

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال



مذكرة بعنوان :

تأثير المعلومات الموزعة على صفحات التواصل
الاجتماعية على واقع الشباب
(الفايسبوك نموذجاً)

من اعداد الطالب :

عرجون محمد

تحت اشراف :

د.غالم عبد الوهاب

الاسم واللقب	الرتبة	عن الجامعة	الصفة
د.بعلي سعيد	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم	رئيسا
د.غالم عبد الوهاب	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم	مشرفا ومقررا
د. عيسى عبيد نورية	استاذ مساعد	جامعة مستغانم	مناقشا

نوتت يوم كذا .04. 2018
توقيع عن مسوول المكتب
د. غالم عبد الوهاب

الموسم الجامعي :

2018/2017

اهداء

إلى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقهما

إلى من لا يمكن للأرقام أن تحصي فضائلهما

إلى والدي العزيزين أبي وأمي

إلى إخوتي و أخواتي و اخص بالذكو أخي (عرجون مولود) الذي كان

سندي ورفيق دربي في هذا المسار الجامعي و قدم لي الدعم المعنوي
والمادي .

إلى الأسرة الجامعية من أساتذة وطلبة العلم

إلى الأصدقاء: _كلواز بلال _ غرباوي محمد _ غول عبد الحميد

إلى كل طلبة تخصص وسائل الإعلام والمجتمع دفعة 2018

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب

ووفقنا إلى انجاز هذا العمل

نتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد

على انجاز هذا العمل وفي تذليل ما واجهناه من صعوبات، ونخص

بالذكر الأستاذ المشرف (د.عالم عبد الوهاب) الذي لم يبخل علينا

بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لنا في إتمام هذا البحث وكل

الاساتذة الذين رافقوني في المسار الجامعي والزملاء .

الفصل التمهيدي : المقاربة المنهجية للدراسة

الصفحة

.....	ملخص
5 مقدمة
7 إشكالية الدراسة
9 تساؤلات الدراسة
9 الفرضيات
9 أهمية الدراسة
10 أسباب اختيار الموضوع
11 أهداف الدراسة
12 طبيعة الدراسة
13 مجتمع البحث وعينته
13 عينة الدراسة
14 منهج الدراسة
16 مصطلحات الدراسة
19 الدراسات السابقة
20 نظرية الدراسة :الاستخدامات والاشباكات

الفصل الاول : محور الكيانات الافتراضية والحياة الاجتماعية على الانترنت

الصفحة

1.1. ماهية المعلومات 24

1.1.1. تعريف المعلومة لغة..... 24

2.1.1. التعريف الاصطلاحي للمعلومات..... 25

2.1.1. لفظ المعلومات في علوم الإعلام والاتصال..... 26

3.1.1. علم المعلومات..... 27

4.1.1. صناعة المعلومات..... 28

5.1.1. خصائص وأهمية المعلومات 29

2.1. المعلومات الإلكترونية

1.2.1. ماهية المعلومة الالكترونية..... 31

2.2.1. الحوامل التقنية للمعلومات الالكترونية..... 33

3.2.1. الانترنت كبيئة المعلومات الإلكترونية..... 34

4.2.1. مصادر المعلومات على شبكة الانترنت..... 35

5.2.1. معايير تقييم المعلومات على شبكة الانترنت..... 38

40	6.2.1. طريقة تقييم المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت
43	3.1. المعلومة والتغير الاجتماعي
44	1.3.1. الأهمية الاجتماعية للمعلومة
44	2.3.1. الأهمية الاقتصادية للمعلومات
45	3.3.1. الأهمية السياسية للمعلومة
46	4.1. صحافة المواطن
48	5.1. خلاصة

الفصل الثاني : الانترنت كمجال لتداول المعلومات

1.2. ماهية الانترنت

- 511.1.2 مفهوم شبكة الانترنت
- 522.1.2 نشوء وتطور شبكة الانترنت
- 59 2.2. الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت.**
- 611.2.2 التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت
- 67 3.2. السمات الشكائية للاتصال عبر شبكة الإنترنت.**
- 681.3.2 التفاعلية Interactivity
- 682.3.2 سهولة الاستخدام Accessibility
- 693.3.2 سرعة الحصول على المعلومات
- 704.3.2 التراتيبية.
- 71 4.2. الوسائط المتعددة Multimedia:**
- 725.2 ماهية الشباب
- 731.5.2 تعريف الشباب
- 74 2.5.2 حاجات الشباب**

الفصل الثالث : الإطار التطبيقي للدراسة

1.3 ماهية الفايسبوك 77

1.1.3 تعريف الفايسبوك

2.1.3 ايجابيات وسلبيات الفيسبوك..... 84

2.3 تحليل ومناقشة الاستبيان الالكتروني..... 87

3.3 نتائج الدراسة 135

خاتمة 144

قائمة المراجع.....

قائمة الجداول

قائمة الاشكال

اسئلة الاستمارة

الإطار النظري للدراسة

يواجه العالم اليوم العديد من التطورات المختلفة التي لها الأثر الكبير علي المجتمع بصورة عامه و علي الشباب بشكل خاص و من اهم هذه التطورات في عالم الانترنت المواقع الاجتماعية التي تطورت بشكل كبير الفيس بوك كموقع حاز في الاونة الاخيرة علي اهتمام كبير من مستخدمي الانترنت و ارتفاع عدد مستخدميه بشكل متسارع بالاضافة الي قرب تجاوز معدل دخوله الي محرك البحث العملاق جوجل الذي يسيطر علي اعلي رقم للدخول و الاستخدام ..كل ذلك ادي الي اهتمام الاعلام بالفيس و اصبح نوعا ما مقياس للرأي العام حول القضايا العامة عبر تطبيقاته المختلفة . .فأصبح من الضرورة بمكان أن نجد بحوث ودراسات حول ظاهرة الفيس بوك كموقع واثره علي المجتمع. أحدثت ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في السنوات القليلة الماضية تغييرات نوعية في العديد من أوجه الحياة للدرجة حيث مهدت الطريق للانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، وقد أخذت هذه الثورة تترك آثارها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على المجتمع المعاصر بشكل غير مسبق كما ونوعا ، وتمثل شبكة المعلومات أحد مظاهر ثورة المعلومات فهي تؤدي دورا أساسيا في صياغة الأنشطة الرئيسية للإنسان في شتى نواحي الحياة، فأصبح من خلالها إزالة حواجز الزمان والمكان ومع نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الجديدة أصبحت شبكة الإنترنت بصفة خاصة همزة الوصل بين دول العالم والمحرك الفعال لمختلف الأنشطة والمجالات لجميع فئات المجتمع على المستوى العالمي وقد شهد العالم زيادة مطردة في أعداد مستخدمي الإنترنت وخاصة الشباب الجامعي . وتعتبر الانترنت من أبرز المستحدثات التكنولوجية ووسائل الإعلام الجديد في عالم ثورة المعلومات، حتى أصبحت أسلوبا للتعامل اليومي ونطا للتبادل المعرفي، كما أن الانتشار السريع لهذه الشبكة جعلها من أهم معالم العصر الحديث، لم أحادثه من آثار عميقة وتغييرات جذرية في أساليب وأشكال التواصل والاتصال المباشر وغير المباشر وقد ركز بعض الباحثين على دراسة الأبعاد التفاعلية

للاتترنت واستكشاف الاختلافات بينها وبين وسائل الإعلام التقليدية واختبار قدراتها كوسيط اتصالي خلق شبكة اجتماعية ثقافية تشبع احتياجات الناس المعرفية والاتصالية. وهذا أعادت الانترنت تشكيل النماذج التقليدية في ممارسة التفاعل البشري، فرغم اعتبار الاتصال المواجهي Face to Face Communication هو أكثر الأساليب الاتصالية فعالية، إلا أن الدراسات الحديثة أظهرت أن الانترنت كوسيط أداة فعالة للاتصال الشخصي، بل ويستخدم كأداة هامة في المشاركة والتفاعل اللحظي في كثير من المواقف ومناقشة موضوعات ليس من المرجح التحدث فيها وجها لوجه، فقد وجدت (كولر 1989, Conles) أن الوسائل التفاعلية تمتلك الكثير من السمات عنها في لدى الوسائل الالكترونية غير التفاعلية، حيث أن المستخدمين يصلون ويفصحون عما لا يستطيعون الإفصاح عنه في الاتصال الشخصي أو التليفوني خاصة لدى الأشخاص الذين لديهم قلق من التفاعل الاجتماعي ويعانون من الشعور بالوحدة ، فقد أدت التطورات المتلاحقة للاتترنت، إلى تغيير ما يمكن أن يطلق عليه طبيعة المحال العام (Public here) الذي يعيش فيه الأفراد، حيث أصبح لديهم القدرة على التعبير عن آرائهم .

1. إشكالية الدراسة.

تحولت شبكة الشبكات في ظرف قصير إلى الوسيلة رقم واحد للاتصال الاجتماعي في العالم أو ما أصبح يطلق عليها القرية الكونية، وهذا لتمييزها بتعدد الخدمات التي تقدمها مع ضالة الثمن هذه الخدمات، مع جودتها مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى، التي أصبح العديد يصفها بالتقليدية. وبما أن تداول المعلومات هي حاجة يجب اشباعها في مختلف مجالاتها الاجتماعية، الإنسانية والسياسية... الخ، ومن الأمور التي تساعد على نشر الوعي في أوساط المجتمع والمساهمة في تطوره، فإن السيرورة التاريخية التناقل المعلومات وتداولها وقنواتها قد مرت بعدة مراحل، واستخدمت العديد من الطرق والوسائل، وقامت أيضا بالتطور وفقا لتطور المجتمعات التي مورست فيها هذه العملية الاجتماعية.

ويعود ظهور المجتمعات الافتراضية والشبكات الاجتماعية عبر الشبكة العنكبوتية للبدايات الأولى لظهور الانترنت، لكنها لم تكن بهذا التطور في خدماتها ونوعية المحتويات التي يمكن تقديمها والحصول عليها من هذه المجتمعات الافتراضية، وخاصة التطور الحاصل في حجم العضوية في هذه الشبكات الاجتماعية التي أصبحت تفوق مئات الملايين، في آخر إحصائية تظهر أن حجم عضوية داخل هذه الشبكات الاجتماعية تجاوزت 975 مليوناً، أما عن الفيسبوك وهو أحد أشهر هذه الشبكات فإن العضوية فيه تجاوزت 600 مليون عضو عبر المعمورة، أكثر من 600 مليون مستخدم في موقع واحد بأرائهم والمحتويات التي يولدونها والرسائل التي يرسلونها والصور ومقاطع الفيديو وكل ما يمكن إبداعه وتقاسمه مع المستخدمين آخرين، وتقول التوقعات أنه مع حلول سنة 2012 سيتجاوز عدد مستخدمي هذه الشبكة الاجتماعية المليار أي سدس سكان العالم تقريبا. والملاحظ أن هؤلاء الأفراد يتجمعون في مجموعات في مختلف المجالات الصحة، السياسة، الثقافة، الجنس، الفن، الرياضة، التسلية، قضايا المجتمع... إلخ)، هذه التجمعات تمكن مستخدميها من إبداء آرائهم في مختلف القضايا المطروحة، وخلق حلقات نقاش تتعرف من خلالها على آراء الكثير من الأعضاء في

جميع أنحاء العالم، والمتصفح للجرائد اليومية يلاحظ أن هذه التجمعات الافتراضية تخلق مناسبات للتلاقي الواقعي بعيدا عن أجهزة الكمبيوتر، للتظاهر أو للقاء العادي للتعارف أو الإثبات الوجود وغيرها من أنواع المجموعات التي تسعى لفرض نفسها كواقع، وحتى السياسيين في مختلف بلدان العالم ورجال الدين وغيرهم أصبحوا يدخلون هذه الشبكات الاستعمالها كوسيلة لجمع الدعم، وذلك بخلق شبكات أو تجمعات النصر قضية معينة أو الحث على المقاطعة أو دعم مرشح معين في الرئاسيات أو المحليات، أو الدعوة الدين معين أو الدعوة للتبرع بالدم أو تقديم المساعدة المادية.

كما لا يمكن إغفال نجاح هذه الشبكات في مجال التعبئة السياسية والاجتماعية، وخير دليل على هذا الحراك السياسي و (الثوري) الذي تشهده الساحة العربية والمسمى بالربيع العربي، والتي تعتبر التجمعات الاجتماعية على الشبكات العالمية والشبكات الاجتماعية خاصة جزءا من الثقة الإعلامية والتواصلية.

وهذا ما يجعل للشبكات الاجتماعية موقع مهم في استيفاء المعلومات وتداولها، وهناك من يصف الشبكات الاجتماعية بظاهرة العصر ويتوقع لها الازدهار والاتساع وخاصة عظم دورها، وهذا ما دفعنا الطرح الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير موقع الفايسبوك باعتباره مصدر لتداول المعلومات على المستخدمين له ؟

الى أي مدى يؤثر الفايسبوك كمصدر للمعلومات على سلوك وعقلية الشباب باعتبارها مجال لتداول المعلومات ؟

2. تساؤلات الدراسة.

وبما أن دراستنا دراسة استكشافية استطلاعية فيمكن طرح التساؤلات التالية: - ما طبيعة الفضاء الذي يتم داخله ومن خلاله تداول المعلومات بمختلف أنواعها وأشكالها؟- ما دور المجتمعات الافتراضية والكيانات الاجتماعية الالكترونية على الخط في تكريس وتوفير مساحة مواتية لتداول المعلومات ؟

- ما هو نوع المعلومات التي يتم تداولها والحوامل التي يتم الاستعانة بها لتداول المعلومات الالكترونية داخل المجتمعات الافتراضية؟

4. الفرضيات :

هناك تأثير كبير قوي للفايسبوك كمصدر و مجال لتبادل المعلومات في أوساط الشباب
هناك تأثير محدود للفايسبوك كمصدر و مجال لتبادل المعلومات في أوساط الشباب
هناك تأثير متفاوت للفايسبوك كمصدر و مجال لتبادل المعلومات في أوساط الشباب

5. أهمية الدراسة.

لا يخفى على أحد أن المعلومة أصبحت متعلقة بمختلف جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والإنسانية، وتمثل المعلومة الركيزة الأساسية لتشكيل المعرفة، ومع ظهور شبكة الانترنت الحديثة وأجيالها المتقدمة (Web2 . 0) بمختلف تطبيقاتها وخاصة الشبكات الاجتماعية، وعظم حجم الأنترناتيون المنظمين إليها في تزايد مستمر، مما يجعلها فرصة كبيرة وبيئة مواتية لعديد من الأنشطة والخدمات ومع نجاحها اقتصاديا واجتماعيا وحتى ثقافيا.

ولا يخفى على أحد النجاح السياسي والاجتماعي للشبكات الاجتماعية والفايسبوك خاصة والتطبيقات الإعلامية الاجتماعية الجديدة، حيث تمكن مستخدمو هذا النوع من الشبكات من المشاركة في صنع لحظة دالة في مسيرة الإصلاح السياسي في تونس (ثورة الياسمين)

ومصر (ثورة 25 يناير) ليبيا (ثورة 16 أبريل) وغيرها الحركات الاجتماعية والإصلاحية أو ما يسمى ب (الثورات العربية) التي اعتمدت على تطبيقات الإعلام والتواصل الجديدة، فإن النتائج المباشرة لاستخدام هذا النوع من التطبيقات في الدعوة للتحرك الاجتماعي والسياسي كانت مذهلة، فقد جرى تسليط الضوء على دور الوسائط التفاعلية غير التقليدية في إمكانية إحداث حراك في أوساط فئات عديدة خاصة فئة الشباب.

وتكمن أهمية الدراسة في طبيعة المجتمع الذي تقع فيه هذه الظاهرة، وهو مجتمع جديد لا نعرف بالتحديد خباياه ولا معالمه، وخاصة أن جماهير الانترنت تتهافت لتكون جزءا من هذه المجتمعات، وذلك الإشباع حاجات إعلامية إجتماعية نفسية مختلفة، وكذا إشباع حب الإطلاع والوصول إلى المعلومة.

6. أسباب اختيار الموضوع.

الأسباب الذاتية : - تأثرنا الشديد بالشبكات الاجتماعية والمجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، وإيماننا العميق بأن تكون من أهم الوسائل والطرق المستعملة للتداول المعلومات والتعبئة الإلكترونية، والكثير من الحركية الاجتماعية على الشبكة على الخط (On Ligne). | - السعي لدراسة هذه الوسيلة السهلة والمجانية، وتعميم استعمالها وثقنتا بنجاحتها في عمليات الإعلام والتعبئة، وذلك لتخدم هذه الحركية قضايا عالمنا العربي والإسلامي، باعتبار التضامن الرقمي واحد من أهم الظواهر التي خلقتها الشبكة العنكبوتية والمجتمعات الافتراضية خاصة. - اهتمامنا بالاتصال والتطورات التي تحصل في هذا الميدان، وكذا تأثير التكنولوجيات على المجتمع وما تخلقه من سلوكيات وتغيرات على الفرد بصفة عامة.

*** الأسباب الموضوعية:**

- يقول الباحثان (Danielle. v. J.P.la France) و (p . j .la France e) "أن تحليل النشاطات وديناميكية سلوكيات الأفراد في مجتمع الانترنت يعتبر مختبرا جيدا للدراسة، ومجالا هاما يستحق الاستكشاف والتحليل" ¹

- ندرة الدراسات التي تتناول هذا الموضوع في الوطن العربي عامة. - ظهور المجتمعات الافتراضية الاجتماعية الإعلامية (كالشبكات الاجتماعية ومجتمعات الويكي...الخ) التي تقول بعض الإحصاءات أنها تفوقت في عدد الزيارات والارتداد في مدد زمنية من السنوات الأخيرة على تطبيقات المحادثة (MSN) و (SKYPE) وهذا ما يجعلها ظاهرة تستحق دراسة خباياها. - التركيز على مجال بحثي خصب (الإعلام الجديد، الويب 2 . 0... الخ) الذي لا يتجاوز عمر الدراسات الخاصة به العشر سنوات، وعلى هذا الأساس فان هناك حاجة ملحة لدراسات من هذا النوع وذلك المعرفة خبايا هذا المجال بطريقة علمية وأكاديمية. -

أسباب مادية: وهي أنه ويفضل الطرق والأدوات الإلكترونية لجمع المعلومات (ملاحظة الالكترونية والمقابلة والاستمارة الالكترونيين...)، وهي أدوات مجانية تقديم مجموعة من المميزات التقنية والعملية والتي تتناسب مع طبيعة البحث والعينة المراد رصدها (مستخدمي الشبكات الاجتماعية)، وهذا يتناسب مع طبيعة الدراسة وإمكانيات الباحث.

7. أهداف الدراسة.

- التعريف بهذه الوسيلة الحديثة (شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت) والمجتمعات الافتراضية

¹ -. Danielle ,v. J.P.lafrance: « l'art de bavarder sur Internet >> réseaux n 97 (1999).

بصفة عامة، وإظهار مدى فعاليتها في مجال تداول المعلومات معرفة. - إلقاء الضوء على مجتمع يعتبره الكثير من الباحثين كمقدمة للمجتمعات المستقبلية التي تظهر على الخط - والتي وصفها احد الباحثين بأنها القارة الجديدة المكتشفة - وما يحدث في خباياها.

- تقصي الوظائف الإيجابية لجانب من تكنولوجيات الإعلام والاتصال والاستفادة منه في مجالات عدة منها التوعية والإعلام والتعليم والتعبئة وغيرها، باعتبار المجتمعات الافتراضية وسيلة حديثة ومستقبلية للاتصال. - رصد تجربة الإعلام الاجتماعي داخل المجتمعات الافتراضية على الشبكة العالمية، ومدى أثر هذا النوع من الإعلام على مستخدمي شبكة الانترنت. - المقارنة بين الأنواع المختلفة للمجتمعات الافتراضية الإعلامية على شبكة الانترنت (المدونات،

مجتمعات المحتوى أو التحرير الحر... الخ) ومعرفة أوجه الاختلاف والشبه في الشكل والمضمون.

- تشخيص سمات وصفات مستخدمي الشبكات الاجتماعية الشخصية والذهنية والكشف عن أهم الخصائص العامة لسلوك مستخدمي المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت والشبكات الاجتماعية خاصة، وتأثيراته على علاقاتهم الاجتماعية والسلوك الإعلامي خاصة، من حيث معرفة مدى إقبال المستخدمين على تلقي وإرسال المعلومات التي يقومون بتوليدها، ومواضيع هذه المعلومات والبرامج والتطبيقات الأكثر استخداما لذلك.

8. طبيعة الدراسة.

يعرف الدكتور سمير محمد حسين الدراسات الاستكشافية بأنها البحوث التي يهدف من خلالها الباحث إلى الحصول على نتائج كشفية، لاكتشاف ظاهرة معينة، وذلك بتحديد نوع المشكلة قبل دراستها أو المجموعة المعنية بالفروض حول مشكلة محددة بغرض اختبارها¹. فتدخل

¹ - سمير محمد حسين: بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط 3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004.

هذه الدراسة في إطار الدراسات الاستكشافية والتي تهدف بشكل أساسي إلى الوصول لنتائج يجهلها الباحث، وذلك من أجل معرفة الإجابات المناسبة للتساؤلات المطروحة، بعد دراسة أهم المتغيرات المتعلقة بالموضوع أو الإشكالية الرئيسية، وفي هذه الحالة البحثية سيكون تداول المعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها نوع من أنواع المجتمعات الافتراضية على الشبكة العالمية، أي محاولة معرفة سير هذه العملية والتقنيات المتبعة فيها.

9. مجتمع البحث وعينته.

مجتمع الدراسة: مجتمع البحث كما عرفه بعض الباحثين مجموع محدد أو غير محدد من المفردات (العناصر، الوحدات) والمحدد مسبقا حيث تنصب الملاحظات...جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"¹، ويبسطها موريس أنجلرس بتعريفها على أنها مجموعة منهيمة أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات".ومجتمع دراستنا هم مستخدمو المجتمعات الافتراضية وكنموذج مجتمع مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك في الجزائر، والذين يحسنون التعامل مع اللغة العربية (باعتبار استمارة الدراسة باللغة العربية)

10. عينة الدراسة :

يعرف الدكتور أحمد بن مرسللي العينة على أنها عملية اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا أو منتظما المعروف لدى الباحثين بأسلوب العد العشوائي أو تحكيميا قصديا ليشكل هذا | الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الأساسية للدراسة، والعينة كلمة مشتقة من الفعل "عين" الذي يفيد في اللغة العربية معنى خيار الشيء، وبذلك فان العينة هي ما تم اختياره من هذا الشيء، وفي البحث العلمي فان العينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما"، فهي ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا، فحسب آخر

¹ - أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003

إحصائيات فإن عدد مستخدمي الشبكة الاجتماعية الفايسبوك العرب هو 24¹ مليون مستخدم برصيد نشط، مع ذلك فإن هذه الإحصاءات تقريبية وغير دقيقة، مع ذلك فإن هذا | هو مجتمع دراستنا.

أما عينة هذه الدراسة فهي كل مستخدم للشبكة الاجتماعية الفايسبوك الذين يحسنون التعامل مع اللغة العربية (باعتبار الاستمارة محررة باللغة العربية)

11. نوع العينة:

اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية ، لأن هذا النوع من العينة تخدم نوع الدراسة التي نحن بصدد القيام بها وكذا نوع البيئة والاستجابة للمشاركة في هذه الدراسة، وكان هذا الاختيار لأسباب تقنية متعلقة بميزات مفردات مجتمع الدراسة غير معروفين محددين في الزمان والمكان، وكذا تماشيها مع بيئة الدراسة الفضاء الافتراضي، للشبكة الاجتماعية "الفايسبوك" الذين يحسنون اللغة العربية وبإمكانهم فهم المصطلحات المعبرة داخل الاستمارة

12. منهج الدراسة وأدواتها

منهج الدراسة: تستخدم الأبحاث الاستكشافية عادة في مجالات العلوم التي تعاني عدم توفر الرصيد المعرفي النظريات والقوانين - بالقدر الذي يسمح لها بالانطلاق في وضع فرضيات تفسر الظواهر محل الدراسة بسهولة ودقة، لذلك يوظف هذا النوع من الأبحاث في توفير المعلومات التي تسمح بإجراء الدراسات الإختبارية للفروض، خاصة على مستوى علوم الإعلام والاتصال التي هي علوم حديثة في بدايتها الأولى لا تتمتع برصيد المعرفي الكافي من النظريات المسحية للتراث العلمي في المجالات العلمية المختلفة لتوفير المعلومات الضرورية المساعدة على التعرف بصورة جيدة على ما تحتويه هذه المجالات من معارف، لهذا ولأن دراستنا تهدف إلى التعريف بالمجتمعات الافتراضية عامة وتلك ذات الطابع الإعلامي خاصة، والهدف من هذا البحث هو تكوين فكرة عامة وأرضية صلبة عن ظاهرة

تحدث داخل هذه المجتمعات وهي تداول المعلومات عبر هذه القنوات، فإن دراستنا تنتمي إلى الدراسات الاستكشافية الاستطلاعية، حيث إن الأبحاث الاستكشافية أو الأبحاث الاستطلاعية هي تلك الأبحاث الأولية التي يلجأ إليها الباحث عادة للتذليل الصعوبات التي يواجهها على مستوى استكشاف الظواهر محل الدراسة، ولهذا استعملنا المنهج الوصفي وكذا المنهج التحليلي.

يعرف المنهج الوصفي على أنه "كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة... كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها..."، كما يعرفها الدكتور السيد علي شتا: "تتناول الواقع ونقدم لها وصفا محددة الأبعاد وبنائها ومكوناتها بجمع البيانات الكافية والملائمة، ويفيد البحث الوصفي في أنه يوفر المعلومات التي تتيح الفرصة لصياغة الموضوع، لهذا استعانت هذه الدراسة بالمنهج الوصفي التحليلي، ذلك أن الدراسات الوصفية لا تتوقف عند مجرد تقديم البيانات والحقائق، بل تتجه إلى التحليل والتفسير والوصول إلى نتائج نهائية يمكن تقييمها، فهو المنهج الذي يقوم على تجميع البيانات والحقائق وتحليلها، فقمنا بدراسة واقع تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية وتحليل مظاهرها باستخدام المنهج الوصفي، ويعتبر المنهج الوصفي الأكثر ملائمة لهذا النوع من المواضيع - على حسب تقديري- لأن هذه الدراسة تهدف إلى توصيف كيفية تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية، وكذا أنواع هذه المعلومات والحوامل التي تستخدم في هذه العملية، كما أنها تسعى إلى الحصول على بيانات ومعلومات ووصف محتويات والبحث عنها في الميدان.

أما ما يميز هذا المنهج أنه يوفر معلومات مفصلة عن الواقع الفعلي للظاهرة أو موضوع الدراسة، كما أنه يقدم في الوقت نفسه، تفسيراً واقعياً للظاهرة وتحليلاً للعوامل المرتبطة بموضوع الدراسة تساعد على فهم الموضوع ومن التنبؤ المستقبلي بتطوره.

13. **مصطلحات الدراسة.** يتضمن هذا العنصر تعريفات مأخوذة من دراسات سابقة وكتب

وكذا دراسات أكاديمية منشورة على شبكة الأنترنت بالإضافة إلى تعريفات إجرائية لمصطلحات مفتاحية، وذلك لإيضاح وشرح المفاهيم والمصطلحات الرئيسية التي يدور حولها موضوع البحث، والتي تعبر عن المفهوم والمعنى الذي يقصده الباحث.

• **المعلومات:** إن المصطلح العلمي المعلومة بالعربي ويقابلها المصطلح الاتيني

(Information) وهي

حسب تعريف لاتكاستر "ذلك الشيء الذي يغير الحالة المعرفية للشخص في موضوع ما".

ومن أهم التعريفات تلك التي ذكرها الدكتور محمد فتحي عبد الهادي في معجمه (مكنز مصطلحات علم المكتبات والمعلومات)، بأن المعلومة هي تلك الحقائق عن أي موضوع أو هي الأفكار والحقائق عن الناس والأماكن والأشياء... الخ أو أنها معرفة تكتسب من خلال الاتصال أو البحث أو التعليم أو الملاحظة... الخ) التعريف الإجرائي: المعلومات المقصودة

هنا هي المعلومات الالكترونية، التي يتم إنتاجها واستهلاكها

والتعامل معها داخل الفضاء الافتراضي والمجتمعات الافتراضية خاصة، بكل أشكالها وأنواعها

(صور - ثابتة ومتحركة-، صوتيات، نصوص، تطبيقات...)، وكذا بكل مواضيعها العامة

والخاصة. | الفضاء السيبراني (فضاء السايبر، الفضاء الالكتروني): هو ذلك الفضاء الذي

يتشكل فيه مجتمع الانترنت بمختلف مظاهره ومنها المجتمعات الافتراضية، وهو متكون من

مجموعة من الأفراد تتشكل بينهم علاقات خاصة يتم بناؤها أساسا على المنظمات أو

المؤسسات الإنسانية الطبيعية: التعليم، البحث العلمي، التجارة والتسويق،

الاستثمار،... الإعلام والصحافة والاتصال والثقافة بأنواعها. التعريف الإجرائي: تتبنى هذه

الدراسة تعريف السيد يسن بأن الفضاء الافتراضي هو بيئة إنسانية وتكنولوجية جديدة للتعبير

والمعلومات، والتبادل، حيث يتكون أساسا من الأشخاص الذين ينتمون لكل الأقطار

والثقافات والأعمار والمهن، كما أنه شبكة عالمية من الحاسبات المرتبطة ببعضها بعضا عن

طريق البنية التحتية الاتصالية، والتي تسمح بتبادل المعلومات ونقلها بطريقة رقمية". • المجتمعات الافتراضية (Virtual communaute): وهو اسم الكتاب هام من تأليف هوارد رانجورد (Howard Rheingold)، وهو بعنوان (المجتمعات الافتراضية الحياة في ظل التقدم التكنولوجي-)، ويعلن الكتاب أن ما يحتاجه الناس هو إيجاد فرصة لتكوين علاقات مع جيرانهم المتواجدين في أماكن نائية (بعيدة) من القرى العالمية ولو عبر الشبكة الالكترونية. فالمجتمعات الافتراضية هي مجموعة من الناس يتواصلون مع بعضهم البعض عبر أجهزة الكمبيوتر على الانترنت... مع التركيز على العديد من المواضيع بما في ذلك الصحة والدين والتعليم والثقافة

التعريف الإجرائي: وهي تجمعات إنسانية افتراضية (إنسان حاسوب) على الخط (on line) والمشكلة بطريقة عفوية أو منظمة، بعد مرور مدة زمنية كافية لخلق جو من الألفة والتضامن والمشاعر الانتماء، يقوم أفرادها بالتفاعل داخل هذا الفضاء الافتراضي الذي تقوم الحواسيب المتصلة بخلقه داخل شبكة الاتصال، وهي على العموم تهدف إلى تبادل خبرات ومعلومات وكذا مواد إعلامية وتعليمية، أو الاشتراك في مجالات متنوعة أو أهداف مشتركة وكذا لأغراض ترفيهية. والشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت: شبكات التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية هي عبارة عن

مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها، ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أعادت رسم خارطة العلاقات الاجتماعية وأحدثت تغييرا كبيرا في أنماط الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات، وتجمع هذه الشبكات الملايين من المستخدمين ومن أنواعها : شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى لتجمع أصدقاء العمل بالإضافة شبكات التدوين... إلخ.

• **الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت:** شبكات التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية

هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها، ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أعادت رسم خارطة العلاقات الاجتماعية وأحدثت تغييرا كبيرا في أنماط الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات، وتجمع هذه الشبكات الملايين من المستخدمين ومن أنواعها : شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى لتجمع أصدقاء العمل بالإضافة شبكات التدوين ...إلخ.

التعريف الإجرائي: وهي نوع من أنواع التجمعات الافتراضية على الشبكة العالمية، تسمح بتبادل | المعلومات بمختلف أنواعها ومواضيعها وكذا فتح نقاشات وتعليقات داخل مجموعات الاهتمام المنشأة داخلها ... إلخ، وتتميز بقدرة أفرادها على خلق علاقات اجتماعية متطورة وصداقات دائمة أو عابرة، وتتخصص دراستنا في التعرض إلى الشبكة الاجتماعية (الفايسبوك) باعتبارها أكبر تجمع افتراضي من هذا النوع، وكذا الأشهر على المستويين العالمي والعربي. وتداول المعلومات: إن "التداول في معناه الدقيق يعني الاستفادة وليس مجرد الاستخدام، والاستفادة هي الاستخدام الذي يحقق منفعة للمستفيد، فالإفادة أو الاستفادة من المعلومات هي معيار مهم يجب توفره للإطلاق مصطلح التداول. التعريف الإجرائي هنا لا نقصد التداول المادي للمعلومات في الشكل الورقي المطبوع التقليدي، فالورق هو الوسيلة الرئيسية لحفظ المعلومات وتداولها منذ أكتشف الإنسان طريقة صناعته ولا الطريقة الأثيرية التي تعتمد على موجات الراديو، بل تداولها عبر الوسائط الحديثة وأهمها الانترنت بشكلها البيتي البيت - Bit) وبشكل خاص تداولها داخل المجتمعات المكونة على الشبكة العالمية، وهناك خيط رقيق يفصل بين مصطلح تبادل وتداول، فالتداول مبني على الأخذ والعطاء وإن كان غير متكافئ، أما التبادل فهو مبني كذلك على الأخذ والعطاء المتكافئين بين طرفين أو أكثر.

14 . دراسات سابقة.

على حسب علمنا فهناك مجموعة من الدراسات تضمنت مواضيع مشابهة أو متقاطعة مع موضوعنا وقد اخترنا بعض دراسات رأينا أنها تهم البحث. الدراسات باللغة العربية الدراسية الأولى دراسة الأستاذ باسل عبد المحسن القاضي، تداول المعلومات عبر الانترنت وأثره في تشكيل الوعي في عصر العولمة"، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، سنة 2007، منشورة على شبكة الانترنت في موقع الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، وقد بدأت الدراسة بوصف الانترنت كمظهر اجتماعي متنامي، باعتبار أن الانترنت أحدث ثورة مهمة في مجال تداول المعلومات والمعلوماتية، وتأثيره على جميع مناحي الحياة، وقد ركزت الدراسة على الجانبين السياسي والاقتصادي، ففي الجانب السياسي قام بشرح كيف يمكن للإنترنت أن تعمل ويفضل تداول المعلومات والمميزات التي تميز هذه العملية على هذه الشبكة من إحداث وعمي سياسي، وقام الباحث بتعداد بعض الأمثلة التي تم فيه استعمال تكنولوجيا الانترنت بمختلف تطبيقاتها وأدواتها للتأثير السياسي وثم قام بمقارنة أو بإسقاط على الواقع العربي، أما في الجانب الاقتصادي لعدد مميزات ومحاسن الاستغلال الاقتصادي لهذه الوسيلة، وتمظهر عولمة المعلوماتية عبر الانترنت في الإعلام والسياسة والاقتصاد، أما في جانب العمل الإعلامي فقد خصص فصلا لصحافة الانترنت أنواعها وميكانزماتها وقام بمناقشة السؤال الدائر حول إن كانت صحافة الانترنت ستلغي الصحافة الورقية.

الدراسة الثانية : هي اطروحة دكتوراه للطالب عبوب محمد امين من جامعة الجزائر بعنوان تداول المعلومات داخل الشبكة الافتراضية وهي دراسة شاملة عن الوطن العربي مكون من مجموعة من الدول العربية التي أجريت عليها الدراسة عن طريق استمارة الكترونية

الخلفية النظرية المستند عليها:

يرى بعض الباحثين أن أي محاولة لدراسة الاتجاهات البحثية والنظرية في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري في المستقبل يصعب عليها أن تتجاهل نظرية الاستخدامات والإشباع¹، فقد أدى الاتصال الجماهيري إلى ظهور وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة كالإنترنت إلى بعث الحياة من جديد في هذه النظرية . وتتسم النظرية بطبيعة نفسية اجتماعية، وتتخذ من الجمهور محورا لها، كما يحدث في التأثيرات الاجتماعية غير المباشرة، وتفترض أن الجمهور نشيط وإيجابي في تعامله مع وسائل الاتصال بهدف إشباع الاحتياجات النفسية والاجتماعية له، وقد بنيت معظم الدراسات الحديثة لاستخدامات والإشباع على نفس التصور الذي قامت عليه البحوث منذ ثلاثين عاما تقريبا، إلا أنها اتسعت لتشمل وسائل الاتصال الجديدة مثل القنوات الفضائية والكمبيوتر والإنترنت . وتمثل النظرية مدخلا علميا مناسباً لدراسة التأثيرات الاجتماعية في كل مرحلة من مراحل تطور وسائل الاتصال الجماهيري تكنولوجيا، كالصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت . وعلى الرغم من أن الباحثين لا يزالون يعتمدون على نفس الأدوات والمفاهيم، إلا أن الحاجة أصبحت ماسة لتطوير نوع المفاهيم النظرية والأدوات المنهجية التي تتفق مع طبيعة وسائل الاتصال الجماهيري في القرن الواحد والعشرين . فالنماذج المعاصرة يجب أن تستوعب مفاهيم

¹ظهرت بعض الاجتهادات التي تنظر إلى النظريات ومناقشتها كغايات وأهداف في حد ذاتها وليس كتقنيات لمعرفة مثلا : أنواع التأثير 1 وشروط إحدائه ومجالاته ، وهو الجانب التعليمي فيها . هذا الهجال يفيد فقط في تفسير بعض جوانب الظاهرة الإعلامية ولا يفيد في التصورات الكلية . فدراسة هذه النظريات كمنظورات مع الأخذ بعين الإعتبار البيئة والحضارة والزمن على حد تصورات مالك بن نبي يجعلنا في النهاية نتخلص من النظر إليها كمصدر لمرجعياتنا الإبتيمولوجية . في هذه الحالة تصبح هذه النظريات هي الأخرى كموضوع لها بنية ولها خصوصية ولها مصير . يمكن مراجعة : مجموعة من الأساتذة إشراف نصير بوعلی: نظريات الاتصال من استهلاك النظرية الغربية إلى إعادة إنتاجها ، ط1 ، كتاب جامعي مبسط لطلبة السنة الثانية نظام ل. م. د 2009، قسنطينة .

