خلال تكنولوجيا اتصالات حديثة قادرة على ربط آلاف الشبكات الغير متشابهة و التي هي أصلا غير مرتبطة ببعضها البعض و ليس لها علاقة مباشرة تستعمل مختلف التجهيزات الفنية حيث تمكنت هذه التكنولوجيا من ربطها وتشغيلها في نظام اتصالات واحد و لذلك تعتبر هذه الشبكة مفتوحة و عملية فتحها على هذا الشكل تجعلها قادرة على الوصول الى آلاف الخدمات المختلفة و المصادر في مجال المعلومات و تجعل كذلك المستخدمين قادرين على الوصول الى كم هائل من المعلومات بطريقة سهلة و مسيرة اذ توفرت لهم وسائل الاتصال بهذه الشبكة.⁽¹⁾

و هناك مفهوم آخر لشبكة الأنترنت حيث تعرف أنها:

أكثر وسيلة لتبادل المعلومات بحرية ، فهو شبكة عالمية للاتصال تتألف من الملايين من الحواسيب المتصلة ببعضها البعض و التي تتيح إمكانية اتصال البشر ببعضهم البعض و تبادل المعلومات على نطاق واسع ، كذلك الأنترنت توفر ميزة البحث في كافة المجالات و تخزين المعلومات أيضا.⁽²⁾

¹- عليان ربحي مصطفى، المكتبات الالكترونية و المكتبات الرقمية= électronique digital libraries : عمان دار الصفاء للنشر و التوزيع، 2009، ص230.

²- محمد السيد حلاوة، العلاقات الاجتماعية للشباب بين درشة الانترنت و الفيس بوك، دار المعرفة الجامعية للنشر و التوزيع ، الاسكندرية، 2011، ص33.

أما نبيل علي فيعرف الأنترنت على أنها: " تلك الغابة الكثيفة من مراكز تبادل المعلومات التي تختزن و تستقبل و تبين جميع أنواع المعلومات في شتى فروع المعرفة و في جوانب الحياة كافة من قضايا الفلسفة و أمور العقيدة الى أحداث الرياضة و معاملات التجارة و من البريد الالكتروني الى البث الإعلامي.(1)

و من جهة أخرى توجد بعض التعريفات التي تنظر الى الانترنت من طبعها الاتصالي كتعريف حامدي الذي يقول " أن الانترنت شبكة عالمية للحواسيب تنتقل عبرها رسائل مكتوبة مصورة أو صوتية بدون حدود جغرافية.(2)

2.1.1. نشأة و تطور الأنترنت:

يمكننا التمييز بين مرحلتين من تطور هذا النظام الاتصالي الجديد الانترنت مرحلة السبعينات و الثمانينات حيث كانت الشبكة في خدمة الميدان العسكري و العلمي، ثم مرحلة التسعينات حيث بدأت عملية إنشاء شبكة عنكبوتية عالمية لتشمل المؤسسات التجارية و الجمهور ففي المرحلة الأولى قام الفاعلون ببناء اطار اجتماعي و تقني يمثل مصالحهم و قاموا بجعل الانترنت تقنية يتقاسمونها فيما بينهم ولا تتعدى حدودها اطار الأهداف التي حدودها لهذه التقنية و أطلق عليها البعض " الشيء المحدود"

نبيل علي. الثقافة العربية و عصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي. سلسلة عالم المعرفة، الكويت. 2001، ص93.

² - محمد عبد الحميد. الاتصال و الاعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص14

و في المقابل فإن انترنت التسعينات و ما بعدها لم تأخذ شكلها النهائي إذ يمكن اعتبارها "الشيء الحقيقية" و هذا يعني أن معالمها لم تتحدد بعد و هي كالحقبة يوضع فيها أشياء كثيرة غير متناسقة في غالب الأحيان .

❖ المرحلة الأولى 1969-1990:

تعود الفكرة الأولى للإنترنت الى عام 1945 عندما طرح فانيفار بوش آلة أطلق عليها اسم Memex bush المعارف الانسانية و الروابط بينها و تمكين الباحثين من استعادة المعلومات بطريقة الكترونية و الوصول الى المعلومات المرتبطة و في عام 1948 طورت شركة Atgt الأمريكية المتخصصة في مجال الاتصالات جهاز الترازستور الذي أصبح أحد أهم التكنولوجيات التي تعتمد عليها الانترنت و الذي قاد الى الثورة الرقمية و تكنولوجيا الضغط الرقمي و دون هذا الجهاز لم يكن من الممكن قيام الانترنت.

أما نشأة الانترنت فكانت في أواخر الستينات و بالتحديد عام 1969 كمشروع محلي لصالح وزارة الدفاع الامريكية و ذلك عندما طلبت هذه الأخيرة من خبراء الكمبيوتر ايجاد افضل طريقة للاتصال بعدد غير محدود من أجهزة الكمبيوتر و كان الدافع هو الخوف من أن اعتماد شبكة تدار مركزيا بها سيكون هدفا سهلا لهجوم نووي مباغت يقضي عليها اذ كانت الحرب الباردة في أوجها بين المعسكر الشرقي الذي يمثله الاتحاد السوفياتي سابقا و المعسكر الغربي الذي تمثله الولايات المتحدة الامريكية.

❖ المرحلة الثانية ما بعد 1990م:

إن الانعطاف الهامة في عصر الانترنت هي انتهاء فترة الحرب الباردة بداية التسعينات من القرن الماضي و بالتالي برزت الحاجة الى الاستفادة من الانترنت في استخدامات المدنية التي شهدت بعد ذلك اكتشافا متسارعا للحياة في العالم. و في نهاية 1990 كان هناك حوالي 300000 كمبيوتر مضيف متصلا بالانترنت من مختلف الجامعات و الشركات و رغم هذا العدد الكبير إلا أن الانترنت لم تكن تجذب المستخدم المبتدئ كثيرا لاعتمادها على النصوص فقط كان الناس ينظرون الى الانترنت في ذلك الوقت على أنها مجرد مصدر آخر للمعلومات لأولئك الذين يتحلون بالشجاعة الكافية للدخول الى عالم يونكس و أوامره النصية. و من هذا الوضع وقع حدث كبير سيعطي دفعا لا مثيل له للمعلوماتية و خاصة الانترنت هذا الحدث الذي لم تكن هذه المرة الولايات المتحدة الأمريكية مصدره هو انشاء الويب الشبكة العنكبوتية العالمية الذي يرمز له ب WWW.⁽¹⁾

¹ -رامي شريم. الاعلام الالكتروني العربي مقارنة نقدية، مجلة الإذاعات العربية، تونس، 2001، ص15.

خصائص الأنترنت :

يمثل اكتشاف الانترنت ثورة هائلة في عالم الكمبيوتر و الاتصال اذ تجتمع فيها كل قدرات و امكانات الاختراعات السابقة و قد تطالب تحقيق هذا الانجاز تضافر جهود أعداد كبيرة من العلماء و التكنولوجيين و الباحثين و رجال الصناعة و الحكومات ، و روعي في تحقيق هذا الإنجاز الاسترشاد بأربعة أبعاد متفاعلة بالرغم من تمايزها على ما يقول "ياري لاينر " و زملائه تتمثل فيما يلي :

✓ البعد الاجتماعي الخاص بتقوية و توطيد العلاقات بين مختلف الأطراف التي تستخدم الانترنت و خاصة في مجال التراسل ، و كذلك تحقيق التعاون بين الفئات العديدة التي تعمل في مجال تكنولوجيا الاتصال و التي تؤلف البناء التحتي للأنترنت .

✓ البعد التكنولوجي المتمثل في ثورة تكنولوجيا الاتصال التي و التقدم الكبير الذي أحرزه البحث العلمي في هذه المجالات الواسعة المتعددة.

✓ البعد التنظيمي و الاداري المتعلق بأسلوب إدارة الأنترنت ووضع السياسة العامة الموجهة لأنشطتها و عملياتها و خدماتها المختلفة.

✓ البعد التجاري الذي يستهدف تسويق نتاج البحث و المعلومات و البرمجيات بحيث أصبحت الانترنت الآن الأداة الرئيسية و الأكثر انتشارا في مجال المعلومات على مستوى العالم. (1)

✓ البعد التجاري الذي يستهدف تسويق نتاج البحث و المعلومات و البرمجيات بحيث أصبحت الانترنت الان الأداة الرئيسية و الأكثر انتشارا في مجال المعلومات على مستوى العالم.

و يمكن تلخيص اهم خصائص الانترنت في النقاط الآتية:

تعتبر الانترنت واتساع نطاق استخدامها السمة الأساسية المميزة للعصر الرقمي، فهي تسمية أطلقتها على العصر الحالي إيستر داسيون التي تتوالى رئاسة عدد من شركات صناعة الالكترونيات و هذه التسمية صحيحة الى حد بعيد فقد أدت التطورات الهائلة و المتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال و المعلومات الى إمكان تحويل معطيات فروع المعرفة المختلفة الى معلومات رقمية يسهل الحصول عليها و تخزينها و استرجاعها و نقلها من جهاز الى اخر بغير عناء و استخدامها بتكاليف زهيدة جدا في وقت قصير للغاية. (2)

1- أحمد أ بوزيد. هل تقلت الانترنت من الهيمنة الامريكية؟ مجلة العربي ، ع.565. الكويت، 2005، ص. ص 31.32

2- أحمد أبوزيد . الانترنت الساحة الاخيرة للديمقراطية الرقمية، مجلة العربي ع.541 ، الكويت، ديسمبر 2003، ص30

هذه الثورة في تكنولوجيا الاتصال منحت المجتمعات ما بعد الصناعية اسم "مجتمع المعلومات" و هنا تبدو بصمة الانترنت جليلة خاصة في محتواها الذي تنقله و قدرة أدواتها التي تسمح بالوصول الى هذا المحتوى محركات البحث ، التفاعلية ، الاسعار .

عدم وجود مالك مطلق للانترنت بحيث وصفها البعض بأنها فوضى تعاونية فكل من يملك كمبيوترا متصلا بالانترنت يملك قطعة من الانترنت كما يقول " فنتون سيرف" أحد آباء الشبكة العالمية لكن هناك رأي آخر و تمثله في الاغلب بلدان نامية و بلدان من الاتحاد الأوربي يذهب الى أن شبكة الانترنت تحتاج الى جهة مركزية ذات تمثيل دولي لا دارة شؤونها تكون هذه الجهة تحت وصاية الأمم المتحدة.(1)

هذه القضية كانت قد نوقشت خلال مؤتمر الامم المتحدة المنعقد في جنيف كمرحلة أولى من القمة العالمية حول مجتمع المعلومات في ديسمبر 2003م و استمر الجدل خلال المرحلة الثانية من هذه القمة التي انعقدت في تونس 2005 م تحت شعار كيفية اقامة مراقبة أكثر ديمقراطية للانترنت و قد تأسس خلال هذه الدورة " منتدى ادارة الانترنت" التابع للأمم المتحدة و يتمتع بدور إشرافي استشاري في الأمور المتعلقة بالشبكة العالمية و لكنه لا يتدخل في تسيير الأعمال اليومية لشبكة الانترنت

¹ - وليد الشوبكي. من يحكم الانترنت، العربي العلمي، الكويت. ديسمبر 2006، ص18.

