





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال
تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

تناول مواقع التواصل الاجتماعي لإساءة شارلي
إيبندو لنبي الإسلام
- الفايسبوك نموذجاً -

تحت إشراف الأستاذ:

- بعلي محمد

من إعداد الطالبتين:

- شنتير اسماء

- غول بدرة

الموسم الجامعي: 2014 – 2015

مقدمة

يحتل الاتصال مكانة محورية في حياة البشر وفي نواحي حياتهم وأسباب رفاهيتهم وقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصا وإمكانيات جديدة في مجال التواصل ، فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته .

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارا على شبكة الانترنت لما تملكه من خصائص تميزها عن المواقع الالكترونية مما شجع متصفح الانترنت في كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد .

موضوع البحث

من خلال موضوعنا نتطرق الى تناول الطلبة الجامعيين للمواقع الاجتماعية :
- تناول مواقع التواصل الاجتماعي لحادثة الإساءة لنبي الإسلام- الفيسبوك
نموذجاً -

فإننا نسعى إلى تبين مدى تأثير شبكة التواصل الاجتماعي على الرأي العام
للطلبة الجامعيين.

ومنه نتطرق إلى الإطار المنهجي :

- عرض الإشكالية:

كيف كانت ردود فعل الطلبة حول الرسوم الكاريكاتورية الأخيرة
المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم التي أصدرتها شارلي ايبندو ؟

و تتفرع هنا جملة من التساؤلات:

- هل ساهم الفايسبوك في الحد من نشر الصور الكاريكاتيرية المسيئة للرسول صلى الله عليه و سلم؟.
- كيف يؤثر الفضاء الجامعي على السلوكيات الاتصالية للطلبة من خلال التواصل عبر الفايسبوك؟.
- هل توجد فروقات في تأثر الطلبة بالحملات الفايسبوكية لنصرة الرسول صلى الله عليه و سلم؟.

الفرضيات

الفرضية الأولى:

ساعد الفايسبوك جمهور الطلبة على إثبات هويتهم الإسلامية من خلال حملات النصر في الفايسبوك .

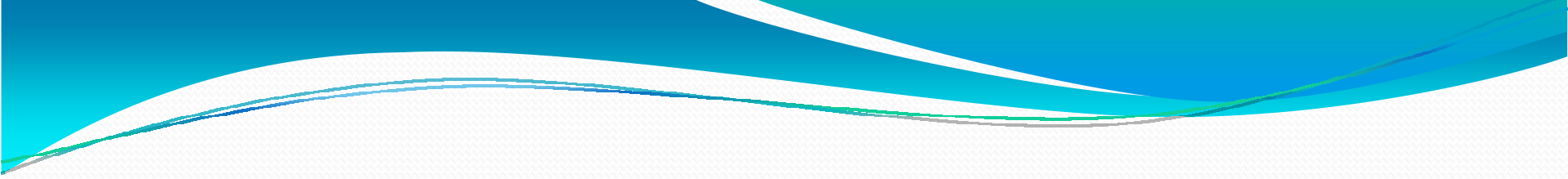
الفرضية الثانية:

يلعب الفضاء الجامعي دورا بارزا في بلورة أفكار جديدة من شأنها نشر أخلاق الرسول عليه الصلاة و السلام .

أهداف الدراسة

يندرج موضوع بحثنا ضمن الدراسات الاستطلاعية التي تهدف أساساً إلى استكشاف مشاكل بحثية جديدة بهدف صياغة أسئلة إلى استكشاف مشاكل بحث جديدة لذلك تسعى كل دراسة أيا كانت للوصول إلى تحقيق أهداف معينة و بحثنا هذا نتوخى من ورائه تحقيق بعض الأهداف التي سطرناها على النحو التالي:

- الهدف الرئيسي من هذه الدراسة التعرف على دور الفيسبوك في مواجهة الإساءة لشخص الرسول صلى الله عليه و سلم و دوره في إثارة الرأي العام .