مثل التفاعلية وتجزئة الجمهور، والمضامين الاتصالية عبر الإنترنت، واللاتزامية. وعلى الباحثين أيضا أن يكونوا قادرين على بحث الجوانب الكيفية والشخصية للاتصال أيضا أن يكونوا قادرين على بحث الجوانب الكيفية والشخصية للاتصال عبر الإنترنت وفقاً لمنهج عام وشامل وكلي. وإذا كانت قوة الاتجاه مرتبطة بمسايرته كإطار نظري واستيعابه للجديد في وسائل الاتصال الجماهيري، فإن الاستخدامات والإشباعات وفق هذا المنظور يعد اتجاها قادرا على توليد المزيد من البحوث الخاصة بالتأثير الاجتماعي لوسائل الاتصال الجماهيري الجديدة. فقد شهدت الخمسينات والستينات محاولات بحثية عديدة لتشخيص المتغيرات النفسية والاجتماعية المفسرة لاستخدامات الجمهور لوسائل الاتصال لإشباع احتياجات نفسية واجتماعية متعددة، وفي الثمانينات خضع مفهوم الجمهور النشط لمراجعة شاملة. وفي التسعينات اتجه الباحثون للاستفادة من الانتقادات الموجهة لهم من الدراسات المقارنة، ومن إلحاح الباحثين لتطوير المناهج والأدوات البحثية، ومن التوجه الهادف لاستخدام وسائل الاتصال كظاهرة اجتماعية اتصالية متداخلة ومتكاملة.

الفصل الأول

1 محور الكيانات الافتراضية و الحياة الاجتماعية على الانترنت

1.1.المبحث الأول: ماهية المعلومات.

2.1.المبحث الثاني : المعلومات الالكترونية.

3.1.المبحث الثالث: المعلومة والتغير الاجتماعي

4.1.المبحث الرابع : صحافة المواطن

1.1 المعلومات: المعلومات ماهية المفهوم

1.1.1. تعريف المعلومة لغة : مصطلح (Inforriations) هو مقابل كلمة معلومات، وهذه

الكلمة الأنجليزية مشتقة من اللفظ اللاتيني (informatio) والتي معناها في الأصل عملية

الاتصال أو ما يتم إيصاله أو تلقيه"، أما في اللغة العربية ف المعلومات إحدى المفردات

المشتقة من (علم)، وتتسم هذه المادة بثراء مفرداتها وتنوع معاني هذه المفردات، فمن معاني

هذه المفردات ما يتصل بالعلم، المعرفة، التعليم، التعلم، الدراية، الإحاطة، والإدراك واليقين،

الوعي والإرشاد، والإعلام¹

وقد ورد لفظ (معلومات في القرآن الكريم مرة واحدة وذلك للإشارة إلى العشرة أيام الأولى من

ذي الحجة ليشهدوا منافع لهم ويذكروا اسم الله في أيام معلومات على ما رزقناهم من بهيمة

الأنعام فعلوا منها وأطعموا البائس الفقير" ² ، ومعنى معلومات هنا متعلقة بالمعرفة (أي

معروفة) وهي أيام معروفة أو مدركة مسبقا من أبرز الكلمات الانجليزية المتصلة دلاليا بكلمة

(information) كلمة (Enlightenmment) بمعنى التنوير أو التتور، و (Acquaintance)

بمعنى التعرف والاطلاع، (Knowledge) بمعنى المعرفة أو الدراية أو الاطلاع .

¹- ابن منظور: محمد مكتوم، لسان العرب، بيروت، لبنان، 1968، فصل العين حرف الميم (علم).

²- سورة الحج، الآية (28).

2.1.1. التعريف الاصطلاحي للمعلومات:

يعرفها محمد فتحي عبد الحميد على أنها أي معرفة تكتسب من خلال الاتصال أو البحث أو التعليم أو الملاحظة¹، وعرفتها الموسوعة المنهجية الحديثة على أنها معطيات تم تصنيفها وتنظيمها وتسجيلها ومن تم تفسيرها ووصفها ضمن إطار عمل معينة²، وهذا الموسوعة تربط المعلومة بمجال الاستفادة منها، فأهمية المعلومات متصلة اتصال وثيق بمجال استخدامها والاستفادة منها.

ومن نفس المنظور يمكن تعريف المعلومة على أنها البيانات التي تمت معالجتها لتحقيق هدف معين أو الاستعمال محدد لأغراض اتخاذ القرارات، أي البيانات التي أصبح لها قيمة بعد تحليلها وتفسيرها وتجميعها بأي شكل من الأشكال التي يمكن تداولها، وهذا يركز هذا التعريف على أن هدف المعلومات يرسم طريق وكيفية تداول هذه المعلومات. وعلى هذا الأساس قام الدكتور أحمد بدر³ بتقديم تعريفات للمعلومات .

- **المعلومات كمصدر (Ressource):** وهذه الفكرة كلاسيكية عن المعلومات، حيث يعتبر المنشئون والمعالجون للمعلومات وكذلك المستفيدون منها ككيانات معزولة عن بعضها البعض.

¹ - محمد فتحي عبد الحميد: مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2007.

² - الموسوعة المنهجية: الحديثة المعلومات والاتصالات والمواصلات، المركز الثقافي، 2002، ص31

³ أحمد بدر: السياسة والمعلوماتية واستراتيجية التنمية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2001، ص(12،13).

- **المعلومة كسلعة (Commodity):** مع ما صاحب ذلك من تطبيق المفاهيم الاقتصادية المتصلة بالبيع والشراء والمتصلة بسلسلة الإنتاج.

- **المعلومات كإدراج حسي (Perception):** وهنا يضيف الباحث برسان نموذج السياق (Context) وعند هذا المستوى تعالج المعلومات كتقليل للشك (Reduction of

Uncertainty) والمعلومات هنا كذلك تختلف بين فرد وآخر، أي أنها نسبية بالنسبة للإفادة منها.

2.1.1. لفظ المعلومات في علوم الإعلام والاتصال : كل إشارة أو رمز أو خبر يمكن إن

يرسل من نقطة إلى أخرى باستخدام أدوات محددة، في الوقت الذي يعني هذا المصطلح في

علم المكتبات والتوثيق: المعرفة العلمية المتخصصة التي تنتج في شكل أوعية متميزة عن

أدوات الإعلام، لأنها تخضع إلى مقاييس صارمة وتوجه إلى النخبة العلمية¹ ويعرف ولفرد

لانكستر (W. Lancaster) أن المعلومات في الواقع شيء غير محدد المعالم فلا يمكن

رؤيته أو سماعه أو الإحساس بها، ونحن نحاط علما في موضوع ما إذا ما تغيرت حالتنا

المعرفية بشكل ما² فالمعلومات التي تتناولها ونتاجها هي في الواقع:

- معلومات جديدة لم نكن نعرفها وفتح لمجالات جديدة.

¹- الأخصر الأيدروج: ذكاء الإعلام في عصر المعلومات، مطبوعات الملك فهد الوطنية، السلسلة الثانية، العدد 34، الرياض، 1999.

²- أبو بكر هوس: دراسات في نظم المكتبات والمعلومات، مؤسسة الثقافة الجامعية، مكتبة ومطبعة الإشعاع، دون ذكر سنة النشر

- وأما تكرار المعلومات سبق أن عرفناها .

- إما تصحيح أو تعديل أو إضافة لمعلومات.

- أو نفي المعلومات سابقة.

3.1.1. علم المعلومات :

علم المعلومات هو العلم الذي يدرس ظاهرة المعلومات، وظاهرة المعلومات...متعددة الصور،

متنوعة الأشكال، تختلف باختلاف وجهات النظر حولها وتتداخل الاتجاهات وتتشابك

التيارات" حولها. هناك من ينظر إلى هذا العلم باعتباره استمرارا للممارسات التقليدية في علم

المكتبات وهذا ما يخلق جدلا حول طبيعة هذا العلم وحدوده ومكوناته.

وهناك من يرى أن "علم المعلومات هو العلم الذي يهدف لتوفير المعرفة التي يمكن أن تؤدي

إلى الارتقاء بمستوى مختلف العمليات والأساليب والإجراءات الخاصة بتداول المعلومات" ¹،

ويهتم علم المعلومات بجمع وتصنيف واختزان واسترجاع ونشر المعرفة المسجلة، بصفتها

علما بحثيا أو علما تطبيقيا ². ويعتبر تعريف معهد "جورجيا" للتقنية واحد من أهم التعريفات

التي يمكن اعتمادها حول هذا العلم، فتعرفه بأن علم المعلومات "هو العلم الذي يدرس خواص

المعلومات وسلوكياتها والعوامل التي تحكم تنفقها والوسائل المتبعة في تجهيزها وتيسير سبل

الإفادة منها ³ إلى أقصى حد، وتشمل عمليات التجهيز إنتاج المعلومات وبثها وتجميعها

¹ - حشمت قاسم: مدخل لدراسة المكتبات وعلم المعلومات، مكتبة غريب، جامعة القاهرة ، دون ذكر سنة النشر

² - حشمت قاسم: نفس المرجع ، ص 37

وتنظيمها واختزانها واسترجاعها وتفسيرها والإفادة منها، فعلم المعلومات يهتم أساساً بدراسة خصائص وسلوكيات المعلومات وحصر العوامل التي تحكم تداولها وما يسمح بتحقيق أقصى إفادة ممكنة.

4.1.1. صناعة المعلومات :

إن مصطلح صناعة المعلومات" هو مصطلح عريض يغطي كل الشركات والأفراد المعنيين بأنشطة وبأعمال ترتيب وتقديم المعلومات وإتاحة الوصول إليها بغرض الربح، ويتضمن المصطلح وسائل الاتصال الجماهيرية والناشرين التجاريين ومنتجاتي البرمجيات وقواعد البيانات والموردين وخدمات التكشيف والاستخلاص وسماسة وسطاء المعلومات¹.

وقدرت صناعة المعلومات في العالم لعام 1985 ب 400 مليار دولار وفي سنة 2000 ب 1000 مليار دولار، فلم يعد يقاس مدي تطور الدول بارتفاع مستوى دخل سكانها، بل يقاس مدى تقدم الدول بإجمالي إنتاجها المعلوماتي القومي² ويقسم "زيادونج" صناعة المعلومات إلى قسمين كبيرين هما: تكنولوجيا المعلومات والصناعات المرتبطة بها، وخدمات المعلومات، ويضم القسم الأول الالكترونيات المصغرة وتقنية الحاسب والاتصال والوسائط المتعددة والوسائل السمعية البصرية والنشر الالكتروني، إضافة إلى التجهيزات المعلوماتية المصاحبة لهذه التقنية، ويضم القسم الثاني الخدمات التقليدية التي تعتمد على الموارد المطبوعة

¹- محمد فتحي عبد الحميد: مقدمة في علم المعلومات، مكتبة غريب، القاهرة، 1984.

²- بهاء شاهين: الدليل العلمي لاستخدام الانترنت، دار العربية لعلوم الحاسب، كومبيوساينس، 1997.

والخدمات الالكترونية¹. ويمكن تقسيم قطاع صناعة المعلومات إلى ثلاثة قطاعات (صناعة المحتوى المعلوماتي - صناعة مؤسسات وهياكل بث المعلومات - صناعة معالجة المعلومات).

5.1.1. خصائص وأهمية المعلومات

خصائص المعلومات: تكلمنا في النقاط السابقة عن مفهوم المعلومة وعن المفاهيم المتعلقة والمتصلة به، وقد عكف المتخصصون على تحديد خصائص المعلومات كل حسب رؤيته وتعريفه. - خاصية التميع والسيولة: فالمعلومات ذات قدرة هائلة على التشكل (إعادة الصياغة)، فعلى سبيل المثال يمكن تمثيل المعلومات نفسها في صورة قوائم أو أشكال بيانية أو رسوم متحركة أو أصوات ناطقة، وتستغل أجهزة الإعلام بشكل أساسي ودائم². . قابلية الاندماج العالية للعناصر المعلوماتية , فيمكن بسهولة تامة ضم عدة قوائم في قائمة واحدة، أو إضافة ملف معين لقاعدة بيانات قائمة، أو تكوين نص جديد من فقرات يتم استخراجها من نصوص سابقة ، بينما اتسمت العناصر المادية بالندرة، وهو أساس اقتصادياتها تتميز المعلومات بالوفرة، لذا يسعى منتجوها إلى وضع قيود على انسيابها لخلق نوع من الندرة المصطنعة) حتى تصبح المعلومة سلعة تخضع لقانون العرض والطلب، وهكذا

¹- محمد فتحي عبد الحميد : مرجع سبق ذكره ، ص81

²- نبيل علي: العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة رقم: 184، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، الكويت،

ظهر للمعلومة أغنياؤها وفقراؤها. . يشوب معظم المعلومات درجة من عدم اليقين، إذ لا يمكن الحكم إلا على قدر ضئيل منها بأنها قاطعة بصفة نهائية¹.

- خلافا للمواد المادية التي تنفذ مع الاستهلاك، لا تتأثر مواد المعلومات بالاستهلاك، بل على العكس، فهي عادة ما تنمو مع زيادة استهلاكها، لهذا السبب فهناك ارتباط وثيق بين معدل استهلاك المجتمعات للمعلومات وقدرتها على توليد المعارف الجديدة، فالمعلومة هي المورد الإنساني الوحيد الذي لا يتناقص مع الاستهلاك وذلك بفضل خاصية التوليد الذاتي) كما يسميها حسن مضفر الرزو في كتابه الفضاء المعلوماتي، فهي غير قابلة للنفاذ.

- تكتسب المعلومة قيمتها عندما تستخدم وتستنمر، فالقيمة الوحيدة هي المعلومة المستخدمة. - تداول أو تبادل المعلومات لا يعني التخلي عنها عكس المنتجات الأخرى، فالمعلومات لها خاصية أنها :

_ قابلة للمشاركة بين عدد من الأفراد في الوقت نفسه.

- سهولة النسخ، حيث يستطيع مستقبل المعلومات نسخ ما تلقاه من المعلومات بوسائل يسيرة للغاية، وبشكل ذلك عقبة كبرى أمام تشريعات حامية للملكية الخاصة للمعلومات.

- خاصية المرونة (Flexibility) وهي قابليتها للتكيف لتلبية حاجيات ومتطلبات مختلفة للفرد المستفيد منها .

¹ - نبيل علي : مرجع سبق ذكره ،ص (47، 48)

أهمية المعلومات: من خلال ما يطرأ في الحياة وكافة جوانبها ومجالاتها من تغيرات متسارعة وعميقة، نستشف قيمة المعلومات وانعكاسات استعمالها واستثمارها في مختلف هذه المجالات، وما تقدمه من حلول للأفراد والجماعات التطوير المجتمعات وتميبتها، لذا سنرى في هذا الحيز أهمية المعلومات في المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

2.1. المعلومات الإلكترونية:

1.2.1. ماهية المعلومة الإلكترونية: إن الحقيقة الأولى للمعلومات تكمن في عقل الإنسان

(المخ) حيث تحدث تفاعلات كهروكيميائية عند انتقال السيالات (Signal) بين خلايا المخ، أما في الحاسوب والمعلوماتية فالشيء المعادل لذلك فهو منظومة البيانات البينية (Binary Digit) (Binaire) المتمثلة في الإشارتين أو الرقمين واحد (1) وصفر (0)، وهذه الصيغة هي آخر تحولات المعلومة من الذرة إلى (البت) (Bit) (سن الإلكترون إلى الأرقام الثنائية)، فهي عبارة عن تلك النبضات الإلكترونية التي يتم نقلها بين حاسوب وآخر عبر وصلة الاتصالات السلكية واللاسلكية هي عبارة عن معلومات أيضا في شكل مادي¹، فالحقيقة المادية للمعلومات في شكلها المادي الذي تختلف تماما عن شكلها الرقمي البيري (Binaire).

¹ - ميكل هيل: أثر المعلومات في المجتمع، دراسة لطبيعتها وقيمتها واستعمالاتها، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الطبعة الأولى، 2004.

فالمعلومات الالكترونية هي مجموعة من البيانات والأفكار مصاغة بأشكال مختلفة تتناسب وطابع البيئة | الالكترونية، يكون مكونها الأساسي الأرقام الثنائية (البايت) (الواحد والصفر) عوض الذرة.

خصائص معلومة البت :

إمكانية بث النصوص والصور والأصوات باتجاه كامل الكوكب الأرضي وهذا الوضع أصبح غير قابل للتراجع¹.

- يمكن لمعلومة (البت) أن تكون محل استغلال من طرف أشخاص متعددين في نفس الوقت
- تتميز معلومة البت بالتحديث المستمر وسهولة ذلك ومرونته، كذا الإضافة أو الحذف الذي لا يتطلب إلا بضع نقرات بالفارة، مقارنة بالمعلومات التي تستخدم أوعية تقليدية فمثلا الكتاب عند صدوره فإن أي تعديل أو حذف أو إضافة لا يمكن ممارستها إلا في الطبعة الموالية.
- تعتمد المعلومات الالكترونية على الوسائط المتعددة (نص، صورة، صوت، فيديو) في صناعتها ونقلها وتداولها، وهذا ما يجعلها فريدة من نوعها أو إمكانية الجمع بين النص والصور والصوت ومقاطع الفيديو في حامل المعلومة واحدة وذلك بتزويج العناصر التفاعلية مع المعلومة وهذا ما تسمح به المعلومات الالكترونية، بحيث من صلاحيات المستخدم التفاعل معها ومع المستخدمين الآخرين باعتبار أن من خصائص المعلومات الالكترونية انه

¹- شوقي العلوي: رهانات الانترنت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت (لبنان)، الطبعة الأولى، 2006.

يمكن لها أن تستثمر من طرف عدد من الأفراد في آن واحد، فبعض مصادر المعلومات الإلكترونية تسمح للأفراد بالمشاركة في صنع المعلومات أو المشاركة في صنعها والنقاش حولها عكس المعلومات في الأوعية التقليدية المعلومات الإلكترونية غير تسلسلية/غير خطية، بل تشابكية في جميع الاتجاهات، أي أنها تتكون من عقد من المعلومات ترتبط فيما بينها عن طريق الروابط (links).

2.2.1. الحوامل التقنية للمعلومات الإلكترونية:

أهم دعائم المعلومة الإلكترونية هو القرص المضغوط (Compact Disc) بأنواعه وأجياله وسنتطرق البطاقات الذاكرة و (Cart Memoire) وذاكرة وميضية أو القرص اللماع (Flash Disk): الأقراص المضغوطة (Compact Disc): وهو عبارة عن قرص ضوئي يصل محيطه إلى 12 سنتمتر يقرأ محتواه بواسطة شعاع الليزر ويعكس القرص المرن (Floppy Disk) لا يمكن تسجيل معلومات على القرص المضغوط إلا باستعمال ناسخ (Graveur)¹.
بطاقات الذاكرة (Cart Mémoire): هي دعائم إلكترونية صلبة لتخزين كل أنواع البيانات والمعلومات، تستعمل في آلات التصوير الرقمية، وأجهزة الحاسوب المحمولة والهواتف والمشغلات الموسيقية، وأنظمة الألعاب للحفاظ على أجزاء منها، والعديد من الأجهزة الإلكترونية الأخرى، للبطاقات قدرة عالية على إعادة التخزين والحفظ، وهي أدوات تخزين لا تحتاج للطاقة كي تواصل الحفظ، وهي صغيرة الشكل.

¹ ميشال إغولا (Michel Agnola): الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية، ترجمة: نصر الدين العياضي، الصادر رابع، دار الكتاب الجامعي، العين ، الإمارات العربية المتحدة، 2004.

الذاكرة الوميضية: وتسمى أيضا ذاكرة الفلاش تستخدم في تخزين كل انواع المعلومات بمختلف اشكالها عن طريق ناقل متسلسل (USB).

3.2.1. الانترنت كبيئة المعلومات الإلكترونية : موضوعات المعلومات التي يمكن أن تصادفها على الشبكة:

يذكر الدكتور دياب البدائية تصنف ديفوست لفئات المعلومات وذلك من حيث المحتوى، بغض النظر مصدرها أو أشكالها أو بيئتها وذلك من حيث محتواها أو موضوعها:

المعلومات العسكرية (Military information): وهي المعلومات التي تتعامل مع التطورات العسكرية وأسرار العمليات العسكرية والاستخباراتية ونظم التحكم والمراسلات بين كبار الضباط، والملفات العسكرية، والنشاطات العسكرية العامة والمراسلات الدنيا.

معلومات الأعمال (Businessse information): والتي تشمل السجلات الخاصة بالعمل، والعمليات البنكية، وسجلات الأفراد المالية ونظم الأعمال والعمليات المالية والمصرفية الأخرى

المعلومات الشخصية (Personal information): وتشمل معلومات عن الأفراد ومجالات الائتمان، والنظم الشخصية (الأحوال المدنية والملفات والاتصالات الشخصية بين الأفراد¹. وتضيف إلى ذلك:

¹ -دياب البدائية: الأمن وحرب المعلومات، دار الشروق للنشر والإشهار، عمان (الأردن)، الطبعة الأولى، 2006.

المعلومات العامة: وهي الأخبار والمعلومات التي يتم عرضها بصفة إرادية لعامة الناس أو إلى فئة معينة (باحثين، متخصصين...الخ) أو جنسية معينة، وبعض المعلومات المتاحة في بنوك المعلومات، وهناك معلومات تصدرها جهات مختصة مثل الجامعات والمكتبات والمعاهد والمجالس وهناك معلومات ينتجها المستخدمون على شبكة الانترنت وهي ما تسمى بالمواد التي ينتجها المستخدمون.

4.2.1. مصادر المعلومات على شبكة الانترنت: وتعرف مصادر المعلومات أيضا بأنها

جميع الأوعية أو الوسائل أو القنوات التي يمكن عن طريقها نقل المعلومات إلى المستخدمين منها وكل ما يمكن جمعه وحفظه وتنظيمه واسترجاعه بغرض تقديمها إلى المستخدمين من خدمات مراكز المعلومات¹. سنقوم في هذه النقطة بالإشارة والتعريف بالمصادر الأكثر شهرة على شبكة الأنترنت:

المواقع الالكترونية: البريد الالكتروني، مجموعات الأخبار، محركات البحث، المدونات

المواقع الالكترونية (Sites web): موقع الوب (Web) هو عبارة عن مجموعة من

الصفحات المرتبطة بعضها ببعض، يمكن مشاهدة مواقع الوب عبر برامج على جهاز

الحاسوب تدعى متصفحات الوب (Web browsers) مثل متصفح الانترنت (Fire Fox)

فايرفوكس، (Internet Explorer) الانترنت explorer

¹ - عامر إبراهيم قنديلجي وآخرون: مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر الأنترنت، دار الفكر للطباعة والنشر، والتوزيع، الطبعة الأولى، 2000.

البريد الإلكتروني (E - mail): يعتبره العديد من الباحثين أنه أحد المحركات المهمة في

تطوير الانترنت فهذه الخدمة الزهيدة الثمن وسريعة وناجعة، تجعل من الشخص قادر على

الاتصال بأي شخص في العالم شرط أن يكون له بريد الكتروني هو الآخر، فكم الرسائل

الإلكترونية المرسلة في تزايد مستمر ناهز 107 تريليون رسالة الكترونية تم إرسالها في العام

2010، و 2.9 مليار عدد حسابات البريد الإلكتروني حول العالم¹، وهذا ما يجعل البريد

الإلكتروني من أهم مصادر المعلومات على الانترنت، وذلك بتلقي رسائل والاشتراك في بنوك

المعلومات بعد التسجيل أو الاشتراك في هذه الخدمات أو تلقي رسائل من أشخاص عادين.

مجموعات الأخبار (Newsgroups): يعود أول ظهور للمجموعات الإخبارية إلى سنة

1979، حيث بدأت الخدمة كمنتديات جماعية يمكن للمشاركين فيها الاتصال ببعضهم

البعض، وازدادت شعبية هذه الخدمة عام 1985 نتيجة إنشاء الجامعات والمؤسسات العلمية

مجموعات إخبارية بأعداد كبيرة على الشبكة²، فهي مجموعة من الأشخاص يشتركون في

اهتمامات يومية، علمية، عملية أو ترفيهية، يقومون بإنشاء أو الانضمام إلى مجموعة إخبارية

بصفة إرادية لتلقي الأخبار والبيانات، وكذا النشر بيانات تحصلوا عليها أو هي بحوزتهم،

وتكون غالبا عبارة عن تبادل رسائل وآراء ونقاشات أو بعبارة أخرى مائدة مستديرة افتراضية .

¹ - رامو كافي (Ratrio Cafe)، الإنترنت خلال عام 2010، .html / t77522 , Corn / ramocafe . www / / http : (2011/02/12)

² - عصام موسى: المدخل في الاتصال الجماهيري، المكتبة الحديثة، بيروت، الأردن، الطبعة الأولى، 2004

المدونات (Weblog): مدونة هي المصطلح أو التعريب الأكثر قبولا لكلمة (Blog)

الإنجليزية التي تحتوي على كلمتين (Web log) بمعنى سجل الشبكة¹، وهي نوع من أنواع المواقع المستضافة لصفحات شخصية، وعادة ما تكون لفرد بحيث يقوم بإدخال تعليقات أو يصف حدث معين أو غيرها من المواد مثل الرسومات أو الفيديو.

خدمة التراسل الفوري Instnt Messaging :

وهي الخدمة التي تساعد على تبادل البيانات والمعلومات والتحاور عبر الإنترنت بين شخص الذي Pal talk وآخر ، ومن البرامج التي توفر خدمات التراسل الفوري ، برنامج بال توك يمكن من خلاله التواصل مع الآخرين عبر الصوت والصورة والنصوص المكتوبة ، وهناك Yahoo و MSN Messenger بالطبع خدمة التراسل الفوري عن طريق برنامج

، وهي تتميز جميعا بسهولة الاستخدام وإمكانية إنشاء غرف خاصة لإجراء Messenger ، فهي برنامج يتيح لك إرسال رسائل فورية ل شخص آخر من خلال الشبكات المختلفة، مثل

². شبكة الإنترنت أو شبكات الهواتف الجوال خدمة جوفر Gopher :

نظام طورته جامعة مينيسوتا الأمريكية عام 1991 بهدف تسهيل عملية استخدام الانترنت وهو يعتمد على عملية البحث من خلال القوائم لقراءة الوثائق ونقل الملفات يمكنه الإشارة الى الملفات ومواقع Telnet ومراكز معلومات WAIS وغيرها. وهو "برنامج لتسهيل عمليات

¹-. Rebecca blood: weblogs: a history and perspective : 7 September 2000

² - <https://sites.google.com/site/tiektaksss/p5>

التخاطب والبحث عن المعلومات يستخدم على نطاق واسع في الأنترنت ، إذ يستطيع المستفيد من خلالها القيام باستعراض المعلومات ، دون أن يتوجب عليه أن يحدد سلفاً أين توجد هذه المعلومات .وتسمح خدمة غوفر بالبحث في قوائم مصادر المعلومات وتساعد في إرسال المعلومات التي يختارها المستخدم ، وتعد الخدمة من أكثر قوائم الاستعراض شمولية وتكاملاً ، إذ تسمح بالنفاذ إلى النفاذ إلى قوائم المكتبات ، وإلى الملفات، وإلى قواعد البيانات وغيرها ."¹

5.2.1. معايير تقييم المعلومات على شبكة الانترنت.

نظراً لتزايد المعلومات المتاحة على شبكة الأنترنت باعتبارها وعاء مستحدث من أوعية المعلومات، وكذا تزايد عدد مصادر المعلومات عليها، حيث تبلغ أكثر من (324,697,205) موقع² افريل 2011 و ازبيد من 50 مليار صفحة على الانترنت³ (2004) فأصبح من الضروري إيجاد معايير التقييم هذا الكم من المعلومات.

ولهذا فإن الإنسان قد قام سابقاً بإنجاز معايير تسمح له بتقييم المعلومات التي تصادفها أو يبحث عنها أو يستقيها من أشخاص أو كتب أو غيره، ومثال ذلك المعايير التي قام الإمامين مسلم والبخاري بوضعها التحقق من موثوقية المعلومات (الأحاديث الصادرة عن الرسول

¹ م. بشار عباس : دليل الأنترنت .- مجلة المعلوماتي.- ع 46 لبنان (1996م).

² - Web Server Survey: September 2011; Netcraft 2011

³ - رضا محمد نجار: معايير تقييم مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت، مدرسة المكتبات والمعلومات جامعة الأزهر، 2007 .

صلى الله عليه وسلم، والتيقن من الحديث وذلك بمطابقتها مع تعاليم الدين الحنيف والنصوص وكذا التحقق من أعراق وانساب الأشخاص المحدثين وأخلاقهم وسمعتهم.

ومع انتقال الحالة البشرية المعرفية من حالة الندرة إلى حالة التخمّة (الفائض السلبي المعلوماتية، فأصبح إيجاد المعلومات المناسبة على شبكة الانترنت تعادل صعوبة البحث على حد تعبير المثل القائل " إبرة في كومة قش".

أسباب الحاجة الى تقييم المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت: يطرح العديد التساؤل التالي: لماذا نحتاج إلى تقييم المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت؟ ويكون الجواب على هذا التساؤل مجموعة من النقاط التي تعتبر من مميزات المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت والتالية الذكر:

- الطبيعة المتغيرة لمصادر المعلومات حيث أن بعض مصادر الانترنت تتغير باستمرار.
- ندرة المعلومات التي يتم إعطاؤها عن مصادر المعلومات المرجعية مثل (المؤلف، التحديث التغطية الغرض... الخ)¹، وهذا ما يجعل هذه المعلومات مجهولة المصدر وضعيفة المصادقية.

- عدم الدقة في كثير من المراجع المرجعية المتاحة على شبكة الانترنت، نظرا لأن النشر على شبكة الانترنت لا قيود اقتصادية أو فكرية تنظمه.

¹- رضا محمد نجار:مرجع سبق ذكره، ص 3

- الانترنت تمنح الحق لأي مستخدم في أن يؤلف ونشر أي عمل، وفي جميع المجالات ويطرق متعددة وذلك عبر قنوات متعددة (موقع - مدونة بروقيل على شبكة اجتماعية...الخ) - سهولة النشر على شبكة الانترنت، حيث لا تخضع المواد أو المعلومات إلى التقييم العلمي أو الأدبي، مما يؤدي إلى صعوبة التعرف على الشخص أو الطرف المسؤول عن تحرير أو نشر المعلومات.

في أحيان كثيرة تكون المعلومات المنشورة على شبكة الانترنت هزلية أو عبارة عن إشاعات ذات غرض كيدي بحث.

- تتدخل العديد من الجهات في صيانة ونشر المعلومات على شبكة الانترنت كالدول الأنظمة السياسية) والمؤسسات المهيمنة على شبكة الانترنت، كموقع جوجل (Google) الذي يتهم بقدر كبير من التحيز في نشر المعلومات وعرضها ومواقع التفاعل التشاركي مثل موقع ويكيبيديا الذي يسمح بنشر معلومات خاطئة .

6.2.1. طريقة تقييم المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت :

بسبب الميزات السابقة الذكر للمعلومات المنشورة والمتاحة على الشبكة، تظهر الحاجة إلى معايير التنظيم هذا الكم من المعلومات، حاول العديد من الباحثين اعطاء العديد من المعايير التقييم هذا النوع من المعلومات، إحداها دراسة سنج (Sing 2004) والتي تضع تسعة معايير للوثوق بمصدر المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت: الغرض، المسؤولية، الثقة، الموضوعية، التحديث، المصادقية، التغطية الجوانب الشكلية، ملامح خاصة، دراسة عبد

الرشيد بن عبد حافظ وهناء على الضحوي (2006) مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الأنترنت (معايير مقترحة للتقويم) " وقد نقلت الدراسة أربعة أصناف للمعايير: المعايير المتعلقة بالمسؤولية الفكرية معايير متعلقة بالمحتوى المعايير المتعلقة بالدقة وأخرى بالحدثة، وكذا دراسة روبرت هاريس (2007) (Robert harris) التي تركز على المعايير التالية: المصداقية (Credibilite)، الدقة (accuracy)، المعقولية (reasonableness)، الدعامة (support). وسنحاول عرض المعايير بصيغة عملية وذلك بصياغتها على شكل أسئلة يطرحها المستخدم على نفسه وهو يتعرض للمادة أو المعلومات على شبكة الأنترنت قصد الاطلاع عليها أو استعمالها.

- عن ماذا تبحث كمعلومة بالضبط (إحصاءات، مقالات، صور،...الخ)؟ |
- ما تاريخ عرض المعلومة وكذا تاريخ آخر تحديث لها أو مراجعة؟
- ما الغرض من نشر هذه المعلومات (تجاري، علمي، ... الخ)؟
- ما عنوان الموقع الذي قام بعض المعلومات موقع إخباري، مكتبة الكترونية، مدونة، موقع شخصي... الخ)؟ - هل المعلومات تحمل بيانات تعريفها؟ مثل: إذا كانت هذه الصفحة تذكر المؤلف، أو الهيئة التي قامت بتأليفها ونشرها، ثم هل يترت سيل الاتصال به؟
- هل هناك رابط يحمك إلى مصدر المعلومة الأولى؟

- بأي شكل عرضت هذه المعلومات (صور، نص، مقاطع صوتية مقاطع فيديو)؟
- ما نوع المصطلحات المستعملة في صياغة أو تحرير المعلومات (متخصصة، عامة... الخ)؟
- هل الموقع (المصدر) الذي تتعامل معه مشهور وذو سمعة طيبة على الشبكة؟
- كذا يجب استشعار موضوعية الموضوع وهل يحمل مواقف أو تحيز لقضية ما؟
- نأمل أن تكون هذه الأسئلة تغطي العناصر الرئيسية لتقييم المعلومات المتاحة على الشبكة الشكلية وكذا تلك المتعلقة بالمحتوى والحدثة والمسؤولية الفكرية، ومن الجدير بالذكر أن عناوين المواقع الالكترونية (URL) تمكننا من معرفة إذا ما كانت المواقع شخصية، فعندما يجد المستخدم اسم صاحب الموقع ويجواره البلدة (°) (Tilde) أو علامة النسبة المئوية (percent sign) (%) فذلك يدل على أن الصفحة شخصية والمعلومات الواردة فيها لا تراقبها لجنة أو جهة علمية معينة، وكذا يجب الانتباه الى علامة (Com) الدالة على أن الموقع تجاري، وكذا علامة (Gov) الدالة على أن الموقع حكومي، و (Edu) الدالة على أن الموقع تربوي تعليمي.

3.1. المعلومة والتغير الاجتماعي

يبدو أن القاسم المشترك للتبدل الاجتماعي كان دائما التحول الذي تحدثه المعلومة"، فالمعلومات التي ابتدأت التكوين الفعلي للعقل البشري، وهي التي استمرت مع هذا التكوين في شتى تشكيلاته الفردية والجماعية والمجتمعية، وبذلك أسست ولما تزال الكيانات المتكاملة للوجود الإنساني بأكمله وانطلاقا من مفهومها المبسط كفكرة يأخذ تدرجها المعرفي في العقل البشري ومرورا بتفاعلها مع الحياة الإنسانية اليومية، ووصولاً إلى استغلالها في العصر الحديث... وإثباتاً لأهميتها التخصصية فقد أصبحت المعلومة تتجسد تقريبا في كل شيء يحيط ببني البشر¹.

تطورت المعلومة، عبر تطور الظاهرة الاجتماعية، بل ظهرت بظهورها وتشكلت بتشكلها، فابتكرت المعلومة تقنياتها وطبيعتها لخدمة الإنسان في مختلف ظواهره الاجتماعية (كالدين والتجارة والقانون والتعليم... الخ)، وفرضت بذلك كله رموزها (أي المعلومة) بمستواها التطوري في المعنى والمبنى والإيجاد والانتقال على مختلف الحضارات التي إقامتها، ما يؤكد على مر العصور دور الصبغة المعلوماتية في مواصلة التطور الاجتماعي للإنسان².

¹ - علي محمد رحومة: الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية تقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2005، ص 58.

² - علي محمد رحومة : مرجع سبق ذكره. ص (61-62)

1.3.1. الأهمية الاجتماعية للمعلومة:

تعتبر المعلومات من أهم الأدوات التكوينية ثقافة مجتمع ما والارتقاء به، وكذا تكوين شخصية الأفراد والجماعات داخله وتطوير وتنمية مشاعر الانتماء والمسؤولية الاجتماعية التي تساعد لمواجهة تحديات الحياة وتجاوزها، وكذا التغيير الاجتماعي الذي تشهده المجتمعات وما للمعلومة من أهمية في إحداثه.

وفي ميدان الثقافة والإعلام تمثل مؤسسات المعلومات بمختلف أنواعها إحدى القنوات الاتصالية والمراكز الثقافية التي تساهم في دعم الثقافة وتطور المجتمع وتقدمه، من خلال إسهامها في مختلف الخدمات والنشاطات التي تقدمها لأفراد المجتمع، كإسهامها في حملات محو الأمية وتعليم الكبار وبخاصة المكتبات العامة¹.

2.3.1. الأهمية الاقتصادية للمعلومات:

يصرح رجل الاقتصاد لامبرتون (Lambertson .D) في عالم... نجد فيه أن كل مؤسسة مرغمة على اتخاذ قرارات مصيرية لتحقيق أعلى معدلات الكفاءة، فإن اتخاذ مثل هذه القرارات يدفع للاهتمام بالمعلومات بحيث يصبح توفيرها واخترانها والإفادة منها، نشاطا استثماريا أساسيا².

¹ - زكي حسين الوردى وعامر إبراهيم قنديلجي: الاتصالات، جامعة البصرة، العراق، سنة 1990، ص (199 - 36)

² - بولين أثرتون: مركز المعلومات، تنظيمها وإدارتها وخدماتها، ترجمت: قاسم حشمت، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 1996.