التي بقيت مسؤولية الأيكان ICANN هذه الاخيرة التي كانت محل انتقاد من أطراف عدة بسبب صبغتها الأمريكية.⁽¹⁾

ديمقراطية الوصول الى المعلومات

حيث يرى البعض أن الأنترنت تمثل العالم الجديد حيث تتحقق الديمقراطية العالمية عبر بوابتها ليصبح برلمان مفتوحا يعبر فيه كل من شاء عن رأيه و يشارك في اتخاذ القرارات وصنعها فحسب المتحمسين للأنترنت أن هذه الاخيرة تمثل أقصى الصور الديمقراطية المعلومات تحت شعار المعلومات في كل مكان و كل وقت و لكل الناس ، و عن طريق الانترنت يمكن أن يعبر الفرد بحرية عن رأيه و ان يمتلك منبره الخاص و أن يتبادل الأداء و أن يشكل مع أصدقائه جماعة ضغط الكتروني تؤثر على القرارات السياسية للحكومات و توجهها ... الى درجة تشبيه البعض الأنترنت بعالم الغرب الأمريكي في القرن التاسع عشر ، واسع و غير مخطط أو منظم ، غامض ، و كل شيء فيه مباح قانونيا ⁽²⁾

غزارة المعلومات: حيث تعطي الانترنت المتصفح فرصة إطلاع أكبر من الناحية الكمية و في جلسة واحدة أمام الكمبيوتر يستطيع أن يطالع عشرات المصادر

¹ -وليد الشويكي، مرجع سابق،ص21.

² -غسان منير، علي أحمد. الهويات الوطنية و المجتمع العالمي و الاعلام. دراسات و اجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الاعلامية العالمية . دار النهضة العربية بيروت . لبنان، ص2004، ص220.

الإعلامية من جميع أنحاء العالم بتكلفة قليلة كما أن المتصفح له امكانية الانتقاء و المقارنة من خلال الاطلاع السريع على المصادر المختلفة.(1)

عالمية الانترنت: إذ ألغت الأنترنت الحواجز الجغرافية و الحدود السياسية و استعرضت على الضوابط الأمنية فبضغطه زر أو نقره فأرة ينتقل المستخدم و هو جالس على مقعده من أقصى الأرض الى أقصاها و لكن هناك من يرى أنها تساهم في تنشيط العولمة حسب معالم الساحة العالمية الجديدة ذات الطابع الامريكي المهيمن و المشكلة المطروحة هنا هي الاتجاه الى صياغة ثقافة عالمية قوامها قيم و معايير غربية أمريكية الغرض منها ضبط سلوك الدول و الشعوب و قولبتهم في ثقافة عالمية واحدة.(2)

التفاعلية: و تترتب على هذه الخاصية أنه لم يعد يكفي أن نصف المشاهد بأنه نشط active بناء اختباره من بين وسائل الإعلام المتعددة أو عنيد obstinate بناء على رفضه أو قبوله للمحتوى أو القائم بالاتصال بل أصبح مشاركا و متفاعلا في العملية الاتصالية الكلية تؤثر فيها وفي عناصرها.

و نتائجها و بمعنى آخر تغيير الاعلام ليصبح اتصالا الذي يقتصر على إبلاغ الرسائل بل يشمل أيضا التراسل عبر البريد الإلكتروني و التحوار و التسامر من

1-أحمد جوهر أحمد. الاعلام الإلكتروني واقع و آفاق. ط1، دار الكلمة للنشر و التوزيع، مصر، 2004، ص43

2- فضيل دليو و آخرون، العولمة و اشكالية حياة تكنولوجيا الاتصال الدولي، ملتقى دولي حول الجزائر و العولمة، جامعة منتوري، قسنطينة ، الجزائر، 1999، ص141

خلال حلقات النقاش و عقد المؤتمرات عن بعد و أثبتت دراسات عديدة العلاقة الطردية بين تزايد عمليات التفاعل و أدواتها و زيادة استخدام الأنترنت مثل دراسة قويكسبري والتوس التي أثبتت زيادة اعتماد الشباب الجامعي على صحف شبكة الانترنت مقارنة بالصحف التقليدية.⁽¹⁾

الفورية : فقد ألغت الأنترنت الحواجز الزمنية المكانية إذ ان الاتصال يتم بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل و المستقبل ، بحيث لا تلحظ عند اتصالك بحاسب يقع في الصين أنك استغرقت زمنا أطول مما كان الاتصال مع حاسب يقع في نفس المدينة كما يمكن الحصول على الأخبار و المعلومات و هي لا تزال ساخنة من مصادرها المباشرة فبمجرد نقره على شاشة الكمبيوتر ينتقل المتصفح من موقع الى موقع أينما أراد على وجه الأرض.⁽²⁾

البحث الآلي عن المعلومات : فقد أصبح في حكم المؤكد استحالة الاعتماد على الرسائل البشرية وحدها لمسح الشبكة دوريا بحثيا عن المعلومات المطلوبة و كان لا بد من أتمتة هذه العملية و ذلك باللجوء الى ما يسمى بالروبوت المعرفي know bot أو البرمجي soft bot بصفته وكيلآ آليا يحال اليه القيام بهذه المهام الروتينية الشاقة.⁽³⁾

¹- محمد عبد الحميد. الاتصال و الاعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص71.

²- أحمد جوهر، مرجع سابق، ص44.

³- نبيل علي، مرجع سابق، ص 101.

التفصيل الشخصي للمعلومات : حيث بإمكان زوار موقع ما على الانترنت يتيح هذه الخدمة اختيار المواضيع أو المقالات الإخبارية أو الخدمات التي ترغب في الحصول عليها بشكل مسبق دون غيرك كما هو الحال مثلا على موقع CNN فالرسالة الاتصالية ضخمة كما كان في الماضي ، وهو ما يعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة الى المستخدم.

اللاتزامنية : و تعني إمكانية إرسال الرسائل و استقبالها في وقت مناسب للمستخدم و لا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه فمثلا في نظام البريد الالكتروني ترسل الرسائل مباشرة من منتج الرسالة الى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لتواجد لمستقبل الرسالة في وقت إرسالها.(1)

الهير تكست : و هو التعبير الوصفي لأحدث أشكال الكتابة الإلكترونية و هو يشكل نص الكتروني يرتبط بنصوص أخرى عن طريق روابط داخل النص و الكلمة hyper يمكن ترجمتها حرفيا بالنص الفائق و تقوم هذه الارتباط بتحديد المتصفح من خلال الارتباط التقني الذي يسمح بالقفز الاختياري من وثيقة الى أخرى و ذلك بتمكينه من الاختيار بين صيغة القراءة الخطية التتابعية التقليدية أو الحلزونية أو غيرها و هو ما يطلق عليه البعض القراءة المفردة.(2)

¹- عبد الأمير فيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص25.

²-الصادق رابح، الاعلام و التكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي، العين الامارات العربية المتحدة، ط1، 2004، ص 104.

سرية أفضل في تبادل المعلومات : فكل جهاز كمبيوتر في شبكة الانترنت له رقم خاص به Adresse و بالتالي يمكن أن يرسل أي فرد رسالة الى هذا الرقم ان تخزن هذا الجهاز فقط لا يستطيع أي فرد آخر معرفة محتويات الرسالة فإلى جانب اعتماد الانترنت على خدمات هاتف فضائي تتعدى ، امكانيات سيطرة و تحكم دولة واحدة فهي تقدم أفضل للمراسلات الفردية و تصبح النتيجة الموجودة على المدى البعيد سقوط أو ضعف إمكانية الرقابة على مضامين و رسائل الأنترنت خاصة مع انتشار عمليات التجسس التي تقوم بها الجماعات الرسمية و غير رسمية.

الأنترنت واقع افتراضي: فداخل أحشاء هذه الظاهرة النصية الإلكترونية يجري يوماً بعد يوم بناء مجتمعات إنسانية كاملة أخرى افتراضية و لكن حية تتعارض مع المجتمعات الواقعية الميئة بسبب أصحاب نص أعلى super text هذا الكائن الذي ينتشر بلا هوادة في الشبكة مقدما نفسه للعالم مؤديا الى تعميق تناقضات بين تآكل المجتمعات التقليدية و بين وقائع التقنيات الجديدة و في هذه المجتمعات الافتراضية و يمكن لأي عضو أن يبث حديثه لجميع أعضائها دون استثناء أو يختص به فريقاً منهم أو يسد لشخص بعينه ما يريد أن يحجبه عن عيون . و يمكن أيضاً أن يتكرر في شخصيات متعددة إنها بحق لعبة الذات الواحدة و الهويات المتعددة.(1)

¹ - نبيل علي، مرجع سابق، ص 105.

و في الاخير ان الانترنت عبارة عن وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري بحكم الجمهور الكبير و المنتشر و غير المعروف ، بالإضافة الى تنوع وظائف المواقع الالكترونية على الانترنت و خصوصا ان وظائف الاعلام بذاتها أصبحت جزء هاما من الوظائف المتعددة للأنترنت مثل صحافة الشبكات و التي أصبحت تختلف كثيرا عن الصحافة المطبوعة و التلفزيون.⁽¹⁾

¹ - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 43.

2.1 ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

1.2.1 مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

تعددت الدراسات التي طرحت مفهوم الشبكات الاجتماعية حيث تشابهت في بعض الجوانب و اختلفت في بعضها الاخر فهناك عدة تعريفات تذكر:

يطلق مصطلح الشبكات الاجتماعية على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية (world wide web) تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي ، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد او مدرسة أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات.

و يعرف زاهر راضي الشبكات الاجتماعية بأنها منظومة إلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و تم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الالكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها. (1)

و جاء تعريف الشبكات الاجتماعية social networking service في قاموس (ODLI): هي خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء و تنظيم ملفات شخصية لهم كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين. (2)

¹- رضوان بلخيري. مدخل إلى اعلام الجديد مفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الجسور، الجزائر، ط1، 2014، ص 16-17.

²- جمال سند السويدي. وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في استحوالات المستقبلية، ط4، 2014، ص 53.