- 
- التعرف على نماذج و صور و مظاهر من الإساءات التي وقعت لشخص نبي الإسلام منها الصور الكاريكاتيرية التي أصدرتها شارلي ابيدو مؤخرا .
 - التعرف على التأثيرات التي تنجم على التعليقات و المنشورات من خلال الفايسبوك .
 - التعرف على المنشورات التي يشارك بها الطلبة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي .

أهمية الدراسة

- تتسم دراستنا بمجموعة من الخصائص أهمها:
 - الوقوف عند أهم المضامين الإعلامية التي تناولت شخصية نبي الأمة بالسلب .
 - بما أن شبكات التواصل الاجتماعي ركيزة من ركائز المجتمع و لها أثرها في المجتمعات راحت تغدو أداة فعالة في الدفاع عن القضايا الراهنة .
 - تكون هذه الدراسة مرجعا خصبا و آلية هامة لنصرة نبي الأمة .

منهج الدراسة

اعتمدنا في دراستنا على منهج المسح و هذا من اجل معالجة الإشكالية و التساؤلات المطروحة حول الموضوع المدروس، و ذلك ن اجل الحصول على إجابات و مواقف و ردود أفعال الجمهور المبحوث حول الإشكالية المطروحة بهدف الوصول إلى نتائج قد تسمح لنا بمعرفة اثر الفيسبوك في الحد من الإساءة التي طرحتها جريدة شارلي ابيدو ضد نبي الإسلام .

عينة البحث:

عينة بحثنا مئة فرد "مبحوث" من الطلبة الجامعيين الذين يدرسون بقسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة مستغانم .

الخلفية النظرية

1- نظرية الاستخدامات والإشاعات :

- يحقق منظور الاستخدامات و الاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي :
- 1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال ، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته .
 - 2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال (التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض) .
 - 3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .

ب - نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال :

ويشير العلماء إلى أنه كلما زاد المجتمع تعقيدا زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام ، وتعتبر درجة اعتماد الأفراد على معلومات ووسائل الإعلام هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان تأثير الرسائل الإعلامية ومكانه على المعتقدات والمشاعر والسلوك .

فكلما اتجه الأفراد نحو الاهتمام بالجديد في المجال الإعلامي أصبح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي نوع من الإشباع الذي يسعى من خلاله الأفراد إلى تحقيق رغباتهم وهذا بالاعتماد على الوسائل الحديثة للاتصال مثل الفايسبوك والتويتر ... وهذا ما قمنا به خلال دراستنا هذه إذ أصبح الفايسبوك وسيلة هامة لتحقيق نوع من الإشباع الذي يسعى من خلاله الطلبة إلى الدفاع عن شخص نبي الأمة.

ننتقل الآن إلى الإطار النظري الذي يندرج فيه ما يلي :

الفصل الأول: مدخل إلى الإعلام الجديد.

المبحث الأول: تعريف الإعلام الجديد.

المبحث الثاني: أقسام الإعلام الجديد وخصائصه.

المبحث الثالث: وظائف الإعلام الجديد

الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي .

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي (مفهوم- نشأة- أنواع).

المبحث الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثالث: التأثيرات الايجابية و السلبية لمواقع التواصل

الاجتماعي.

الفصل الثالث:

تطور الإساءة لنبي الإسلام وردود الفعل المجسدة عبر
الفايسبوك .

المبحث الأول: كرونولوجيا الإساءة لشخص نبي الإسلام .

المبحث الثاني: بطاقة فنية عن جريدة شارلي ابيدو.

المبحث الثالث: ردود الفعل ضد الرسومات الكاريكاتورية
لشارلي أبيدو المسيئة لنبي الإسلام .