لا تتحصر أهمية المعلومات في المجال الاقتصادي على المساعدة في اتخاذ القرارات فحسب، بل قامت المعلومات بفتح أسواق جديدة وتفعيل التبادل التجاري وترويج السلع جديدة عن بعد.

كما ظهر اقتصاد يعتمد في مختلف قطاعاته ونواحيه على المعلومات وهو اقتصاد المعلومة، وتعتبر فيه المعلومة المورد الاقتصادي الأكثر أهمية، فضلا على إطلاق اسم (عصر المعلومات) على عصرنا الحالي، فالمعلومة فيه سلعة ورأس مال حقيقي، وصناعة المعلومات من الصناعات الرائدة والمهمة في ترتيب الدول وتصنيفها اقتصاديا.

3.3.1. الأهمية السياسية للمعلومة : للمعلومات أهمية بالغة في العمل السياسي الداخلي

والدبلوماسي الخارجي، وكافة العلاقات المتصلة بالحياة الدبلوماسية على مجال علاقة السلطة بالمواطنين، وكذا علاقة النخب السياسية العالمية فيما بينهم، فنورة المعلومات والشبكات أدت إلى تزايد الحاجة الدبلوماسية والسياسية الخارجية للدول وصناعة القرار في مختلف دول العالم إلى مراكز المعلومات والشبكات الوطنية للمعلومات، للإفادة منها في عمليات صنع القرار السياسي والحصول على المعلومات الحديثة والدقيقة على المستويات كافة¹.

¹ - زكي حسين الورد، جميل لازم المالكي: المعلومات والمجتمع، الوراقة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، الطبعة الأولى، 2006

4.1. صحافة المواطن :

تزخر اليوم شبكة الانترنت بهذه المحتويات العقل البشري، وذلك بفضل المواقع الإلكترونية التي تتخصص في تبادل محتويات وسائل الإعلام المتعددة من أمثال اليوتوب " و"قلبكر"، "الفايسبوك" و المدونات الشخصية، وماي سبايس" وغيرها، وهذا ما يجعل المواد المنتجة متنوعة من نصوص مقالات، خواطر، دراسات...) و مواد مصورة، مواد سمعية بصرية في شتى المواضيع... الخ.

فإذا كان في السابق من حق الصحفي أن ينشر الأخبار والمعلومات والتعبير عن الآراء والمواقف، فإن تكنولوجيا المعلومات اليوم جعلت كل مواطن بإمكانه أن يكون صحفياً ينشر ما يشاء في الوقت الذي يشاء، كما أن المعارضة والممارسة السياسية لم تبق مثلما كانت في الماضي، وذلك بحراكها ونشاطها غير المسبوق على الشبكة

فإنتاج المحتوى أو توليده قام بتحويل المواقع الاجتماعية إلى مصدر أساسي للمعلومات والأشرطة الفيديو وشهادات الناس، فلجأ المواطن الإعلامي إلى تصوير الأحداث على جواله أو كاميراته ومن ثم وضع أشرطة الفيديو على الشبكات الاجتماعية والمواقع المشابهة، حتى باتت مؤسسات إعلامية كبرى مثل ال (سي.أن.أن) والد (بي بي سي نيوز والجزيرة تأخذ قدراً كبيراً من المعلومات الموجودة على هذه المواقع.

ويشير مفهوم إعلام المجتمع (Society Media) الذي بدأ ينتشر على نطاق واسع، ليشير إلى ذلك المحتوى الإعلامي الذي يقوم أفراد المجتمع أو الجمهور بخلقه وإنتاجه وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشبكية المتمثلة في الإنترنت بصفة أولى، وساعد في انتشار هذا النوع من الإعلام انتشار أدوات إنتاج مثل كاميرات الفيديو والكاميرات الرقمية والهواتف النقالة المتطورة، وكذا تطور الويب من الجيل الثاني Web 0.2 ، والذي يسمح للمستخدم بإدراج منتجات إعلامية ومعلومات مختلفة الأنواع، وكذا ساعد على ذلك انتشار المواقع الإلكترونية التي تسمح بإرفاق وبث هذا النوع من المعلومات عليها، وأشهر هذه المواقع هي (يوتيوب، فليكر، مجتمعات الويكي...الخ)، ويمكن اعتبار هذه الوسائل بأنها: "مجموعة من التطبيقات المعتمدة على الإنترنت التي تبني على أسس أيديولوجية وتكنولوجية من الويب 0.2، والتي تخلق وتتيح تبادل المحتوى المقدم من المستخدمين". يشمل الإعلام الجديد حسب فريد كافازا (Frede Kavaza) "مجموعة من الخدمات التي تسعى إلى تطوير التحوار والتفاعلية الاجتماعية على شبكة الإنترنت ، كما أفرز الإعلام الجديد ذاته ظهور خدمات وتطبيقات جديدة التحم واقعها بالواقع اليومي للأفراد الاجتماعيين، ودخلت مفردات مثل الفيسبوك (Facebook) وتويتر (Twiter) وغيرها حياة الملايين من الناس في العالم، ولعل هذا الأمر قد حدا بالبعض للحديث عن الصحافة الشعبية (Civic Journalism) للإشارة إلى المشاركة الواسعة للأفراد العاديين في عملية الاتصال عبر الإنترنت، وبخاصة في إطار صحافة المدونات (Blogger) والتدوين المصغر ونشر المحتويات الإعلامية...الخ.

5.1. خلاصة:

كان هدف من إدراج هذا الفصل التعريف بالفضاء الافتراضي كبيئة بديلة لممارسة مجموعة من الأعمال التفاعلية، وفي مقدمتها ظهور نوع جديد من السلوك الإعلامي أكثر تحررا و تنافسية وحرية ، فالإعلام الجديد بصفائه الاجتماعية التفاعلية يجعل من السلوك الإعلامي سلوك جماهيري، لا يقتصر على التلقي فقط بل يتعداه إلى صناعة الخبر، وتطوير هذا السلوك ليكون منافسا جديا للتقنيات الإعلامية التقليدية، لذا فإن الفصل تجسيد لنزعة الدراسة الاستكشافية، والدخول إلى الظاهرة الإعلامية داخل المجتمعات المكونة داخل الفضاء الافتراضي.

الفصل الثاني

محور الانترنت كمجال لتداول المعلومات

1.2. ماهية الانترنت

2.2. الخدمات الأتصالية لشبكة الإنترنت

2.2. السمات الشكلية للاتصال عبر شبكة الإنترنت .

3.2. الوسائط المتعددة

4.2. ماهية الشباب واحتياجاته

1.2. ماهية الانترنت

1.1.2 مفهوم شبكة الانترنت:

يعد الإنترنت أحدث التقنيات الاتصالية التي عرفها العالم خلال العقدين الماضيين ، حيث استطاعت الشبكة بما تمتلكه من سمات اتصالية وتقنية متميزة ، أن تقلب المفاهيم المكانية والزمانية للإنتاج والتطبيقات الإعلامية في العالم ، سمحت من خلالها لمستخدميها الاختيار بحرية ما يريدون من خدمات إتصالية تتلائم وحاجاتهم .

ونتيجة الاعتماد المتزايد على شبكة الإنترنت باعتبارها الأداة الأحدث والأكثر تنامياً في مجال الاتصال ، ونتيجة لصعوبة معرفة المتلقي العادي تفاصيل هذا النمو المضطرب ، فقد أهتم الباحثين والمختصين في مجال الاتصال الجماهيري الاهتمام بدراسة الإنترنت ، ويرى البعض "حقق الإنترنت ثورة معلوماتية واتصالية ، وذلك من خلال تقديمها شكلاً جديداً من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه (التواصل الجماهيري الثنائي الاتجاه غير الخاضع للرقابة)"¹. كما يرى الشهري أن الإنترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والإندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال².

ولقد أدت الانعكاسات الإيجابية لشبكة الإنترنت إلى زيادة مستخدميها بصورة تفوق أعداد مستخدمي أية وسيلة إعلامية أخرى خلال الفترة نفسها ، ويقول الدكتور لقاء مكي "لقد أحتاج الإنترنت إلى أربع سنوات فقط ليصل إلى خمسين مليون مستخدم ، في حين أن تقنية الهاتف

¹- صابر فلحوط ومحمد البخاري: العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، دمشق، دار علاء الدين ، 1999. ص 8

²- فايز عبد الله الشهري : التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الأتصال الجديدة ، دبي ، دار الحكمة ، 2003 ص 21

وصلت إلى نفس العدد خلال 74 سنة، واحتاج التلفزيون إلى 13 سنة ليحصل على النتيجة ذاتها"¹، ويشير التقرير الذي أصدرته هيئة الأمم المتحدة حول (ازدهار استخدام الإنترنت في جميع العالم) ، أنه رغم التراجع الاقتصادي العالمي ، والأزمة التي تشهدها صناعة تكنولوجيا المعلومات ، إل أن نسبة الزيادة السنوية في عدد مستخدمي الشبكة بلغت نهاية عام 2002 - 30 % ،² كما تشير إحدى الدراسات المتخصصة بالإنترنت إلى أن عدد مستخدمي الشبكة في العالم أرتفع في عام 2005 إلى أكثر من مليار شخص .³

وفي الوطن العربي "بلغ عدد مستخدمي الشبكة حتى نهاية عام 2003 ما يقارب الـ 13 مليون مستخدم وهو ما يمثل ما نسبته 0.7 % من إجمالي عدد السكان البالغ 280 مليون نسمة".⁴ ومع استمرار تزايد استخدام الإنترنت في الوطن العربي "بما يفوق إمكانات البنى التحتية لشبكات الاتصالات ، فقد حذرت دراسة متخصصة من احتمال تعرض البنى التحتية لشبكات الاتصالات في الدول العربية لأزمة شديدة خلال العامين المقبلين ستقضي إلى حدوث أختناقات على الشبكة قد يترتب عليها إعاقة إنتشار الخدمة في الكثير من الدول العربية".⁵

2.1.2. نشوء وتطور شبة الإنترنت :

¹ - صحافة الإنترنت في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام ، مؤتمر صحافة الأنترنترنت في الوطن العربي : الواقع والتحديات ، جامعة الشارقة ، كلية الإتصال ، 22 نوفمبر 2005 ص3

² - www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=6870

³ - www.infosys-sy.com/intrrnet1.htm

⁴ - www.al-jazirah.com.sa/evillage/16102002/th647.htm

⁵ - www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=3154

ظهرت شبكة الإنترنت بشكل جماهيري في العقد الأخير من القرن العشرين ، ونظرا لحداتها وارتباطها بشكل وثيق بالتقنيات المستحدثة ، والمتلاحقة ، فقد اختلف الباحثون حول مفهومها الحقيقي ، وقد أقتصرت أغلب التعريفات والمفاهيم التي اوردتها الباحثون لشبكة الإنترنت على الوصف دون أن يتعدى ذلك إلى أخلاقيات أو ضوابط الممارسة أو حتى طبيعة مستخدمي الشبكة ، إضافة إلى كون الباحثين الذين حاولوا وضع تعريفات للإنترنت تناولوا الشبكة حسب طبيعة استخدامهم لها أو حسب المجال الذي تتم دراسته .

بناء على ذلك يمكن القول أن تعريف الإنترنت يرتبط بالمستخدمين لها والخدمات التي تقدم من خلال هذه الشبكة والتقنيات المستخدمة لتأمين هذه الخدمات ، ويذكر الدناني "إن تشعب الإنترنت وأتساع دائرة استخدامها أسهم في تعدد تعريفاتها ، ويرى ريتشارد ج.سميث ومارك جيتس أن تعريف الإنترنت يعتمد على عمل ، وحاجة الشخص الذي يريد تعريفها ، حيث يرى المستخدم العادي الإنترنت بشكل مختلف عن ما يراه المهني أو المهندس ."¹ ويقول تيم بيرنيرز وهو مؤسس الإنترنت في مقال نشره عام 1993 (إن وضع تعريف للإنترنت يعد عملية تشبه الفرق بين الدماغ والعقل ، فباكتشاف الإنترنت تجد أسلاكاً وكمبيوترات ، أما بإستعراض الشبكة نفسها فستجد شتى المعلومات "² ، ومسمى الإنترنت Internet مشتق من مسمى شبكة المعلومات الدولية التي يطلق عليها في اللغة الانكليزية International Net Work ، كما "يطلق على الإنترنت عدة تسميات منها The Net أو الشبكة العالمية World Net أو

¹ -عبد الملك ردمان الدناني : الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، دار الفجر 2003 ص111

² - سعود صالح كاتب: الإعلام القديم والإعلام الجديد، مكتبة الشروق ، جدة 2003 ص53

الشبكة العنكبوتية The Web ، أو الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات Electronic Super High Way "1.

والانترنت "شبكة كومبيوتر عالمية تربط ملايين من أجهزة الكمبيوتر في العالم" ² ، و يتكون الانترنت من شبكات أصغر تمكّن اي شخص متصل بها من التجول في رحابها الواسعة والمفتوحة بلا حدود حيث يتم فيها ربط مجموعة شبكات بعضها مع بعض في جميع دول العالم عن طريق جميع وسائل الاتصال المعروفة .

واستطاع الانترنت خلال بضعة عقود من الزمن أن تساهم في تغيير الثقافات والمواقف في شتى مجالات الحياة وخاصة على وسائل الاعلام التقليدية ومناهج دراستها وطرق تحليلها مما استدعى دراسة موضوع "الاتصال والانترنت" من خلال تأثيراته الانسانية والاجتماعية باعتبارها أهم من الوسيلة ذاتها. "وبعودة الى مقولة مارشال ماكلوهان الاتصالية الشهيرة ،

(The Medium is The Message) التي جوهرها نظرية اتصالية تتمحور حول مفهوم ان المجتمع يتشكل ثقافيا بفعل طبيعة الوسيلة التي يتواصل الناس بواسطتها اكثر مما يتشكل بفعل مضمون وسيلة الاتصال ذاتها " . ³ . والانترنت الذي بدأ أولاً كمشروع حكومي في

الولايات المتحدة بحدود عام 1960 حيث طلبت الحكومة الاميركية من مؤسسة Rand

¹ - مصدر سابق ص3 . www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=68703

² - NUA, Internet How Many Online

³ الشمعة خلدون : الماكلوهانية ، الفكر العربي (مجلة تصدر عن معهد الانماء العربي ، بيروت) ، السنة الاولى، العدد السادس، تشرين الثاني، 1978 .

Corporation بإنشاء نظام اتصال متطور لتبادل المعلومات والاتصال يربط القواعد العسكرية الأميركية في العالم بعضها ببعض لتحقيق أكبر قدر من السهولة في العمل وبمنح هذه الشبكات قوة الوجود في أحلك الظروف ، وهو في الحقيقة ترجمة لأمر الرئيس الأميركي دويت أيزنهاور بضرورة بناء قاعدة بيانات وتأمين القدرة على عدم إتلافها إذا ما قامت حرب نووية، وكان أول استعمال لها عام 1972 ، ثم ما لبث ان انتقل للاستعمال الى مصالح أخرى ، وفي عام 1983 تم السماح لدول صديقة للولايات المتحدة مثل النرويج وبريطانيا للاستفادة من خدمات الشبكة ثم أصبح الشبكة الوحيدة التي تستطيع ربط المستخدمين الى عدد غير محدود من مصادر المعلومات والاتصالات وبتكلفة مالية رخيصة وعملية .

وكل التطورات التي يشهدها قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات تمهد السبل أمام أعداد كبيرة من الناس ليتحولوا الى البيئة الالكترونية (الانترنت) للحصول على المعلومات التي قد تكون متوفرة في أوعية أخرى تقليدية ورقية كانت أم تقليدية . " وهو ما جعل الانترنت وسيلة وأداة ضرورية في الاتصالات بكافة أشكالها في القرن الحادي والعشرين تتنافس وسائل الاعلام التقليدية في أهدافها سواء تعلق الامر بالكم الهائل من المعلومات أم التثقيف او التسلية والامتناع مكنها من ذلك أيضا قدرتها على الجمع بين أماكن التلفزيون والراديو والصحيفة والهاتف في وقت واحد " .¹

¹ العبد الله، مي: تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة. نموذج جريدة النهار. مؤتمر صحافة الانترنت: الواقع والتحديات. جامعة الشارقة، 2005.

وكنتيجة منطقية لهذا التحول اعتبر منتجوا تكنولوجيا الاتصالات الحديثة العالم اجمع سوقا طبيعيا لهم وهو "ما أفضى بدوره الى سيل هائل في إنتاج الادوات التكنولوجية اللازمة مما أدى الى هبوط في أسعار وسائل التقنية المتعلقة بالانترنت خلال أعوام قليلة ، كما اصبح المجال مفتوحا أمام الجميع ، دول ومؤسسات وأفراد ليتواجدوا على الانترنت لتحقيق أهدافهم باقل التكاليف السنوية الممكنة لاتتجاوز بضعة دولارات في العام الواحد . وحقق هذا التواجد على الشبكة الدولية نفس الغرض المعلوماتي الذي تنتجه وسائل إعلامية أخرى تكون في الغالب عالية التكلفة المالية ."¹

ويمكن القول الآن بأن الانترنت يقف على قمة الهرم بالنسبة لوسائل الاتصال الاخرى ، إذ ان البعد الاتصالي للانترنت يتوفر على خصائص متقدمة واستثنائية في أختلافها وتميزها عن بقية وسائل الاتصال لعل من أبرزها : تخطي الحواجز الزمنية والمكانية ، وفتح الباب للمعلوماتي والاتصالي امام الجميع . وهذه الخصائص ساهمت في ترسيخ مقولة "أن العالم تحول الى قرية الكترونية صغيرة " يستطيع قاطنوها ان يقوم باي عمل من الاعمال في اي مكان في العالم وهو ثابت مستقر في مكانه عبر إستخدامات الأنترنت المتعددة .

ويجدر الإشارة إلى أن شبكة الانترنت مقارنة بوسائل اتصالية اخرى حطمت في زمن وظرف قياسي جميع الحواجز التي عطلت وصول الوسائل الاتصالية الأخرى الى اكبر عدد من المشتركين ، فقد ويجدر الإشارة إلى أن شبكة الانترنت مقارنة بوسائل اتصالية اخرى حطمت

¹ السيد محمود محمد: صيانة المحتوى المعلوماتي . تجربة موقع الجزيرة نت . جامعة الشارقة.كلية الاتصال .الامارات العربية المتحدة،2005.

في زمن وظرف قياسي جميع الحواجز التي عطلت وصول الوسائل الاتصالية الأخرى الى اكبر عدد من المشتركين ، فقد "احتاج على سبيل المثال المذياع إلى 83 سنة حتى أصبح لديه 50 مليون مشترك ، بينما أحتاج التلفاز إلى 51 سنة لنفس العدد ، في حين أن شبكة الانترنت لم تحتاج سوى بضعة سنوات لتجمع العالم كله أشتراكا في خدماتها ".¹ وهي ارقام قد تختلف مع ما ذكر في الصفحة 27 من هذه الدراسة الا انها تبين عدد السنون التي تطلبها كل وسيلة للوصول الى جمهورها.

وإذا كانت فكرة هذه النظرية الاتصالية قد انطلقت من التلفزيون فإنها اليوم أكثر إنطباقا على الانترنت بوصفها وسيلة الاتصال الاكثر تأثيرا في الافراد والمجتمع والافكار والممارسات عبر ما تحمله من خصائص ومميزات وما تحتويه من مضمون ثقافي ومعرفي بجميع التخصصات والاتجاهات . "ولاشك ان المحتوى الرقمي **Online Digital** لثقافة الانترنت جعلها جزءا مهما وأساسيا من الثقافة المعلوماتية أو الالكترونية العامة ، بل يمكن القول ان ثقافة الانترنت اصبحت المكون الاساس والاكبر لثقافة الكومبيوتر والمعلوماتية والاتصالات الالكترونية وذلك بسبب الاستخدام الانساني الرسمي والشعبي المتزايد للانترنت منذ بداية استخدامها في تسعينات القرن الماضي وحتى اليوم ".²

¹ حسانة محي الدين : الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات: الأماكن، الفوائد والتحديات. العربية 3000، العدد 3 ، 2001 .

² حنش ، إدهام محمد ، مايس 2005 ، مجلة الانترنت الثقافية (الزرقاء) . أنموذجا ، مجلة الزرقاء ، العراق ، الموصل ،

ومن أهم ما يميز الأنترنت بنيتها اللامركزية حيث يقف المستثمرون العاديون على قدم المساواة مع أكبر الشركات العالمية ، إذ يحصل الجميع على حق نشر ما يريدونه على الشبكة وبكافة الموضوعات والمجالات ، ولعل ذلك كان أحد الأسباب الرئيسة للانتشار الهائل لشبكة إنترنت ، أما السبب الثاني فهو انخفاض كلفة تبادل المعلومات الذي لا يتعدى أجرة المكالمات المحلية يضاف إليها بدل اشتراك شهري ثابت ومنخفض نسبياً .¹

ويمكن أجمال العناصر الرئيسة التي تشتمل عليها شبكة الإنترنت كما يلي :

1- مستخدمو الشبكة : باختلاف مشاربهم وأذواقهم وآرائهم وحاجاتهم الاتصالية والإعلامية التي تدفعهم لاستخدام الشبكة .

2- الخدمات المقدمة من الشبكة : وهي تتنوع بتنوع المعارف والعلوم وحاجات مستخدمي الشبكة والحاجات الإنسانية ، مثل البريد الإلكتروني ، المجموعات الإخبارية ، المنتديات ، الدردشة .

3- التقنيات المستخدمة في الشبكة : وهي تنقسم إلى قسمين هما : القسم الأول الأجهزة الحاسوبية المستخدمة للأرتباط بالشبكة Hardware وما يتصل بهذه الأجهزة الحاسوبية مثل الفاكس مودوم ، والبطاقات المساعدة مثل بطاقات الصوت ، والشاشة ، وغيرها . أما القسم

¹ أقبیق ، طریف : طریق المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء : شبكة إنترنت : دار الإيمان - دمشق ، 1996م .

الثاني فيتكون من البرامج اللازمة لأرتباط بالشبكة Software كبرامج الوسائط المتعددة Multimedia مثل Real Player وبرامج التصفح مثل Internet Explorer وغيرها¹.

2.2. الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت:

يقصد بالاتصال "أي عملية يتم التفاعل من خلالها بين طرفين أو أكثر ، بهدف تحقيق قدر من التفاهم عن طريق تبادل المعلومات والآراء ، والأفكار ، والرموز ذات العلاقة بالثقافة الخاصة وفي المحيط الذي تتم فيه تلك العملية ."² وللاتصال أشكال مختلفة بحسب عدد المشاركين في الموقف الاتصالي والوسائل المستخدمة لتحقيق الاتصال والهدف الذي من أجله تتم عملية الاتصال ، وتبدأ مستويات الاتصال بالاتصال الشخصي ، وهو المستوى الأقل من حيث عدد المشاركين في العملية الاتصالية ، ويكون بين فردين ، يليه الاتصال الجمعي الذي يتم في أوساط اجتماعية ذات أعداد محدودة . أما الاتصال الجماهيري فهو النمط الاتصالي الذي يتم على نطاق جماهيري وتستخدم فيه وسائل الأعلام : الصحافة ، الإذاعة ، التلفزيون ، إضافة إلى المواقع الإلكترونية على الأنترنت ."³

والإعلام جزء من العملية الاتصالية ، وهو نشاط يتم لتحقيق أهداف معينة ، وتستخدم فيه وسائل الاتصال الجماهيري ، ويسعى الأعلام لإيصال المعارف إلى الأفراد والجماعات بهدف

¹ أسماعيل محمود حسن : مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الطبعة الأولى ، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع ، القاهرة ص62 .

² العنزي ، صالح زيد صالح : إخراج الصحف الإلكترونية في ضوء السمات الاتصالية لشبكة الأنترنت، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2007، ص40

³ عصام موسى : المدخل في الاتصال الجماهيري ، المكتبة الحديثة ، بيروت، 2004، ص56

التأثير في عقولهم ، ومشاعرهم ، ونشاطاتهم ، كما يهدف الإعلام إلى إيصال المعارف والعلوم حول أحداث وقعت أو ستقع . وفي شبكة الإنترنت التي تعتبر وسيطا اتصاليا جديدا بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى ، فإنها تعتبر تقنية اتصالات مهجنة تضم أكثر من نمط اتصالي :شخصي وجمعي وجاهيري ، دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال . تبعا لذلك فقد أختلت الكثير من المفاهيم السائدة حول الدور الاتصالي للإنترنت مع عدم وضوح الحدود الفاصلة بين أنماط الاتصال وطبيعتها .ونتيجة هذا المدى الواسع من الإمكانيات الاتصالية للإنترنت فإن الشبكة تقدم عددا من الخدمات الاتصالية التي تتوافق وتدعم التواصل الإنساني من جهة وتحقق قدرا كبيرا من الأندماج بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص سواء عن طريق البرامج الحوارية أو من خلال المنتديات وغرف الدردشة .

كما يبرز دور شبكة الإنترنت الاتصالي في "مجال الاتصال الشخصي من خلال المواقع الشخصية التي يديرها ويشرف عليها أفراد يقومون بنشر أخبارهم ومعلوماتهم الشخصية ، إضافة إلى ما يضعونه من روابط لمواقع أخرى . كما تقدم الشبكة خدمة البريد الإلكتروني التي تتميز إلى جانب سرعتها الفائقة في كونها مجانية لمستخدمي شبكة الإنترنت بالإضافة إلى احتوائها على أخبار متنوعة تصل إلى البريد الإلكتروني الخاص بالمشارك بشكل يومي وحسب التخصصات التي يرغب بها ."¹

¹ عبد الله ، فايز : ماذا بعد عصر الإنترنت ، المكتبة العالمية ، بيروت، 2002 ، ص23

وتقدم شبكة الأنترنت كذلك خدمات ومزايا عديدة وخاصة بعد تطوير برامج تخاطبية جديدة ، واستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال والتخاطب بين الأجهزة الحاسوبية بالصوت والصورة والنص المكتوب ، كل ذلك حوّل الشبكة الدولية إلى فضاء يعج بالحركة والصوت والصورة والنصوص المكتوبة . ويتمثل أهم الخدمات الاتصالية بما يلي :

1.2.2. التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت :

عند ظهور أية وسيلة إعلامية حديثة تكثر التنبؤات حول مصير الوسائل الأقدم منها ، فعندما ظهرت الإذاعة كوسيلة إعلامية على سبيل المثال ذات خصائص وميزات مبهرة للمستقبلين أعتقد الكثير أن هذا إعلان لأفول الصحافة الورقية ، كما إن ظهور التلفزيون جدد التنبؤات بمستقبل الصحافة والإذاعة ، نفس الإحساس والتوقعات حدثت عندما ظهرت شبكة الإنترنت لما تملكه هذه الشبكة من سمات اتصالية ذات طبيعة تفوق الوسائل الإعلامية الأخرى.

ورغم كل تلك التنبؤات فإن جميع الوسائل الإعلامية حافظت على وجودها كون كل وسيلة إعلامية لها سماتها الخاصة التي تكونت نتيجة الحاجة إليها ، وأن ظهور أية وسيلة إعلامية جديدة يدفع بقية الوسائل إلى تطوير قدراتها وأساليب عملها لتبقى في الميدان الإعلامي بكفاءة عالية ، على هذا كان لظهور شبكة الإنترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي والشكل الفني حيث ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الاتصالي لكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية وذلك من خلال الخدمات المباشرة ، وكذلك من خلال الأختصار والدقة التي تقدم بها المواد الإعلامية ، وأسهمت منتديات الإنترنت في

تلمس حاجات جماهير وسائل الإعلام وساعد البريد الإلكتروني في اختصار المسافة
الاتصالية بين القائمين بالاتصال في الوسائل الإعلامية ، وجمهور هذه الوسائل وهو ما يطلق
عليه الأتصال التفاعلي بعدما كانت العملية الإعلامية تسير باتجاه أحادي من الوسيلة
الإعلامية إلى جمهورها .

واستفادت جميع الوسائل التقليدية للإعلام من الإنترنت لزيادة إنتشارها ووصولها إلى كل
مكان في العالم دون تكلفة تذكر ، بعدما كان الكثير منها يوزع في نطاق محدود . كما "ساعد
الإنترنت من خلال سهولة الأتصال بالشبكة وسرعته من قبل الجميع أينما وجدوا ، هذا
بالإضافة الى تميّز المواد المقدمة من قبل الشبكة بتعدد أساليبها من خلال الوسائط المتعددة
1" .

لأجل هذا تغيرت صور الوسائل الاعلامية كثيرا بعد ظهور وانتشار شبكة الانترنت عالميا ،
حيث باتت هذه الشبكة كوسيط اتصالي جديد بالاضافة الى التطبيقات التقليدية كالاذاعة
والتلفزيون والصحف التقليدية . ويعلل الدكتور عباس مصطفى صادق هذا التغيير بالقول " لقد
تجمعت في الانترنت خبرات الوسائل المادية للاتصالات السلكية واللاسلكية ، وهي تجمع بين
خصائص الاتصال الجماهيري والتخصيص وحق الفرد في تلبية حاجاته إعلاميا بمعزل عن
الجماعة . وبجانب كون الشبكة نفسها وسيلة اتصالية ، تصنف بعض الخدمات من خلال

¹ شريف درويش اللبان ،تكنولوجيا النشر الصحفي :الأجاهات الحديثة ، الدار المصرية اللبنانية للنشر ، القاهرة 2001 ،ص 98

شبكات ومواقع داخلها على انها محطات إذاعية أو شبكات تلفزيونية أو صحف أو وكالات أنباء أو خليط من هذا وذاك " ¹.

أما الدكتور الصادق رباح فيقول " شهد العالم منذ ربع قرن الكثير من روائع التكنولوجيات الحديثة؛ فكانت أسرطة الفيديو والكابل سنوات السبعينات ، ثم القنوات الإذاعية المحلية (FM) ، والتليماتيك (الاستعمال المقترن لتكنولوجيا المعلوماتية ووسائل الاتصال في إنتاج وبث وتوزيع ومراقبة المعلومات) ، والمعلوماتية ، والتلفزيون عالي الأداء(نقاء الصورة)، ثم التلفزيون التفاعلي ، وأخيرا الانترنت والطرق السيارة للمعلومات". ويضيف " نتيجة ظهور الانترنت فإن الشبكات الجديدة للاتصال تغير بعمق في طرائق البحث عن الاخبار وإنتاجها وتوزيعها ، والواقع أن الثورة الرقمية قد أعادت تشكيل الواقع ورؤيتنا له ، لكن المفارقة أن العالم ، وهو يعيش هذه المرحلة الحاسمة في تاريخه ، يبدو عاجزا عن توقع نتائج وآثار الهزات التي تعرفها كل الفضاءات الجماعية " ².

ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالا جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت والتي اصبحت من خلالها معايير عالمية جديدة للاتصال الجماهيري . وهنا يقول

¹ د.عباس مصطفى صادق : صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني . الظفرة للطباعة-ابوظبيي. الطبعة الاولى 2003 ص 30

² الإعلام والتكنولوجيا الحديثة: دار الكتاب الجامعي -الامارات العربية المتحدة-العين الطبعة الاولى 2004 ص 106 ، ص 101

بودي " بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالانترنت ".¹

ويرى الدكتور السيد بخيت ان " الانترنت أضاف وظائف أخرى للاتصال الجماهيري من حيث تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المستقبل ، كما قللت من أهمية وظيفة المراقبة التي تقوم بها وسائل الاعلام ، فعندما تقع أحداث إخبارية ما فإن المهتمين بها يبتون رسائل عبر الانترنت مباشرة للآخرين لكي يقرعوها ، وتمثل هذه الوظيفة تحولا مهما عن وسائل الاعلام التقليدية ".² ويضيف ايضا " افرزت الثورة الاتصالية ، ظاهرة التفاعلية في العملية الاتصالية ، أي بين المستقبل والمرسل ، حيث لم يعد الاتصال عملية أحادية الاتجاه بل عملية تفاعلية ، ولم يعد المستقبل متلقيا سلبيا بل يلعب دورا إيجابيا ومؤثرا في الفعل الاتصالي ، كما أصبح بمقدوره التحكم في العملية الاتصالية ، ومن خلال عمليات الانتقاء والاختيار ، مما يعطيه سيطرة أكبر على عملية الاتصال ، وهو ما يمكن أن يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليه ، كما وكيفا ، كما أثرت هذه التكنولوجيا الحديثة في زيادة مساحة المشاركة والتبادل ، والقابلية للتحرك ، والتوصيل ، والشبوع ، والانتشار ، والقابلية للتحويل ".³

¹ Brody,Douglas A .2001 Saudi Arabias International Media Strategy: Influence through Multinational Ownership in Hafez,K.(ed.)Mass Media,Politics,and Society in the Middle East .Hampton Press Inc. P138

² الأنترنت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية: دار الكتاب الجامعي-العين الطبعة الاولى 2004

ص17

³ نفس المصدر ص18

ويقول الدكتور محمد الأمين موسى أحمد أن " الأنترنت أحدث ثورة في التواصل الجماهيري من حيث الانتشار والصفة الدورية وأحتكار النشر والمضامين والشكل والوسائط التعبيرية ، فبالإضافة إلى كون التواصل عبر شبكة الويب يتم من خلال وسيلة جماهيرية جديدة ألا وهي الموقع Site ، جذبت هذه الشبكة العديد من وسائل الإعلام التقليدية Conventional Media إليها وأجبرتها على التكيف مع طبيعة تكنولوجيا المعلومات وقلصت الفروق بين أشكالها المختلفة (كتاب . صحيفة . مجلة . وكالة أنباء . سينما . إذاعة . تلفزة) ، وشجعت هذه الأشكال على التواجد عبر الشبكة فقط دون المرور من تجربة التواجد التقليدي (الورق . الشاشة . المذياع . التلفاز).¹

وقبل أنطلاقة الانترنت كان "الفيديو تيكس أحد التطبيقات الشائعة لوسائل الاعلام التفاعلية ، وسمح هذا التطبيق لمستخدميه بارسال بيانات وأستقبال بيانات من أجهزة الكمبيوتر أو مستخدمين آخرين للفيديو تكس بواسطة نهاية طرفية قادرة على عرض النصوص والصورة".²

ومع تطور أنتشار شبكة الانترنت ظهرت تطبيقات جديدة لا هي صحف ولا وكالات أنباء توفرها جهات مختلفة مثل المستعرضات وآلات البحث التي تقدم خدمات إخبارية بالنص والصورة والصوت ، كمستعرضي نتسكيب Netscape ومايكروسوفت إكسبلورر Microsoft Explorer اللذان يقدمان خدمة إعلامية تغطي أهتمامات مختلفة . كما أن هناك مواقع

¹ توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي . كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة.جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا. الإمارات العربية المتحدة .نوفمبر 2005 ص2

² ملفين ديفيلير وساندرا روكيش: نظريات وسائل الإعلام .ترجمة كمال عبد الروؤف.الدراس الدولية للنشر والتوزيع.القاهرة ، 1999 ص .487

إعلامية تجمع كل أشكال الاعلام بنفس القوة مثل فوكس نيوز Fox news الذي يعتبر

هجين من كل التطبيقات الاتصالية فلا هو صحيفة ولا هو وكالة أنباء ولا هو قناة تلفزيونية

بل هو موقع إخباري أستفاد من خصائص ومزايا النشر في الانترنت .

وتأثرت وسائل الاعلام بالانترنت حيث قد جذب النشر عبر الشبكة نسبة كبيرة من جماهير

هذه الوسائل ، ففي استطلاع أجرته شركة الابحاث البريطانية المعروفة باسم الاستراتيجيات

التحليلية Strategies Analyses تبين أن القنوات التلفزيونية تخسر ملايين المشاهدين

لصالح الانترنت ، ويقول دافيد مارسر مدير الشركة أن " التلفزيون هو الوسيط الاعلامي الذي

يعاني بشكل أكبر جراء تزايد عدد مستخدمي الانترنت السريع ، فعدد كبير من المشاهدين

يختارون قضاء اوقات فراغهم في تصفح شبكة الانترنت ويفضلون البحث عن مضامين

ترفيهية لم يجدوها في السابق في التلفاز"¹.

¹ أرنود دوفور : إنترنت ، ترجمة منى ملحيس ونيال ادلي، الطبعة الاولى ، بيروت : الدار العربية للعلوم 1998.

3.2. السمات الشكلية للاتصال عبر شبكة الإنترنت :

من خلال الاشكال الاتصالية التي تتم عبر شبكة الانترنت كوسيلة إعلامية متعدد الوجوه والتي تتضمن مجموعة مختلفة من الاشكال الاتصالية ، هي ؛ من طرف واحد الى طرف آخر، ومن طرف إلى عدة أطراف ، ومن عدة أطراف إلى أطراف أخرى، فإن مفاهيم إتصالية جديدة ظهرت وأرتبطت بشكل كبير بدراسة الانترنت ، وتبعاً لسماتها الرئيسية استطاعت شبكة الإنترنت ان تجمع الخصائص التي تتميز بها الوسائل الأتصالية العلامية التقليدية ، فقد تم دمج العناصر الطباعية المميزة لوسائل الإعلام المطبوعة والحروف ، والصور ، مع العناصر المميزة للوسائل المرشبية ،الصور المتحركة والألوان . ومن هذه المفاهيم :

1.3.2. التفاعلية Interactivity :

وهي تعني رجوع الصدى ، وقد عرف Durlak التفاعلية بأنها "العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الأتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الأتصال عن بعد . كما عرفها Refaeli التفاعلية بأنها أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة . وقد ساعدت التفاعلية على تخصيص المواقع الالكترونية صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين بحيث يمكن لصحاب الهمتات المشتركة من خلال الصفحات تبادل الخبرات والانشطة ، كما يمكن من خلال التفاعلية الإفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية للصحف المطبوعة أو البرامج التلفزيونية أو الإذاعة التقليدية إلى جانب تلك التي تتوفر عند الإنترنت .

2.3.2. سهولة الأستخدام Accessibility :

تعد خاصية سهولة الأستخدام أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمى الإنترنت وزيادة إقبال الجماهير لهذه الشبكة، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهد جسدي وعقلي كبير لفهم أو أستيعاب ما تتوافر من مواد خاصة مع أستخدام بعض البرمجيات التي تسهم في تسهيل الموضوعات المعقدة مثل الوسائط المتعددة وغيرها.