كما تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها مواقع إلكترونية على شبكة الانترنت تقوم بتصميمها شركات خدمات اتصال كبرى تجمع أشخاص ذوي اهتمامات المشتركة كأصدقاء و أصحاب المهن المشتركة ليتبادلوا الحوار في موضوعات تهمهم.

فالشبكات الاجتماعية هي: عبارة عن مواقع شبكة الانترنت توفر لمستخدميها سواء كانوا أفراد أم جماعات فرصة التلاقي و تبادل المعلومات و الآراء و الافكار و الهموم و المشكلات من خلال الملفات الشخصية و البومات الصور الدردشة و غير ذلك من أمثلة هذه الشبكات موقع الفيس بوك توتير، ماي سبيس ... لعل من أسباب الرئيسية لإقبال فئات المجتمعات المعاصرة و خاصة فئة الشباب و تدافعها على هذه المواقع هو أن الانضمام لهذه الشبكات لا يتطلب جهدا كبيرا ، إذ يكفي من يريد استخدامها التسجيل في أحدها و قبول دعوة أحد ثم اختيار المجموعة التي يرغب في التواصل معها.(1)

1- عبد الكريم علي الديبسي ، وسائل الاعلام و أدوات تعبير و التغيير، عمان، الاردن، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2013، ص325

2.2.1 نشأة شبكات التواصل الاجتماعي :

عند الحديث عن نشأة و تطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة الى مرحلتين أساسيتين الأولى هي web مرحلة الجيل الاول للويب web 1.0 و المرحلة الثانية هي الجيل الثاني للإنترنت 2.0 غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية.

المرحلة الاولى :

يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية و هي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 1.0 و من أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع " سكس دقريز " six de grees الذي منح للأفراد المتفاعلين في اطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم و إدراج أصدقاء ، و قد أخفق هذا الموقع عام 2000م و من المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع " كلاس مايت " class mates الذي ظهر في منتصف التسعينات و كان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة.

شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى مثل موقع " لايف جورنال " journal live و موقع كايورلد cyworld الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية و تجدر الإشارة الى أن أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و

الخاصة بالأصدقاء و على الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحاً على مؤسسها و لم يكتب منها البقاء.⁽¹⁾

المرحلة الثانية :

يشير الويب 2.0 الى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات ، مواقع المشاركة ، الوسائط المتعددة و غيرها...) اهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل و الاندماج و التعاون و لقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمات شبكة الأنترنت و تعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية.

و يمكن أن تؤرخ لهذه المرحلة بالانطلاقة موقع "ماي سبايس" My space هو الموقع الأمريكي المشهور ثم موقع الفيس بوك و تشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الاقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية و يتناسب ذلك الاقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.⁽²⁾

¹ - عبيد عصام، دور شبكات التواصل الاجتماعية في تنمية المواد البشرية

الرابط: <http://www.Academia.edu> 2018.01.22, 15 :30

² <https://mata3alam.intel.com> 22.01.2018.

3.2.1 أشكال الشبكات الاجتماعية و خصائصها :

1.3.2.1 أشكال الشبكات الاجتماعية:

تتعدد تقسيمات الشبكات تبعاً للخدم المقدمة أو للهدف من إنشائها الى ثلاث أنواع التالية:

تقسيم الشبكات حسب استخدام و الاهتمام الى ثلاث أنواع رئيسية و هي :

- شبكات شخصية لشخصيات محددة و أفراد و مجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف و إنشاء صداقات بينهم مثل الفيسبوك .

- شبكات ثقافية تخص بفن معين و تجمع المهتمين بموضوع أو علم معين مثل (library thing) .

- شبكات مهنية تهتم و تجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بيئة تعليمية و تدريبية فاعلة مثل : (linked in)

كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات و طريقة التواصل الى ثلاث أنواع أيضا و هي:

- شبكات تتيح التواصل الكتابي .

- شبكات تتيح التواصل الصوتي .

- شبكات تتيح التواصل المرئي .

و تتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر طريقة للتواصل حتى تلبي جميع شرائح المجتمع الافتراضي .

هناك تقسيم ثالث يقسم الشبكات الاجتماعية الى قسمين:

أ- شبكات داخلية خاصة (internal social networking) : تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق او خاص يمثل الافراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة و يتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط و ليس غيرهم من الناس للدخول للموقع و المشاركة في أنشطته من تدوين و تبادل آراء و ملفات و حضور اجتماعات و الدخول في مناقشات مباشرة و غيرها من الانشطة مثل شبكة linked in

ب - شبكات خارجية عامة Extornal social Networking

و هي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت بل صممت لجذب المستخدمين للشبكة و يسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع و تقديم نفسه للموقع مثل شبكة facebook.⁽¹⁾

و هناك تقسيم آخر للشبكات يمكن حصر أشكالها الاساسية فيما يلي:

- شبكات اجتماعية كبيرة: مثل (الفيس بوك و ماي سبيس) و تسمح للأشخاص ببناء صفحة أنترنت خاصة بهم و من ثم التواصل مع الأصدقاء لتشارك المحتويات و التعليقات.

- المدونات blogs : من أفضل الأشكال المعروفة في شبكات التواصل الاجتماعي

و هي عبارة عن مجالات عبر الأنترنت مع مدخلات تظهر حسب أحداثها.

¹ - مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر ام فرصة ، السعودية، شبكة الوكة، 2011، ص 10.

- موسوعات (Wiks): مواقع تسمح للأشخاص بإضافة محتوى تحديد معلومة عليها أفضلها الموسوعة الالكترونية الحرة التي تحتوي على أكثر من 2 مليون مقالة بالغة الانجليزية.

- البو دكاست (المدونة الصوتية) : ملفات الصوت و الفيديو المتاحة من خلال الاشتراك بالخدمة عن طريق appleitunes.

- المنتديات (formus): هي عنصر قوي و فعال في مجتمعات الانترنت و هي عبارة عن مساحات للحوار الالكتروني غالبا ما تدور حول موضوع أو اهتمام محدد.⁽¹⁾

2.3.2.1 خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات و المواقع في شبكة الانترنت الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين، و رغم تنوع هذه الخصائص نوردتها كالتالي:

التعريف بالذات: الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية و هي الصفحة التي يصنعها المستخدم و يطورها و يقوم من

¹ AL. Hareth muhammad abu huseim saleh al. sukhar. Allte impact of social network site to determine student's orintattion filed studu on jordamianprivate universtes, 2013, p63.

خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص ، الصورة ،الموسيقى الفيديوهات و غيرها من الوظائف الأخرى.(1)

طرق جديدة لتكوين المجتمع : تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صدقات مع أصدقاء يبادلونهم الاهتمام و المحتوى الافتراضي المتواجد مقر بدية تطبيقات الأنترنت غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرق جديدة للاتصال بين الناس فمستخدمي هاته المواقع يخبرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل الرسم tags و التطبيقات المدمجة في مواقع للتواصل حول الكتب التي أحبوها و غيرها من الخدمات.

سهولة الاستخدام: من بين الامور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها لذا فان أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه خلق و تسيير موقع شبكة اجتماعية ، فمن قبل كان بإمكان الاشخاص الحصول على تواجد عبر الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية و لكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات و تطويرها ز استضافة الموقع غالبا ما يتحمل التكاليف في حين أن الشبكات الاجتماعية مجانية و مفتوحة أمام الجميع

2 -عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في مصر و تونس من وجهة نظر الصحفيين الاداريين جامعة الشرق الاوسط، 2011، ص51.

فأغلبيتها تتيح للأشخاص التسجيل من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقين في الموقع.⁽¹⁾

التفاعلية: لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ بداية ظهورها الى تجسيد

التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية و التطور.⁽²⁾

المشاركة : وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من

الاشخاص المهتمين حيث أنها تطنس الخط الفاصل ووسائل الاعلام و الجمهور .

الانفتاح: معظم وسائل الاعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة

لردود الفعل و المشاركة ، أو الانشاء و التعديل على الصفحات ، حيث أنها تشجع

التصويت و التعليقات و تبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول

و الاستفادة من المحتوى.⁽³⁾

¹- موقع طلبة الجزائر ، شبكات التواصل الاجتماعي 20 ديسمبر 2013 educauient.dz.com

² -نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء الوعي السياسي لدى الشباب العربي الجزائري، جامعة الجلفة، د.س، ص04.

³ - خالد غسان يوسف مقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، الاردن. ط1، دار النفائس للنشر و التوزيع، 2013، ص26.

خلاصة الفصل:

يمكن القول بأن الانترنت استطاعت بما تملكه من خدمات و سمات اتصالية من أن تفتح مجالات التواصل و التفاعل بين الناس من خلال موقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، التويتر، اليوتيوب و هذه الأخيرة كان لها انتشار كبيرا في الآونة الأخيرة.

الفصل الثاني:

الشباب و الفيس بوك

تمهيد:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أحدث تكنولوجيا و أكثرها شعبية و التي أنشئت للتواصل الاجتماعي بين الأفراد ، و بداية ظهور هذه المواقع كان في منتصف التسعينات حيث أنشئ موقع للربط بين زملاء الدراسة ثم تطورت مع مرور الزمن و يعتبر موقع الفيس بوك من أشهر شبكات التواصل الاجتماعي انتشارا على شبكة الأنترنت لما يحمله الموقع من خصائص و مميزات و هذا ما شجع متصفح الأنترنت من كافة العالم على الإقبال المتزايد و تعد فئة الشباب من أكثر الفئات استخداما لهذه المواقع خاصة فئة الشباب الجامعي.

1.2 الشباب و أبعاده

1.1.2 مفهوم الشباب الجامعي:

إنه ذلك الشخص الذي له كفاءته العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية أو بمركز التكوين المهني أو التقني العالي الى الجامعة تابعا الى تخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك و يعتبر الشباب الجامعي أحد العناصر الأساسية و الفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي ، اذ أنه يمثل عدديا النسبة العالية في المؤسسة الجامعية.(1)

يرى إسماعيل علي سعد أن الشباب الجامعي فئة عصرية تشغل وصف متميزا في المجتمع و هي ذات حيوية و قدرة على التكيف و التوافق و الاندماج و المشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع و تطلعاته.(2)

2.1.2 احتياجات الشباب الجامعي:

ترتبط احتياجات الشباب بخصائص المرحلة العمرية و الاوضاع الاجتماعية التي يعيشونها و التي تجعل لهم طبيعة خاصة و لكي يؤدي الشباب الدور المطلوب منه يجب أن نتفهم تلك الاحتياجات و نوفر سبل إشباعها.