مناقشة الفرضيات

إن أبرز مظاهر التحول و أعمقه أثرا في وسائل الاتصال هو ظهور الانترنت وانتشاره خاصة مع مطلع التسعينيات من القرن الماضي ، و تتمثل أقوى تأثيرات هذه الوسيلة في اندماج وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الذي أحدث بدوره تحولات هيكلية في بنية العمليات و أتاح للمتلقين إمكانيات غير محدودة للإختيار و التفاعل الحر مع القائمين بالاتصال ، نتيجة لهذا انتقل المتلقي من الدور السلبي إلى الدور الإيجابي كطرف فاعل في العملية الاتصالية، خاصة مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي مما زاد من حدة التفاعل بين أفراد المنظومة الاجتماعية، بحيث

شكل الفايسبوك في الآونة الأخيرة العصب الأساسي للتفاعل والتواصل بين الأفراد وكذا المشاركة في القضايا المحلية والدولية ، الاقتصادية والسياسية و حتى الدينية وهذه الأخيرة شكلت المحور الأساسي لدراستنا والتي تندرج ضمن دراسات المسحية الوصفية.

أما نوع المنهج المختار فيفرضه موضوع البحث والهدف المرجو من الدراسة . وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف مظاهر تفاعل الطلبة بجامعة مستغانم مع شبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة من خلال هذا الاستخدام فهي بذلك تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية.

فإن المنهج الملائم لهذه الدراسة هو "منهج المسح الميداني وفق عينة
قصديّة" الذي يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات
وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهرات موضوع البحث من
العدد الحدي من المفردات المكونة مجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية
للدراسة.

ويهتم المسح الوصفي في مجال دراسة جمهور المتلقين بتصنيف الحاجات والدوافع، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها، ومستويات الاهتمام والتفضيل وعليه فان دراستنا تنتمي إلى البحوث التحليلية التي تعتمد على المنهج المسحي كما اشرنا سابقا وقد تم تحديد عينة البحث فكانت عينة قصدية شملت طلبة جامعة عبد الحميد ابن باديس من تخصص علوم الإعلام والاتصال ومن مستوى ليسانس والماستر، وهم الذين يستخدمون الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ولقد بلغ عدد أفراد العينة 100 طالب.

خاتمة

بما أن الشبكات فرضت نفسها بشكل فعال على مستخدمي شبكة الانترنت ودائما ما تشعر من الدعوات التي تستقبلها يوميا من هذه المواقع بأنك محاصر من جميع الأشخاص سواء من تعرفهم أو يرسلون لك دعوة للتعرف عليهم أو من يقترح عليك من المواقع أن يكونوا ضمن مجال اهتمامك وغيرها ، وهناك تقريرا عالميا حصر أن أعلى نسبة استخدام من جانب المهتمين بتطبيقات الويب لهذه الشبكات الاجتماعية .