وتشمل سهولة الأستخدام جوانب كثيرة من أهمها سهولة الحصول على المعلومات ، إلى جانب تفعيل الشبكة لعملية الاتصال الشخصي بين الجماهير الأمر الذي هيا الأتصال بين عدد كبير من الأشخاص ، وتبادل الرسائل فيما بينهم في وقت كان من الصعب حدوث ذلك قبل ظهور هذه التقنية . ولتدعيم هذه السمة فقد عملت بعض شركات البرمجيات على إنتاج برامج تمكن من استخدام شبكة الانترنت بسهولة ، حتى لذوي الأحتياجات الخاصة * بحيث بات من السهل أمام الفئات المختلفة الدخول على البريد الألكتروني والمواقع المختلفة على الشبكة ، والأستفادة من معطياتها الحديثة ومتابعة الأخبار والتطورات الأخيرة .

ومن سهولة الاستخدام للشبكة تعرض مستخدميها للمواقع المتاحة والحصول على أعداد كبيرة من مصادر المعلومات مع امكانية ربط القصص الإخبارية بسياقاتها المختلفة وبالأرشيف الخاص بهذه المواقع ، وكذلك من خلال " الأستفادة من تقنية النص التشعبي Hypertext التي تتيح الوصول الى مواقع أخرى عبر الشبكة . ولا تقتصر تقنية النص التشعبي على النصوص والكلمات فقط بل على الصور والرسوم التوضيحية Hyper Links " ¹ . هذا بالإضافة إلى التفاعلية الميسرة بسهولة للمستخدمين والكم الجمعي الذي يتوافق مع سهولة الأستخدام حيث يمكن للمرسل ارسال رسالته إلى ملايين المستقبلين في وقت واحد دون عناء .

3.3.2. سرعة الحصول على المعلومات :

توصف شبكة الأنترنت بالطريق الإلكتروني السريع للمعلومات نتيجة التقنيات المتوفرة فيها والتي مكنت العالم أجمع من الوصول إلى المعلومات المتاحة على الشبكة في الوقت نفسه . وفي كل يوم تظهر من البرامج والنظم الاتصالية ما يزيد من سرعة تناول المعلومات عبر الشبكة مثل تقنية حزمة الإنترنت فائقة السرعة Broadband Internet . وفي المجال الإعلامي سعت الكثير من المواقع الإخبارية لتفعيل خاصية سهولة الحصول على المعلومات التي توفرها الإنترنت ، حيث طورت العديد من الصحف الألكترونية نظامها التحريري ليوافق

* يستطيع ذوو الأحتياجات الخاصة ألتفادة من معطيات الإنترنت عن طريق عدد من الوسائل حيث تحوّل برامج معينة البرامج التي يعرضها الحاسب الآلي إلى لغة برايل لكي يتعامل معها فاقدم البصر ، كما أن هناك برامج أخرى تحوّل النصوص إلى أصوات ، وكذلك فإن هناك المزيد من البرامج لذوي الإعاقات الأخرى .

¹ أحمد ، حس ، الكمبيوتر .. ابتكارات مستمرة، مكتبة الأفق ، لبنان ، 2006، ص26

السرعة المذهلة التي تتمتع بها الشبكة" فاعتمدت بعض تلك الصحف والمواقع الإلكترونية على تقنيات عالية السرعة لمواكبة الأحداث وبما يمكنها من التحديث المستمر للمعلومات والأخبار كتقنية جافا المتطورة للنشر الإلكتروني Rapid Publish التي تقوم بربط غرف التحرير الصحفية بالشبكة مما يسمح بعرض الأخبار فور حدوثها مع تحديث هذه الأخبار بشكل مستمر .

4.3.2. التراتيبية:

إن مستوى انتشار تكنولوجيا المعلومات الرقمية في ا لمجتمع غالبا ما يكون تعبيرا على التراتيبية وهي ظاهرة لا تقتصر على مجتمعات فحسب أبل تتسحب على كل ا لمجتمعات البشرية فقد عرفت الانترنت والحوايب بداية طريقها إلى الفئات الاجتماعية الأكثر رفاهية وتعلما كما أن الفوارق الجغرافية تعود أساسا إلى هذا العامل كما أن مستوى التحكم في هذه التكنولوجيا الرقمية يندرج ضمن "لعبه" التمايز الاستخدامي المؤسس على التراتيبية الاجتماعية، فالهوة الرقمية التي تعكس تفاوتنا فئويا في تملك واستثمار التكنولوجيا تمثل مظهرا آخر من

تمظهرات الهيمنة، فهي ليست سببا في الامساواة الاجتماعية بل نتيجة لها¹ وكما يقول الصادق الحمامي تمثل الانترنت ا لمح ال الذي ينشا داخله نموذج جديد للمجال العمومي، تهتز التقاسيم الكلاسيكية القائمة على ثنائية النخبة الجمهور، فمستخدم الانترنت لا يخضع إلى سلطة الإعلام ووسائطه كمنلق سلبي لمضامينه، بل انه يساهم بشكل ديناميكي في إنتاجها²

4.2. الوسائط المتعددة Multimedia :

تستهدف الوسائط المتعددة المساعدة المساعدة في إيضاح المعاني ، وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة ، لتوصيل الأفكار والمعاني . ويرى Gibbs "أنه يمكن للوسائط المتعددة وبفضل ما تتوافر عليه من سمات ، تحسين الأتصال ، وإثراء المواد المقدمة عبرها"³ . وأسهمت الوسائط المتعددة بتوفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الإنترنت على أكتساب المهارات والخبرات والمعرفة ، كما ساعدت الجمهور للتفاعل مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطات مسموعة ومرئية ، وصورا ورسوما كاركاتورية .

"ويعد موقع ال CNN على الإنترنت أول المواقع الإخبارية التي أستفادت من الوسائط المتعددة ح حيث تم وضع إعلانات بواسطة الوسائط المتعددة على الموقع بقدرات كبيرة

¹ -الصادق رابح:قراءة في الرهانات الثقافية والاجتماعية لتكنولوجيا الرقمية الحديثة ، مجلة إذاعات الدول العربية،تونس ، عدد01 سنة 1 86ص 2006 .

² -الصادق الحمامي:إرهاصات نموذج تواصل جديد المستقبل العربي،بيروت، سبتمبر 2007

³ عبد الحميد بسيوني ، الوسائط المتعددة ، دار النشر للجامعات ، القاهرة ، 2004 ص11

مستفيدة من تقنيات الصوت ، والصورة التلفزيونية .¹ ، وفي أبريل 2003 خطت BBC العربية خطوة مهمة في مجال نقل المعلومات الى المتلقين العرب وذلك عبر استخدام الوسائط المتعددة التي تجمع الصوت والصورة مما حفز الجمهور على المشاركة الفعالة والفورية "² . وبالطبع فإن الوسائط المتعددة الآن هي سمة غالبية المواقع الإخبارية التي أستفادت من مزاياها لنقل الصورة والصوت والكلمة في آن واحد.

5.2. ماهية الشباب :

1.5.2 تعريف الشباب :

¹ www.ekateb.net

² www.suhuf.net.sa/2001jaz/jul/15/ev4.htm

فقد جاء في القاموس المحيط أن الشباب يعني الفتى، كالشبيبة، والشباب - بالكسر . النشاط.

فمن المعنى اللغوي نستنتج أن مرحلة الشباب نقيض مرحلة الهرم، لما لها من خصائص

نفسية وسلوكية ومزاجية.. إضافة إلى خاصية النشاط..

"ويرى علماء الاجتماع أن الشباب هم كل من يدخل في فئة السن من (15 إلى 25 سنة)

ويبنون رأيهم على أساس أن أولئك قد تم نموهم الفسيولوجي أو العضوي، بينما لم يكتمل

نموهم النفسي والعقلي اكتمالا تاما بعد، وبالتالي فهم في مرحلة وسط بين الطفولة والرجولة

¹الكاملة . " وهناك من يرى أن مرحلة الشباب أو الرشد تبدأ من (18 إلى 30 سنة تقريبا)،

ويقسمها إلى :- مرحلة الشباب الأولى (من 18 إلى 24 سنة تقريبا) وهي تقارب مرحلة

التعليم العالي .. مرحلة الشباب الثانية (من 24 إلى 30 سنة تقريبا (ومن الدارسين من يرى

وجوب " .. ألا يقتصر هذا المفهوم على النظر للشباب كفئة عمرية أو اجتماعية لها

خصائصها النفسية والسلوكية المميزة، ولكن باعتبار الشباب جزء من كل، أو باعتبارهم

عنصرا هاما في بناء النسق الاجتماعي للمجتمع ..وانطلاقا مما سبق، يتحكم كل باحث في أية

مرحلة عمرية من مراحل الشباب يريد دراستها، فدراسة الشباب عامة، تركز على الفئات

العمرية (من 15 إلى 30) . ودراسة الشباب في التعليم الثانوي تركز على المرحلة من (15

إلى 30 سنة)، ودراسة الشباب الجامعي تركز على المرحلة من (18 إلى 30 سنة² . أما

مميزات المجتمع الجزائري فيتميز بعدة سمات مستنبط أغلبها من انتماء هذا المجتمع إلى

الكيان العربي الإسلامي . و رغم تعددها و تنوعها فقد أحصى الدكتور احمد ابن نعمان في

كتابه " سمات الشخصية الجزائرية من منظور الإنثربولوجيا النفسية "أربع و أربعون سمة

نذكر أهمها1 :

- الصراحة و مقت اللف و الدواران

²- سمير لعرج :دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري ، أطروحة دكتوراه دولة غير منشورة،كلية العلوم 1 السياسية والإعلام ،الجزائر 2006/2007ص 14

- 2. التمسك بالأصول، بمعنى حب النظام و التزام السلوك المبني على المنطق السليم.

3- الواقعية و الابتعاد عن الخيال

4- القناعة، و هي سمة تتماشى أيضا مع الواقعية .

2.5.2. حاجات الشباب

تقود مرحلة الشباب الفرد من الطفولة إلى مرحلة الرشد التي يصلها وبلوغ مرحلة الرشد البد من إشباع حاجات الشباب الأساسية و إذا لم يتم إشباع هذه الحاجات أصيب بالتصدع والخلل وعدم التوازن ومن بين أهم هذه الحاجات : الحاجة إلى تأمين المستقبل : هذه الحاجة تتطلب ما يأتي:

- 1 الحصول على عمل مناسب والارتقاء في درجاته المختلفة .
 - 2 تيسير التعليم وتخطيطه بحيث يوفق بين حاجات المجتمع وحاجات الشباب نفسه .
 - 3 توفير التأمينات الاجتماعية المختلفة في حالات المرض أو العجز عن العمل.
- الحاجة إلى الزواج وتكوين أسرة : إشباع هذه الحاجة يتم بالطرق الآتية:
- 1 توفير الأمن الاقتصادي للشباب وتأمينه على مستقبله ومستقبل أو الده.
 - 2 توفير التربية الجنسية للشباب وتبصيرهم بحقائق الحياة الروحية ومعاونتهم عن طريق الخبراء في مواجهة مشاكل الزواج والتغلب على صعابها.

- 3 محاربة التقاليد التي تفرق بين الجنسين ودعم التضامن وتهيئة فرص التفاهم بينهما .
الحاجة إلى مثل عليا واضحة وقيادة واعية : ويتضمن ما يأتي:
- الحاجة إلى أن تتضح أهداف الدولة وأهداف خدماتها التعليمية والاقتصادية و السياسي
- الحاجة إلى التوجيه الواعي عن طريق وسائل العالم و وسائل أجهزة الثقافة والتعليم
- الحاجة إلى قادة متخصصين في جميع الميادين.
- الحاجة إلى دعم الشخصية واستغلال الاستعدادات الخاصة
- تهيئة وسائل استثمار وقت الفراغ
- توفر وسائل التثقيف
- حماية الشباب من حمالة الفساد والتفاهة والتعصب.
- توفير وقت فراغ كافي تستغل فيه المواهب الخاصة وتزاول فيه الهوايات الشخصية , الأمر الذي ال يتوفر دائما و أبدا في جو المهنة . يجب أن ال تتعزل قوى الشباب عن قوى الشعب الأخرى بل ينبغي أن تلتحم معها . أن أساليب العمل مع الشباب ينبغي أن تسقط كل نوع من أنواع التسلط عليه, ويجعله مشاركا فعالا في عمليات التخطيط والتنفيذ والتقييم¹ .

¹-محمد سيد فهمي, إدارة الأزمة مع الشباب, المكتب الجامعي الحديث للنشر, الإسكندرية , 2102, ص145.

1.3 تعريف الشبكة الاجتماعية الفايسبوك

1.1.3. الفايسبوك الخلفية والنشأة:

وموقعه الرسمي الفايسبوك _ www.facebook.com _ شبكة التواصل الاجتماعي ينتمي إلى مواقع (الويب 2.0) ، ويمكن الاشتراك به مجاناً تديره شركة فايسبوك " محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم... الخ، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، ويمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

وتعود تسمية فكرة الموقع ب" (فيس بوك) أو (كتاب الوجه في الأساس إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة لأعضاء هيئات التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن تعريفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعارف، حيث يعرف هذا الدليل في الولايات المتحدة أيضا هذا الاسم¹، وشعار هذه الشبكة هو: الفايسبوك شبكة اجتماعية مجانية وسيبقى كذلك" (ts free and always will be)، وهذا ما يعني أن الطابع التجاري في هذه الشبكة يأتي بعد الطابع الاجتماعي الإنساني، فأول ما فكر فيه مؤسس هذه الشبكة هي كيف يجعل الكل متواصل ومتصل مع الآخرين بجميع الطرق أينما كان، وبعدها فرض الطابع التجاري نفسه كعمول الأرباح هذه المؤسسة عن طريق الإشهار

¹ - سحر ناصم : حرب بينت باردة بين "غوغل" و"فايسبوك"، موقع الأساننت أون لاين ، 2010/11/23

والشراء والبيع ومختلف التطبيقات المتصلة وكذا مجموعة الأعمال التي تحصل داخل هذه الشبكة .

قام مارك زوكربورغ (Mark Zuckerberg) بالاشتراك مع زملائه في جامعة هارفارد (Harvard) | وقتها داستين موسكوفيتز (Dustin Moskovitz) وكريس هيويز (Chris Hughes)، وهم متخصصون في البرمجيات ودراسة علوم الحاسب بتأسيس الفايسبوك كشبكة إجتماعية في عام 2004، ليفتح مجال العضوية به أمام جامعات ستانفورد (Stanford) وكولومبيا (Columbia) ويال (Yale) بعد ذلك، ثم اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وفي 26 سبتمبر من عام 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، ويشغل بالمؤسسة حاليا أكثر من 1700 فردا² .

أما عالميا فتعد المواقع الاجتماعية عامة أربعة من بين الخمس المواقع الأولى الأكثر زيارة، بحيث يتصدرها موقع الفايسبوك (Facebook)، وحسب الموقع العالمي المختص في الإحصاءات ألكسا (Alexa) أن الفايسبوك هو ثاني موقع من حيث الزيارات بعد موقع البحث جوجل وهو الأول من حيث هو شبكة اجتماعية وموقع التواصل الاجتماعي، وهذه الإحصائيات من بين أهم أسباب اختيار هذا المجتمع الافتراضي الفايسبوك كنموذج

²- للتعرف أكثر على مسيرة الموقع الرجاء زيارة الموقع التالي

* <http://www.facebook.com/press/files.php#!/rrainfo.php?time link:> *

للمجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، عربيا وحسب آخر الإحصائيات فان هناك أكثر من 24 مليون عربي³ على الفايسبوك، 64 بالمائة منهم ذكور و 36 بالمائة إناث. إناث.

الوصف التقني لموقع الفايسبوك : يتضمن الفيس بوك عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ونشر أنواع متعددة من المعلومات بجميع أشكالها، ومن بين هذه السمات: الأرصدة (Les Comptes): هناك أربعة أنواع من الأرصدة على الفايسبوك أولها الرصيد العادي أو رصيد المستخدم (Profil) أو (Le Compte d ' utilisateur)، والثاني صفحات المحبين (Les Pages de Fanes) وهي في غالب الأحيان خاصة بالمؤسسات والشخصيات المشهورة محليا أو عالميا وتستخدم عادة للأغراض التجارية، ثالثا المجموعات (Les Groupes) والتي تجتمع بشأن قضايا أو أفكار وغيرها وأخيرا أرصدة الأحداث (Event) وذلك للتفكير والتجمع لإحياء حدث ما داخل الفضاء الافتراضي أو نقلها وتجسيدها في القضاء الواقعي. الملفات الشخصية (Profile): ومن خلال الملف أو الرصيد الشخصي، يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا ، ومن هم أصدقاؤه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات. لوحة الحائط (Wall): وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم،

³ - موقع ألكساء: " www.alexa.com "

بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم، وتتيح للمستخدم تقاسم معلومات صور، تعليقات، مقاطع فيديو .. الخ) والتعبير الأني.

الحالة (Statues): التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، ويمكن من خلاله تقاسم الصور واللينكات (Links) والنصوص ومقاطع الفيديو والأحداث المرتقبة.

الصور (Photos): التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، كما يعد الفايبيوك من أشهر المواقع من حيث تحميل الصور، حيث يتم تحميل 14 مليون صورة إلى الموقع يوميا.

سمة النكزة (Pokes): التي تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

_التقاسم أو المشاركة 2 (Partager) (Share): هذه السمة تمكن المستخدم من تقاسم معلومات (صور أو غيرها) مع أصدقاءه أو الكل.

_الرسائل (Messages): وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن كذلك.

_ سمية الاستحسان (j ' aimn): وهي سمة قام المطورون على هذه الشبكة الاجتماعية بإصدارها . الأحداث المرتقبة (Events): وهي تجمعات قصد إحياء أحداث شخصية أو جماعية ستقام على الفايسبوك أو في الفضاء الواقعي .

_ المحاورة الآنية (chat): أصدر الفايسبوك تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج (Comet) وأطلق عليه اسم (Chat)، ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم .

وقد تم إطلاق سمة التدوين على الفايسبوك (Facebook Notes) عام 2006، وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها .

في سنة 2006 تم الإعلان عن سمة التغذية الإخبارية (News Feed) التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بنشر كل تغييرات التي تطرأ على بروفييل المستخدمين من تغير في الحالة العاطفية أو تعبير عن المزاجات أو التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم، ومؤخرا أطلق الفايسبوك خدمة التواصل عبر الصورة (Web cam)، أي أن المستخدم يمكن تفعيل خاصية مشاهدة الأناص الذين يحدثهم عبر الشبكة . |

جدير بالذكر أن لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم تمكن كل مستخدم من مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية التي يقوم بإدخالها على رصيده، حيث يقدم الموقع المستخدم القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء

بصورة تلقائية، فضلا عن ذلك - فإنه يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطراً على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها مثل: التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الحائط الخاص بهم والأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخراً.

يعتبر العديون أن الفايسبوك فهو ميكروبلوكر (Micro Bolge) أي مدونة مصفرة و بريد الكتروني في آن واحد، حتى أن العديد من المراقبين يلاحظون عزوف العديد من مستخدمي الانترنت عن بريدهم الالكتروني لأنهم على اتصال بأصدقائهم عبر الشبكة الاجتماعية على مدار الساعة، وكذا توفير الفايسبوك للتراسل بنوعية الأني والمؤجل، وكذا يمكن للفايسبوك أن يكون يوتوب (Youtub) فتقول الإحصاءات أن الفايسبوك هو ثاني مصدر لمقاطع الفيديو سنة 2010، أو فليكر (Fliker) فالإحصائيات تقول أيضا أن حجما هائلا من الصورة يتم تحميلها يوميا على الفايسبوك، فمن المحتمل أن تكون كل هذه الخصائص والخدمات من الأسباب الرئيسية لنجاح هذا النوع من المجتمعات بهذه الصورة الكبيرة هو أن الفايسبوك عبارة عن (يوتوب وفليكر ومجتمع ويكي وتويتير وليغ ومدونة... في نفس الوقت)، فقد توفرت عليه جميع أدوات النشر والتعليق والتصحيح التي توفرها هذه المواقع مجتمعة، نستعرض فيمايلي بالأرقام إحصاءات مثيرة عن موقع فيسبوك ومستخدميه على مستوى العالم⁴:

⁴ - www.faczbook.com/press/info.phpstatistic.

أكثر من 1 . 3 مليار مستخدم ينشطون شهريا على موقع فيسبوك إجمالي عدد المستخدمين النشطين يبلغ 864 مليون مستخدم يوميا . 72 % من البالغين المتصلين بالإنترنت يزورون فيسبوك مرة واحدة على الأقل في الشهر 152 مليون مستخدم ينشطون يوميا على موقع فيسبوك في الولايات المتحدة وكندا فقط، و 24 مليون في المملكة المتحدة وحدها . 228 مليون مستخدم ينشطون يوميا على الشبكة في قارة آسيا، و 206 مليون في قارة أوروبا . 426 مليون مستخدم ينشطون شهريا على موقع فيسبوك في قارة آسيا، و 289 مليون في قارة أوروبا . بالمتوسط، يمضي كل مستخدم نحو 21 دقيقة من وقته على فيسبوك يوميا . بالمتوسط، يقضي إجمالي مستخدمي فيسبوك 20 مليار دقيقة على الموقع كل يوم . يقضي كل مستخدم نحو 8 . 3 ساعات من وقته على موقع فيسبوك شهريا 8 % من إجمالي الدقائق التي يمضيها المستخدمون على الإنترنت . 76 % من مستخدمي فيسبوك يسجلون دخولهم مرة واحدة في اليوم إلى الموقع، و 40% منهم فقط يتفقدون حساباتهم عدة مرات في اليوم الواحد . 66 % من إجمالي مستخدمي موقع فيسبوك تتراوح أعمارهم ما بين 15 و 34 سنة، و 28% هم من الجيل الجديد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 12 و 17 سنة، و 34% تتراوح أعمارهم بين 18 و 29 سنة . يبلغ حجم بيانات المستخدمين التي يخزنها فيسبوك نحو 300 بيتابايت، أي ما يعادل 300000 تيرا بايت (300 مليون غيغابايت) .

100 ألف طلب صداقة ترسل في كل دقيقة على شبكة فيسبوك إجمالي عدد الصداقات "Friendship" على فيسبوك يبلغ 150 مليارا . بالمعدل، يمتلك كل بالغ على فيسبوك نحو

300 صديق .21% من مستخدمي فيسبوك يمتلكون 50 صديقا على الأكثر 70 % من البالغين على موقع فيسبوك هم أصدقاء (Friends) مع آبائهم. 42 % من مستخدمي موقع فيسبوك هم من الذكور كل فتاة أمريكية على موقع فيسبوك تمتلك بالمعدل 250 صديقا.

2.1.3 إيجابيات الفيس بوك :

- وسيلة لنشر الدعوة إلى الله: يعرض الدعاة والمسلمون عموماً دعوتهم بمختلف الطرق والأساليب، وبسبب الإقبال من الناس على الفيس بوك فيمكن أن يكون نقطة تأثير مهمة في هذا المجال

- نافذة للإعلام ونشر الأخبار المختلفة فور حدوثها

- البحث عن صديق أو قريب افتقده قريبه منذ زمن ولم تعد بينهما صلة، فيمكن أن يجده من خلال البحث عن اسمه في الفيس بوك. وسيلة للحصول على الأخبار ومختلف

المجالات العلميّة والدينية والثقافية

- سبب للتسلية والترويح عن النفس ولكن بالضوابط الشرعية وعدم تضييع الوقت. طريق

للتعبير عن الرأي في الأحداث السائدة في العالم أو في أيّ مجال من مجالات الحياة

- باب للتواصل مع الأصدقاء والأقارب الموجودين في أماكن بعيدة⁵.

⁵ - إيجابيات - وسائليات - لفيسبوك/ <http://mawdoo3.com>

-سلبيات الفيس بوك

- ضياع الساعات وهدر الأوقات وفوات كثير من الأعمال التي يُمكن أن ينتفع بها الفرد وينفع بها غيره، أبرزها عبادة الله التي من أجلها خُلق الإنسان.
- قلة التواصل الشخصي مع الأسرة والأصدقاء، وضعف الروابط والعلاقات الودية، بسبب قضاء وقت كبير على الفيس.
- نشر أسرار البيوت والخصوصيات التي ينبغي الاحتفاظ بها.
- جرح كثير من الناس عندما يطلعون على النعم التي ينشرها أصحابها، من ولد ومال وغير ذلك.

- وسيلة للفساد الأخلاقي: فمن خلالها يدخل الأبناء على المواقع الإباحية ويتصفحون الصور والفيديوهات دون رقيب. التسبب بالتعب للعين، فضلاً عن إرهاق الجسد عموماً بسبب إطالة استخدامه.

- نشر إساءات لدين الإسلام والعقيدة. النقاشات الطويلة التي تحدث أحياناً وتتسبب بالخلافات؛ لأنّ الكتابة وحدها لا توصل الفكرة واضحة كما لو كان الحديث مباشراً.

نصائح لمستخدمي الفيس بوك :

- نَدَّكَّرَ دوماً أنك لست وحدك أثناء تصفحك، بل إن الله تعالى يؤد ويبطّل على كل ما تخفيه، وهذا سيكون وازعاً لك في البعد عن المحرمات والانحرافات.

كن على اطلاع على سلبيات وإيجابيات هذا الموقع لتكون أكثر حذراً من الوقوع في شباكه.

-ضع برنامجاً لقضاء يومك تُخصّص فيه مدة محدّدة لنشاطك على الفيس لتتوقّف عند

انتهائها، وبالتالي تتجنّب الاستغراق في صفحاته.

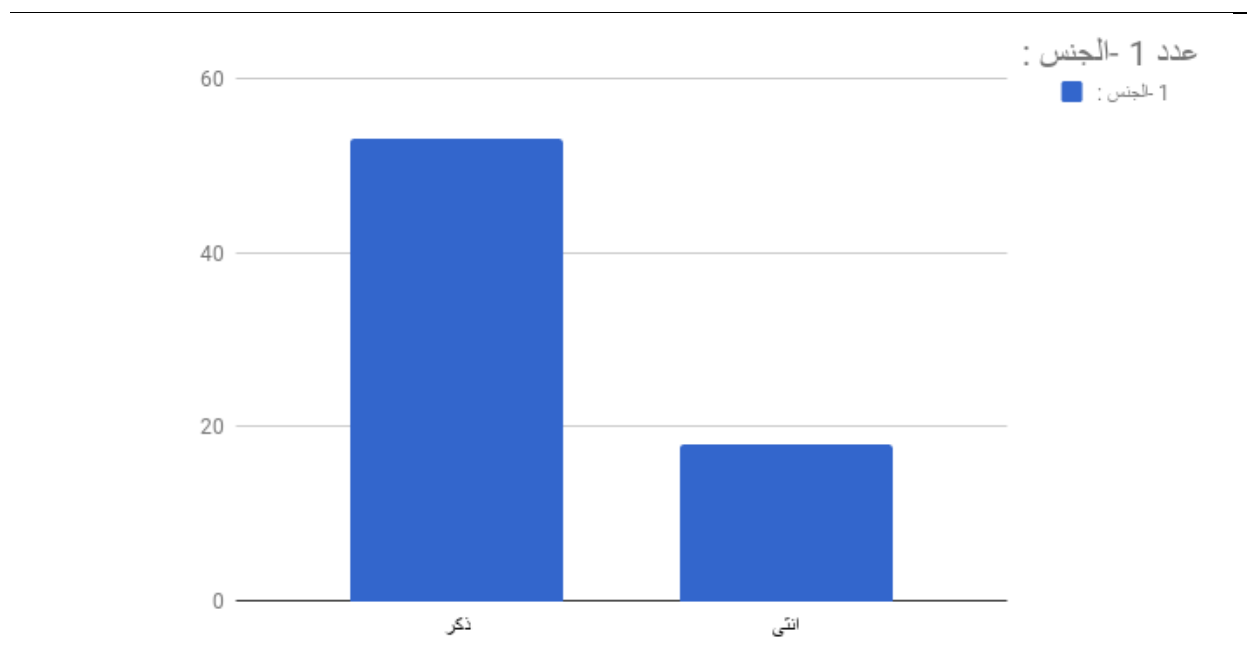
-اندمج في الحياة الاجتماعية وتجنب العزلة.

محور البيانات الشخصية :

الجدول رقم (1) : يمثل متغير الجنس بالنسبة لعينة الدراسة

نوع الجنس	التكرار (ك)	النسبة (%)
الذكور	48	67.6 %
الإناث	23	32.4 %
المجموع	71	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه إن نسبة الذكور بلغت نسبة 67.9 (%) من عدد المشاركين فلاستبيان ، أي 48 ذكر أما بالنسبة للإناث بلغت نسبة المشاركة (%) 32.2، وهذا يبرز الإقبال المتفاوت لكلا الجنسين على الانترنت بشكل عام و شبكة التواصل الفيسبوك بشكل خاص ،وتقول الإحصاءات انه ف الوطن العربي 64 % من المستخدمين للفيسبوك من الذكور و الباقي من الإناث .



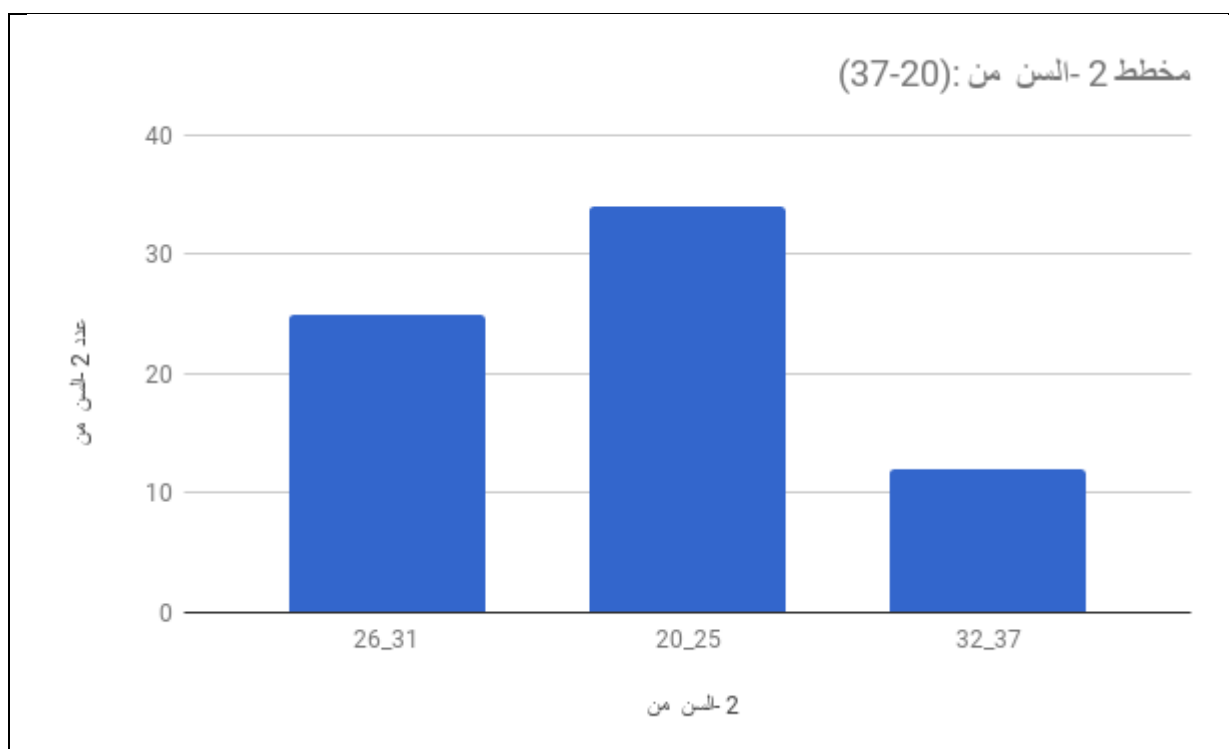
الشكل رقم 1 - الشكل رقم (1) : يمثل متغير الجنس بالنسبة لعينة الدراسة

الجدول رقم (2) : متغير السن بالنسبة لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	الفئة العمرية	متغير السن
47.9	34	25-20	
35.2	25	31-26	
16.9	12	37-32	

الشكل 2- متغير السن بالنسبة لعينة الدراسة

من خلال ملاحظتنا للنسب الظاهرة اعلاه و الرسم البياني اسفله يتبين لنا ان الفئة العمرية الموجودة بكثرة هي الفئة العمرية الاولى من (20-25) بنسبة بلغت 47.9 % من مجموع الباحثين البالغ عددهم 71 عينة ، تليها الفئة العمرية من (26-31) بنسبة بلغت 35.2% اي ماعدهه 25 مفردة من عينات الدراسة ، وفي الاخير نجد الفئة من (32-37) الاقل حضورا على مرفع التواصل الفيسبوك بنسبة بلغت 16.9 % اي ماعدهه 12 من مفردات الدراسة .

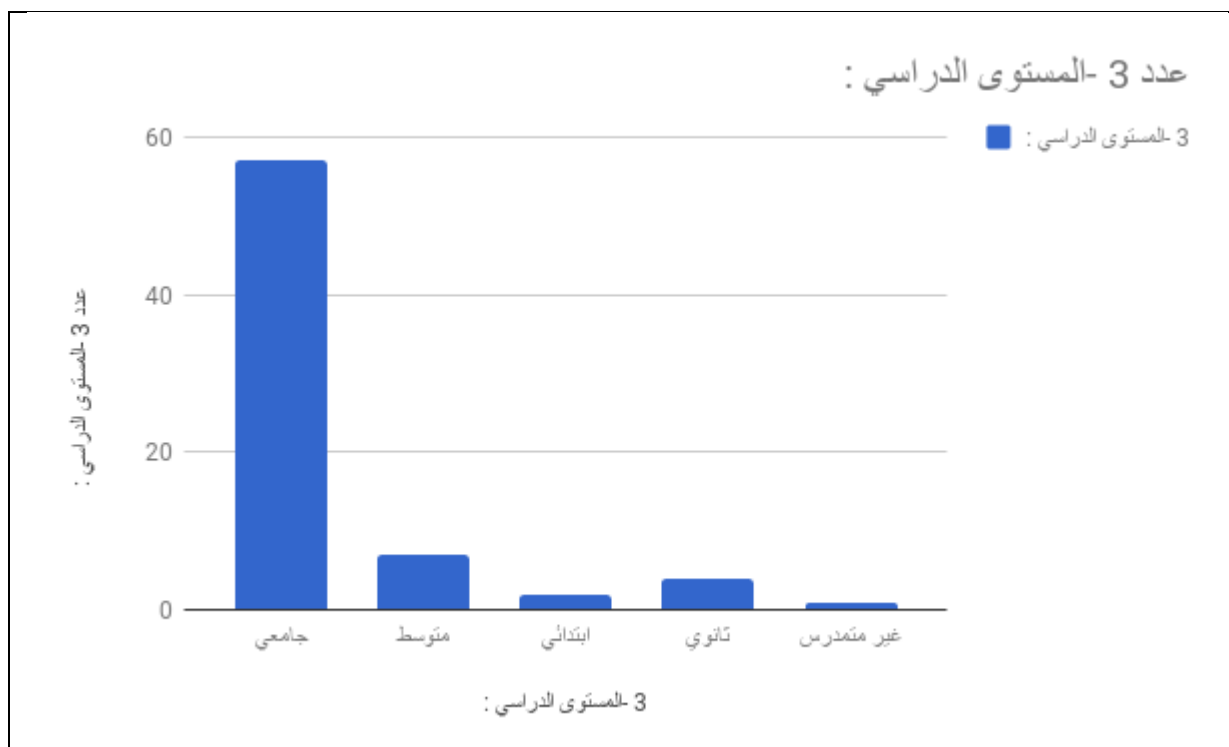


الشكل -2- متغير السن بالنسبة لعينة الدراسة

الجدول 3 - متغير المستوى الدراسي :

النسبة (%)	التكرار	المستوى التعليمي	متغير المستوى التعليمي
1.4	1	غير متمدرس	
2.8	2	ابتدائي	
9.9	7	متوسط	
5.6	4	ثانوي	
80.3	57	جامعي	

أظهرت الدراسة ارتفاع المستوى التعليمي عند المشاركين، حيث سيطر الجامعيون ب 80.3 بالمائة من مجموع المشاركين في الإجابة عن الاستمارة وذلك بوقع 57 مفردة من إجمالي 71 مفردة، وذلك راجع الى اهتمام هذه الشريحة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك الذي اصبح يمثل التطبيق رقم 1 عند هذه الشريحة من المجتمع ، في المرتبة الثانية جاء الطلبة المتوسط بمجموع 7 مفردة أي 9.9 بالمائة من مجموع المشاركين، أما نسبة الطورين الثانوي والابتدائي وغير المتمدرسين في مراتب متأخرة بنسب ضعيفة تقريبا حيث أن نسبة المبحوثين ذوي المستوى الثانوي بلغت 5.6 بالمائة أما المبحوثين ذوي المستوى الابتدائي فتلخصت في مفردتين وغير المتمدرسين مفردة واحدة ، وهذا يدل على مستوى اهتمام هذه الفئة بالمجال المعلوماتي (الأمي هو من لا يحسن استعمال الكمبيوتر والمعلوماتية)، واتخاذ هذه الوسيلة كمصدر للمعلومات ومجال للاطلاع على كل جديد كل في مجاله ومستواه.