1 - سبوك قويدر . الجامعة و المحيط الاجتماعي و الاقتصادي، دراسة سوسيوولوجية رسالة نيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع . جامعة وهران، 2008.ص60

2- ياسمينه خدنة ، واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعة العليا الجزائرية رسالة لنيل شهادة ماجيستر في علوم الاجتماع، كلية علوم انسانية و اجتماعية ، جامعة قسنطينة،2008، ص08.

و تعرف حاجة الشباب بأنها ضرورات فردية مترتبة على الخصائص البيولوجية و النفسية و طبيعة العلاقات الشخصية المميزة لمراحل النمو المختلفة و إن سد تلك الحاجات كفيل بتحقيق توافق اجتماعي أفضل للأفراد مع تحقيق الأهداف المجتمعة في نفس الوقت.

و تتحصر حاجات الشباب في النقاط التالية:

1. الحاجة الى تعبير ألا ابتكاري: و يحتاج الى الفرص المناسبة للتعبير عنها فمن خلال الأنشطة الثقافية مثل كتابة المسرحيات أو القصص أو عن طريق الفنون اليدوية ، حيث يجد الشباب العديد من الفرص لاستثمار قدراته و امكانياتهم و التعبير عن آراءهم و اتجاهاتهم بل التعبير عن ذاتهم و أنفسهم و بذلك يشبعون حاجاتهم الى الإبداع و الابتكار.

2. الحاجة الى الانتماء: و هذه الحاجة يتم اشباعها عن طريق الجماعات المختلفة التي ينتسب اليها الانسان ، و مؤسسات رعاية الشباب تعتبر جماعات الانشطة التي يتم تكوينها داخل تلك المؤسسات و من أهم الجماعات الصغيرة منظمة ، لها أهداف مرسومة و أنشطة مصممة خصوصا لمقابلة تلك الحاجات.

3. الحاجة الى المنافسة: و يتم إشباع هذه الحاجة من خلال جماعات الانشطة أيضا ، فالأنشطة الرياضية و الثقافية و الفنية يتنافس فيها الشباب من خلال الميول و الهوايات المختلفة.

4. الحاجة الى خدمة الآخرين: إن الانسان خير بفطرته يحب الناس و يسعى الى خدمتهم ، لذلك نجد الشباب يشتركون في جماعات الخدمة العامة التي يضحون فيها بوقتهم في سبيل خدمة الآخرين ، فالشباب يهبون لمساعدة الآخرين كالجماعات التي تزور المرضى في المستشفيات و المساجين في المؤسسات العقابية و يقدمون لهم الهدايا و يجلسون معهم لساعات طويلة للتخفيف عنهم و مشاركتهم في الالمهم.

5. الحاجة الى حركة و نشاط : أن الشباب في هذه المرحلة مشحنون بشحنة كبيرة من الطاقة التي لا بد من إفراغها و الانشطة المختلفة تتيح لهم الفرص المناسبة لإفراغ تلك الطاقة عن طريق الحركة و النشاط.

6. الحاجة الى الشعور بالأهمية : و هي اهم الحاجات الانسانية للشباب في تلم المرحلة التي يشعرون في بدايتها بمشكلات أزمة الهوية التي يسأل فيها كل شاب من أنا؟ و يتم اشباع تلك الحاجة من خلال الانشطة التي تأخذ الشباب فيها، يشعر من خلالها بأنه هام و ذو قيمة.

7. الحاجة الى ممارسة خبرات جديدة : يرى ناش Nash أن هناك خبرات جديدة يجلب على الانسان أن يتعلمها، و يمارسها و يبحث عنها لكي يملأ حياته بالأشواق و السعادة التي هي بمثابة صمام الأمان الذي يخلص الإنسان من الضغوط العصبية و النفسية التي صاحبت التطور الحضاري (1).

نورهان منير حسن. القيم الاجتماعية و الشباب، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ط1، 2008، ص¹251.252.

3.1.2 الفيس بوك و دوافع استخدامه :

1.3.1.2 تعريف الفيس بوك :

كما وجد في الويكيبيديا "فيسبوك" (بالإنجليزية) موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول الية مجانا ، تديره شركة " فيسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل او المدرسة أو الاقليم و ذلك من أجل الاتصال بالآخرين و التفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء الى قائمة أصدقائهم و ارسال الرسالة إليهم و أيضا تحديث ملفاتهم الشخصية و تعريف الأصدقاء بأنفسهم و يشير اسم الموقع الى دليل الصور التي تقدمه الكليات و المدارس في الو.م.أ الى أعضاء هيئة التدريس و الطلبة الجدد و الذي يتضمن وصف لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم.

مؤسس الموقع " مارك زكربيرج" أطلق الموقع في الرابع من فبراير 2004 حيث كان طالبا في جامعة هارفرد و كان الموقع في البداية مخصصا فقط للطلبة في الجامعة هارفرد لكن تم تطويره لاحقا ليصبح لطلبة الجامعات بشكل عام بالاشتراك في الموقع من ثم تم السماح ليشتمل طلبة المدارس الثانوية و أي شخص يتعدى عمره 13

سنة⁽¹⁾ و هو موقع أيضا ساعد على تكوين علاقات المستخدمين يمكنهم من تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو و التعليمات كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمان و المكان .⁽²⁾

كما يعتبر الفيس بوك واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي و هو لا يشتمل منتدى اجتماعيا فقط انما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.⁽³⁾

2.3.1.2 دوافع استخدام الشباب للفيس بوك:

تمثل العلاقات الانسانية بين الافراد الوسيط العاطفي و المعرفي الذي يبني الانسان من خلاله أهدافه في الحياة ، فنمط التعامل مع الغير و نوع العلاقة التي يبنها الفرد من قوة و ضعف ، سلبية و ايجابية سطحية أو عميقة ، هزلية أو جدلية و نوع ارتباطها بالأسرة أو الصداقة أو العواطف أو المصالح و نتائج كل علاقة من ذلك و اثارها على اتجاهات الفرد أو قيمة ، و ما تورثه هذه من ايجابيات تدعم الفرد و تنمية مشاكل تتسبب في الضرر المباشر له.

و من ثم سعى الشباب الى تكوين علاقات انسانية و اجتماعية خاصة بهم خارج محيط الأسرة و العائلة و قد يكون ذلك نتيجة لاقتصادهم للدفيء الاسري أو نتيجة

¹ - وائل مبارك خضر فضل الله .أثر الفيس بوك على المجتمع ، مدونة شمس النهضة، 2010، ص12.

² - مبارك الصاعدي، سلطان مسفر. الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة ، شبكة الاوكة ، 2011، ص11.

³ - عباس مصطفى . الاعلام الجديد، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، ط1، عمان، دار الشروق للنشر و التوزيع،

لمعاناتهم من مشاكل نفسية و قد أوضحت دراسة قامت بها young 1998 عن ادمان الانترنت و التي أجريت على 496 مبحوث . منهم 396 أي 80% صنفوا كمدمنين أنترنت أن هناك عشرة دوافع تجعل الفرد يلجأ الى الانترنت و هي :الوحدة ،الاشياء في العلاقات الزوجية، التوتر العصبي الناتج عن العمل، الملل، الكآبة، المشاكل المالية، الاشياء من المشاكل الخارجية، القلق ، الصراع في الحياة العامة، الحيلة الاجتماعية المحدودة.

حسب دراسة قام بها (valkenburg soeters) و الذي توصل الى مجموعة من الدوافع التي تحكم في استعمال شبكات التواصل الاجتماعي:

اكتشاف الذات: بمعنى البحث عن كيف رد فعل الاخرين خاصة الاناث و كيف يظهرون في عيون الناس، و هذا بفضل السرية التي تتميز بها استعمال الانترنت ،مما يدفع المستعملين الى كشف بعض مظاهر ذواتهم و لان عواقب هذا الكشف منعدمة أو محددة.

التعويض الاجتماعي: أي تجاوز الخجل و نقائص الشخصية على العموم و بصفة خاصة عند الاناث و المنطوين نفسانيا.

التعلم و توسيع المعارف: هناك من يكون دافعه استخدام الفيس بوك لتنمية معارفه و تطويرها في مجال معين. من خلال تبادل الخبرات و التعرف بين الافراد خاصة و

أن الشبكات تجمع أفراد من كل المستويات الثقافية من مختلف البلدان و اللغات و الثقافات مما يجعلها خزاناً للمعارف و المعلومات لمن يحسن استعمالها .

اكتشاف الهوية و لعب الأدوار: هناك من يعتمد الى تغيير هويته للتعامل مع عدة أشخاص ، و يستخدم شخصية مستعارة تختلف من فرد لأخر لكي يتعرف على نظرة الناس و رأيهم عن تلك الشخصية التي قدمها لهم ، و بالتالي يحاول أن يكتشف مختلف الشخصيات من خلال لعب أدوار مختلفة فالعوامل الافتراضية تفسح المجال للفرد أن يضع هويته موضع اكتشاف و تجريب و ذلك بأن يلعب دوراً معيناً مع كل علاقة .

تحقيق الانتماء الاجتماعي: (social involvment) بحيث أن الفرد يحاول دائماً أن يجد الجماعة التي لها نفس اهتماماته و لها خصائص تتوافق مع شخصيته و بالتالي فإن " اشباع دافع الانتماء يؤدي الى اقامة روابط اجتماعية و توثيقها " مع هؤلاء الاشخاص الذين يتصل بهم و يدرش معهم.

التحرر العاطفي: (emotional release) أو كما يسميه البعض التنفس العاطفي، حيث يطلق الافراد العنان لانفعالاتهم ، و يعبرون بحرية عن المشاعر المكتومة و يبحثون بكل ما كانوا يخفونه و يسترون عليه.

الهروب من التوتر و الاغتراب : ان المدرشين يعملون على التخلص من القلق و الاضطراب الناجم عن ظروف المعيشة و عن الضغوط الاجتماعية كما يحاولون مسايرة العالم المحيط بهم لكي يتخلصوا من الاغتراب.

الترفيه و التسلية: يحاول مستخدمو الفيس بوك أن يقضوا على اوقات فراغهم و الترفيه من خلال النقاش مع أفراد اخرين و التسلية عبر مختلف الطرق المتاحة.

الاسترخاء و التخلص من الاحباط: (relaxation) يمكن الاسترخاء و الاستراحة عبر النقاش الالكتروني ، خاصة إذا ما كان الحديث يتم مع أشخاص لهم نفس الانشغالات و المشاكل ، فالتعبير الحر يساعد كثيرا على التخلص من القلق و التوتر و الاحباط.

الحصول على المعلومات: (information seeking) يستطيع الافراد أن يتحصلوا على معلومات قيمة و هامة من خلال الاتصال مع الاخرين خاصة ان مشاركة في الشبكات الاجتماعية متواجدة في أماكن متباعدة و مختلفة.