كم محب معنا لرسولنا

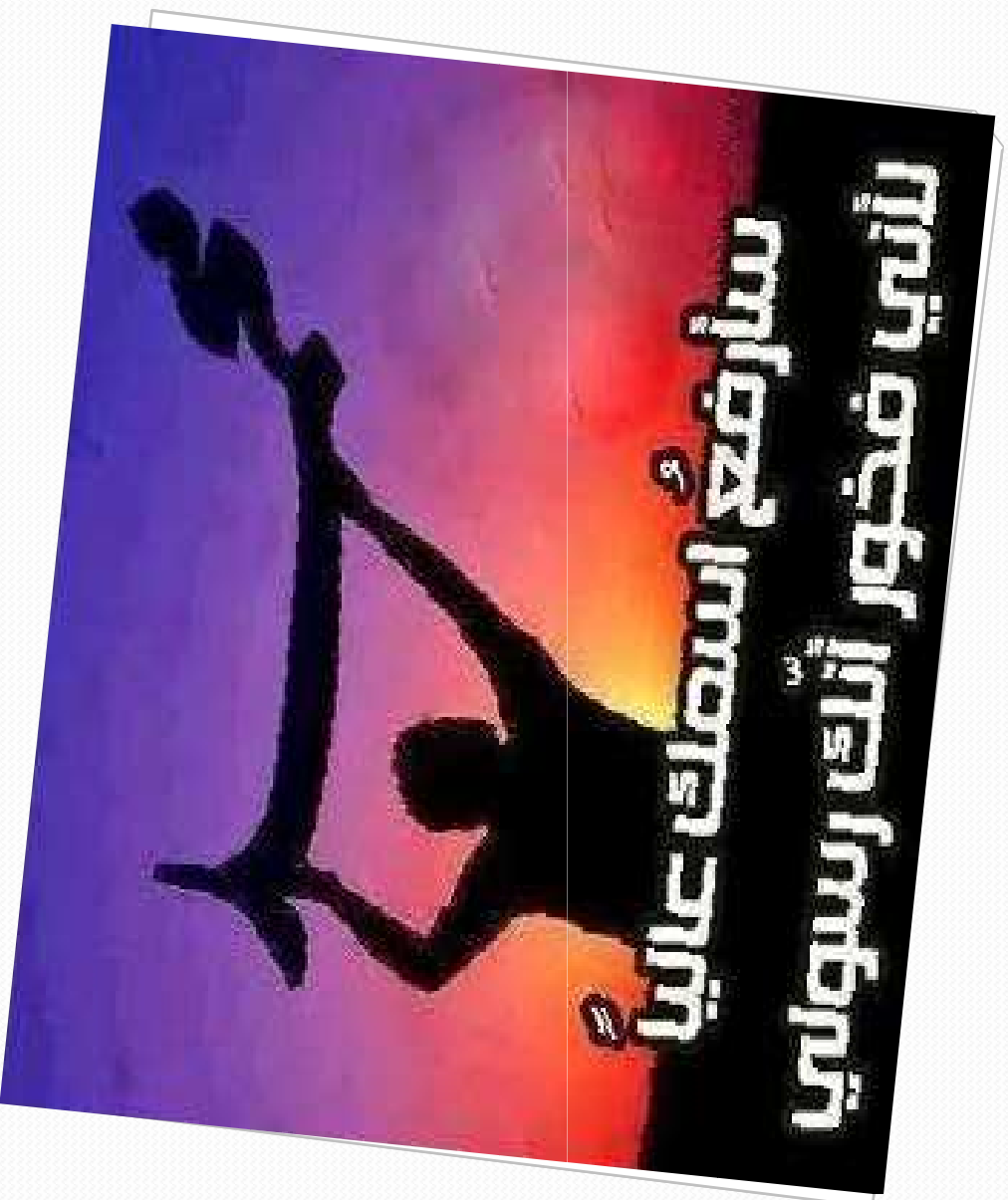
يشاركنا

الصلاة

عليه

صلى الله عليه وسلم







1. موضوع البحث:

من خلال موضوعنا نتطرق إلى تناول الطلبة الجامعيين للمواقع الاجتماعية :- تناول مواقع التواصل الاجتماعي لحادثة الإساءة لنبي الإسلام- الفايسبوك نموذجا - فإننا نسعى إلى تبين مدى تأثير شبكة التواصل الاجتماعي على الراي العام للطلبة الجامعيين .

- عرض الإشكالية:

- إن الانتشار الواسع و التنوع الكبير في برامج ومواقع التواصل الاجتماعي لها دور في تشكيل الراي العام أو التأثير فيه من خلال ارتباطها مع شبكة الانترنت و التطور في التطبيقات المختلفة المرتبطة مع وسائل الاتصالات أدى إلى كثرة استخدامها من قبل فئات المجتمع المختلفة فأصبحت وسيلة للتثقيف و تبادل المعلومات و الخبرات و لذا يمكن القول أن وسائل الاعلام الحديثة لها دور مؤثر في تشكيل الراي العام و تحريك الشعوب فاستعماله من قبل شريحة كبيرة من أبناء المجتمع لها دور مؤثر في تشكيل الراي العام و تحريك الشعوب فاستعماله من قبل شريحة كبيرة من أبناء المجتمع لها دور كبير في عملية التثقيف و تسهم إسهاما ايجابيا في القضايا .