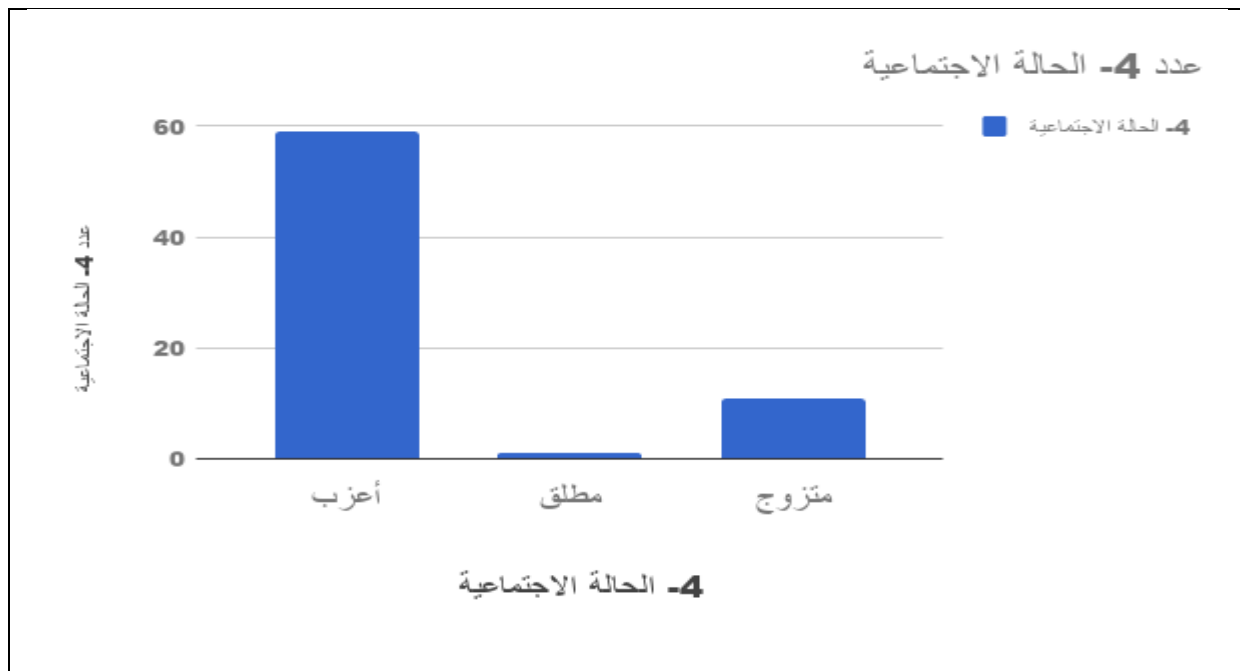


الشكل - 3- متغير المستوى الدراسي بالنسبة لعينة الدراسة

متغير الحالة الاجتماعية :

النسبة (%)	التكرار (ك)	الحالة الاجتماعية	
83.1	59	أعزب	الحالة الاجتماعية
15.5	11	متزوج	
1.4	1	ارمل	
0	0	مطلق	

يلاحظ من خلال الجدول ان نسبة العازبين يكتسحون نسبة الحضور على مواقع التواصل الاجتماعية بنسبة بلغت 83 بالمئة وعدد مفردات وصل 59 مفرده في المركز الاول ، اما المتزوجون فهم في المركز الثاني بنسبة 15.5 % وعدد مفردات 11 وفي الاخير نجد ان ه توجد مفردة واحدة تمثل الارامل اما المطلقون ليس لهم حضور على الموقع ، من خلال مايبينه المخطط البياني يمكن القول ان هناك نسبة كبيرة من الشباب الذين يستخدمون موقع الفايسبوك يعيشون حياة العزوبية وهذا نظرا لتفرغهم الدائم وعدم وجود مسؤولية ومشاغل كثيرة في حياتهم اليومية ،وهذا مايفسره تواجدهم الدائم على الشبكة العنكبوتية .



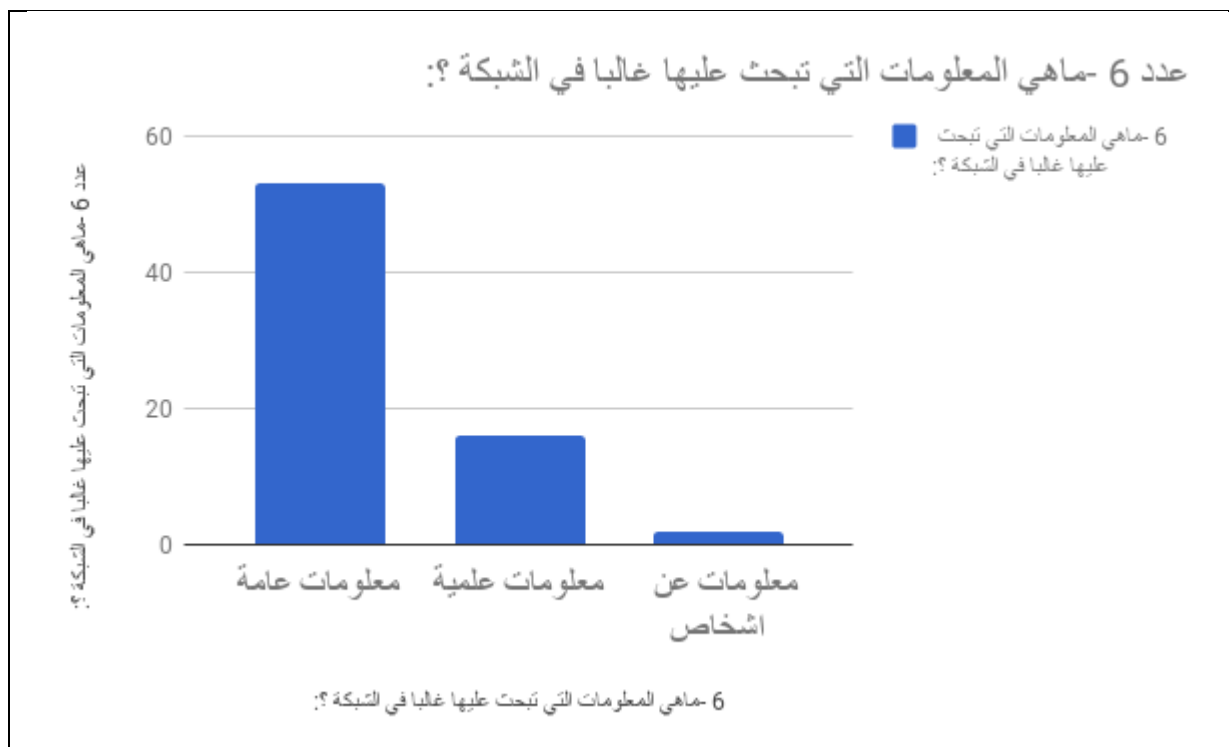
الشكل - 4- متغير الحالة الاجتماعية

2 : محور شبكة الانترنت كفضاء لتداول المعلومات

الجدول 5- طبيعة المعلومات التي يبحث عنها افراد العينة :

النسبة (%)	التكرار	طبيعة المعلومة
3	2	معلومات عن اشخاص
23	16	معلومات علمية
74	53	معلومات عامة

يتضح من خلال الجدول في الاعلى ان المستخدمين يهتمون اكثر بالبحث عن المعلومات العامة من خلال تصفح الانترنت وهذا بسبب اختلاف افراد العينة في طبيعة نشاطهم اليومي فكل شخص يهتم بالمعلومات التي تمس جميع نواحي الحياة الاجتماعية وهذا مايفسر التكرار لافراد العينة 53 بما نسبته 74 ،اما عن الفئة الثانية فمهمة بالبحث عن المعلومات العلمية بنسبة 23 وتكرارهم وصل الى 16 فرد وهنا يمكن القول ان البيئة العربية عموما لاتشجع على البحث العلمي بحيث يمكننا ربطه بمفهوم هجرة الادمغة اذا ما اردنا اعطاء وصف تقريبي ورسم صورة البحث للعلم في البيئة العربية ، اما الفئة الاخيرة فهي التي تهتم بالبحث عن معلومات عن الاشخاص بتكرار وصل الى 2 ونسبة بلغت 3 وعليه يمكن القول ان افراد المجتمع غير مهتمين بالبحث عن الحياة الشخصية لافراد المجتمع ونخص بالذكر المشاهير والاعلام .



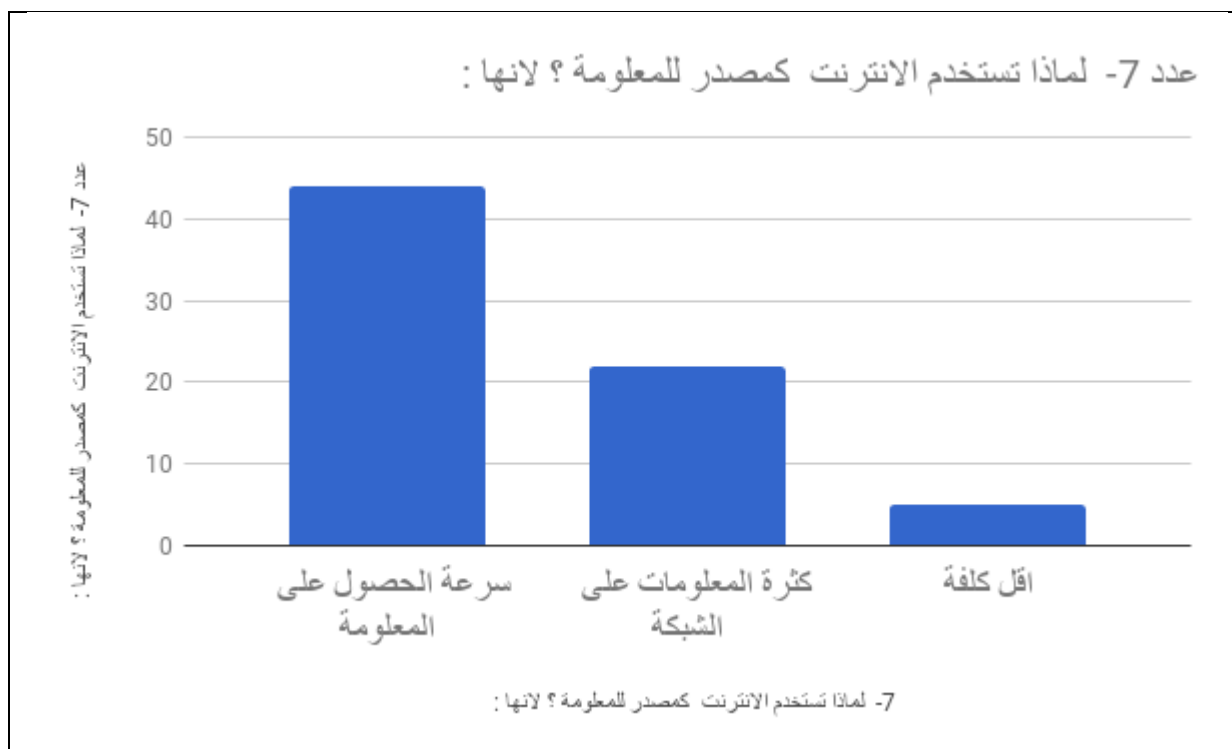
الشكل - 5- طبيعة المعلومات التي يبحث عنها افراد العينة

الجدول 6_ سبب استخدام افراد الانترنت كمصدر للمعلومة :

النسبة	التكرار	سبب الاستخدام
7	5	اقل كلفة
31	22	كثرة المعلومات على الشبكة
62	44	سرعة الحصول على المعلومة

نلاحظ من خلال الجدول ان تفضيل العينة المبحوثة استخدام الانترنت كمصدر للمعلومة يختلف باختلاف الاسباب ، حيث يفضل الاغلبية الانترنت لسهولة وسرعة الوصول للمعلومة وهذا مايعني اختصار الوقت والجهد ويمكن تفسيره بان الزمن الحالي يتطلب السرعة مايحتم

على أفراد العينة استخدام الانترنت بدل الطرق التقليدية كالبحث في الكتب و القواميس ومصادر المعلومة الامر الذي يحتم عليه الانتقال الى المكتبات و اماكن بيع الكتب حيث بلغ عددهم 44 مفردة بنسبة 62 (%) ،اما العينة الثانية التي تفضل استخدام الانترنت لكثرة المعلومات على الشبكة فيمكن تفسيره الى افتقار المكتبات الى الكتب الكثيرة و المتنوعة خصوصا اذا تعلق الامر بالمصادر الرئيسية وامهات الكتب والقواميس الامر الذي يحتم التوجه الى الانترنت لتعويض النقص اما العينة الثالثة فتفضل استخدام الانترنت لانها اقل كلفة ولا تحتم على الباحث شراء كتاب او مصادر اخري ورقية بثمان كبير كما هو واقع الحال فيفضلون استخدام الانترنت لانها رخيصة الثمن وفي متناول الجميع ويستطيعون اخذ عدد لا يحصى من الكتب بلغ عدد العينات 5 بنسبة 7 بالمئة .



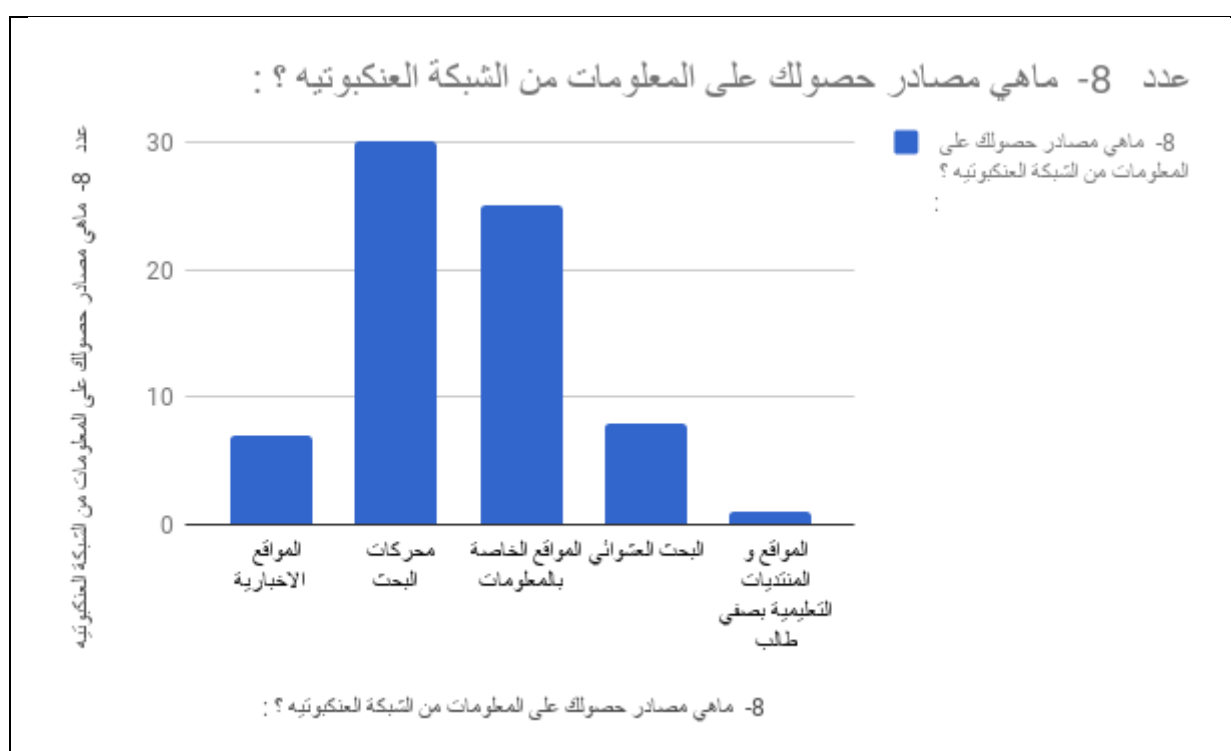
الشكل 6. يمثل سبب استخدام افراد الانترنت كمصدر للمعلومة

الجدول -7- مصادر الحصول على المعلومة من شبكة الانترنت :

النسبة	التكرار	مصادر المعلومة
10	7	المواقع الاخبارية
42	30	محركات البحث
35	25	المواقع الخاصة بالمعلومات
12	8	البحث العشوائي
1	1	مواقع أخرى

يتبين من الجدول رقم (07) المتعلق بالسؤال الذي يبحث عن مصادر المعلومات التي يعتمدها المبحوثين داخل شبكة الانترنت، حيث نجد 30 مفردة أي 42 بالمائة من مجموع الإجابات المقدمة قد أجابت أن محركات البحث هي المصدر الأول التي يستقون منه المعلومات على شبكة الانترنت، فبالميزات التي تقدمها والخدمات التي تسهل عملية البحث عن المعلومات تعتبر محركات البحث على الشبكة من المواقع الأكثر استعمالاً على الإطلاق ويعتبر المحرك (جوجل) الأكثر تفوقاً حتى الآن، وذلك بالخصائص البحثية المعقدة التي يمكن الموقع من استغلالها، أما 25 مفردة أي (35 بالمائة من مجموع الإجابات قد مالت إلى أن المواقع الخاصة بالمعلومات هي أكثر المصادر التي يستقون منها المعلومات

على الشبكة كمثال مواقع الويكي (Wikis) ومواقع المشاركة في المعلومات وغيرها، أما 8 مفردة فقالت أن البحث العشوائي هو سبيلها في البحث عن المعلومات وأن نوع الموقع أو المصدر لا يهمها ، أما 10 بالمائة التي تمثل 7 مفردة ترى أن المصدر الرئيسي للمعلومات التي تعتمد عليها هي المواقع الاخبارية واخر نسبة للعينة التي تقوم باستخدام مواقع اخري للبحث بلغت 1 مفردة بنسبة واحد بالمائة .



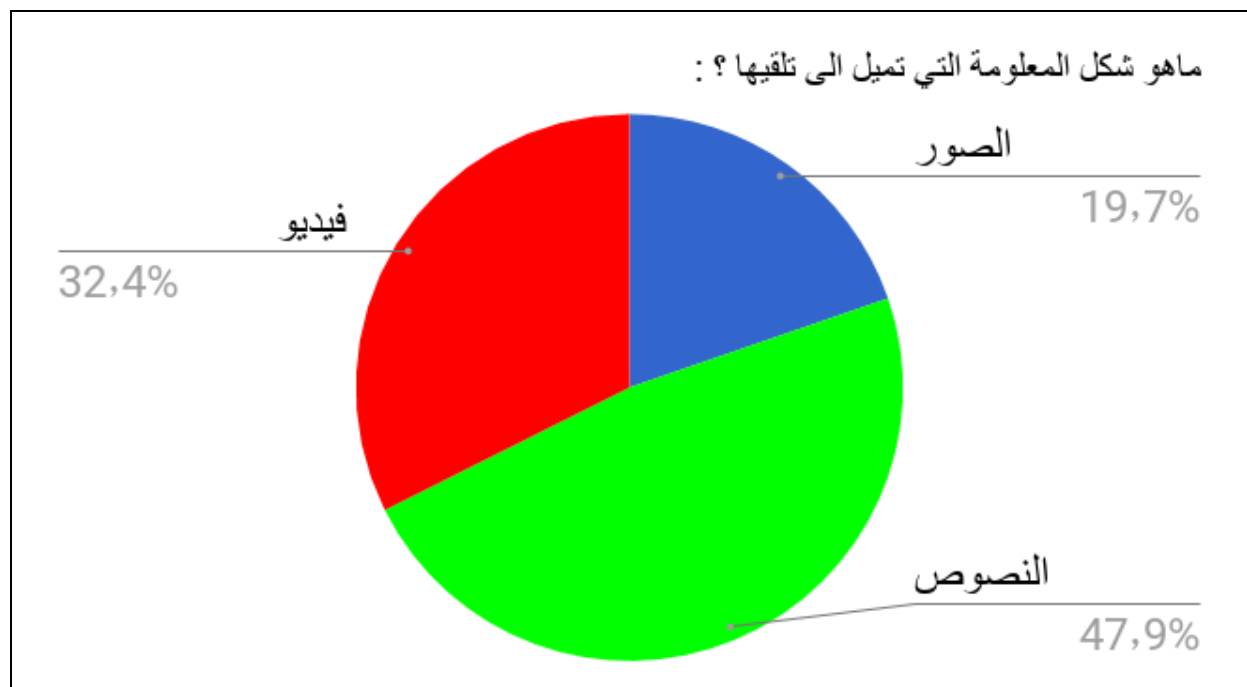
الشكل7.مصادر الحصول على المعلومة من شبكة الانترنت يمثل

الجدول -8- شكل المعلومة التي يميل افراد العينة لتلقيها

النسبة	التكرار	شكل المعلومة
48	34	نصوص
20	24	صور
32	14	فيديو
0	0	مقاطع صوتية

الجدول رقم (8) والخاص بشكل المعلومات التي يميل المبحوثون إلى البحث عنها وتلقيها، ويبدل الجدول إلى أن الإجابات مالت إلى الأنواع الثلاثة على رغم التفاوت بينها فقد أجابت 34 مفردة أي (48 بالمائة من مجموع المفردات) الاجابات إلى الخيار (نصوص) أي أنها تميل إلى تلقي المعلومات المكتوبة الكترونيا، كالمقالات والأخبار المتوفرة في المواقع المنوعات والمواقع الإخبارية وكذا المعلومات المتوفرة على الشبكات الاجتماعية المختصة لك و32 بالمائة من مجموع الإجابات مالت إلى تلقي المعلومات في طابعها الفيديوجرافي (مقاطع فيديو)، فهناك مواقع عديدة توفر هذا النوع أو الشكل من المعلومات ولعل أشهرها موقع اليوتوب) و (دايلي موشن) وغيرهما، فتوفر فيه المعلومات التي توفرها جهات رسمية وحتى المواد التي يقوم الأفراد بإنتاجها وتوفيرها وبثها، و النسبة أي (20 بالمائة من الإجابة) صبت في خانة الإجابة (الصور) بمختلف أنواعها ومن أهم المواقع التي توفر هذا النوع من المعلومات (فليكر) الذي انشأ في فبراير 2004 وهو تابع لشركة (ياهو) العالمية، والمتخصص في نشر الصور وحث مستخدميه إلى نشر المواد المصورة من طرفهم، أما

المواد الصوتية ولعدم توفرها بشكل كبير على النت ولتخصصها في مجال الكتب الصوتية ومقاطع الموسيقى (Mp3) و (itune) فإن المبحوثين لا يميلون إلى تلقيها كثير، كل هذا يدل أن مستعملي شبكة الانترنت يميلون إلى تلقي المواد النصية أكثر وهذا ينقض نظرية طغيان الصورة بنوعيتها الساكن والمتحرك على المواد التي يتلقاها مستخدمي الشبكة.

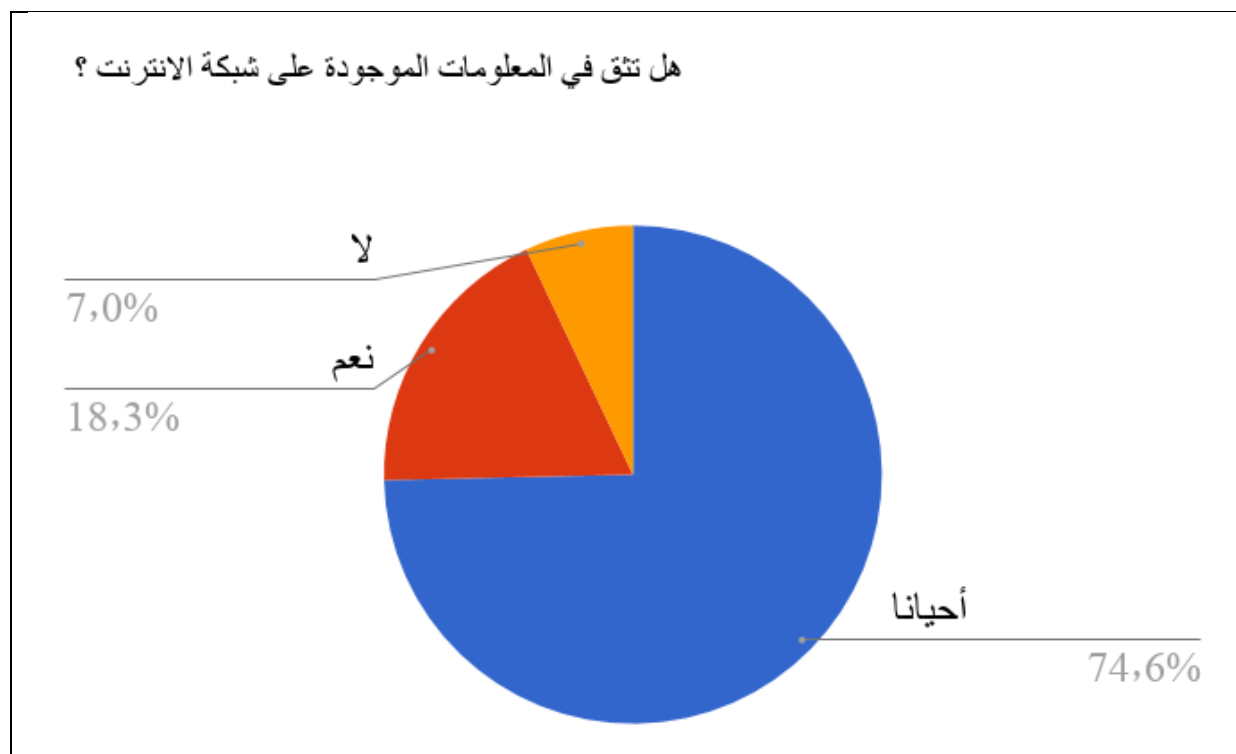


الشكل 8. يمثل شكل المعلومة التي يميل افراد العينة لتلقيها

الجدول -9- هل تثق في المعلومات على الشبكة

ثقة العينة بالمعلومات على النت	التكرار	النسبة
نعم	13	18
لا	5	7
أحيانا	53	75

الجدول رقم (9) يبحث في موثوقية المعلومات الموجودة على الشبكة ومدى ثقة المبحوثين فيها، مال 53 مفردة (75 بالمائة) إلى الجواب (أحيانا) وهذا ما يدل أن المبحوثين لا يتقنون في كل المعلومات التي يتلقونها من شبكة الانترنت فهناك معلومات كثيرة مغلوطة تتداول داخل الشبكة وكذا معلومات إخبارية خاطئة (شائعات) ففي الكثير من الأحداث الجارية في العالم يتم تداول المعلومات عنها على شبكة الانترنت لكن مصادر هذه المعلومات تبقى مجهولة، أما 18 بالمائة من العينة تثق تمام الثقة في المعلومات التي تقوم بتلقيها من الشبكة مهما كان نوعها أو مصدرها، أما 07 بالمائة فلا يتقنون في كل المعلومات المنشورة أو المقدمة في الشبكة وهذا - ومع ضالة النسبة - يعتبر مبالغ فيه لأن الشبكة تحتوي على مواقع جدية ومواقع تابعة لجهات رسمية محلية ودولية.



الشكل 9. وثوق افراد العينة في المعلومات على الشبكة

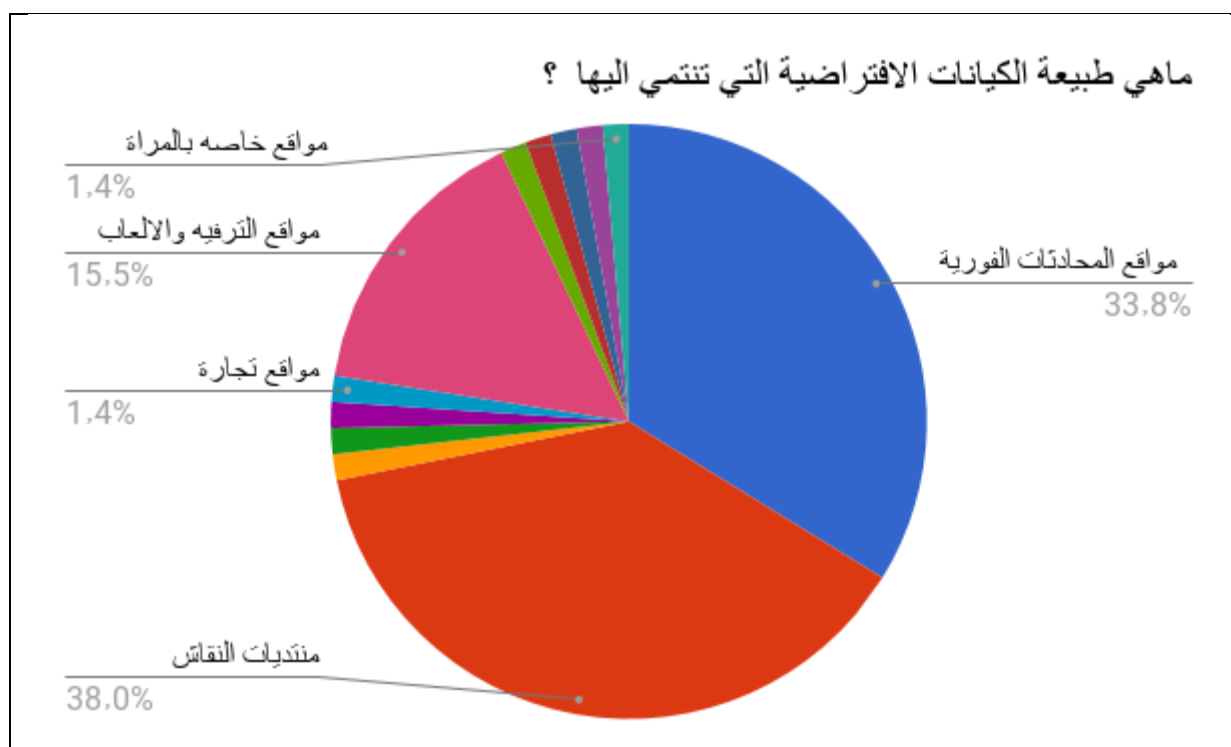
الجدول 10- ماهي طبيعة الكيانات الافتراضية التي تنتمي اليها:

النسبة	التكرار	طبيعة الكيانات الافتراضية
38	27	منتديات النقاش
34	24	المحادثة الفورية
16	11	الترفية والالعاب
12	9	أخرى مع ذكرها

الشكل رقم (14): الكيانات الاجتماعية أو المجتمعات الافتراضية التي تنتمي إليها مفردات العينة

. يتبين من الجدول رقم (10) والخاص بالسؤال الذي يبحث عن ماهية الكيانات أو المجتمعات الافتراضية التي ينتمي إليها المبحوثين وقد كان للمبحوثين إمكانية الإجابة بأكثر من إجابة واحدة - فأجاب 27 مفردة (أي 38 بالمائة من مجموع الإجابات) مبحوث أنهم ينتمون إلى منتديات النقاش ، الخ، أما 27 إجابة أي (38 بالمائة من مجموع الإجابات) فقد صرحت أنها تنتمي إلى منتديات المحادثة الفورية على النت وهي صفحات منقسمة إلى أقسام ومواضيع متنوعة تهم المنتمين إليها، أما 34 بالمائة من مجموع الإجابات (24 إجابة) فقد اختارت مفرداتها الإجابة على (مواقع المحادثة) وهي مواقع التشاتنج (Chatting) وهي مواقع التعارف ، أما 66 مفردة فقد أدلت أنها أما 9 إجابة انحصرت على خيار (مواقع اجتماعية أخرى كالوقوع الافتراضي والمجموعات الإخبارية ومجتمعات التشارك والويكي ومجتمعات (الاي باي) التسوق والمواقع الرياضية ...

فأفراد العينة منقسمون عموماً بين النقاش حول المواضيع التي تهمهم والمحادثة الفورية الأمر الذي يستهويهم خصوصاً بعدما أصبح الاتصال ثنائي الاتجاه بعدما عرفت الجزائر احادية الاتصال منذ الاستقلال الى غاية ظهور هذا الفضاء بفضل الشبكة العنكبوتية .



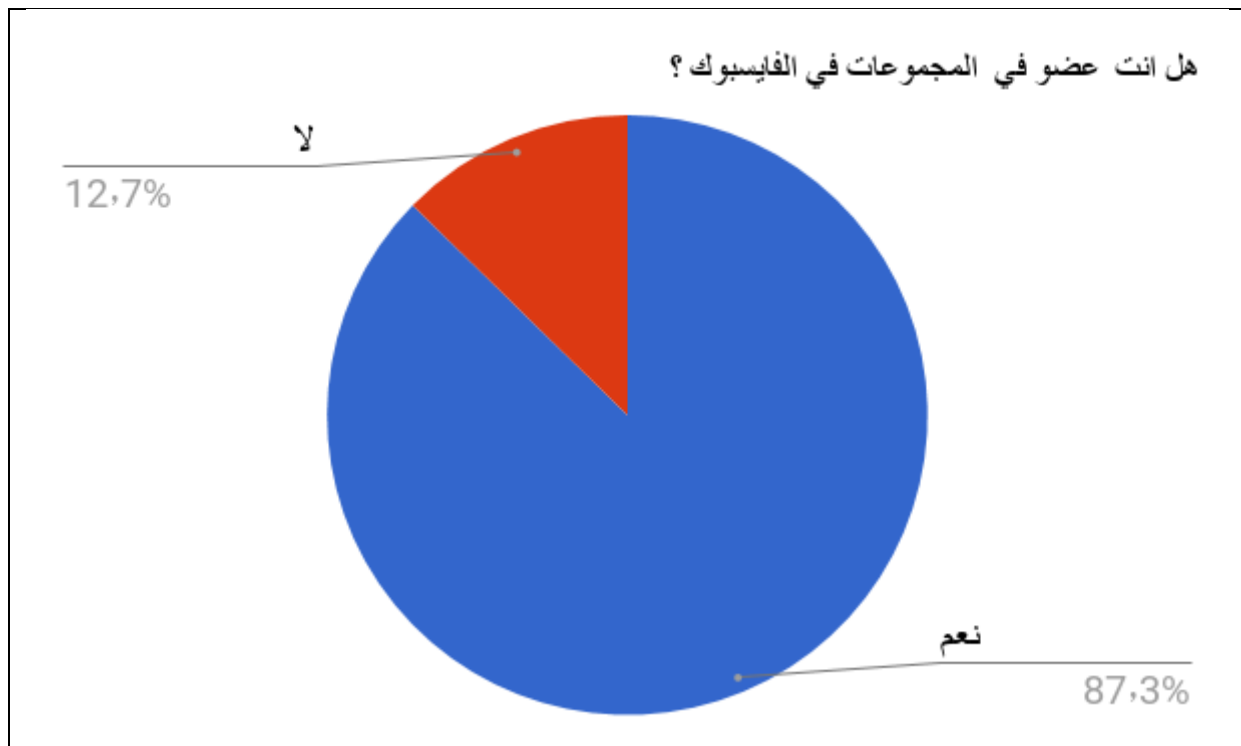
الشكل 10. يمثل ماهي طبيعة الكيانات الافتراضية التي تنتمي اليها العينة

الجدول 11_ هل انت عضو في المجموعات (groupe) في الفايسبوك ؟

الانضمام الى الاعضاء	التكرار	النسبة
نعم	62	87.3
لا	9	12.7

من خلال السؤال المطروح يتبين ان الاغلبية الساحقة من عينات الدراسة مشتركة في مجموعات الفايسبوك بنسبة 87 بالمائة وهذا دليل على ان خصوصية الفايسبوك له طابع اجتماعي بالرغم من ان استعماله هو شخصي محض الا ان افراد العينة يشعرون بالحاجة

الى بعضهم البعض من خلال ابداء ارائهم لمن هم متشاركون في مجموعة واحدة للاستفادة والاطلاع على تجارب الاخرين ومساعدتهم لتخطي الازمات اليومية اما النسبة المتبقية من افراد العينة والبالغ نسبتهم 13 بالمائة فيفضلون الانعزال وعدم نشر ارائهم للاخرين فيتحفضون على مايجري معهم من تطورات واحداث حياتهم اليومية .

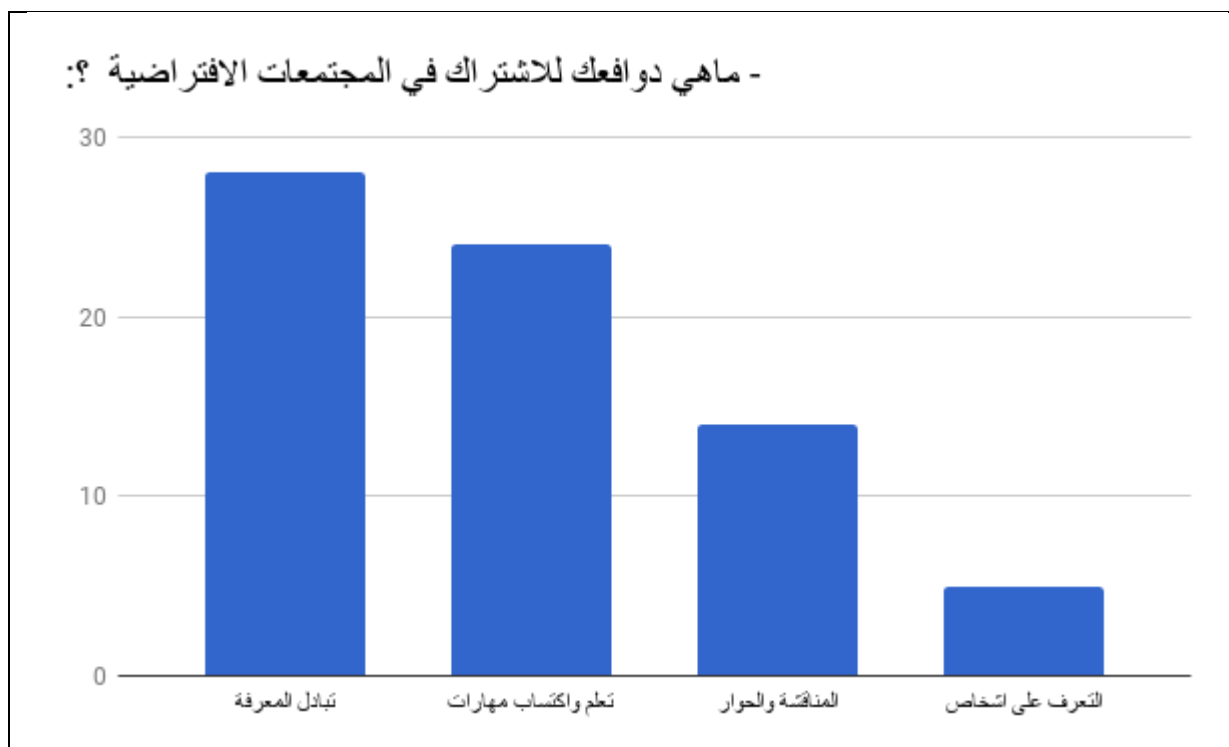


الشكل 11. يمثل انتماء العينة للمجموعات في الفيسبوك

الجدول 12- ماهي دوافعك للاشتراك في المجتمعات الافتراضية

دوافعك للاشتراك	التكرار	النسبة
تعلم واكتساب مهارات	24	34
التعرف على اشخاص	5	7
تبادل المعرفة	28	39
المناقشة والحوار	14	20

يتبين من الجدول رقم () والخاص بسؤال المبحوثين عن دوافعهم للاشتراك في المجتمعات الافتراضية أن 20 بالمائة من مجموع إجابات المستجوبين يشتركون في المجتمعات الافتراضية لطرح أفكارهم ومناقشاتها مع مستخدمين آخرين والتحاور حولها، أما 7 بالمائة من هذه الإجابات فيقومون بذلك لأنهم يريدون التعرف على أشخاص ونفس النسبة يفعلون ذلك لأنهم يريدون التواصل عبرها مع أقارب وأصدقاء، أما 34 بالمائة فيفعلون ذلك لتعلم مهارات جديدة من أفراد يمكن الإلقاء بهم داخل هذه المجتمعات، و 39 بالمائة يشتركون لأغراض المعرفة حول المواضيع التي تهمهم ، تنوع الإجابات، هذا يدل على تنوع واختلاف دوافع المستخدمين للاشتراك في هذه المجتمعات وكذا تنوع الخدمات والحاجات التي توفرها هذه المجتمعات المستخدميهـا.