التعارف و بناء علاقات جديدة: تساهم الدردشة عبر الفيس بوك بنسبة كبيرة في اقامة علاقات جديدة و بالتالي في تشكيل النسيج الاجتماعي.

التخلص من العزلة و الوحدة: من خلال التواصل مع الاخرين و التفاعل معهم بصفة دائمة فهناك من يبحث عن يقاسمه نفس الاهتمامات و الهوايات لكي يتخلص من شعور الوحدة و الانفصال عن المجتمع .

الانتماء و المرافقة: و هذا يكون في حالة فراغ و الاحساس بالضجر و القلق مما يجعل الفرد يحاول أن يقتل الوقت بأي وسيلة .

التفاعل الاجتماعي : أي التعامل مع الغير، و هذا ضروري في حياة أي انسان و لابد أن يكون تفاعل مع المحيط الاجتماعي.

حاجة التعبير: و هذه الحاجة تعتبر من الحاجات الاساسية التي يستعمل لا جملها¹ الافراد الشبكات الاجتماعية.

¹- محمد السيد حلاوة. العلاقات الاجتماعية للشباب. دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية. ط1، 2011، ص 76.

2.2 الميديا الجديدة و تأثيرها على الشباب.

1.2.2 أثار الفيس بوك على الشباب :

الأثار الإيجابية:

- وجد مجتمع الشباب في الفيس بوك نافذة تطل على العالم و ساحة للتعبير و ابداء الراي و في التواصل و مشاركة أصدقائك تفاصيل حياتهم كان له أعظم الاثر في ارتباط مستخدمي الانترنت بالفيس بوك.

-الناس دائما يسعون لاقامة علاقات جديدة و التواصل مع العلاقات القديمة فجاء الفيس بوك كحل سحري ذلك في العالم الافتراضي الذي اكتسب أهميته و دوره.

-ساهم الفيس بوك كثيرا و تلقائيا في عملية النشر و قراءاته وقد ارتفع بشكل كبير. -تطوير سرعة الكتابة.

-المشاركة في دعم الحملات و النشاطات الخيرية عبر الانضمام لمجموعة معينة قد تمثل أنت و أصدقاؤك نسبة مقدره في قياس قبول الرأي العام لتلك الفكرة.

الفيسبوك فرصة للاتصال بطلبة العلم و الأدباء ة الاعلاميون و المؤثرين في المجتمع مباشرة دون وسائط.¹

الأثار السلبية :

الفيس بوك حاله حال الكثير من الاختراعات و التقنيات التي أثرت في حياة البشر فإلى جانب المضي للمجموعات و النشاطات التي ساعدت الشباب على تنفيذ أعمال

¹ مبارك وائل خضر، المرجع السابق، ص18.

مفيدة و تحقيق الكثير من الاهداف هناك الكثير من الاثار السلبية على مستخدميه منها:

-إضاعة الوقت :بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى و من ملف لآخر و لا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي فائدة له أو لغيره فالفيس بوك يهدر الكثير من وقت الشباب دون فائدة تجنى فهناك أعداد كبيرة من طلاب الجامعات يقضون أكثر من 10 ساعات في تصفح الفيس بوك فقط.

-الإدمان و إضعاف مهارة التواصل : هي من أهم الأثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب و المراهقين فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر و هدره في تصفح المواقع يؤدي الى عزلهم عن مواقعهم الاسري و عن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع و بما أن التواصل بين الناس بشكل مباشر يؤدي الى تطوير المهارات التي تساعد الشباب في مجالات الاتصال الانساني حيث تنمي الحس بالمسؤولية تجاه الغير و تقوي السرعة البديهية لديهم فيستطيعون التعامل مع المواقف بحذافة و نكحة و هذا ما تفتقده المواقع الاجتماعية

-انتحال الشخصيات : مازالت عمليات انتحال الشخصيات المشاهير تضرب

أطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية متخذة منها مكانا خصبا للتشويه و الابتزاز و

ترويج الشائعات و كسب المال و تحريف الحقائق عن مسارها

التعرض الى محتويات اعلامية لا تتماشى مع أخلاق أفراد المجتمع مما يمثل تهديدا

للأشخاص المتحاورين .

الانفتاح على ثقافة العالم و انتشار حرية التعبير عن الرأي دون خوف من أي

ملاحقة.

تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تسبب الكثير من

الأضرار المعنوية النفسية على الشباب.(1)

2.2.2 دور الفيس بوك في الحصول على الأخبار:

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي ثورة جديدة من نوع آخر في نقل الأخبار و

المعلومات حيث أصبحت هذه المواقع بمثابة وسائل إعلام يعتمدها الكثير في

الحصول على الأخبار و إبداء الآراء و معرفة ما يجري حول العالم في أسرع وقت ،

و ذلك لتمييزها في سرعة نقل المعلومة و إيصالها الى عدد كبير من الجمهور الذي

أصبح البعض منه يشعر بالملل لقراءة الصحف كما ساهمت المواقع في طرح و

مناقشة العديد من القضايا و الوصول الى الحلول لها فهناك من يرى أنها تعتبر

1 - علي خليل شقرة. الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، الاردن، ط1. دار اسامة للنشر و التوزيع،

مصدرا هاما للحصول على المعلومة و الخبر و هناك من يرى أنها ليست مصدر ثقة و أن ما ينشر فيها لا يفي بالغرض و تعتبر مؤشرات للبحث عن بقية المعلومات الكافية.(1)

فشبكات التواصل الاجتماعي هي فضاءات عمومية افتراضية صارت تؤدي دورا هاما يجب الانتباه اليه و التفكير فيه بعيدا عن خطاب الاختفاء و الانبهار فتلك الفضاءات كالفيس بوك على سبيل المثال صارت فعلا مصدرا للأخبار في بعض الحالات لاسيما الصفحات الخاصة بالسياسيين و المثقفين و قادة الرأي و لكنها تبقى مصدر غير موثقة للأخبار لأنها فضاءات افتراضية.

أما ناحية المصداقية فيجب على التفريق بين الاخبار التي تستقى من هذه المواقع حسب مصدرها فالخبر المتناقل عبر الافراد و المشتركين بصفة عامة لا يكتسب المصداقية المطلقة و يكتنفه الشك المصاحب للقصور المهني للخبر و غيره من الجوانب التي لا تجعل المتلقي متيقنا و لا مندفعاً لنشره بعكس الخبر الذي يعود مصدره لصفحات الوكالات و القنوات الاخبارية الذي يكتسب المصداقية حسب الثقة التي تبنتها هذه الوكالة أو تلك مع جمهورها و من الأمور السلبية أن هذه المواقع قد تكون وسيلة سهلة لنشر الاشاعة و الاخبار الكاذبة غير ان أهم إيجابياتها أنها

1- بويكر بويكر. استعمال وسائل الاعلام الاجتماعية كمصدر للأخبار، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام و الإتصال، جامعة باتنة ، 2016، ص199 .

تجعل المتلقي مشاركا بل و صانعا للخبر أحيانا ما يجعله حريصا على متابعتها اعتقادا منه أنه أصبح مساهما في صنع اتجاه الرأي العام في المجتمع.

و بالرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدرا من مصادر الاخبار و لكنها ليست كافية لأن ما يعرض أو ما ينشر في هذه المواقع من معلومات من مشاركات أو تعزيزات متصفح الفيس بوك تأتي بمعلومات غير وافية و في اغلب الاحيان تكون منقوصة لكنها تكون عبارة عن مؤشرات للصحفي لكي يبحث عن كافة المعلومات التي تكمل هذه المعلومات

و أشار المساجدي الى انه قد تكون منشورات التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" موثوقة خاصة ان كانت من مصادر موثوقة مثل سياسيين و كتاب أو ناشطين⁽¹⁾

¹- موقع الراية، الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي. 10.04.2018. Alrayah.net.blogspot.com

خلاصة الفصل:

فمن هذا نستطيع القول أننا أصبحنا في عصر التكنولوجيات في مجال الاتصال باختلاف أنواعه و مميزاته خاصة موقع الفاي سبوك الذي يعتبر من أحد أهم المواقع الاجتماعية في الحياة اليومية للأفراد.

الجانب التطبيقي

تمهيد:

بعد التطرق إلى الجانب النظري و تحديد إشكالية البحث و الهدف منه و بسبب اختيار و عرض المفاهيم الأساسية للموضوع ، تطرقنا الى الجانب التطبيقي لمحاولة اختيار الأسئلة و ذلك بالاعتماد على تطبيق أدوات الدراسة التي تساعدنا على جمع المعلومات .

فقد تعرضنا في هذا الفصل إلى منهجية البحث التي تشمل على الدراسة الوصفية و الأدوات المستعملة و مناقشة النتائج.

صدق أداة الدراسة:

للتأكد من صدق الأداة تم عرضها على 02 محكمين أستاذة ممن لهم إطلاع و اهتمام بموضوع هذه الدراسة و هم: بعلي سعيد ، و فقير رشيد ، و من ثم أخذنا اقتراحاتهم و موافقتهم على الاسئلة بعين الاعتبار و تم حذف الأسئلة التي أجمعوا على وضوحها.

1. تحليل البيانات الميدانية:

جدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة	التكرار	التوزيع الجنس
36.66%	33	ذكر
63.33%	57	انثى
100 %	90	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الإناث أعلى من نسبة الذكور و التي قدرت ب 63.33% بمعدل 57 أنثى من مجموع 90 مبحوث و تقدر نسبة الذكور ب 36.66% بمعدل 33 ذكر من مجموع 90 مبحوث و هذا راجع الى كون أننا اخترنا عينة بطريقة قصدية كما أن نسبة الإناث اللواتي يلتحقن بالجامعة هم أكبر نسبة من الذكور إضافة الى طبيعة التخصص الذي توجد فيه الأغلبية للإناث.

جدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	السن / التوزيع
%53.33	40	24-20
%43.33	39	30-25
%3.33	03	35-31
%100	90	المجموع

التحليل:

يبين الجدول رقم (02) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أن الطلبة التي تتراوح أعمارهم بين 20 الى 24 سنة يحتلون أكبر نسبة و التي تتمثل في %53.33 و تأتي في المرتبة الثانية الفئة العمرية من 25 الى 30 سنة بنسبة %43.33 و الفئة العمرية من 31 الى 35 سنة بنسبة %3.33 و هذا أمر طبيعي فأكبر سنا يكون لديهم اهتمامات و حاجات جدية و هم الفئة الأكثر تواجدا في الجامعة أما من هم الأكبر من 31 الى 35 سنة فنادرا ما نجدهم بالجامعة.

جدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي

النسبة	التكرار	التوزيع المستوى
34.44%	31	ليسانس
65.55%	59	ماستر
100%	90	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة هي الماستر بنسبة 65.55% ما يعادل 59

من العدد الاجمالي ثم تليها ليسانس بنسبة 34.44% ما يعادل 31 من المجموع

الكلي، و بسبب ارتفاع نسبة الماستر ربما لكثرة تواجدهم بالمحيط الجامي في الفترة

المحددة للدراسة.

جدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص

النسبة	التكرار	التوزيع / التخصص
%16.66	15	إعلام و اتصال
%15.55	14	إعلام
%14.44	13	اتصال تنظيمي
%26.66	24	وسائل الإعلام و المجتمع
%15.55	14	اتصال و علاقات عامة
%11.11	10	سمعي بصري
%100	90	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة هي تخصص وسائل الإعلام والمجتمع وهذا بنسبة %26.66 أي ما يعادل 24 من العدد الإجمالي ثم تليها نسبة طلبة اعلام و اتصال بنسبة %16.66 ما يعادل 15 من العدد الكلي و تليها كلا من نسبة اتصال و علاقات عامة و الاعلام بنسبة %15.55 ما يعادل 14 من المجموع الكلي ، ثم تليها نسبة الاتصال التنظيمي ب %14.44 أي ما يعادل 13 من المجموع الكلي و أخيرا نسبة السمي البصري ب %11.11 ما يعادل 10 من العدد الكلي.

المحور الأول: الشباب و شبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاستخدام / التوزيع
%73.33	66	يومية
%24.44	22	أحيانا
%2.22	02	نادرا
%100	90	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن 73.33% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة دائمة و هذا يعني أنهم الأكثر تعرضا لها، 24.44% من المبحوثين يستخدمونها أحيانا و هذا يعني أنهم يتعرضون لها بمعدل متوسط كما نجد ان 02% من المبحوثين يستخدمونها بصفة نادرة و هذا يعني أن هذه الشبكات لا تشغل حيزا كبيرا من اهتماماتهم كما يوضح انشغالاتهم بأمر أخرى.

جدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب أكثر شبكات التواصل الاجتماعي

استخداما لدى الطلبة

النسبة	التكرار	التوزيع الشبكات الأكثر استخداما
87.77%	79	الفييس بوك
2.22%	02	التويتر
5.55%	05	اليوتيوب
4.44%	04	الانستغرام
100%	90	المجموع

التحليل:

يمثل الجدول اعلاه توزيع أفراد العينة أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما و يتبين أن نسبة الفييس بوك بلغت 87.77% اي ما يعادل 79 من المجموع الكلي، ثم تليه نسبة 5.55% ما يعادل 5، ثم تليها الانستغرام بنسبة 4.44% أي ما يعادل 4 من المجموع الكلي، و التويتر بنسبة أقل 2.22% ما يعادل 2 من العدد الاجمالي، يتضح من الجدول أن نسبة الفييس بوك هي الأكثر استخداما لدى الطلبة و من خلال التحليل اتضح أنه يساعدهم أكثر على التواصل و هو سهل الاستعمال و كذلك من أجل معرفة الأخبار و هذا راجع الى أهمية الشبكة لدى الطلبة و مدى استخدامها على نطاق واسع يلبي مختلف اهتماماتهم و انشغالاتهم حول ما يدور في ساحة الحياة الاجتماعية

جدول رقم (07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يفضلها الطلبة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الوسيلة التوزيع
65.55%	59	الهاتف الذكي
11.11%	10	جهاز الحاسوب
23.33%	21	تابلت
100%	90	المجموع

التحليل:

يظهر من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام الهاتف الذكي بنسبة 65.55% ما يعادل 59 من العدد الاجمالي ثم اللوحات الالكترونية بنسبة 23.33% أي ما يعادل 21 من العدد الكلي، و هذا يدل على التطور التكنولوجي الذي تعيشه و انتشار أجهزة الهاتف النقال التي تتبع لمستخدميها تصفح الانترنت بكل سهولة و بتكلفة منخفضة نوعا ما فالطلبة يفضلون التصفح على الهاتف النقال لأنه عملي أكثر و سهل الحمل و غير مكلف على حد تعبيرهم.

المحور الثاني: دوافع استخدام موقع الفيس بوك

جدول رقم (08) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام موقع الفيس بوك

النسبة	التكرار	التوزيع
6.66%	06	بداية الاستخدام منذ أقل من سنة
27.77%	25	سنتين
65.55%	59	اكثر من 4 سنوات
100%	90	المجموع

التحليل:

يمثل الجدول أعلاه مدة استخدام أفراد العينة لموقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" و تشير نتائج الجدول الى أن أكثر نسبة تستخدم المواقع منذ أكثر من 4 سنوات و ذلك بنسبة 65.55% ما يعادل 59 من المجموع الكلي ، يليهم 27.77% يستخدمونه منذ سنتين في حين يستخدمه 6.66% منذ أقل من سنة و يمكن ارجاع سبب اقبال العديد من الشباب الجامعي في تسجيل الدخول الى الفيس بوك الى تنوع خدماته و تطبيقاته ، و أيضا تناول وسائل الاعلام التقليدية لموضوع الشبكات الاجتماعية بكثرة و تحديدا " الفيس بوك" في السنوات الأخيرة مما جعله يستميل العديد من الشباب.

جدول رقم (09): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الزمن الذي يقضيه الطلبة في استخدام الفيس بوك

النسبة	التكرار	التوزيع الزمن
%6.66	06	أقل من ساعة
%24.44	22	ساعة
%68.88	62	أزيد من ساعة
%100	90	المجموع

التحليل:

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب الزمن الذي يقضيه الطلبة في استخدام الفيس بوك في اليوم و التي تتراوح بقوة في أكثر من ساعة بنسبة %68.88 في حين يقضي باقي الطلبة ساعة بنسبة %24.44 و هي نسبة تحليل الى الاستخدام المتواصل و اليومي من طرف الطلبة و ما تحتتمه مقتضيات العصر الحالي والتكيف مع التكنولوجيا الراهنة و من جهة أخرى نجد النسبة الاقل تقدر ب%6.66 في استخدامات أقل من ساعة و هو أمر طبيعي يعود إلى مختلف الانشغالات الخاصة بالشباب و كذا الميول المختلفة لهم

جدول (10): يوضح أفراد العينة حسب الاوقات المفضلة في استخدام الفايسبوك

النسبة	التكرار	التوزيع
		الاقوات
4.44%	04	صباحا
32.22%	29	مساء
63.33%	57	الليل
100%	90	المجموع

التحليل:

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يفضلون أوقات الليل بنسبة

63.33% وذلك نظرا لتفرغ الطلبة لاستخدام موقع الفيس بوك، ثم تليه فترة المساء

بنسبة 32.22% و بدرجة أقل الفترة الصباحية للانشغال بالدراسة.

جدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الأماكن التي تستخدم فيها الفيس بوك.

النسبة	التكرار	التوزيع الأماكن
51.11%	46	المنزل
11.11%	10	الجامعة
36.66%	33	مقاهي الإنترنت
100%	90	المجموع

التحليل:

يظهر من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك في المنزل بنسبة 51.11% أي ما يعادل 46 من العدد الاجمالي و تليها مقاهي الانترنت بنسبة 36.66% ما يعادل 33 من العدد الكلي و بعدها نسبة 11.11 في الجامعة ما يعادل 10 من العدد الكلي

و يتضح أن معظم الطلبة يستخدمون الفيس بوك في المنزل نظرا للخصوصية الفردية التي تتميز بها موقع الفيس بوك حيث يفضل في كثير من الأحيان الانفراد في استخدامها.

جدول رقم (12) : يوضح توزيع العينة حسب دوافع استخدام الفيس بوك و علاقتها بمتغير الجنس.

المجموع		اناث		ذكور		الجنس
ن	ت	ن	ت	ن	ت	الإشباع المحققة
27.77%	25	29.82%	17	24.24%	08	تكوين صداقات
31.11%	28	48.08%	16	36.36%	12	اكتساب معارف
17.77%	16	21.05%	12	12.12%	04	الترفيه
17.77%	16	27.27%	09	21.21%	07	معرفة الاخبار
6.66%	6	5.26%	03	6.06%	02	تحميل الفيديو و الصور
0	/	/	/	/	/	التسويق و الاعلان
100%	90	100%	57	100%	33	المجموع

التحليل:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور الذين يستخدمون الفيس بوك بهدف اكتساب معارف هي النسب الكبيرة و قد بلغت 36.36% مقابل 48.48% و اناث ثم تأتي نسبة استخدامه بهدف تكوين صداقات 24.24% ذكور و 29.82% اناث ، ثم تأتي نسبة الذين يلجؤون اليه بهدف معرفة الاخبار ب 21.21% ذكور مقابل 27.27% اناث ، ثم تأتي نسبة استخدامه بهدف تحميل الفيديوهات و الصور بنسبة أقل بلغت 6.06% ذكور و 5.26% اناث اما للتسويق و الاعلان عن قدرت ب 00%

المحور الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي و الخدمة الاخبارية

جدول رقم (13): يوضح توزيع افراد العينة حسب اعتبار الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي مصدرا للأخبار

التوزيع	التكرار	النسبة
في كثير من الأحيان	43	47.77%
بعض الأحيان	43	47.77%
قليلا	04	4.44%
المجموع	90	100%

التحليل:

يمثل الجدول أعلاه توزيع افراد العينة حسب اعتبار الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي مصدرا للأخبار و يتضح من خلال النتائج أن النسبة التي اختارت في كثير من الأحيان و بعض الاحيان مقدرة ب 47.77% ما يعادل 43 من المجموع الكلي و النسبة التي اختارت قليلا هي النسبة الأضعف تقدر ب 4.44% ما يعادل 4 من المجموع الكلي و هذا يدل على ان الكثير من الطلبة يعتبرون أن شبكات التواصل الاجتماعي هي مصدرا للأخبار.

جدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مصادر الحصول على الأخبار اليومية.

النسبة	التكرار	التوزيع مصادر الاخبار
%2.22	02	الصحافة
%1.11	01	الاذاعة
%25.55	23	التلفزيون
%70	63	شبكات التواصل الاجتماعي
%100	90	المجموع

التحليل:

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب مصادر الحصول على الأخبار اليومية و من خلال النتائج المتحصل عليها من الجداول تبين أن المبحوثين يستقون مجمل الأخبار من شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 70% و التي بدورها تمثل نوعا آخر مميذا و جديدا يقدم الخدمات الاخبارية الجاهزة و السريعة بتكلفة أقل ثم تأتي في المرتبة الثانية التلفزيون بنسبة 25.55%، ثم تليها الصحافة بنسبة اقل 2.22% والاذاعة بنسبة 1.11% نظرا للهيمنة الكبيرة التي شهدتها الساحة اليوم في مصادر الإعلام.