و منها تبلورت الإشكالية التالية:

كيف كانت ردود فعل الطلبة حول الرسوم الكاريكاتورية الأخيرة المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم التي أصدرتها شارلي ايبودو ؟

3-و تتفرع هنا جملة من التساؤلات:

هل ساهم الفايسبوك في الحد من نشر الصور الكاريكاتيرية المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم ؟.

- كيف يؤثر الفضاء الجامعي على السلوكيات الاتصالية للطلبة من خلال التواصل عبر الفايسبوك ؟.

الإطار المنهجي

-هل توجد فروقات في تأثر الطلبة بالحملات الفايسبوكية لنصرة الرسول صلى الله عليه و سلم ؟.

4-فرضيات الدراسة:

يعرف كل من فيرما و بيرد الفرضية بأنها افتراض تجريبي عرضة للإثبات او النفي من خلال الدراسة و الباحث قد يراها بمثابة معلومة إرشادية حيث أنها تصور و تصف الطريقة التي يتبعها في دراسة المشكلة موضوع البحث في معظم الحالات تعبر الفرضيات عن اعتقاد الباحث في وجود علاقات تربط بين مجموعة من المتغيرات أن حتمية وجود تساؤلات في البحث العلمي تقتضي حتمية وجود إجابات أولية عنها يضعها الباحث في شكل فرضيات تساعدهم للوصول على أساسها إلى نتائج تؤكد أو تنفي صحتها في نهاية الدراسة إذ تعد الفرضيات أكثر أدوات البحث العلمي فعالية كما يمكن القول ان الفرضية هي ما يتوقعه الباحث من نتائج على مستوى بحثه في شكل فكرة توقع حل إجابة رأي يصور علاقات التأثير و التأثير بين متغيرات الظاهرة المدروسة و قد وضعنا لبحثنا هذا المعنون ب -تناول مواقع التواصل الاجتماعي لحادثة الإساءة للرسول صلى الله عليه و سلم -الفايسبوك نموذجاً- ثلاث فرضيات هم كالاتي:

- 1-ساعد الفايسبوك جمهور الطلبة على إثبات هويتهم الإسلامية من خلال حملات النصر في الفايسبوك .
- 2- كلما اتجه جمهور الطلبة نحو الاستخدام الجيد للفايسبوك كلما اصبح ذلك جزءاً مهماً لنصرة نبي الأمة .
- 3-يلعب الفضاء الجامعي دوراً بارزاً في بلورة افكار جديدة من شأنها نشر اخلاق الرسول عليه الصلاة و السلام .

5-دوافع اختيار الموضوع:

يعتبر اختيار موضوع البحث ذا أهمية بالغة لأنه يمثل مراحل حاسمة تؤثر على سير عملية البحث بأكمله و بعبارة أخرى فان موضوع البحث يمثل الفكرة الأمة التي تتضمن مشكلات بحث مختلفة .

دوافع ذاتية:

- إن رسول الله صلى الله عليه و سلم ليس رمزا من رموز الأمة فحسب بل حجر الأساس في هذه الأمة المسلمة فلولا صلى الله عليه و سلم بعد الله عز و جل ما كان لتلك الأمة وجود و حين يدافع المسلم عن نبيه و رسوله فهو لا يدافع عن رمز و لكن يدافع عن عقيدة هي أعلى عند المسلم من حياته .
- الاهتمام و التوجه البحثي الأكاديمي نحو دراسة مثل هذه المواضيع ذات البعد الثقافي الديني .
- الفضول العلمي نحو الكشف عن مساهمة الفايسبوك في الحد من نشر الصور الكاريكاتيرية التي أصدرتها شارلي ابيدو لشخص الرسول صلى الله عليه و سلم
- الحاجة لمثل هذه الدراسات باعتبارها أنها أدنى ما نقدمه للرسول صلى الله عليه و سلم و نصرته .
- تواجه الأمة الإسلامية تحديات و هجمات متنوعة من الدول الغربية و أصبح الاسلام مستهدفا لتصويره بأبشع الصور و نقله عبر وسائلهم بالدين المرعب .