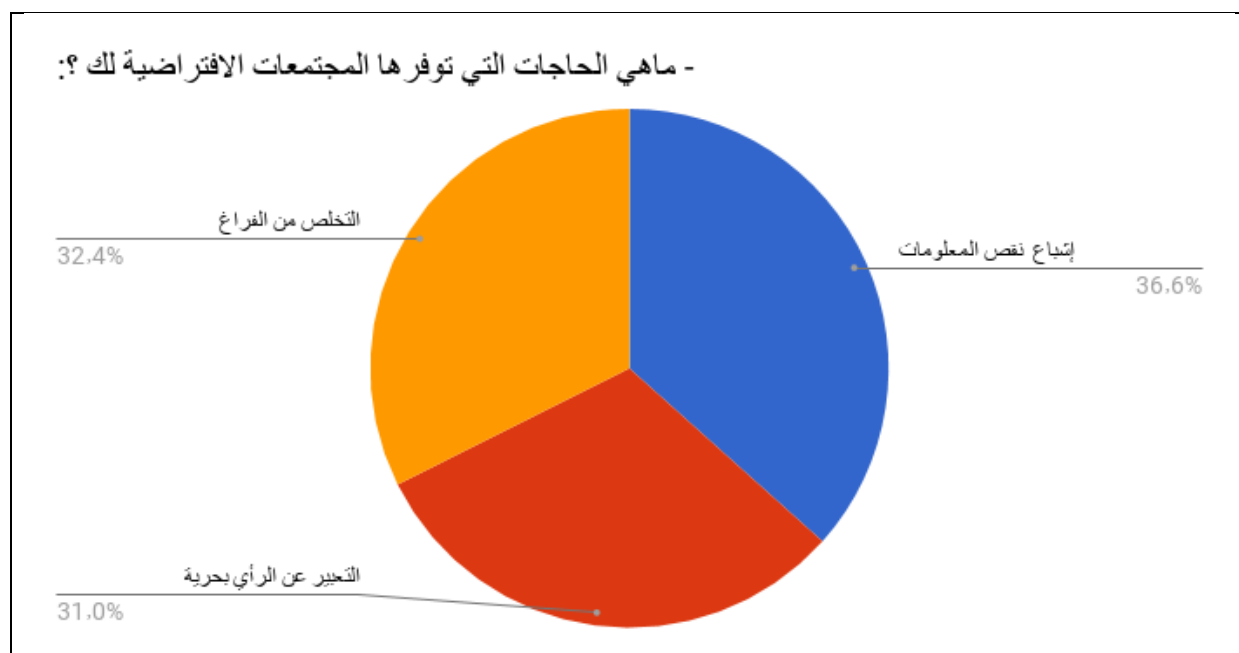
الشكل 12. يمثل دوافعك للاشتراك في المجتمعات الافتراضية للعيينة

الجدول 13- ماهي الحاجات التي توفرها المجتمعات الافتراضية لك ؟:

النسبة	التكرار	الحاجات التي توفرها المجتمعات الافتراضية
31	22	التعبير عن الرأي بحرية
37	26	إشباع نقص المعلومات
32	23	التخلص من الفراغ

يتبين من الجدول رقم (13) والخاص بسؤال المبحوثين عن نوع الحاجات التي توفرها المجتمعات الافتراضية، واتضح من نتائج الاستمارة أن الحاجات التي توفرها المجتمعات المختلفة والمتنوعة وعنه ما يلي، 31 بالمائة من مجموع الإجابات يقرون أن المجتمعات

الافتراضية توفر لهم مساحة للتعبير عن الرأي والنقاشات وفضاء للتعبير عن الأفكار والذات، أما 37 بالمائة يعتبرون أن هذه المجتمعات توفر إشباعا في المعلومات التي يعاني المبحوثون من نقص في الوسائل التقليدية أو الإعلام القديم، أما 32 بالمائة منهم فيريدون التخلص من الفراغ الذي يعانون منه، أما 14 بالمائة فأقروا أن السبب هو الحاجة إلى التنفيس عن الضغط الذي يعانون منه في المجتمع (البيت، العمل... الخ)، مثل: الحاجة إلى الشعور بالأمن والطمأنينة، الحاجة إلى الحب والعطف، الحاجة إلى الحرية، الحاجة إلى السلطة الضابطة، الحاجة إلى الانتماء، الحاجة إلى النجاح والتقدير، وهي الحاجات المصاحبة للإنسان في مراحلها المختلفة تتميز أحيانا بالتداخل فيما بينها.



الشكل 13. يمثل الحاجات التي توفرها المجتمعات الافتراضية لأفراد العينة

الجدول 14- هل يؤثر تفاعلك الدائم في الفيس بوك عل التواصل مع افراد العائلة؟:

النسبة	التكرار	تأثير الفايسبوك على التفاعل مع العائلة
11	16	نعم
72	51	لا
17	4	اجابات مختلفة

نلاحظ من خلال الجدول رقم () أن العينة قد انقسمت حول هذا السؤال والذي ي عبر عن

رأيها حول إذا كانت الحياة الافتراضية قد أثرت على حياتهم الاجتماعية إلى قسمين

متناقضين بل فحرف كبير إلى ناحية الإجابة (لا)، ف 11 بالمائة من مفردات العينة أجابوا

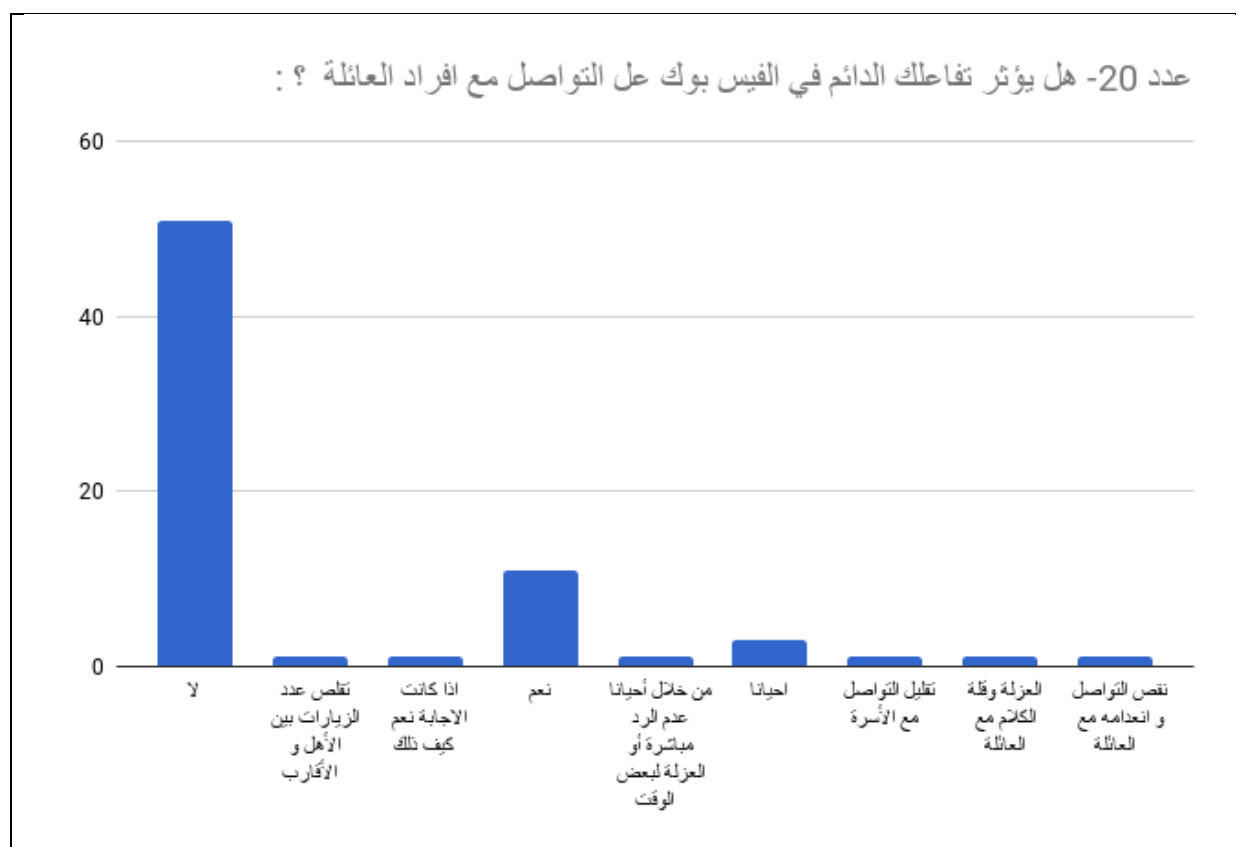
(نعم) أي أنهم يظنون أن الحياة الافتراضية قد أثرت بشكل واضح على حياتهم الأسرية

والاجتماعية الواقعية، أما 72 بالمائة قد نفوا ذلك وقالوا أن الحياة الافتراضية لا أثر لها على

الحياة الطبيعية، وهذا الانقسام في الأراء إنما يدل على أن الحياة الافتراضية لا تؤثر بشكل

مطلق على الحياة الأسرية والودية الطبيعية، بل أن كيفية التعامل معها وتقنينها يجعل منها

مكمل أو مناخ آخر لخلق العلاقات وتقوية أخرى.



الشكل 14. يمثل تأثير تفاعل الافراد الدائم في الفيس بوك على التواصل مع افراد العائلة

الجدول 15- هل تحس بالانتماء الى الواقع الافتراضي الذي تنتمي اليه : ؟

النسبة	التكرار	احساس المبحوثين بالانتماء
49	35	نعم
51	36	لا

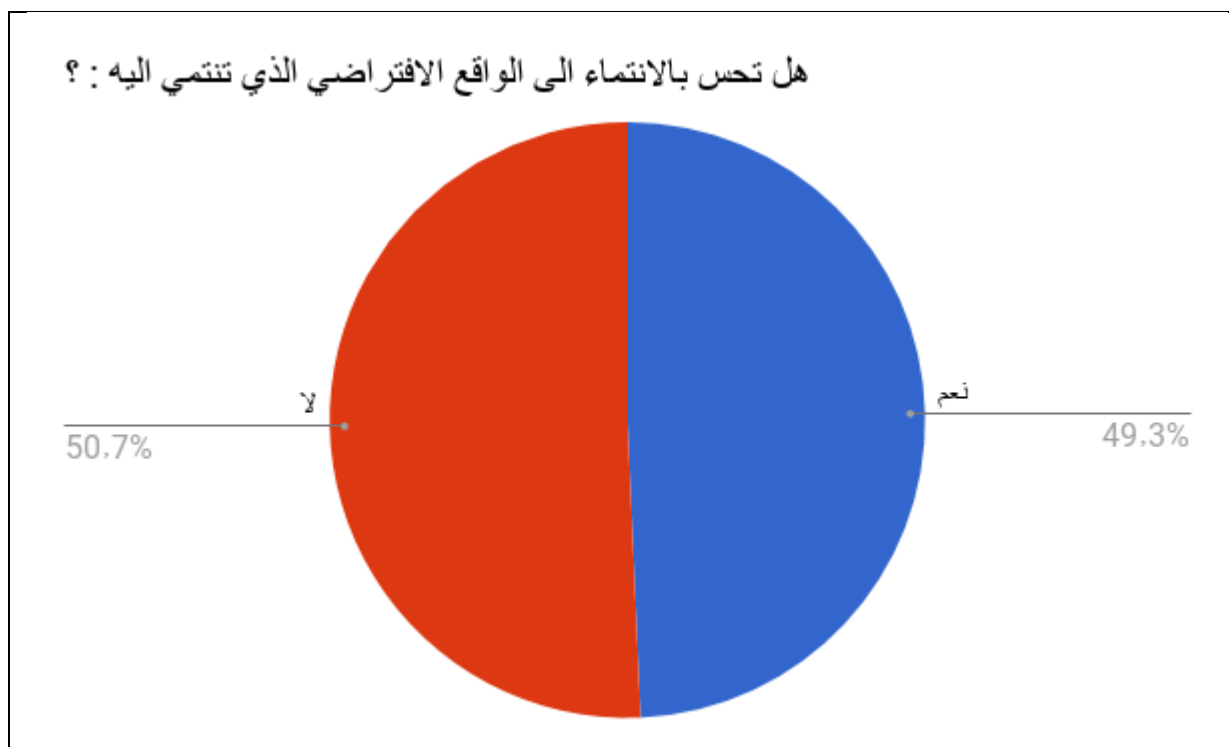
يتبين من الجدول رقم (15) والخاص بالسؤال (هل تحس بالانتماء إلى المجتمع الافتراضي

الذي تنتمي إليها؟) حيث أجاب المبحوثون عن السؤال بالاختيار بين (نعم أو لا)،

فالإحساس بالانتماء أهم عناصر تكوين المجتمع الحقيقي، وواحد من الركائز التي لو لم

تتحقق لما نجح مشروع المجتمع، فالشعور بالانتماء كما هو حاجة للفرد للإحساس بالأمان والدعم، فهو مهم للمجتمعات وذلك لتحقيق المشاريع المشتركة المسطر لإنجاحه، حيث أجاب 49 بالمائة ب (نعم) حيث أنهم فعلا يحسون بالانتماء إلى المجتمعات الافتراضية المنخرطين فيها، أما 51 بالمائة أقرروا أنهم لا يحسون بالانتماء إليها ولا يعتبرونها أماكن حقيقية لتكون لديهم حاجة للإحساس بالانتماء إليها، وتقول العديد من الدراسات أن الإحساس بالانتماء للمجتمعات الافتراضية يتنامى على حساب الإحساس بالانتماء للمجتمعات الطبيعية، وذلك في زحف جديد للظاهرة المعلوماتية والفضاء الافتراضي على الحياة البشرية عامة في جميع المجالات، ويقول جيم ستولز وهو كاتب وباحث أن شبكة الانترنت أصبحت مخيمنا الجديد .. المكان الذي نجتمع فيه لنتجادل ونضحك ونتعلم ونحب وفيه يتحول الغرباء إلى أصدقاء، وتحصل فيه على الإحساس بالانتماء"⁶.

⁶ - الإنترنت عزاء المحرومين من السعادة، <http://www.alarabalyawm.net> / / «. جريدة العرب اليوم، (2011 / 04 /



الشكل 15. يمثل احساس بالانتماء الى الواقع الافتراضي الذي تنتمي اليه العينة

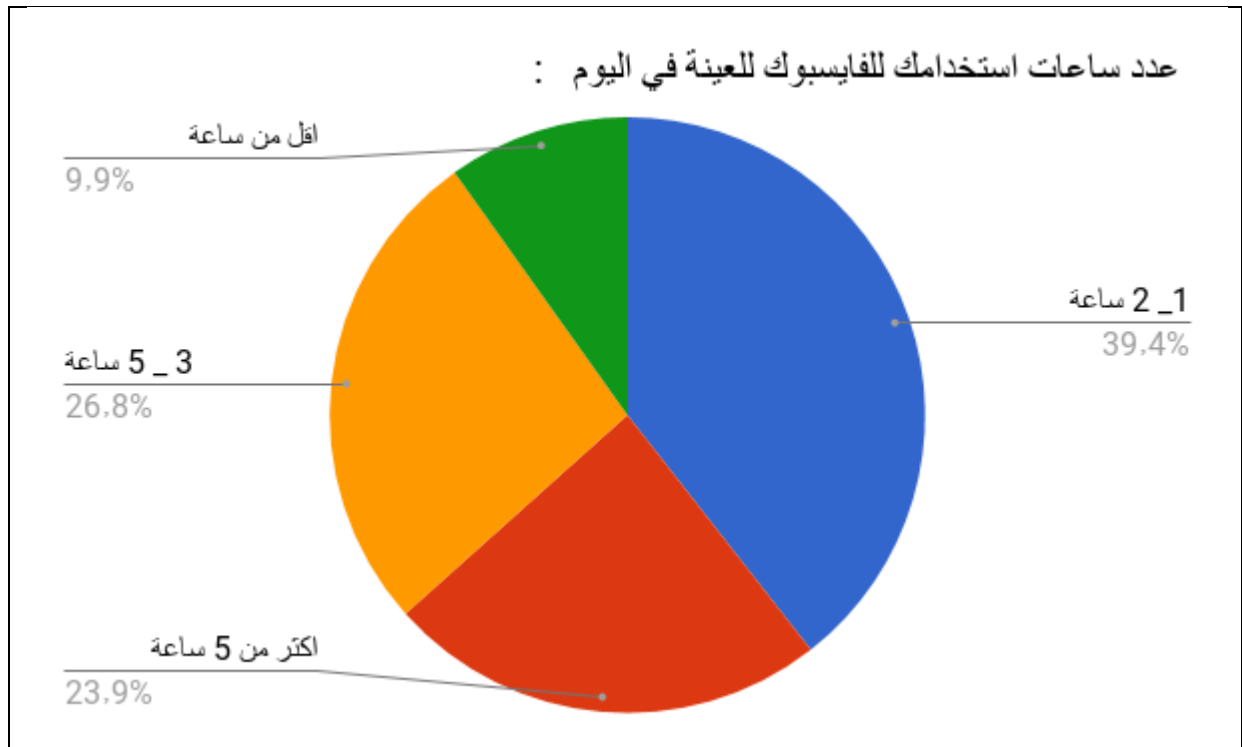
محور الفايسبوك كمجال لتداول المعلومات

الجدول 16 : عدد ساعات استخدام العينة للفيسبوك

عدد الساعات	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	7	10
من 1-2 ساعة	28	39
من 3-5 ساعة	19	27
اكثر من 5 ساعة	17	24

من خلال الجدول يمكن القول ان ساعات الاستخدام المتوسطة للعينة في اليوم الاقل من 1 ساعة بلغت 10 بالمائة وهي اقل نسبة استخدام مقارنة مع النسب الاخرى بتكرار 7 مفردات ، اما النسبة الثالثة تمثل الاستخدام اليومي من واحد الى ساعتين وهي اكبر نسبة 39 بالمائة اي ان المتوسط اليومي للاستخدام عموما وصل الى مامجمله ساعتين فيما

الاستخدام من ثلاثة الى خمس ساعات ونسبة اكثر من خمس ساعات استخدام فكانت متقاربة

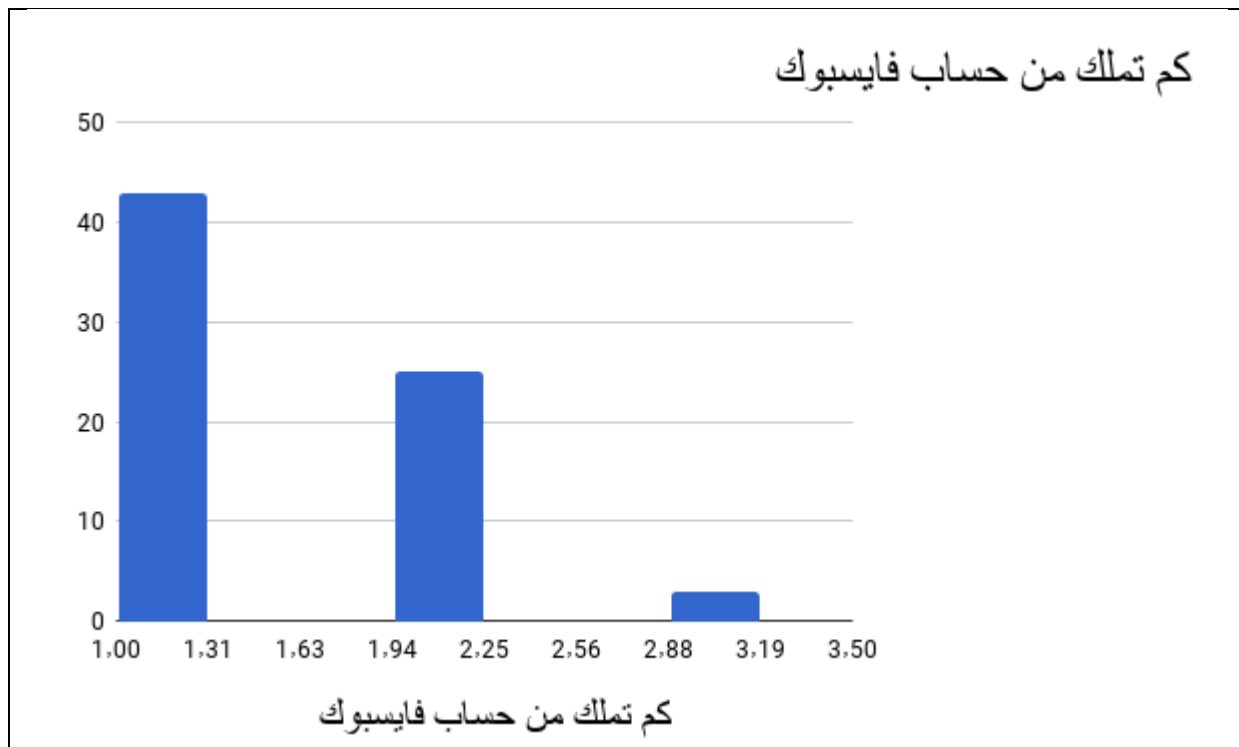


الشكل 16- عدد ساعات استخدام العينة للفايسبوك

الجدول 17: عدد امتلاك العينة لحساب الفاييسبوك

النسبة	التكرار	عدد امتلاك حساب الفاييسبوك
61	43	1
35	25	2
4	3	3
00	00	اكتر من ذلك

يتضح لنا من خلال الجدول ان افراد العينة اغلبيتهم يمثلون حساب فايسبوك واحد بنسبة وصلت الى 61 بلمئة وتكرار 43 مفردة اما الحالة الثانية فهي التي تملك 2 حساب وعددهم 25 مفردة بنسبة 35 بالمئة والحلم الثالثة التي تملك 3 حسابات فايسبوك هي 3 مفردات بنسبة 4 بامئة وعليه يمكن القول ان اغلبية العينات تميل الى استخدام حساب واحد ربما راجع الى امتلاكهم شريحة اتصال واحدة ورقم هاتفي واحد و كذلك حساب الكتروني واحد على اعتبار ان التسجيل في حساب الفيسبوك يستلزم باستخدام احد هذه الطرق اما عن الذين لايملكون اكثر من 3 حسابات فلا يوجد .

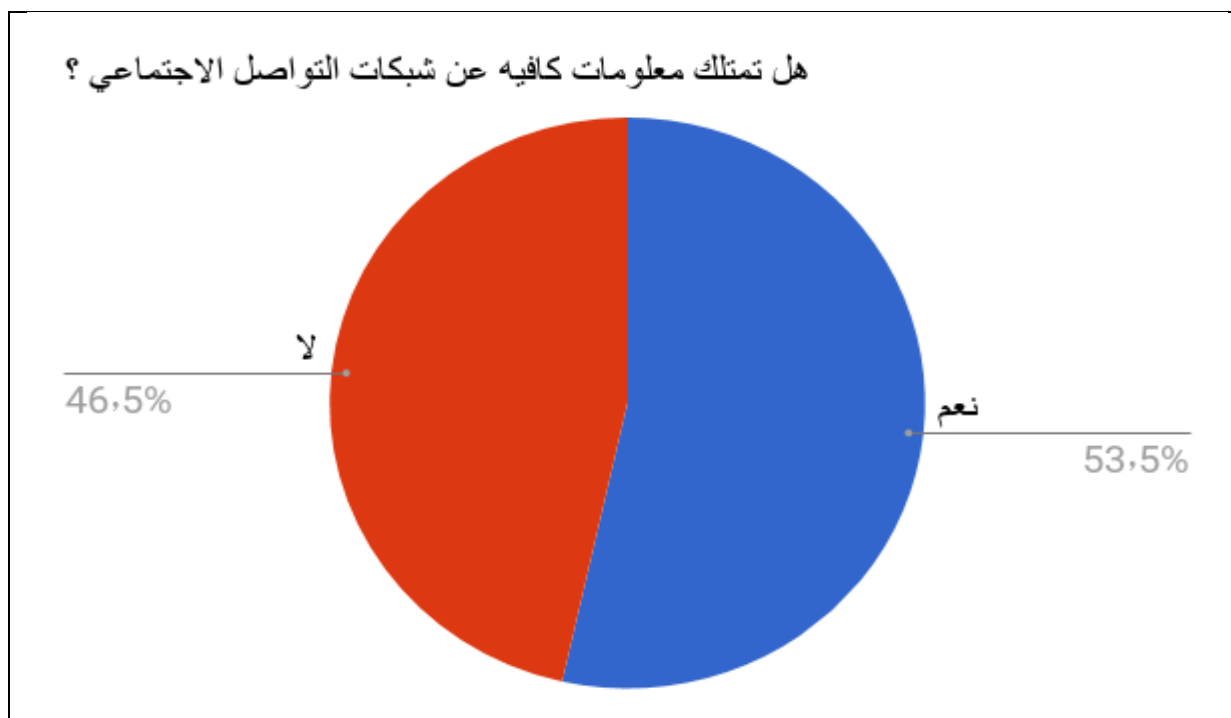


الشكل 17- عدد امتلاك العينة لحساب الفيسبوك

الجدول -18: امتلاك العينة المعلومات كافية لمواقع التواصل الاجتماعية

امتلاك معلومات كافية	التكرار	النسبة
نعم	38	54
لا	33	46

يتضح من خلال الجدول ان هناك تقارب فيما يخص امتلاك افراد العينة لمعلومات كافية عن مواقع التواصل الاجتماعية من عدمها فنسبة الذين لهم معلومات كافية عن المواقع التواصل وصلت 54 بالمئة اي اكثر من النصف بعدد افراد وهذا مؤشر ياخذ بعين الاعتبار وان افراد العينة واعون ولديهم ميول وحس للمعرفة بكل ماتنتجة التكنولوجيا الجديدة فهم يتلهون للجديد ويسعون للانسجام معة وتذليل الصعوبات التي تعترضهم من خلال التطبيقات والبرامج الجديدة ،واما نسبة 46 بالمائة فليس لديها معلومات كافية ووافية عن مواقع التواصل يهتمون بالاستعمالها فقط ومع سهولة استخدامها لايجدون صعوبة في التعامل معها هؤلاء الافراد يكونون اكثر عرضة للقرصنة والتحايل وقد ينتهي بهم المطاف الى الوقوع ف المحضور كالابنزاز وانتحال شخصيتهم وهذا مايجب التنبيه اليه .

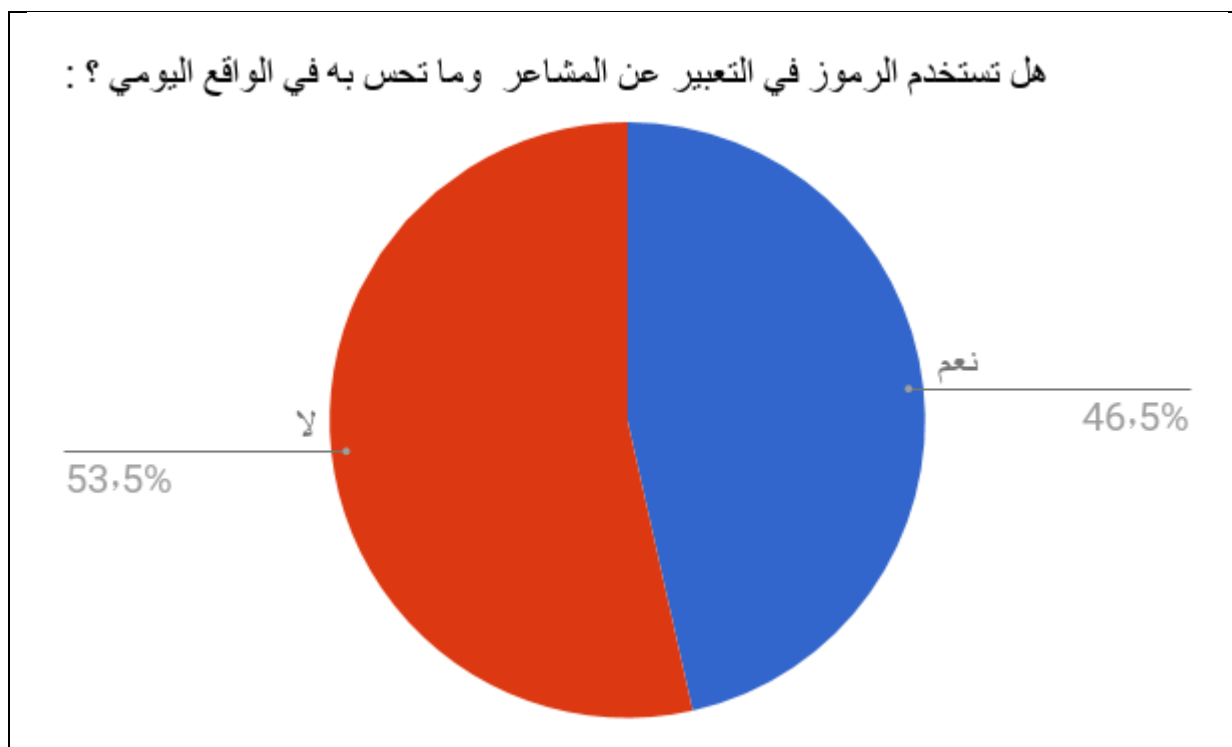


الشكل 18- امتلاك العينة المعلومات كافية لمواقع التواصل الاجتماعية

الجدول رقم (19) هل تستخدم الرموز في التعبير عن المشاعر وما تحس به في الواقع اليومي

استخدام الرموز	التكرار	النسبة
نعم	33	54
لا	38	46

في الجدول رقم والذي يطرح فيها السؤال (هل تستعمل رموز المشاعر (السمائلز) في التعبير عن مشاعرك) على المبحوثين، فأجاب 54 بالمائة من مفردات العينة أنهم يستعملونها بشكل مستمر وذلك للتعبير عن التقلبات المزاجية والمشاعر، وكذا عن آراء حول مواقف تصادفهم أثناء النقاشات الجماعية أو الثنائية والتي تدل على الغضب، التأييد، المعارضة، الحرج... الخ، أما 46 بالمائة أجابوا ب (لا) أي أنهم لا يستعملونها وذلك ربما لأنهم لا يعتبرون هذه الطريقة أو الرموز التواصلية صادقة أو غير معبرة عن ما يريدون قوله أو توصيله.

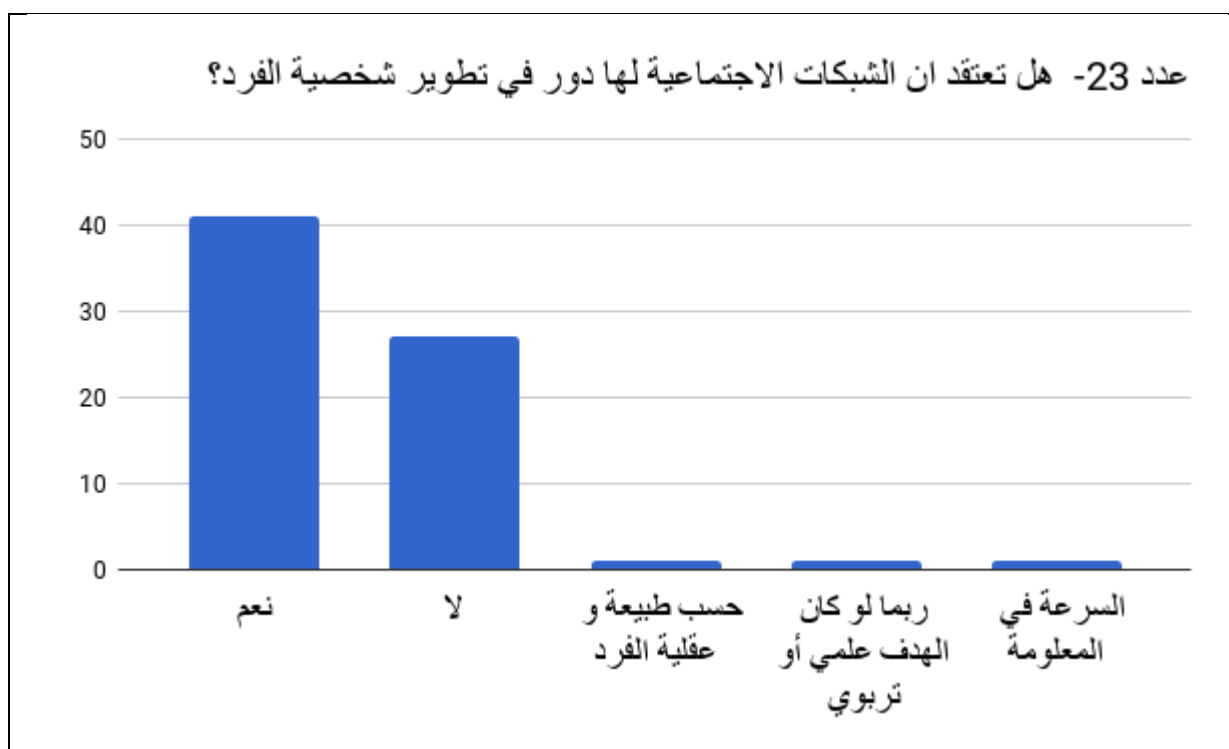


الشكل 19- استخدم الرموز في التعبير عن المشاعر وما تحس به في الواقع اليومي

الجدول رقم (20) : هل تعتقد ان الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصية الفرد؟

النسبة	التكرار	مدى تطوير الشبكة الاجتماعية للفرد
58	41	نعم
38	27	لا
4	3	اجابات أخرى

من خلال الجدول يتبين ان اغلبية افراد العينة يتفقون على راي ان الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصية الفرد بنسبة وصلت الى 58 بالمائة بحيث تساهم في تقريب الافراد والاحتكاك مع مختلف شرائح المجتمع من خلال الصفحات المختلفة كالسياسية والثقافية والرياضية... الخ، حيث يخرج الفرد من الانعزال والانغلاق على نفسه الى التفتح والتتوير وتجديد المعلومات التي تفقد صلاحيتها ولا يعود لها (منطق للجدل) ان صح التعبير ،اما الافراد الذين يعتقدون ان الشبكات الاجتماعية لا تطور شخصية الفرد فبلغت نسبتهم 38 بالمائة بل هناك ربما متغيرات اخري تساهم في ذلك كالانخراط في النوادي والجمعيات التي توجد في الواقع الحقيقي بدلا من الاعتماد على ماهو افتراضي ويتعارض مع ماهو واقعي .وباقي افراد العينة والبالغ نسبتهم 4 بالمائة فتنوعت اجابتهم فاجابو حسب طبيعة الفرد ،او اذا كان الهدف من الشبكات هدف علمي او تربوي .



20- اعتقاد ان الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصية الفرد

الجدول رقم (21) هل تضع معلوماتك الشخصية الحقيقية علي صفحة الفيسبوك الخاصة بك

النسبة	التكرار	معلوماتك الشخصية الحقيقية
38	27	نعم
31	22	لا
31	22	بعضها

يتعلق الجدول أعلاه بسؤال المبحوثين عن إيرادهم أو نشرهم لمعلوماتهم الخاصة (الشخصية

على الشبكة الاجتماعية "الفيسبوك" (هل تضع معلوماتك الشخصية الحقيقية على رصيدك

(بروفيلك على الشبكة الاجتماعية الفيسبوك؟)، أفر 38 بالمائة وهي أعلى نسبة بأنهم

ينشرون كل معلوماتهم الشخصية الحقيقية على أرصدتهم داخل هذه الشبكة الاجتماعية، أما 31 بالمائة من مفردات عينتنا فيقولون أنهم يضعون بعضاً من معلوماتهم الخاصة على الشبكة الاجتماعية دون خوف، أما 31 بالمائة فيقررون أنهم لا يضعون كل المعلومات التي يقومون بنشرها عن أنفسهم، مع الإشارة أن نشر بعض أو كل المعلومات الشخصية الحقيقية على الشبكات الاجتماعية تجعل من المستخدم معرضاً للاخطار وهذا التساهل في التعامل مع المعلومات الشخصية يضحك الخطر على الخصوصية الشخصية والأمن الشخصي وربما الأمن العام.