جدول رقم(15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الأخبار التي يتصفحها

الطلبة و علاقتها بالجنس

المجموع		اناث		ذكور		الجنس / طبيعة الأخبار
ن	ت	ن	ت	ن	ت	
25.55%	23	28.7%	16	21.21%	07	محلية
44.44%	40	40.35%	23	51.51%	17	وطنية
30%	27	31.57%	18	27.27%	09	دولية
100%	90	100%	57	100%	33	المجموع

التحليل:

من خلال الجدول يتضح لنا ان اراء فئات المبحوثين مقارنة نوعا ما في تفضيل طبيعة الاخبار فنجد أغلب الفئات تفضل الاخبار الوطنية مقدره ب 44.44% موزعة بنسبة 51.51% ذكور مقابل 40.35% اناث ، اما في الترتيب الثاني فنجد الطلاب يفضلون الاخبار الدولية بنسبة 30 موزعة بنسبة 27.27% ذكور و 31.57% اناث و في حين تأتي الاخبار المحلية بنسبة 25.55% موزعة على الذكور بنسبة 21.21% مقابل 28.07% اناث و هذه النتيجة تعني أن الطلبة يفضلون الاخبار الوطنية أكثر لتحديد توجهاتهم كون عينة الدراسة تكون اهتماماتهم منصبه في معرفة كل ما يدور من أخبار و أحداث في الدولة التي يعيشون فيها.

جدول رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوعية الاخبار التي يفضل تصفحها عبر موقع الفيس بوك

النسبة	التكرار	التوزيع نوعية الاخبار
54.44%	49	اجتماعية
5.55%	05	اقتصادية
21.11%	19	ثقافية
11.11%	10	سياسية
7.77%	07	فنية
100%	90	المجموع

التحليل:

من خلال الجدول السابق يتضح لنا اهتمام فئة البحث بأغلبهم نظرا لاختلاف الرؤى و التوجهات و الافكار و كان على رأسها الاخبار الاجتماعية و الثقافية بنسبة 54.44% و 21.11% هي ذات صلة بكل المعلومات و القضايا التي تتصل مباشرة بالجانب العلمي و اللغوي و الاجتماعي للشباب و هذا راجع الى متابعة المبحوثين لأخر المستجدات و الاخبار التي تخص المجتمع ، ثم تليها الاخبار السياسية بنسبة 11.11% و الاخبار الفنية بنسبة 7.77% و الاخبار الاقتصادية بنسبة أقل 5.55% و هي كلها مجالات متنوعة و متشعبة لا يمكن ردها الى تطلعات الشباب و اختياراتهم الخاصة.

جدول رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى الاستفادة من التصفح اليومي للأخبار مع موقع الفيس بوك و علاقتها بمتغير الجنس.

المجموع		اناث		ذكور		الجنس الاستفادة من التصفح
ن	ت	ن	ت	ن	ت	
23	%25.55	15	%26.31	08	%24.24	الى حد كبير
67	%74.44	42	%73.68	25	%75.75	الى حد ما
00	%00	00	%00	00	%00	لا أستفيد
90	%100	57	%100	33	%100	المجموع

التحليل:

تبين من خلال الجدول أن 74.44% من الطلبة الذين يستفيدون من التصفح اليومي للأخبار في موقع الفيس بوك الى حد ما و هذه النسبة توزعت على 75.75% ذكور ما يعادل 25 مقابل 73.68% اناث و هذا راجع الى رغبة الافراد في تنمية معارفهم و الاطلاع الدائم على الاحداث و تصفح الاخبار و كذا التنقيف ، اضافة الى نسبة الطلبة الذين يستفيدون إلى حد كبير بنسبة 25.55% موزعة على 24.24% ذكور و 26.31% اناث في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين أعرضوا عن استفادتهم من التصفح اليومي للأخبار ب 0% و ربما هذا راجع الى أنهم يتصفحون لمجرد الفضول.

جدول رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى التفاعل مع الأخبار المذاعة

على موقع الفيس بوك و علاقتها بمتغير الجنس

المجموع		اناث		ذكور		الجنس التفاعل مع الاخبار
ن	ت	ن	ت	ن	ت	
16.66%	15	14.03%	08	21.21%	07	دائما
72.22%	65	73.68%	42	69.69%	23	أحيانا
11.11%	10	12.28%	07	5.26%	03	نادرا
100%	90	100%	57	100%	33	المجموع

التحليل:

يوضح الجدول مدى التفاعل الحاصل بين المتلقي من مجتمع البحث المدروس والخبر المذاع عبر مواقع الفيس بوك فأغلب المبحوثين يتفاعلون مع الخبر أحيانا بنسبة 72.22% موزعة على الذكور بنسبة 69.69% و الاناث 73.68% أي ما يعادل 65 من العدد الاجمالي ، و بعدها تسجل نسبة التفاعل بصفة دائمة بنسبة 21.21% ذكور و 16.66% اناث اي ما يعادل 15 من العدد الاجمالي ثم تليها

نادرا بنسبة 11.11% أي ما يعادل 10 من المجموع الكلي موزعة كالتالي 5.26
%أي ما يعادل 3 من مجموع الذكور و 12.28% ما يعادل 7 من مجموع الاناث.

تبين من هذا الجدول أن النسبة الأكبر تتفاعل مع الأخبار المذاعة على موقع الفيس بوك نظرا لاهتماماتهم و انشغالاتهم بالقضايا التي تهمهم و هذا يعود الى أن الانسان يعيش حالة تفاعل دائم مع البيئة المحيطة به و هذا من خلال تحليل المعلومات استفسرنا من الطلبة كيف يتفاعلون مع هذه الاخبار فمعظمهم يتفاعلون عن طريق الاعجاب أو الدردشة أو عن طريق التعليقات أو المشاركة بميلهم للتعبير عن آراءهم و أفكارهم و اتجاهاتهم و اتجاه مختلف المشاركات التي يضعها الاصدقاء أو يجدونها في مختلف الصفحات و المجموعات التي ينتمون اليها.

جدول رقم (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة الثقة المحصل عليها في

موقع الفيس بوك

النسبة	التكرار	التوزيع	درجة الثقة
%5.55	05		الى حد كبير
%80	72		الى حد متوسط
%14.44	13		الى حد ضعيف
%100	90		المجموع

التحليل:

تبين من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة يتقنون في المعلومات المنشورة في موقع الفيس بوك بدرجة متوسطة و هذا بنسبة 80% و هذا معيار لقياس مصداقية المعلومات المنشورة عبر المواقع و التي تعني ثقة الجمهور بها أما عن نسبة المبحوثين الذين لا يتقنون في المعلومات المنشورة عبر الفيس بوك او ثقتهم بها ضعيفة فقد قدرت ب 14.44% و هذا راجع الى أنهم لا يتقنون في مصادر الاخبار أو كما أشرنا من قبل يتقنون في مصادر أخرى، أما بالنسبة للمبحوثين الذين يتقنون في المعلومات المنشورة عبر الفيس بوك استطاع فرض نفسه من خلال تكوين جمهور من المتصفحين يتقنون في ما يقدمه من الاخبار و على العموم مهما اختلفت

درجة ثقة المبحوثين في مواقع الفيس بوك فإنهم يتقنون الى حد ما بما يقدمه الموقع من أخبار و معلومات حسب مصدرها و طبيعة الخبر بحد ذاته.

جدول رقم (20): يوضح توزيع أفراد العينة حسب امكانية التأكد من صحة الأخبار المنشورة في الفيس بوك من مصادر اعلامية أخرى و علاقتها بمتغير الجنس:

المجموع		اناث		ذكور		الجنس التأكد من صحة الخبر في مصادر أخرى
ن	ت	ن	ت	ن	ت	
53	%58.88	29	%50.87	24	%72.33	نعم
37	%41.11	28	%49.12	09	%27.27	لا
90	%100	57	%100	33	%90	المجموع

التحليل:

يمثل الجدول امكانية التحقق من صحة الأخبار المنشورة في الفيس بوك من مصادر أخرى و يتضح من بيانات الجدول أن طلاب علوم الاعلام و الاتصال الذين يتأكدون من صحة الخبر المنشور في الفيس بوك من مصادر اعلامية أخرى والذين أجابوا بنعم جاء في الترتيب الاول و ذلك بنسبة مقدارها 58.88 %موزعة بنسبة 72.33 %ذكور مقابل 50.87 %للإناث و جاء الترتيب الثاني للطلاب الذين لا يتأكدون من صحة الخبر من مصادر أخرى بنسبة مقدرة ب 41.11

%موزعة بنسبة 27.27% ذكور مقابل 49.12% اناث و هذا يعني أن نسبة كبيرة من الطلاب يتأكدون من صحة الأخبار من مصادر أخرى.

نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات:

❖ أشار أغلب أفراد العينة الى انهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصفة منظمة و دائمة بنسبة 73.33% و خاصة موقع الفيس بوك بنسبة 87.77%

نظرا لانتشاره الكبير في الاواسط الاجتماعية الحالية

❖ أكد أغلب أفراد العينة أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يكون عبر الهاتف الذكي بنسبة 65.55% و نظرا للتطور التكنولوجي الذي نعيشه و انتشار أجهزة الهواتف النقالة سهل لمستخدميها التصفح بسهولة.

و بالتالي فإن الفرضية الاولى للدراسة التي تفترض أن الشباب الجامعي يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بصفة مستمرة قد تحققت كليا.

❖ أكد أغلب المبحوثين أنهم يستخدمون موقع الفيس بوك أكثر من ساعة بنسبة 68.88% و هذا يحيل الى الاستخدام المتواصل من قبل الطلبة و أنهم يفضلون أوقات الليل بنسبة 63.33% نظرا لتفرغ الطلبة في استخدامه.

❖ أجمع أفراد العينة أنهم يستخدمون موقع الفيس بوك في المنزل أكثر بنسبة 51.11%.

أشارت الدراسة الى أن نسبة عالية من المبحوثين يرى أن الدافع الأكبر من استخدام الفيس بوك هو اكتساب المعارف بنسبة بلغت 36,36%

وبالتالي فان الفرضية الثانية للدراسة والتي تفترض ان الشباب الجامعي يستخدم موقع الفايسبوك لتوسيع نطاق البحث العلمي وبغرض التعارف قد تحققت كليا.