- دوافع موضوعية:

- حداثة الموضوع و تكرار الإساءات و الهجومات على المسلمين .

الإطار المنهجي

- قلة الأطروحات الفكرية المعالجة لقضية الإساءة و التي لم تخصص له أهمية مستحقة عدا بعض المقالات و الدراسات الأكاديمية أو المؤلفات و حتى النقاشات الإعلامية.

- تسليط الضوء على دور الفايسبوك في إثارة الرأي العام .

- معرفة مدى تفاعل الطلبة الجامعيين مع المواقع الاجتماعية من خلال تناول هذه الأخيرة للقضايا المهمة .

6-أهداف الدراسة:

يندرج موضوع بحثنا ضمن الدراسات الاستطلاعية التي تهدف أساسا الى استكشاف مشاكل بحثية جديدة بهدف صياغة أسئلة إلى استكشاف مشاكل بحث جديدة لذلك تسعى كل دراسة ايا كانت للوصول إلى تحقيق أهداف معينة و بحثنا هذا نتوخى من ورائه تحقيق بعض الأهداف التي سطرناها على النحو التالي:

- الهدف الرئيسي من هذه الدراسة التعرف على دور الفايسبوك في مواجهة الإساءة لشخص الرسول صلى الله عليه و سلم و دوره في إثارة الرأي العام .

- التعرف على نماذج و صور و مظاهر من الإساءات التي وقعت لشخص نبي الإسلام منها الصور الكاريكاتيرية التي أصدرتها شارلي ابيدو مؤخرا .

- التعرف على التأثيرات التي تنجم على التعليقات و المنشورات من خلال الفايسبوك .

- التعرف على المنشورات التي يشارك بها الطلبة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي .

7-أهمية الدراسة:

تتسم دراستنا بمجموعة من الخصائص أهمها:

- الوقوف عند أهم المضامين الإعلامية التي تناولت شخصية نبي الأمة بالسلب .

الإطار المنهجي

- بما أن شبكات التواصل الاجتماعي ركيزة من ركائز المجتمع و لها أثرها في المجتمعات راحت تغدو أداة فعالة في الدفاع عن القضايا الراهنة .
- تكون هذه الدراسة مرجعا خصبا و آلية هامة لنصرة نبي الأمة .

8- منهج الدراسة:

- لا تقوم قائمة أي مبحث علمي دون الاعتماد على منهج بحثي ما و أن كلمة منهج تعني الطريق أو المسلك و تعتبر الدقة في اختيار المنهج احد أهم العوامل التي تساهم في تحقيق دراسة قيمة ،موضوعية و أصيلة.

يعرف المنهج انه مجموع الإجراءات و الخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من اجل الوصول إلى نتائج معينة¹ .

إذن : يتوضح من خلال هذا التعريف بان المنهج عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي يجب للباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول الى النتائج المسطرة، لذلك نجد أن كل بحث علمي مرتبط بمنهج علمي واضح و محدد يمكن الباحث من التدرج في دراسته للوصول إلى النتائج المرجوة و بحكم أن دراستنا دراسة استطلاعية فان المنهج و الذي نتوخى من خلاله الوصول إلى النتائج المرجوة و الملائمة لدراستنا يتمثل في منهج المسح الذي يعتبر أكثر المناهج استخداما في البحوث الكشافية و الوصفية والتحليلية.