الشكل 21- وضع المعلومات الشخصية الحقيقية علي صفحة الفايسبوك الخاصة بالأفراد

الجدول رقم (22) ما موضوع المعلومات التي تقوم بنشرها على الفيسبوك عادة ؟:

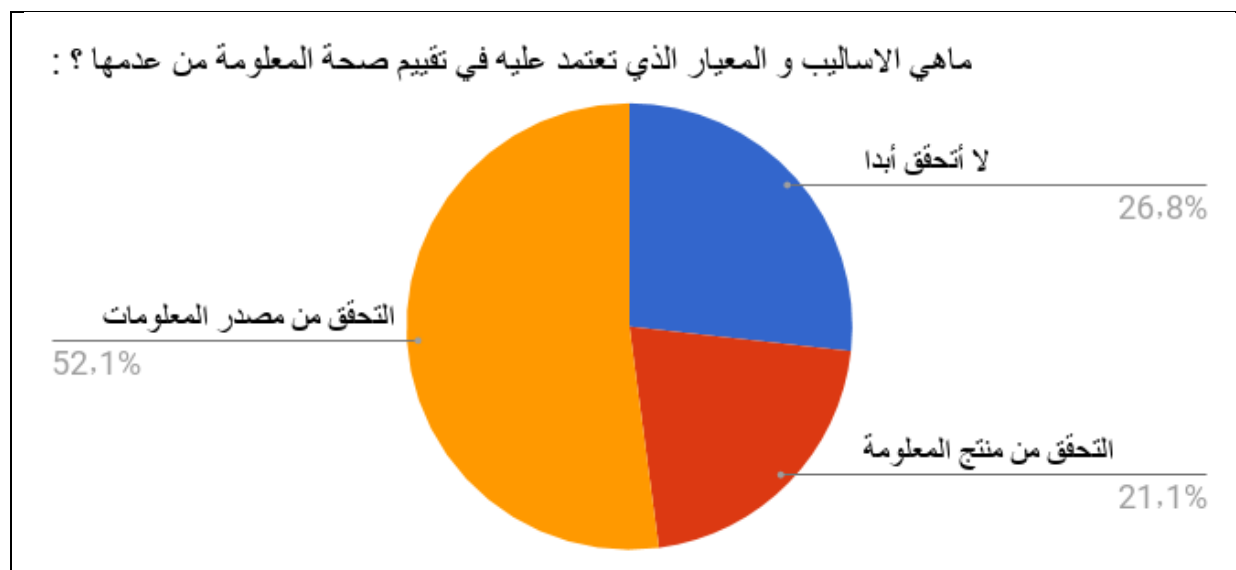
النسبة	التكرار	موضوع المعلومات
65	46	معلومات اجتماعية
17	12	رياضية
10	7	ثقافية
3	2	سياسية
5	4	أخرى اذكرها

الجدول رقم (24) المتعلق بسؤال المبحوثين عن موضوع المعلومات التي يقومون بنشرها على الشبكة الاجتماعية الفيسبوك، تبين أن 65 بالمائة من مجموع الإجابات المقدمة جات في صالح المواضيع الاجتماعية وذلك بما فيها مواضيع عن مشاكل يومية مواضيع (المرأة والطفل، العنف، التعليم... إلخ)، بعدها تأتي المواضيع الرياضية 17 بالمائة من الإجابات وذلك راجع إلى المرحلة التي نشرت فيها الاستمارة والتي تصادفت مع أحداث رياضية كبيرة مثل التصفيات المؤهلة لكأس العالم 2018 والتي ضمت فرق عربية مثل ومصر وتونس وكذا كأس أفريقيا والعالم، ثالثا ب 10 بالمائة تأتي مواضيع أخرى مثل مواضيع ثقافية ومواضيع دينية... إلخ، أما 02 بالمائة جاءت لتختار خيار الأحداث السياسية والاقتصادية فجاءت أخيرا ب 02 و 05 بالمائة فقد جات مواضيع أخرى كأخبار كالفن والاختراعات.. إلخ .

الجدول رقم (23) ماهي الاساليب و المعيار الذي تعتمد عليه في تقييم صحة المعلومة من عدمها؟:

الاساليب تقييم صحة المعلومة	التكرار	النسبة
التحقق من مصدر المعلومات	37	52
التحقق من منتج المعلومة	15	21
لا اتحقق ابدا	19	27

من خلال الجدول المبين يمكن الخروج بعدة اراء مختلفة اولها ان افراد العينة الذين يتحققون من صحة المعلومات الواردة لهم يشكلون النصف بنسبة 52 و تكرار وهذا يعكس مدى وعي افراد العينة اذا ما اخذنا بعين الاعتبار المستوى الدراسي لاغلب فئات العينة و هم جامعيون اما نسبة 21 من الافراد يقومون ايضا بالتحقق من منتج المعلومة الاصلي وبقية الفئة التي وصلت نسبتها الى 27 بالمائة والبلغ تكرارها 19 فلا تقوم بالتحقق من مصدر المعلومة .



الشكل 22- الاساليب و المعيار الذي تعتمد عليه العينة في تقييم صحة المعلومة من عدمها

الجدول رقم (24) مصدر المعلومات التي تقوم بنشرها في الفيسبوك

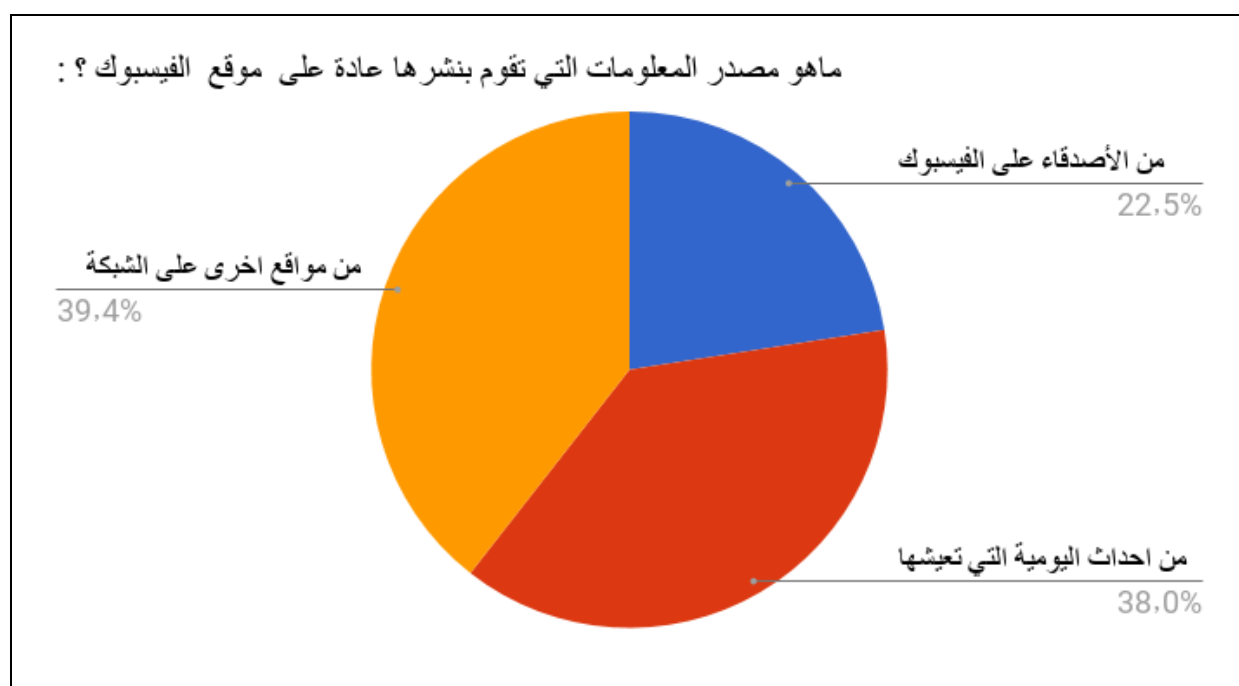
النسبة (%)	التكرار	مصدر نشر المعلومة
38	27	من أحداث يومك
39	28	من مواقع أخرى على الشبكة
23	16	من أصدقائك على الفيسبوك

الجدول رقم (25) والمتعلق بسؤال الباحثين عن مصدر استيقاء المعلومات التي يقومون

بنشرها على الشبكة الاجتماعية الفيسبوك، فقد انقسمت إجاباتهم إلى ثلاث أقسام متساوية

تقريبا فقد انصبت (39) بالمائة من الإجابات في خانة (من مواقع أخرى على شبكة

الانترنت) أي أن المبحوثين يأخذون الأخبار من مواقع إخبارية أو مواقع يتصفحونها أثناء وجودهم على الشبكة الاجتماعية، أما (23) بالمائة من الإجابات فتقول أن المبحوثين يقومون باستقاء المعلومات المنشورة من أصدقائهم على الفايسبوك، أي أنهم يقومون بتتبع المعلومات المنشورة من طرف أصدقائهم ويقومون بإعادة نشرها باستخدام ميزة (Share) أو (Partager)، فيقومون باستخدام (الشبكة) (Réseautage) وهذه من ميزات الشبكات الاجتماعية في نشر المعلومات بأكبر سرعة ممكنة لأكبر مستخدمين ممكنين، أما 38 بالمائة من الإجابات فقد أقرروا أنهم يقومون باستقاء المعلومات من أحداث يومهم، أي أنهم يقومون بإنتاج المعلومات بأنفسهم مما يرون أو يسمعون أو يقرؤون من الجرائد أو ما يقومون بتصويره بمقاطع فيديو أو مشاهد ثابتة...الخ، ومن هنا الملاحظ إبداع وإنتاج المعلومات من طرف أفراد العينة (مستخدمي الشبكات الاجتماعية)، ومع أنه لا يمكن التأكد من صحة المعلومات لكن المواطن الرقمي (الصحفي) حاضر بقوة في مفردات عينتنا.



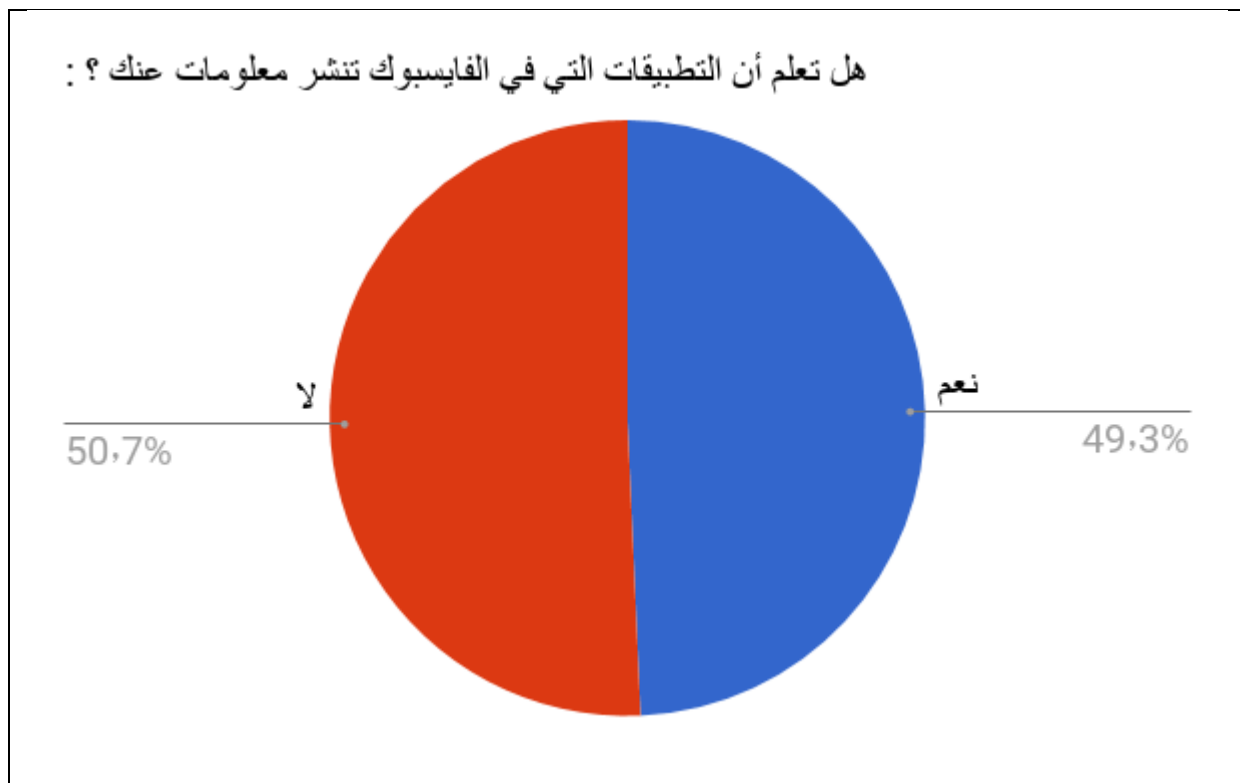
الشكل 23- مصدر المعلومات التي تقوم بنشرها في الفيسبوك العينة

الجدول رقم (25) هل تعلم أن التطبيقات التي في الفيسبوك تنشر معلومات عنك ؟

النسبة	التكرار	التطبيقات التي في الفيسبوك تنشر معلومات عنك
49	35	نعم
51	36	لا

نلاحظ من خلال الجدول رقم (26) أن 49 بالمائة من مفردات العينة تعلم أن التطبيقات الموجودة على الشبكة الاجتماعية الفيسبوك تنشر معلومات عنهم أو تسمح لأشخاص آخرين الاطلاع على معلومات خاصة، كيوم الميلاد أو الإيميل أو أفراد الأقارب الموجودين على الشبكة أو الصور والمنطقة التي تعيش فيها ... الخ، فالمستخدم عندما يقبل شروط هذه التطبيقات فإنه يسمح بالولوج إلى معلوماته الشخصية وإن كانت محمية فهي تسمح بالتسلل إليها، أما 51 بالمائة فلا يعلمون أن التطبيقات تقوم بنشر معلومات عنهم وهذه التطبيقات هي عبارة عن ألعاب أو مجموعة أسئلة أو فبركة صور أو غيرها من التطبيقات الكثيرة الموجودة على الشبكة الاجتماعية، وهي من تقديم (المطورين) (Développeurs) وهم مستخدمون متخصصون أو عاديون يقومون بإنتاج هذه التطبيقات وتبحث هذه التطبيقات في

أغلبها عن تفضيلات المستخدمين وسبر وجهات رأي المستخدمين حول موضوعات عامة أو خاصة، وهناك بعض الدراسات تقول أن هذه التطبيقات تستعمل لأغراض تجارية وعلانية وذلك بسبر مختلف ميول واتجاهات وتفضيلات ورغبات المستخدمين من أجل توجيه الإعلانات إلى الأشخاص المهتمين بسلعة معينة قصد



الشكل 24- مدى علم العينة أن التطبيقات التي في الفايسبوك تنشر معلومات عنهم او لا

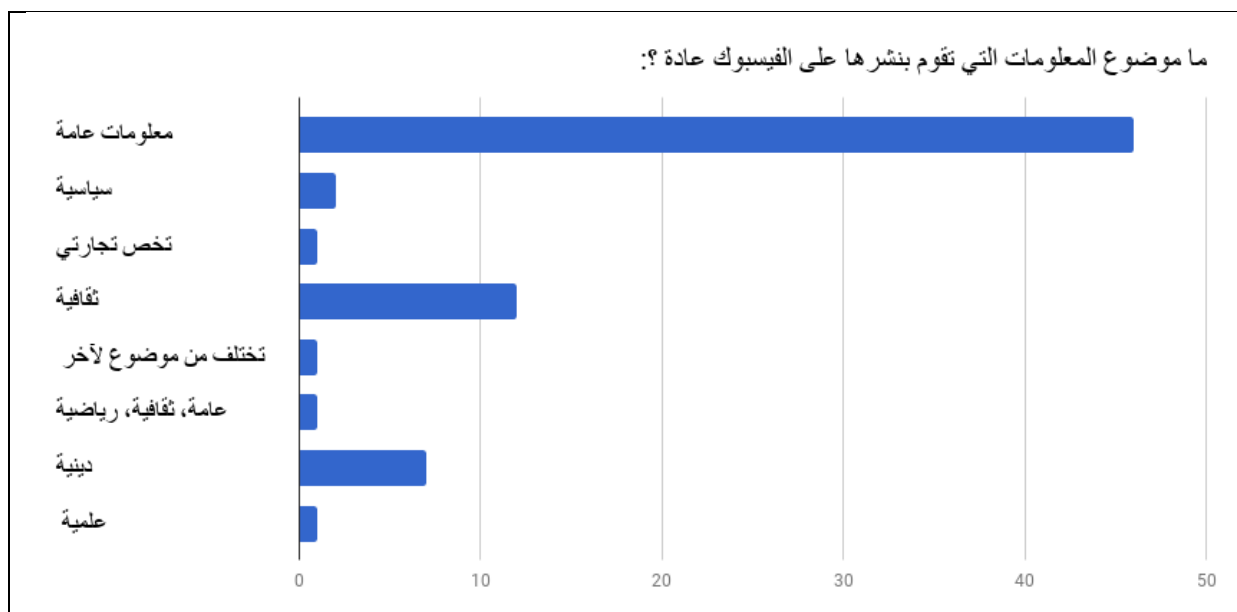
الجدول رقم (26) ما موضوع المعلومات التي تقوم بنشرها على الفيسبوك عادة؟:

النسبة	التكرار	ما موضوع المعلومات التي تقوم بنشرها على الفيسبوك

65	46	معلومات عامة
17	12	ثقافية
10	7	دينية
1	1	اقتصادية
3	2	سياسية
4	3	غير ذلك (تجارية . علمية)

الجدول رقم (26) المتعلق بسؤال المبحوثين عن موضوع المعلومات التي يقومون بنشرها على الشبكة الاجتماعية الفيسبوك، تبين أن 65 بالمائة من مجموع الإجابات المقدمة جاءت في صالح المواضيع العامة وذلك بما فيها مواضيع عن مشاكل يومية مواضيع (المرأة والطفل، العنف، التعليم... إلخ)، بعدها تأتي المواضيع الثقافية 17 بالمائة من الإجابات 10 بالمائة تأتي مواضيع أخرى مثل مواضيع دينية ، أما 2 بالمائة جاءت لتختار خيار السياسة

مثل موضوع القضية الفلسطينية و الأحداث السياسية التي تشهدها الجزائر ، أما الأخبار الاقتصادية فجاءت أخيرا ب 1 و 01 بالمائة على الترتيب ف جات في آخر اهتمامات مفردات العينة وبقية العينة اختارت المواضيع الاخرى بنسبة 4 بالمائة وتكرار 3 عينات.

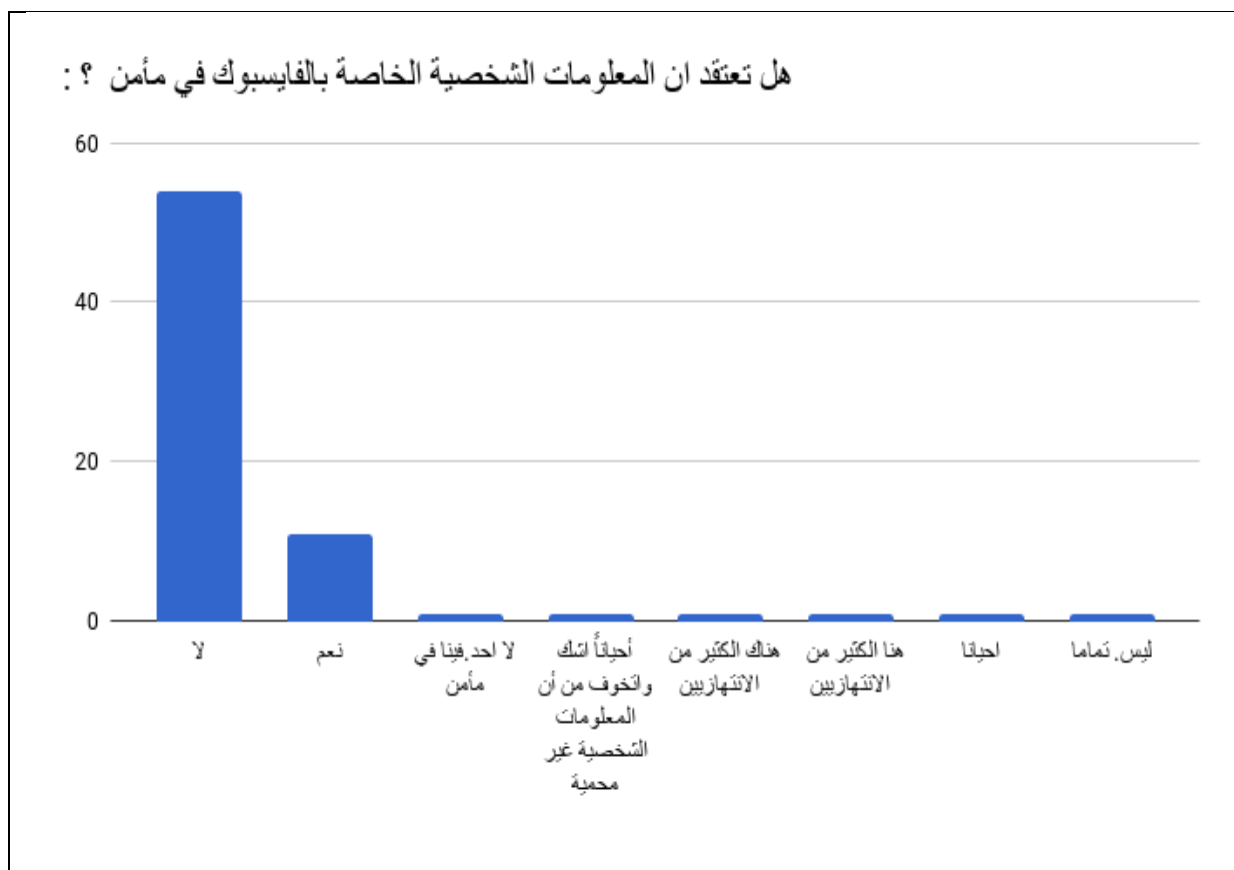


الشكل 25- موضوع المعلومات التي تقوم بنشرها على الفيسبوك عادة العينة

الجدول 27- هل تعتقد ان المعلومات الشخصية الخاصة بالفيسبوك في مأمن ؟

النسبة	التكرار	هل تعتقد أن المعلومات الشخصية الخاصة بالفيسبوك في مأمن ؟
76	54	نعم
16	11	لا
8	5	إجابات أخرى

الجدول رقم (43) المتعلق بسؤال المبحوثين عن شعورهم بأن المعلومات الشخصية الخاصة بهم المنشورة على الشبكة الاجتماعية الفايسبوك في مأمن أم لا، قال 76 بالمائة من مفردات العينة بأنهم لا يحسون بالأمان على معلوماتهم الشخصية المنشورة على الشبكة الاجتماعية، وخوفهم الدائم من استعمال هذه المعلومات بشكل خاطئ وذلك في التشهير بهم، وكذا فبركة الصور والإضرار بشخصيتهم وصورتهم على الشبكة وخارجها، وذلك رغم البرمجيات والتطبيقات التي توفرها هذه الشبكات لحماية المعلومات الشخصية وشخصيتها (Personnaliser)، أما 16 بالمائة من مفردات العينة لا يشعرون بأي خطورة ويرون أن المعلومات الشخصية هي معلومات يمكن تقاسمها ونشرها دون خوف، وعلى خلاف الرأي الأول فهذه الفئة يرون أن نشر المعلومات الشخصية يمكن أن يكون ذو جانب إيجابي وذلك من حيث استغلالها في الكثير من المجالات التجارية والمهنية وكذا الاجتماعية والسياسية، ويتوقع العديد من المتتبعين أن المعلومات الشخصية ستمر بمراحل عديدة في المستقبل تنتهي بشيوعها. فيها اختلفت النسبة الاخرى بين عدة اجابات بين افراد العينة بين القول ان هناك الكثير من الانتهازيين وأخري بين ان المعلومات في كل مرة يجب تجديد خاصية الأمان في الفيسبوك .



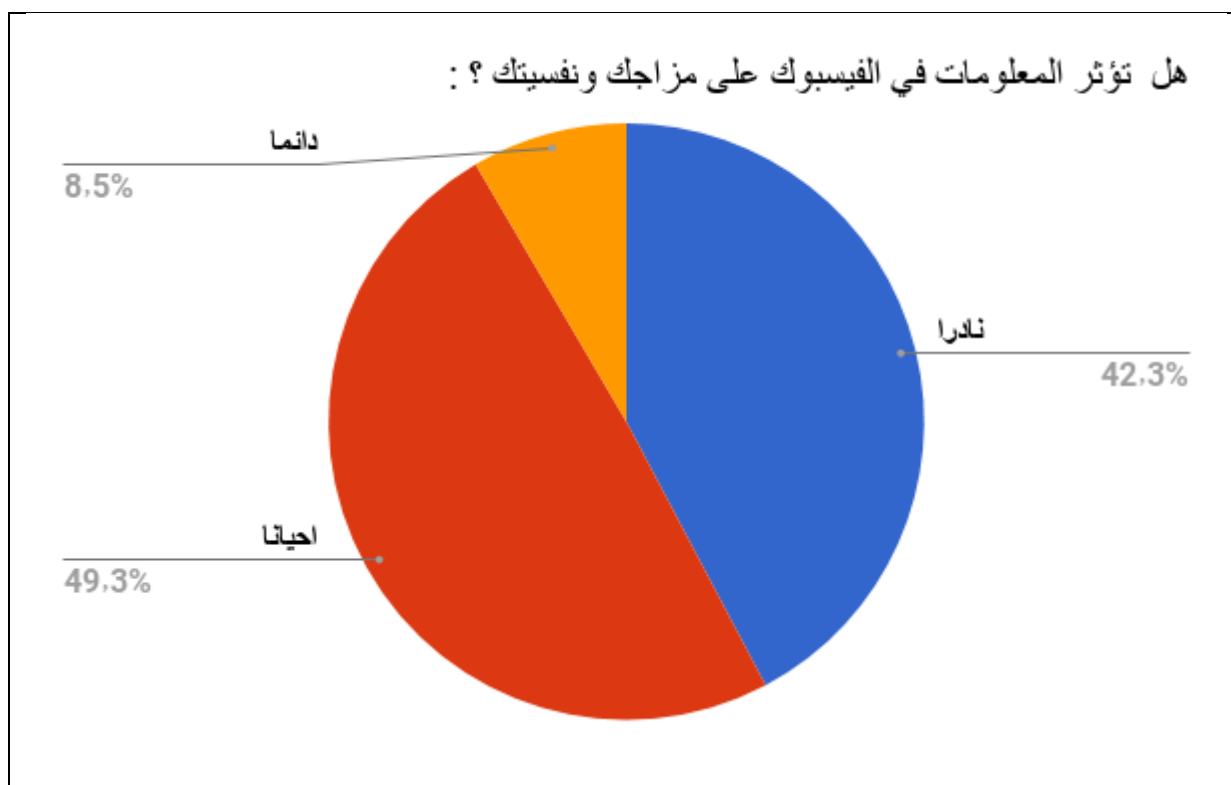
الشكل (26)- مامدى اعتقاد العينة أن المعلومات الشخصية الخاصة بالفيسبوك في مأمّن

الجدول 28- هل تؤثر المعلومات في الفيسبوك على مزاجك ونفسيّتك ؟

النسبة	التكرار	تؤثر المعلومات في الفيسبوك على مزاجك ونفسيّتك
49	35	احياناً

9	6	دائما
42	30	نادرا

من خلال الجدول اعلاه والذي يعتبر من اهم الاسئلة الخاصة بعنوان البحث يتضح ان الفايسبوك من خلال محتواه يؤثر فعلا على افراد العينة ولو بدرجات مختلفة واوقات زمنية متقطعة فهذا الامر لا يمنع التأثير وبنسبة كبيرة بلغت 49 بالمائة بالنسبة للافراد الذين اجابو باحيانا والنسبة الاخرى التي اجابت بنادرا ايضا بلغت نسبة ملحوظة وهي 42 بالمائة ويمكن ادراجها ايضا ضمن حيز التأثير اما النسبة التي لا تتاثر بتاتا بمحتوى الفيسبوك فهي فئة نادرة وقليلة .

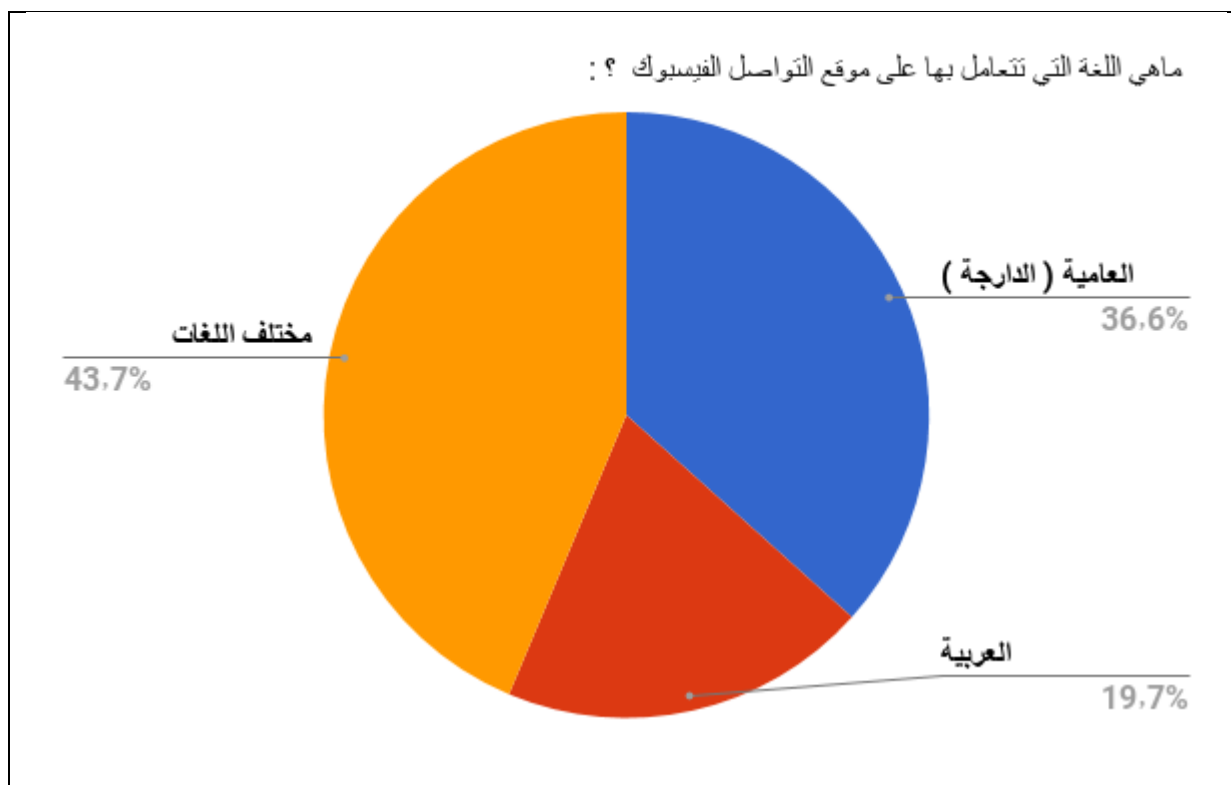


الشكل رقم (27) يمثل تاثير المعلومات في الفايسبوك على مزاج ونفسية الافراد

الجدول 29 - ماهي اللغة التي تتعامل بها على موقع التواصل الفيسبوك ؟

النسبة	التكرار	اللغة التي تتعامل بها الافراد
20	14	العربية
37	26	العامية (الدارجة)
44	31	مختلف اللغات

من خلال الجدول كانت هناك نسب متفاوتة فيما يخض تعامل العينة باللغة في الفيسبوك بحيث نلاحظ أنهم يتعاملون بمختلف اللغات بنسبة اولى بلغت 44 بالمائة وهذا بسبب العولمة وما أنتجته من تغيير على مستوى الذهنيات إضافة إلى خصوصية الفيسبوك الذي حتم نوع جديد من اللغة، واما عن النسبة الثانية فهي خاصة باستعمال العينة للغة الدارجة فهو امر بديهي نظرا لخصوصية المجتمع الجزائري الذي يتعامل في الواقع بها، وهذا مايفسر حلول اللغة العربية المرتبة الاخيرة من حيث الاستعمال واذا استمر الامر الى ما هو عليه فيمكن لا يتم التعامل بها بتاتا.

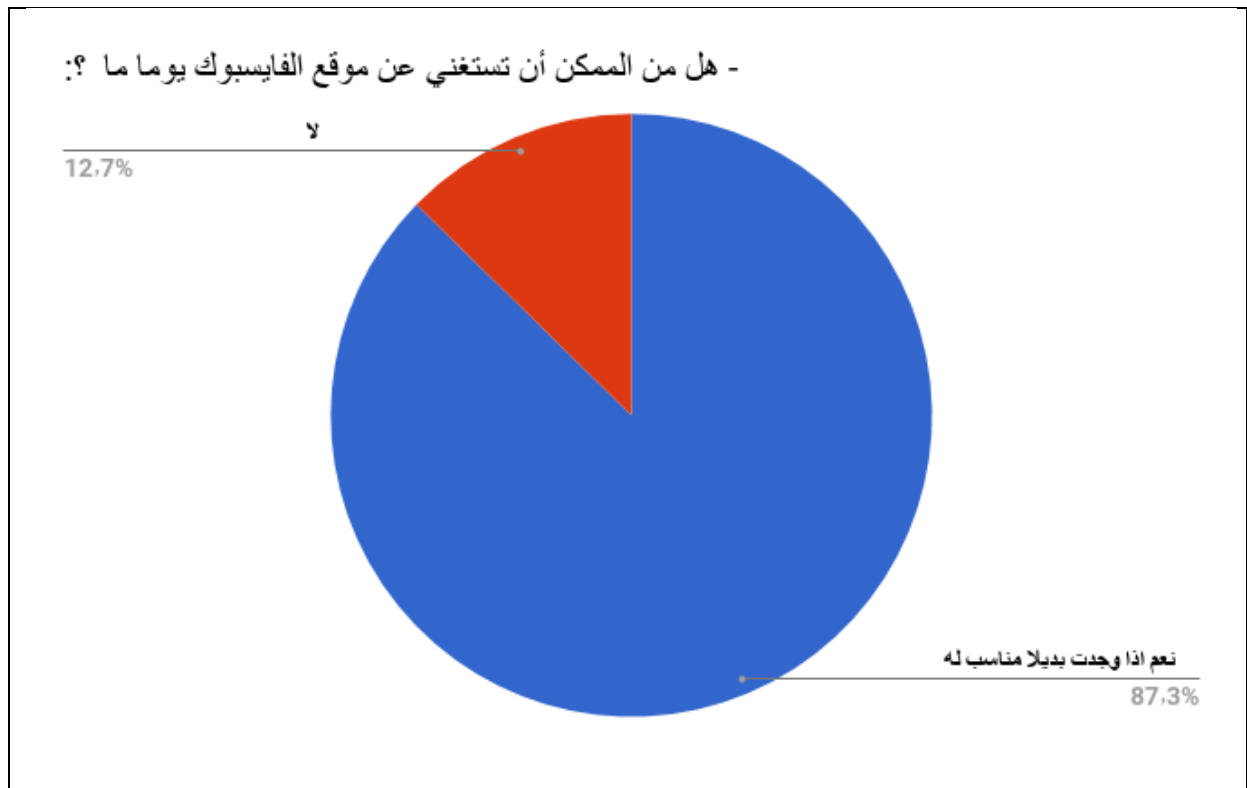


الشكل رقم (28) يمثل اللغة التي يتعامل بها افراد العينة

الجدول 30- هل من الممكن الاستغناء عن الفيسبوك؟

النسبة	التكرار	هل من الممكن الاستغناء عن الفيسبوك
87	62	نعم اذا وجدت بديل
13	9	لا

يظهر جليا ان افراد العينة يميلون وبشكل ملفت الى امكانية الاستغناء عن الفايسبوك لكن شريطة ان يكون هناك تعويض له مناسب يتمشى واحتياجاتهم ورغباتهم وقد مثلت هذه الفئة ما نسبته 87 بالمائة. اما النسبة المتبقية البالغة 13 بالمائة فردت انها تستطيع الاستغناء ففكرة التنازل عن الاستخدام يبقى امر ليس بالهين بالنسبة لهم وهذا دليل على المكانة التي اصبح يحتلها الفيسبوك في نفوس هؤلاء المستخدمين وتأثيره البالغ على حياتهم .



الشكل 29- يعبر عن امكانية استغناء العينة على موقع الفايسبوك في المستقبل

2.3. نتائج تحليل الاستبيان الالكتروني:

كانت الاستثمار الإلكترونية المقترحة تجربة مهمة وجديدة في التعامل مع مفردات من مجتمع حديث النشأة، والمشاركة في أساليب التعامل والتفاعل الإلكتروني. جاء تقسيم التحليل على أساس تقسيم محاور الاستثمار هي:

أولاً: تبين من بيانات الدراسة الميدانية المتعلقة بالاستثمار الإلكترونية المقترحة بأن المتغيرات لعينة البحث تمحورت حول الجنس والفئات العمرية المستوى التعليمي والحالة الاجتماعية ، كانت عدد المشاركين في الاستثمار 71 مشارك (مجموع ماتم استرداده من معلومات واجابات عن الاستبيان منذ اطلاق رابط الاستبيان وغلقه في مدة 60 يوما)، فجاءت نسبة المشاركات الذكورية 68% من نسبة المشاركين في الاستبيان أي 48 ذكر، أما نسبة المشاركات الأنثوية 32% من مجموع المشاركين أي 23 أنثى وهذه نسب منقلوبته أكبر فئة عمرية هي التي تتراوح بين 20 و 25 سنة ب 48 بالمائة من مجموع المشاركين، يتمتعون بمستوى تعليمي عالي حيث

أن 80 بالمائة منهم جامعيين، 83 بالمائة منهم من العزاب.