❖ معظم أفراد العينة يعتبرون شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا للأخبار بنسبة 70 %

❖ أكد أغلبية المبحوثين أنهم يفضلون تصفح الاخبار الوطنية بنسبة 44.44% خاصة الاخبار الاجتماعية منها بنسبة 54.44%.

❖ أغلبية أفراد العينة الذين يستفيدون بنسبة كبيرة من التصفح اليومي للأخبار في موقع الفيس بوك 74.44%

❖ معظم المبحوثين يتفاعلون مع الاخبار بنسبة 72.22% نظرا لاهتماماتهم وانشغالاتهم بالقضايا التي تصفهم.

❖ غالبية المبحوثين يثقون الى حد ما بموقع الفيس بوك بدرجة متوسطة بنسبة 80%

❖ أجمع أفراد العينة أن نسبة كبيرة منهم يتأكدون من صحة الخبر المنشور في الفيس بوك من مصادر اعلامية أخرى.

و بذلك فإن الفرضية الثالثة و مفادها مصداقية الخبر في موقع الفيس بوك تبقى نسبية لدى المبحوثين وفقا للخبر و مصدره قد تحققت كليا.

مما سبق نرى أن فروض هذه الدراسة تأكدت أبعادها في جزء كبير منها.

الختامة

الخاتمة:

يمكن القول بأن الانترنت تعتبر من أهم الوسائل و التقنيات المعاصرة التي ساهمت في تعميم المعرفة و نشرها على مساحات واسعة من العالم و أهم وسيلة لتبادل الخبرات و المعارف كما تعتبر الوسيلة الأسرع في نشر الأخبار و التقارير ، فقد استطاعت بما تملكه من خدمات و سمات اتصالية أن تفتح مجالات التواصل و التفاعل بين الناس من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و التي من أبرزها الفيس بوك الذي أصبح يجمع بين الملايين من المشتركين من مختلف العالم و هذا من خلال الدور الذي لعبه في الآونة الأخيرة من خلال نشر الأخبار ، و منه يمكن القول أن موقع الفيس بوك أصبح أحد الوسائل الاتصالية المهمة التي يلجأ اليها المتصفحون للحصول على المعلومات و التزود بالأخبار كما أنهم يستفيدون من الأخبار التي ينشرها و يعتمدون عليها كمصدر للأخبار.

و قد حاولنا في دراستنا تفصي حقيقة اعتماد الشباب الجامعي على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار بدءا بالكشف على سبل هذا الاعتماد مع التركيز على الخيارات المتاحة التي تقدمها هاته الشبكات ضمن الإطار العام للخدمات الإخبارية و الإعلامية بكافة أنواعها مع توضيح استفادة الجانب الإخباري من تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة.

قائمة المصادر

و المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

قائمة المصادر:

1. المعاجم و الموسوعات:

(1) عصام نور الدين. معجم الوسيط العربي. دار الكتب العلمية. بيروت، ط1، 2005.

(2) محمد جمال الفار. المعجم الإعلامي، دار أسامة المشرق الثقافي، عمان. الأردن، 2010.

(3) محمد جمال الفار، المعجم الاعلامي، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2006.

(4) محمد هادي اللحام، محمد سعيد زهير علوان، قاموس عربي. عربي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، د.ط، 2007.

قائمة المراجع:

2. الكتب:

(5) أحمد جوهر أحمد، الاعلام الالكتروني واقع و أفاق، دار الكلمة للنشر و التوزيع، ط1، مصر، 2004.

- (6) بن مرسلې أحمد، مناهج البحث العلمي في علم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2005.
- (7) جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في التحولات المستقبلية، ط4، 2014.
- (8) خالد غسان يوسف مقداي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر و التوزيع، ط1، الاردن، 2013.
- (9) رضوان بلخيري، مدخل الى الإعلام الجديد مفاهيم و الوسائل و التطبيقات، دار الجسور، الجزائر، ط1، 2014.
- (10) رحي مصطفى عليان، اساليب البحث العلمي، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2008.
- (11) زهوان حامد عبد السلام، علم النفس، النمو، عالم الكتب، القاهرة، 1995.
- (12) السيد أحمد مصطفى، البحث الاعلامي، مفهومه، اجراءاته و مناهجه، دار الفلاح للطباعة و النشر، ط2، 2003.
- (13) الصادق رابح، الاعلام و التكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي، العين الامارات العربية المتحدة، ط1، 2004.
- (14) علي خليل شقرة، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2014.

- 15) عبد الكريم علي الديسي، وسائل الاعلام، أدوات تعبير و التغيير، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013.
- 16) عليان ربحي مصطفى، المكتبة الالكترونية و المكتبات الرقمية = électronique digital libraries، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2009.
- 17) عباس مصطفى، الاعلام الجديد، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2013.
- 18) عامر ابراهيم القندلجي، الاعلام و المعلومات و الانترنت، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2013.
- 19) عبد محمد عبد العزيز، مشكلات الشباب و اتجاهاتهم و توقعاتهم، معهد التخطيط القومي، القاهرة، 1999.
- 20) علي محمد شمود، الاتصال الدولي و التكنولوجيا الحديثة: الانترنت، القمر الصوتي "الميلتيميديا"، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، 2004.
- 21) عيد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في مصر و تونس من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، جامعة الشرق الاوسط، 2011.
- 22) عبد الأمير الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشرق للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2006.

- (23) غسان منير، علي أحمد، الهويات الوطنية و المجتمع العالمي و الاعلام، دراسات في إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2004.
- (24) فيصل دليو و آخرون، العولمة و اشكالية حياد تكنولوجيا الاتصال الدولي ملتقى دولي حول الجزائر و العولمة ، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 1999.
- (25) مبارك وائل خضر، أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة السودان، 2010.
- (26) محمد عبد الحميد، الاتصال و الاعلام على شبكة الأنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
- (27) مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، الشبكة الالوكة، السعودية، 2011.
- (28) محمد السيد حلاوة، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الأنترنت الفيس بوك، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، ط1، 2011.
- (29) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصة، الجزائر، ط2، 2006.
- (30) محمد أدهم، فنون التحرير الصحفي بين النظرية و التطبيق.

- 31) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصة للنشر، د ط، 2004.
- 32) يوسفى عبد الرؤوف، مناهج علوم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1994.
- 33) هيثم الهيثي، الاعلام السياسي و الاخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، د ط، 2010.
- 34) نبيل علي، الثقافة العربية و عصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2001.
- 35) نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء الوعي السياسي لدى الشباب العربي، الجزائر، جامعة الجلفة، د.س.
- 36) نورهان منير حسن، القيم الاجتماعية للشباب، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ط1، 2008.

3. المجالات:

- 37) أحمد أبو زيد، هل تفلت الانترنت من الهيمنة الأمريكية؟ مجلة العربي، ع. 565، 2005.
- 38) أحمد أبو زيد ، الانترنت الساحة الأخيرة للديمقراطية، الرقمية. مجلة العربي، ع. 541، الكويت، ديسمبر، 2003.

(39) وليد الشوبكي، من يحكم الانترنت، العربي العلمي، الكويت، ديسمبر، 2006.

(40) رامي شريم، الاعلام الالكتروني مقارنة نقدية، مجلة الاذاعات العربية، تونس، 2001.

4. الرسائل الجامعية:

(41) سبوك قويدر، الجامعة و المحيط الاجتماعي و الاقتصادي، دراسة سوسيولوجية، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، جامعة وهران، 2008.

(42) ياسمينه خدنة، واقع تكوين طلبة الدراسات العليا في الجامعة العليا الجزائرية، رسالة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاجتماع، جامعة قسنطينة، 2008.

(43) مليكة هارون، الاتصال في أوساط الشباب في ظل تكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2004. 2005.

5. المراجع باللغة الأجنبية:

44) Al. Hareth muhammad abu husien saleh al- sukkar.all./te
impact of social network site to determine student's

orinetations. Fild study on jordamanprivate universities,

2013.

6. مواقع الأترنت:

45) موقع مخبر الدراسات الاعلامية و الاتصالية . 02. 19. www ceaid.net

2018.

46) موقع الرأية، الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي:

Alrayah. Net. Blogspot. Com. 13. 02. 2018.

47) <https://nata3alam.imtel.com>. 22. 01. 2018.

48) [http//www.Academia.Edu](http://www.Academia.Edu) 22.01.2018. عبيد عصام

الملاحق

السمات العامة:

1. الجنس:

ذكر انثى

2. السن:

من 20 الى 24 من 25 الى 30 من 31 الى 35

3. المستوى الجامعي:

ليسانس ماجستير

4. التخصص:

المحور الاول: الشباب و شبكات التواصل الاجتماعي

1. هل انت من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

يوميا احيانا نادرا

2. ماهي اكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما لديك

الفايسبوك التويتر اليوتيوب انستغرام

لماذا.....

3. هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي عن طريق

الهاتف الذكي جهاز الحاسوب تابلت

المحور الثاني: دوافع استخدام موقع الفيسبوك

1. منذ متى وانت تستخدم موقع الفيسبوك

منذ اقل من سنة سنتين اكثر من 4 سنوات

2. ماهي مدة استخدامك للفيسبوك

اقل من ساعة ساعة ازيد من ساعة

3. ماهي الاوقات المفضلة لديك لاستخدامك الفيسبوك

صباحا مساء الليل

4. هل تستخدم الفيسبوك في

المنزل في الجامعة مقاهي الانترنت

5. ما هو دافعك لاستخدام الفيسبوك

تكوين صداقات اكتساب المعارف الترفيه معرفة الاخبار
تحميل الفيديو والصور التسويق الاعلان

.....اخرى

المحور الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي والخدمة الاخبارية

1. هل ترى ان شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا للاخبار

في كثير من الاحيان بعض الاحيان قليلا

2. ماهي مصادرك في الحصول على الاخبار اليومية

الصحافة الاذاعة التلفزيون شبكات التواصل الاجتماعي

3. ما طبيعة الاخبار التي تتصفحها

محلية وطنية دولية

4. ما نوعية الاخبار التي تفضل تصفحها عبر موقع الفيسبوك

اجتماعية اقتصادية ثقافية سياسية فنية

.....اخرى

5. هل تستفيد من تصفحك اليومي للأخبار في موقع الفيسبوك

الى حد كبير الى حد ما لا أستفيد

6. هل تتفاعل مع الاخبار المذاعة على موقع الفايسبوك

دائماً احيانا نادرا

كيف ذلك.....

7. الى أي مدى تثق في مصداقية المعلومات المنشورة عبر موقع الفايسبوك

الى حد كبير الى حد متوسط الى حد ضعيف

8. هل تتأكد من صحة الاخبار المنشورة في الفايسبوك من مصادر اعلامية اخرى

نعم لا