- ثانياً: فيما يتعلق بنوع المعلومات التي يميل أكثر المبحوثين للبحث عنها على الشبكة العلمية هي المعلومات العامة وذلك في كل المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية محلية كانت أو عالمية) بعيد عن المعلومات التي تخص الأشخاص العاديين أو المعنويين لكن للمعلومات العلمية قسم في المعلومات المراد الوصول إليها حيث أن 31 بالمائة من المبحوثين أقرروا أن مواضيع بحثهم على الشبكة هي علمية بالدرجة الأولى،

ويبررون سيب لجوئهم إلى الانترنت البحث عن معلومات لسببين رئيسيين هما السرعة الفائقة مقارنة بالمصادر الأخرى وكذا الوفرة، معتمدين على محركات البحث كمنصة أولي، وعكس كل ما يروج فإن للنصوص حظ كبير في نوع المعلومات التي يميل المبحوثين إلى البحث عنها وذلك إلى جانب الصور المتحركة والمقاطع الصوتية بنسبة أقل نسبياً، مع أن هذه المعلومات لا تتميز بالموثوقية لدى مفردات العينة لذلك يلجأ أغلبهم إلى معايير وأساليب لتقييم هذا الكم الهائل من المعلومات أهمها (التحقق من مصدر المعلومات ومؤلفها)

- تبين أن أغلبية المبحوثين يعتمدون على محركات البحث كمصدر لإستيقاء والبحث عن المعلومات في المائة من مجموع الإجابات التي عرضها المبحوثين عند سؤالهم حول المصادر التي يفضلونها للبحث عن المعلومات، وهذا يفسر بأن محركات البحث هي طرق سريعة للبحث عن المعلومات بمختلف أشكالها، وكذا الخدمات التي توفرها هذه المحركات من تطبيقات تسمح بحصر البحث حول شكل معين من المعلومات، كأن يقوم المستخدم بالبحث عن موضوع (جرائم الانترنت) .

ثالثاً: تأتي الشبكات الاجتماعية في مقدمة المجتمعات الافتراضية الأكثر شهرة على الشبكة العالمية تليها منتديات النقاش ومواقع المحادثة الفورية ومجموعات التدوين، وهذا ما تبين من نتائج الاستمارة، ومع تنوع المستويات التعليمية فإن الشبكات الاجتماعية تبقى هي الأكثر شهرة وأبرز التجمعات الافتراضية على الشبكة العالمية، وتبين أن 49% من مفردات عينة

البحث يحسون بالانتماء إلى المجتمعات الافتراضية المشتركين فيها لكن مع اختلاف كبير حسب الحالة الاجتماعية حيث أن العزاب يحسون بالانتماء إلى المجتمعات الافتراضية بينما المتزوجين يرفضون هذا الطرح ويعتبرون المجتمعات مجالا خارجا عن الأحاسيس الاجتماعية بالانتماء، وتراوحت دوافع الاشتراك على هذه المجتمعات بين خيارات عدة متقاربة معلوماتية ووجدانية هي:

- الترفيه، تعلم مهارات جديدة، التعرف على أشخاص، التواصل مع أقارب وأصدقاء، طرح أفكار المناقشة والتحاور.

أما عن الحاجات التي توفرها هذه المجتمعات فقد حصرت في:

- التخلص من الفراغ

- التعبير عن رأيك إشباع نقص في المعلومات

• التنفيس

- وقد تبين أيضا أن عينة مستخدمي هذه المجتمعات لا يكتفون بتلقي المعلومات، بل يقومون بتوليد محتويات نشرها وكذا تعديلها، لأن المستخدم ويفضل هذه المجتمعات وما تضمنه من عوامل تقنية وفرها الجيل الثاني من الويب (الويب 2.0)، وتضم هذه المعلومات (نصوص، تطبيقات، مقاطع صوتية وفيديو، صور، ...)، وفي خضم هذه الحركية المعلوماتية تنشأ علاقات اجتماعية تقوم بتطوير نفس الحركية التي قامت بخلقها

- كلما زاد المستوى التعليمي زاد الوعي أكثر بخطورة وضع أو نشر المعلومات الشخصية على الشبكة العالمية وعلى الشبكات الاجتماعية خاصة، وتجعل الإحساس بضرورة المحافظة على الخصوصية المعلوماتية أعمق.
- تبين من الأوعية حول نوع المشاركات والمواد المعلومات التي يميل المبحوثون إلى نشرها وتقاسمها على شبكة الانترنت والمجتمعات الافتراضية تأثير كبير على نوع المشاركات وموقع نشرها، فيميل ذوي المستوى الابتدائي إلى نشر الصور بصفة عامة وهذا يدل على أن مفردات هذه الفئة ليس لهم القدرة على تحرير أو مناقشة مواضيع، أما ذوي المستوى المتوسط فإن للمشاركات الكتابية المتمثلة في مشاركات على منتديات النصيب الأكبر، وعند التدقيق في إجابات ذوي المستوى الثانوي فإن مشاركاتهم تتمثل في مشاركات في منتديات ومناقشات كتابية وهذا يبين أن مستوى هذه الفئة يمكنها من فتح نقاشات بغض النظر عن مواضيعها وجديتها، أما مفردات العينة ذوي المستوى الجامعي تنقسم إلى مشاركات بمختلف الأشكال لكن للمشاركات الكتابية النصيب الأعلى من مشاركات نصية ومناقشات على منتديات ومقالات على مواقع معتمدة وغير معتمدة، وهذا ما يجعل الجامعيون أكثر مشاركة بمختلف الأشكال دون تمييز وأن التحرير الكتابي النصيب الأكبر.
- رابعا: والمتعلقة بالشبكات الاجتماعية (الفايسبوك) بصفة خاصة والظاهرة الإعلا مية داخلها، فانحصرت موضوع المعلومات التي تقوم مفردات العينة بنشرها على الشبكة عموما هي المعلومات العامة بنسبة 64 بالمائة اما باقي النسبة فانحصرت بين (سياسية،

رياضية، اجتماعية، اقتصادية، مستجدات، أخرى (ثقافية دينية... الخ))، حيث يقوم من مفردات العينة بتقاسم هذه المعلومات على سطح حائطه في رصيده الفايسبوك باعتبارها طريقة سهلة وفعالة وكذا لها حظوظ في التأثير أو إعلام أكبر عدد ممكن من المستخدمين، أما حول شكل المعلومات التي تقوم مفردات العينة بنشرها داخل الشبكة الاجتماعية فإن (نصوص صور ومقاطع فيديو) تتقاسم شكل المعلومات المتداولة على هذه الشبكة الاجتماعية، 38% من عينة الدراسة يضعون كل أو بعض المعلومات الشخصية على أرصدهم على الشبكات الاجتماعية وتبين أن الذكور أكثر جرأة في نشر هذا النوع من المعلومات ف 80% منهم أقرروا بذلك، أما عن المواد المنشورة فإن المبحوثين قد انقسموا حول نشرهم لصورهم الشخصية على الشبكة المشتركة فيها مع اختلاف بين الجنسين فالعنصر الذكوري أكثر جرأة دائما، وذلك دائما مع ثقة المبحوثين في موثوقية معلوماتهم على هذا النوع من الشبكات (54% يثقون في أمان معلوماتهم على هذه الشبكات) ويعتبرون الإطلاع على معلوماتهم لا يمثل انتهاكا لحياتهم الشخصية، وقد انحصر نوع المخاطر المعروفة من طرف مفردات العينة على معلوماتهم الشخصية في: انتحال الشخصية، فبركة الصور، تشويه السمعة، الاستدراج (وهذا رائج خاصة في فئة القصر)، الابتزاز، أفعال غير أخلاقية، قرصنة المعلومات والتجسس، وعلى خلاف الرائج فإن النصوص كان لها مكان مهم بين هذه المواد المنشورة، وذلك باستعمال لغات متعددة 44 بالمائة، بينما تلتها العربية والعامية وكان ذلك لأن معظم مفردات العينة من الجنسية الجزائرية المحسنين للغة العربية،

وكذا استعمال الكلمات المختصرة ورموز المشاعر (السماليز) التي يعتبرها 79% من مفردات العينة بأنها تعبر بشكل صادق عن مشاعرهم وأفكارهم.

3.3 النتائج العامة للدراسة

يشتمل هذا الجزء عرض مجمل لنتائج الدراسة العامة:

- الفضاء الافتراضي فضاء مستحدث خلقه الإنسان وذلك قصد التقريب بين الفضاءين العقلي والفيزيائي، وذلك عبر معالجة رقمية تسعى إلى عولمة الفضاء العقلي لكي تمتد حدوده على عموم رقعة العالم الفيزيائي، من خلال استعارة معاني مفاهيمه التقليدية في بناء المفاهيم الفريدة للفضاء المعلوماتي.
- دراسات السبير من المجالات الجديدة والخصبة في ظل تنامي ظاهرة الشبكات وكذا كبر البيئة المعلوماتية وكذا العنصر المتفاعل داخلها وهذا ما يجعلها من المجالات التي تعد

بالخصوصية، وبما أنها تدرس مجالاً أو بيئة مغايرة لتلك التي تدرسها العلوم الاجتماعية

التقليدية فإن لهذه الدراسات طرق ومناهج جديدة والتي من أهمها إثنوغرافيا السير

- وهذا المنهج يأخذ الكثير من الطرق والمناهج التقليدية لكن لها الكثير من الخصائص

والإجراءات التي تمكنها من تجاوز المشاكل التقنية والفنية والاجتماعية المصاحبة للدراسة

والمتماشية تماماً مع طبيعتها المميزة.

- المجتمعات الافتراضية هي أكثر المواقع ولوجاً وشعبية على الشبكة الإلكترونية العالمية

وذلك بمثابقتها مكانة اجتماعياً إعلامياً جديداً، يزخر بالكثير من التطبيقات التي تسمح

بممارسة الإعلام الاجتماعي الإلكتروني، وفتح الباب أمام المشاركات والنقاشات العلنية التي

تساهم في دعم الوعي الإلكتروني، فالمجتمعات الافتراضية والعلاقات الاجتماعية الناشئة

داخلها أثر مهم على نوعية المعلومات التي يتم تداولها من طرف المستخدمين وكذا

مصادقيتها.

- تعتبر المعلومات الخاصة والشخصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية كنزاً بيد مسيري

هذا النوع من المواقع، حيث أن الشركات المنتجة لمواد الاستهلاك العام والخدمات والمتعاملة

مباشرة مع المستهلكين تقوم بشراء واستثمار هذا النوع من المعلومات، واستعمالها لتسويق

منتجاتها وخدماتها وتطوير رسائلها الإعلانية وتركيزها بصيغة موجهة لفئات عمرية وثقافية

وعلمية واجتماعية محددة لتطبيق تأثير فعال ومباشر، قصد تغيير السلوك الاستهلاكي لهذه

الفئات.

- تعتبر المجتمعات الافتراضية على الشبكة العالمية مكان ثالث لدى الكثير من الشباب فقد قام هؤلاء باستبدال المقاهي والنوادي والشوارع بهذه المجتمعات الافتراضية بكل ما لهذه المجتمعات من خصائص وميزات، وذلك قصد تبادل الخبرات وتداول معلومات في مختلف المجالات والاهتمامات التي خلقت من أجلها هذه التجمعات.

- المجتمعات الافتراضية مجال إعلامي مهم ومنفذ فعال ومستحدث لكافة الفئات العمرية والاجتماعية، فهي بيئة أو مكان يمكن من خلاله التواصل مع الآخرين وتقاسم الاهتمامات المشتركة، وتبادل المواد الإعلامية بمنتهى السهولة والبسر.

- يمكن تصنيف أنواع المجتمعات الافتراضية عامة وتلك الإعلامية بالدرجة الأولى خاصة على أساس ثلاثة اعتبارات هي:

أولاً: التقنية المستعملة لتداول المعلومات داخلها. ثانياً: من حيث نوع المحتوى أو المادة الموجودة داخل هذا المجتمع الافتراضي.

ثالثاً: من حيث الهدف من إنشاء هذه المجتمعات.

- تعتبر الشبكة الاجتماعية الفايبروك من أكبر المجتمعات الافتراضية على الشبكة العالمية من حيث العدد، وتستمد هذه الشبكة قوتها وفعاليتها من كونها تتصف بالشمولية حيث أنها تسمح بنشر كل أشكال المعلومات (النصوص، صور، مقاطع صوتية ومقاطع فيديو ...) وأنواعها ومواضيعها، وكذا يمكن هذا النوع من المجتمعات الافتراضية المستخدمين من

التواصل فيما بينهم بشكلي الاتصال الآني (Synchrones) والمؤجل (Asynchrones)، وكذا لسهولة استعماله الفضل في ذبوعه وكبر عدد المشتركين فيه.

الشبكات الاجتماعية عبارة عن مستودع هائل من المعلومات بمختلف أشكالها وأنواعها ومواضيعها الاجتماعية (العامة) والشخصية منها، يقوم مستخدمو هذه الشبكات بتداول المعلومات من خلالها، فتكون هذه المعلومات عبارة عن إعادة لنشر مواد منشورة في مواقع ومصادر أخرى أو هي مواد إعلامية قام المستخدم نفسه بتوليدها كتابيا أو عن طريق أجهزة الهاتف النقال أو كاميرات الفيديو.

- مميزات المعلومات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

صعوبة إيجاد المعلومة المناسبة في عصر المعلومات تعادل صعوبة شرب الماء من مضخة المستعملة في إطفاء الحريق، فالماء غزير، لكن حذار من الغرق ، فالكم الهائل من المعلومات يمنع من تقدير نوعية المعلومات التي يمكنها أن تفيد المستخدم وتخدم قضيته وهذا ما يطرح قضية تقييم هذه المعلومات.

عدم اليقين: المعلومات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الاجتماعية عامة تتميز بعدم اليقين وخاصة المواد التي يقوم المستخدمون بتوليدها وإنتاجها أو إعادة إنتاجها، فلا مجال للتأكد من دقتها؛ مصدرها ونوعيتها وكذا مصداقيتها.

- المعلومات المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي معلومات تعتمد على الوسائط المتعددة من صور ومقاطع صوتية والمرئية، لكن للنص مكان كبير في الكم الهائل من هذه

المعلومات، وهذا ما لاحظناه طوال هذه الدراسة عكس ما هو رائج في الأوساط الإعلامية من طغيان الطابع السوري (الصورة) وعزوف المستخدمين عن التعبير النصي الكتابي وهذا ما يتعارض مع ما جاءت به هذه الدراسة.

- إن الطابع الإعلامي للمجتمعات الافتراضية يلزم على هذه المجتمعات التأقلم مع متطلبات وحاجات المستخدم المعرفية، خاصة بعد صدور النسخة الثانية من الويب (الويب 2.0) التي تعتبر المستخدم مولد لمعلومات وليس متلقي فقط، وهذا ما جعل هذه المجتمعات متفاعلة وأكثر تحرر بغض النظر عن الرقابة والمشاكل التقنية والاجتماعية المرافقة.
- الإنتاج الهائل للمحتويات التي يولدها المستخدمون عن حياتهم اليومية والأحداث العرضية سيولد كما من المواد الإعلامية والإخبارية، ما سيوصل البشرية إلى أرشفة الحياة وخلق نوع من الذاكرة الجماعية الإلكترونية.

خاتمة:

حاولنا ضمن هذه الدراسة التطرق إلى ظاهرة تداول المعلومات عبر الفضاء معلوماتي الذي يحتجز بداخله تجمعات إنسانية إلكترونية (مجتمعات افتراضية) تبني على أساس تداول المعلومات، أين يمكن استغلالها واستثمارها وذلك بتفعيل دور المستخدمين المنتمين إليها، وهذا ما يجعل من هذه المجتمعات سلطة رابعة عوض وسائل الإعلام التقليدية ويصبح

المستخدمون إعلاميون من نوع جديد ويقواعد ونظم خاصة، تعرضنا في دراستنا هذه إلى ظاهرة تداول المعلومات بمختلف أشكالها وأنواعها وحواملها عبر المجتمعات الافتراضية الناشئة عبر شبكة الانترنت وقد أظهرنا كنموذج شبكات التواصل الاجتماعي المتمثل في مجتمع الفايسبوك.

وقد توصلت الدراسة إلى التعامل مع بيئة بحثية جديدة (الفضاء المعلوماتي) وذلك باستعمال منهج جديدة (منهج إثنوغرافيا السيبر) والذي يتماشى مع طبيعة الموضوع وأهدافه، وكذا تقنيات وأدوات جديدة منها الملاحظة الإلكترونية والاستمارة الإلكترونية (على الخط) وبالاستعانة بهذه الأدوات كان بإمكاننا مراقبة ورصد ميولات وسلوكات واستعمالات مستخدمي هذه المجتمعات، وكذا أنواع المعلومات وطرق تداولها وكذا الحوامل التي يفضل المستخدمون استعمالها (صور، نصوص، مقاطع فيديو، مقاطع صوتية ... الخ) في ذلك وكذا طرق انتقائها واستيفائها، وهذا ما يسمح باستثمار أحسن للمعلومات وأكثر فاعلية وتأثير، والتعامل مع عينة من هذا فضاء تعتبر تجربة مميزة وجديدة. وكان ذلك للتحقق من طبيعة الفضاء الذي يتم داخله ومن خلاله تداول المعلومات بمختلف أنواعها وأشكالها والتعرف على مختلف التفاعلات التي تحدث داخله، وذلك عن طريق التفاعل المستمر ونتيجة السيورة المعلوماتية، فهذا الفضاء وما يتضمنه من حياة اجتماعية افتراضية (غير خيالية) موجود فعلا داخل كيانات الاجتماعية الإلكترونية على الخط) تسعى إلى تكريس مناخ ومساحة موائمة التداول المعلومات واستثمارها على الصعيد الافتراضي أو الواقعي على

حد سواء، فهذه المجتمعات تمثل مكانا ثالثا يمكن تداول فيه مواضيع في شتى المجالات، وخاصة الاجتماعية منها والإخبارية المعلوماتية، وذلك بإنتاج وتلقي مواد إعلامية من نوع جديد عبر حوامل متنوعة تثير جميع الحواس (نصوص، مقاطع صوتية ومرئي، تطبيقات تفاعلية... الخ) يمكن التفاعل معها والتأثير في حياة هذه المادة الإعلامية.

وبهذا يمكن أن تكون هذه الدراسة عبارة عن نقطة بدأ لدراسات تمس جوانب أخرى من الموضوع، ولعل من المواضيع التي تفرص نفسها في سياق دور المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية وتداولها وكذا أثر ذلك على الواقع الطبيعي، وكذا دور هذه المجتمعات والشبكات الاجتماعية خاصة الناشئة عبر الشبكة العالمية في خلق رأي عام وجعلها كمجال للتعبئة الجماهير (la Cyber Mobilisation) وتحريك الضمير الجماعي والقوى الجماهيرية اتجاه قضايا حساسة ومصيرية عامة، وخير دليل على ذلك ما يحدث على الصعيد العربي أو ما يسمى بالحراك أو الربيع العربي، وذلك من منظور بحثي أكاديمي، حيث أنه كان للمعلومات والأخبار بكل أنواعها (مقروءة، مسموعة، مرئية والمواد التي يقوم المستخدمون بتوليدها أو إعادة إنتاجها الدور الفعال والمصيري في تحريك الملايين وتعبئتهم اتجاه واقع معين لتغييره أو إعادة تشكيله، بحراك ميني على تنظيم معلوماتي (مبني على المعلومات)، ويرى المراقبون أنها ستكون فعالة على جميع الأصعدة من خلال التضامن الاجتماعي والسياسي والاقتصادي... الخ

المصادر و المراجع

القواميس

- 1- ابن منظور: محمد مكتوم، لسان العرب، بيروت، لبنان، 1968، فصل العين حرف الميم (علم).
- 2- أقبليق، طريف: طريق المعلومات الشاملة للبشرية جمعاء: شبكة إنترنت: دار الإيمان - دمشق، 1996-2
- 3- أبو بكر هوس: دراسات في نظم المكتبات والمعلومات، مؤسسة الثقافة الجامعية، مكتبة ومطبعة الإشعاع، دون ذكر
- 4- أحمد بدر: السياسة والمعلوماتية واستراتيجية التنمية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2001، ص(12،13).
- 5- الأخضر الأيدروج: ذكاء الإعلام في عصر المعلومات، مطبوعات الملك فهد الوطنية، السلسلة الثانية، العدد 34،
- 5- أرنود دوفور: إنترنت، ترجمة منى ملحيس ونيال ادلي، الطبعة الأولى، بيروت: الدار العربية للعلوم 1998.
- 7- أسماعيل محمود حسن: مبادئ علم الأتصال ونظريات التأثير، الطبعة الأولى، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة ص62 .
- 8- الإعلام والتكنولوجيا الحديثة: دار الكتاب الجامعي -الامارات العربية المتحدة- العين الطبعة الاولى 2004 ص106 ، ص101
- 9- الأنترنت وسيلة أتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية: دار الكتاب الجامعي-العين الطبعة الاولى 2004 ص17 .
- 10- بهاء شاهين: الدليل العلمي لاستخدام الانترنت، دار العربية لعلوم الحاسب، كومبيوساينس، 1997
- 11- بولين أثنون: مركز المعلومات، تنظيمها وإدارتها وخدماتها، ترجمت: قاسم حشمت، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 1996.
- 12- توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي . كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة. جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا. الإمارات العربية المتحدة .نوفمبر 2005 ص2
- 13- حسانة محي الدين: الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات: الأماكن، الفوائد والتحديات. العربية 3000، العدد 3، 2001 .
- 14- حشمت قاسم: مدخل لدراسة المكتبات وعلم المعلومات، مكتبة غريب، جامعة القاهرة، دون ذكر سنة النشر
- 15- حنش، إدهام محمد، مايس 2005، مجلة الانترنت الثقافية (الزرقاء). أنموذجا، مجلة الزرقاء، العراق، الموصل .
- 16- د.عباس مصطفى صادق: صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني . الظفرة للطباعة-ابوظبي. الطبعة الاولى 2003 ص 30
- 17- دياب البدانية: الأمن وحرب المعلومات، دار الشروق للنشر والإشهار، عمان (الأردن)، الطبعة الأولى، 2006.
- 18- رضا محمد نجار: معايير تقييم مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الانترنت، مدرسة المكتبات والمعلومات جامعة الأزهر، 2007 .
- الرياض، 1999.
- 19- زكي حسين الوردى وعامر إبراهيم قنديلجي: الاتصالات، جامعة البصرة، العراق، سنة 1990، ص(199 - 36)
- 20- زكي حسين الوردى، جميل لازم المالكي: المعلومات والمجتمع، الوراقة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، الطبعة الأولى، 2006

- 21-سعود صالح كاتب: الإعلام القديم والإعلام الجديد، مكتبة الشروق ، جدة 2003 ص53
سنة النشر
- 22-السيد محمود محمد : صيانة المحتوى المعلوماتي . تجربة موقع الجزيرة نت . جامعة الشارقة.كلية الاتصال .الامارات العربية المتحدة،2005.
- شريف درويش اللبان :تكنولوجيا النشر الصحفي :الأجاهات الحديثة ، الدار المصرية اللبنانية للنشر ، القاهرة 2001 ،ص 239-
- 24-الشمعة خلدون : الماكلوهاضية ، الفكر العربي (مجلة تصدر عن معهد الانماء العربي ، بيروت) ، السنة الاولى،العدد السادس، تشرين الثاني، 1978 .
- 25-شوقي العلوي: رهانات الانترنت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت (لبنان)، الطبعة الأولى، 2006.
- صابر فلحوط ومحمد البخاري: العولمة والتبادل الإعلامي الدولي،دمشق،دار علاء الدين ، 1999 .ص 268-
- 27- صحافة الإنترنت في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام ، مؤتمر صحافة الأنترنترنت في الوطن العربي : الواقع والتحديات ،جامعة الشارقة ،كلية الإتصال 22نوفمبر 2005 ص 3
- 27-عبد الملك ردمان الدناني : الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت ، الطبعة الأولى ، القاهرة ،دار الفجر 2003 ص111
- 29-عامر إبراهيم قنديلجي وآخرون: مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر الأنترنيت، دار الفكر للطباعة عبد الله ، فايز : ماذا بعد عصر الإنترنت ، المكتبة العالمية ، بيروت، 2002 ، ص3023-
- 31-العبد الله. مي : تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة .نموذج جريدة النهار.مؤتمر صحافة الانترنت:الواقع والتحديات. جامعة الشارقة ،2005.
- 32-عصام موسى : المدخل في الأتصال الجماهيري ، المكتبة الحديثة ، بيروت،2004، ص56.
- 33-عصام موسى: المدخل في الاتصال الجماهيري، المكتبة الحديثة، بيروت، الأردن، الطبعة الأولى، 2004
- 34-علي محمد رحومة: الانترنت والمنظومة التكنو اجتماعية، بحث تحليلي في الآلية تقنية للانترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2005 ،ص 58.
- 35-العنزي ،صالح زيد صالح : إخراج الصحف الألكترونية في ضوء السمات الأتصالية لشبكة الأنترنترنت،جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2007 .ص40
- 36-فايز عبد الله الشهري : التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الأتصال الجديدة ، دبي ، دار الحكمة ، 2003 ص 21
- 37-م. بشار عباس : دليل الأنترنترنت .- مجلة المعلوماتي.- ع 46 لبنان (1996م) .
- 38-محمد فتحي عبد الحميد: مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2007.
- 39-محمد فتحي عبد الحميد: مقدمة في علم المعلومات، مكتبة غريب، القاهرة، 1984.
- 40-ملفين ديفليير وساندرا روكيش: نظريات وسائل الإعلام .ترجمة كمال عبد الروؤف.الدرا الدولية للنشر والتوزيع.القاهرة ، 1999 ص 487 .
- 41-ميشال إولا (Michel Agnola): الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والثقافة والتربية، ترجمة: نصر الدين العياضي، الصادق رايح، دار الكتاب الجامعي، العين ، الإمارات العربية المتحدة، 2004.

42-ميكال هيل: أثر المعلومات في المجتمع، دراسة لطبيعتها وقيمتها واستعمالاتها، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الطبعة الأولى، 2004.

43-نبيل علي: العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة رقم: 184، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، الكويت، والنشر، والتوزيع، الطبعة الأولى، 2000.

سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، ط 3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004-44

45-أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003

46- عبد الحميد بسيوني ، الوسائط المتعددة ، دار النشر للجامعات ، القاهرة ، 2004 ص11
المواقع الالكترونية العربية والفرنسية

47- ايجابيات -رسليات-لفيسوك/ <http://mawdoo3.com>

48- <https://sites.google.com/site/tiektaksss/p5>

www.ekateb.net-49

www.suhuf.net.sa/2001jaz/jul/15/ev4.htm -50

www.suhuf.net.sa/2001jaz/jul/15/ev4.htm-51

www.al-jazirah.com.sa/evillage/16102002/th647.htm-52

www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=3154-53

www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=6870-54

www.gn4me.com/etesalat/article.jsp?art_id=6870-55 مصدر سابق ص3. 3.

www.infosys-sy.com/intrrnet1.htm-56

الموسوعات

57-الموسوعة المنهجية: الحديثة المعلومات والاتصالات والمواصلات، المركز الثقافي، 2002، ص31

المراجع الاجنبية :

58-Brody,Douglas A .2001 Saudi Arabias International Media Strategy: Influence through ----

Multinational -Ownership in Hafez,K.(ed.)Mass Media,Politics,and Society in the Middle East

.Hampton Press Inc. P138

59-Rebecca blood: weblogs: a history and perspective : 7 September 2000

60-Web Server Survey: September 2011; Netcraft 2011

61-Danielle ,v. J.P.lafrance: « l'art de bavarder sur Internet >> réseaux n 97 - (1999).

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
87	يمثل متغير الجنس بالنسبة لعينة الدراسة	الشكل رقم (1) :
89	يمثل متغير السن بالنسبة لعينة الدراسة	الشكل رقم (2) :
91	يمثل متغير المستوى الدراسي	الشكل رقم (3)
92	يمثل متغير الحالة الاجتماعية :	الشكل رقم (4)
94	يمثل طبيعة المعلومات التي يبحث عنها افراد العينة	الشكل رقم (5)
95	يمثل سبب استخدام افراد الانترنت كمصدر للمعلومة	الشكل رقم (6)
97	يمثل مصادر الحصول على المعلومة من شبكة الانترنت	الشكل رقم (7)
99	شكل المعلومة التي يميل افراد العينة لتلقيها يمثل	الشكل رقم (8)
101	-وثوق افراد العينة في المعلومات على الشبكة	الشكل رقم (9)
103	يمثل ماهي طبيعة الكيانات الافتراضية التي تنتمي اليها العينة	الشكل رقم (10)
104	يمثل انتماء العينة للمجموعات في الفيسبوك	الشكل رقم (11)
106	يمثل دوافعك للاشتراك في المجتمعات الافتراضية للعينة	الشكل رقم (12)
107	يمثل الحاجات التي توفرها المجتمعات الافتراضية لافراد العينة	الشكل رقم (13)
109	يمثل تاثير تفاعل الافراد الدائم في الفيس بوك عل التواصل مع افراد العائلة	الشكل رقم (14)
111	يمثل احساس بالانتماء الى الواقع الافتراضي الذي تنتمي اليه العينة	الشكل رقم (15)
112	يمثل عدد ساعات استخدام العينة للفيسبوك في اليوم	الشكل رقم (16)
113	يمثل عدد امتلاك العينة لحساب الفيسبوك	الشكل رقم (17)
115	يمثل امتلاك العينة المعلومات كافية لمواقع التواصل الاجتماعية	الشكل رقم (18)
117	يمثل استخدام الرموز في التعبير عن المشاعر وما تحس به الافراد في الواقع اليومي	الشكل رقم (19)
119	يمثل مدى اعتقاد العينة ان الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصية الفرد	الشكل رقم (20)

120	يمثل وضع المعلومات الشخصية الحقيقية علي صفحة الفايسبوك الخاصة بالعينة	الشكل رقم (21)
123	يمثل الاساليب و المعيار الذي تعتمد عليه في تقييم صحة المعلومة من عدمها افراد العينة	الشكل رقم (22)
124	يمثل مصدر المعلومات التي تقوم بنشرها في الفيسبوك	الشكل رقم (23)
126	يمثل مدى علم الافراد أن التطبيقات التي في الفايسبوك تنشر معلومات عنهم	الشكل رقم (24)
128	يمثل ما موضوع المعلومات التي تقوم بنشرها على الفيسبوك عادة ؟:	الشكل رقم (25)
130	يمثل مامدى اعتقاد العينة أن المعلومات الشخصية الخاصة بالفايسبوك في مأمن	الشكل رقم (26)
131	يمثل تأثير المعلومات في الفايسبوك على مزاج ونفسية الافراد	الشكل رقم (27)
133	يمثل اللغة التي يتعامل بها افراد العينة	الشكل رقم (28)
134	يعبر عن امكانية استغناء العينة على موقع الفايسبوك في المستقبل	الشكل رقم (29)

رقم الجدول	عنوان السؤال	الصفحة
(1)	ماهو جنسك ؟	87
(2)	ماهو سنك ؟	89
(3)	ماهو المستوى الدراسي ؟	91
(4)	ماهي حالتك الاجتماعية ؟	92
(5)	ماهي طبيعة المعلومات التي تبحث عنها في الشبكة ؟	94
(6)	ماهو سبب استخدامك الانترنت كمصدر للمعلومة ؟	95
(7)	ماهي مصادر الحصول على المعلومة من شبكة الانترنت ؟	97
(8)	ماهو شكل المعلومة التي تقبل لتلقيها ؟	99
(9)	-هل تتق في المعلومات على الشبكة ؟	101
(10)	ماهي طبيعة الكيانات الافتراضية التي تنتمي اليها ؟	103
(11)	هل تنتمي الى للمجموعات في الفيسبوك ؟	104
(12)	ماهي دوافعك للاشتراك في المجتمعات الافتراضية ؟	106
(13)	يمثل الحاجات التي توفرها المجتمعات الافتراضية لافراد العينة	107
(14)	هل يثير تفاعلك الدائم في الفيس بوك عل التواصل مع افراد العائلة ؟	109
(15)	هل تحس بالانتماء الى الواقع الافتراضي الذي تنتمي اليه ؟	111
(16)	ماهو عدد ساعات استخدامك للفيسبوك في اليوم ؟	112
(17)	كم هو عدد امتلاكك من حساب الفيسبوك ؟	113
(18)	هل تمتلك معلومات كافية لمواقع التواصل الاجتماعية ؟	115
(19)	هل تستخدم الرموز في التعبير عن المشاعر وما تحس به في الواقع اليومي ؟	117
(20)	هل تعتقد ان الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصية الفرد ؟	119
(21)	هل نضع المعلومات الشخصية الحقيقية علي صفحة الفيسبوك ؟	120

	الخاصة بالعينة	
123	ماهي الاساليب و المعيار الذي تعتمد عليه في تقييم صحة المعلومة من عدمها ؟	(22)
124	ما مصدر المعلومات التي تقوم بنشرها في الفيسبوك ؟	(23)
126	هل تعلم أن التطبيقات التي في الفاييسبوك تنشر معلومات عنك ؟	(24)
128	ما موضوع المعلومات التي تقوم بنشرها على الفيسبوك عادة ؟:	الشكل رقم (25)
130	هل تعتقد أن المعلومات الشخصية الخاصة بالفاييسبوك في مأمن ؟	(26)
131	هل تؤثر المعلومات في الفاييسبوك على مزاج ونفسية الافراد ؟	(27)
133	ماهياللغة التي يتعامل بها في التواصل ؟	(28)
134	هل هناك امكانية استغناء على موقع الفاييسبوك في المستقبل ؟	(29)

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عيد الحميد ابن باديس
قسم علوم الاعلام و الاتصال
تخصص وسائل الاعلام و المجتمع
ماستر_2_

في إطار التحضير لشهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال حول "تأثير المعلومات الموزعة على صفحات التواصل الاجتماعية على واقع الشباب الجزائري ، (الفيس بوك) نموذجاً، دراسة استكشافية وصفية تحليلية على عينة من مستخدمي الفيسبوك".
نرجو منكم التفضل بالإجابة عن الأسئلة الواردة في الاستمارة ، وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة،

نتعهد أن المعلومات التي ستدلون بها ستحظى بالسرية التامة ولن تستخدم إلا للأغراض العلمية المشار إليها هنا. وشكراً لكم مسبقاً على مساعدتكم وتعاونكم.

اشراف الاستاذ

غالـم عبد الوهاب

اعداد الطالب :

عرجون محمد

1 محور البيانات الشخصية

الاستمارة :

1-الجنس :

ذكر انثى

2-السن من

20_ 25 26_ 31 32_ 37

3-المستوى الدراسي :

غير ممتدرس ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

4-الحالة الاجتماعية :

اعزب متزوج ارمل

عنوان المحور الانترنت كمجال لتداول المعلومات

5-ماهي المعلومات التي تبحث عليها غالبا في الشبكة؟:

معلومات علمية معلومات عامة معلومات عن اشخاص
أخرى مع التحديد

6_ لماذا تستخدم الانترنت كمصدر للمعلومة ؟ لانها :

اقل كلفة سرعة الحصول على المعلومة كثرة المعلومات على الشبكة

7_ ماهي مصادر حصولك على المعلومات من الشبكة العنكبوتيه ؟ :

مواقع الاخبارية محركات البحث المواقع الخاصة بالمعلومات البحث العشوائي مواقع

8_ ماهو شكل المعلومة التي تميل الى تلقيها ؟ :

النصوص الصور فيديو مقاطع صوتية

9_ هل تثق في المعلومات الموجودة على شبكة الانترنت ؟ :

نعم لا أحيانا

3-محور الكيانات الافتراضية

10_ ماهي طبيعة الكيانات الافتراضية التي تنتمي اليها العينة ؟ :

- منتديات النقاش المحادثة الفورية الترفيه والالعاب أخرى اذكرها
- التحقق من مصدر المعلومات التحقق من منتج المعلومة لا أتتحقق أبدا

11_هل انت عضو في المجموعات(groupe)في الفايسبوك

- نعم لا

12-ماهي دوافعك للاشتراك في المجتمعات الافتراضية ؟

- تعلم واكتساب المهارات التعرف على اشخاص تلبية المعرفة المتعة
- والحوار

13-ماهي الحاجات التي توفرها المجتمعات الافتراضية ؟

- التعبير عن الراي بحرية اشباع نقص المعلومات التخلص من الفراغ

14 - هل تؤثر تفاعلك الدائم في الفيسبوك على التفاعل مع افراد العائلة ؟:

- نعم لا احيانا

15-هل تحس بالانتماء للواقع الافتراضي ؟

- نعم لا

4- محور الفيسبوك كمجال لتداول المعلومات :

16 ماهو عدد ساعات استخدامك للفيسبوك

- اقل من ساعة من_1 2 من_3 5 اكثر من 5

17- عدد امتلاك العينة لحساب الفيسبوك ؟

1 2 3 اكثر من ذلك

18- هل تمتلك معلومات كافية عن مواقع التواصل الاجتماعية

نعم لا

19_ هل تستخدم الرموز في التعبير عن المشاعر وما تحس به في الواقع اليومي ؟ :

نعم لا

20- هل تعتقد ان الشبكات الاجتماعية لها دور في تطوير شخصية الفرد ؟

نعم لا اجابة أخرى

21_ هل تضع المعلومات الشخصية الخاصة الحقيقية بالفيسبوك ؟ :

نعم لا بعضها

22_ ما موضوع المعلومات التي تقوم بنشرها على الفيسبوك عادة ؟:

سياسية رياضية اقتصادية ثقافية معلومات عامة

23- ماهي الاساليب والمعايير الذي تعتمد عليه في تقييم صحة المعلومات ؟

التحقق من مصدر المعلومة التحقق من منتج المعلومة لا اتحقق ابدا

24- ماهو مصدر المعلومات التي تقوم بنشرها عادة على موقع الفيسبوك ؟ :

من احداث اليومية التي تعيشها من مواقع اخرى على الشبكة من الأصدقاء
على الفيسبوك

25_ هل تعلم أن التطبيقات التي في الفايبوك تنشر معلومات عنك ؟ :

نعم لا

26- ماهو موضوع المعلومات التي تقوم بنشرها عادة في الفيسبوك ؟

معلومات عامة دينية اقتصادية سياسية غير ذلك

27_ هل تعتقد ان المعلومات الشخصية الخاصة بك في مامن ؟:

نعم لا اجابات اخرى

28_ هل تؤثر المعلومات في الفيسبوك على مزاجك ونفسيتهك ؟ :

احيانا دائما نادرا

29 ماهي اللغة التي تتعامل بها على موقع التواصل الفيس ؟ :

العربية العامية متعددة اللغات

30- هل يمكن ان تستغني عن الفايبوك يوما ما ؟

نعم اذا وجدت بديل مناسب

لا