يعرف موريس أنجرس المنهج المسحي بأنه منهج لتحليل و دراسة أي موقف أو مشكلة أو جمهورها وذلك بإتباع طريقة علمية منظمة لتحقيق أغراض معينة² و تهدف الدراسات المسحية إلى وصف و تطوير و تحليل و تقديم خصائص الظاهرة أو مجموعة من الظواهر ، و تعتمد على منهج المسح الذي يعتبر جهد علميا منظما للحصول على بيانات و معلومات و أوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث من

¹ موريس انجرس -منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية:تدريبات عملية،ترجمة بوزيد صحراوي واخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر -2006ص98

² محمد شلبي المنهجية في التحليل السياسي :المفاهيم ،الاقترابات والادوات،ديوان المطبوعات الجامعية .الجزائر 1997ص97

الإطار المنهجي

المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسات ، وذلك إما بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين ، أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة عن طريق مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستويات أو معايير قياسية سبق اختيارها وإعدادها أو التعرف على الطرق والأساليب والممارسات التي اتبعت لمواجهة مشكلات معينة ، أو استخدام هذه البيانات الشاملة في رسم السياسات ووضع الخطط على أساس الاستفسار الكامل بجوانب الموقف - ومن أنواعها الدراسات المسحية للرأي العام.¹

انطلاقاً من هذه التعاريف اعتمدنا في دراستنا على منهج المسح و هذا من اجل معالجة الإشكالية و التساؤلات المطروحة حول الموضوع المدروس،و ذلك ن اجل الحصول على إجابات و مواقف و ردود أفعال الجمهور المبحوث حول الإشكالية المطروحة بهدف الوصول إلى نتائج قد تسمح لنا بمعرفة اثر الفايسبوك في الحد من الإساءة التي طرحتها جريدة شارلي ابيدو ضد نبي الإسلام .

09-أدوات جمع المعلومات:

أدوات البحث:

تسمح أدوات البحث بجمع المعطيات و المعلومات من الواقع و توجد في إطار العلوم الاجتماعية عامة و علوم الإعلام و الاتصال خاصة، مجموعة من الوسائل المتنوعة التي يستعملها الباحث في تقصي و جمع المعلومات و الحقائق و ذلك عند استخدامه لمنهج معين و بحكم أننا اعتمدنا في دراستنا على النهج المسحي كوسيلة لجمع المعلومات المستهدفة ارتأينا في بحثنا أن نوظف أداة الاستثمار التي تعتبر من الأدوات المناسبة له.

¹ محمد منير حجاب- المعجم الاعلامي-دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة،ط 1 2004 ص 248

تعرف الاستمارة على أنها:

قائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة¹

أي أنها تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على المبحوثين للحصول على معطيات كمية تخدم الدراسة .

وتعرف أيضا على أنها:

أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة او الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث أو مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.²

ولقد استخدمنا استمارة الملء الذاتي من طرف المبحوث نفسه حيث بتوزيع نسخ الاستمارة على المبحوثين ، و يقومون بدورهم بملئها.

عينة البحث:

هي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة و إجراء الدراسة عليها و إجراء الدراسة عليها و من ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.³

العينة هي مجموعة من الأفراد الذين يمثلون جزءا من مجتمع البحث ، سنجع من خلاله المعطيات للوصول إلى التقديرات التي يمكن تعميمها على مجتمع البحث و عليه كانت عينة بحثنا مئة فرد "مبحوث" من الطلبة الجامعيين الذين يدرسون بقسم

¹ احمد بن مرسللي مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال.ديوان المطبوعات الجامعية.الجزائرط.20031 ص220
¹ ربحي مصطفى عليان ،عثمان محمد غنيم،مناهج وأساليب البحث العلمي .النظرية والتطبيق.دار صفاء للنشر والتوزيع .عمان ط1

2000 ص 82

³ عبيدات محمد-منهجية البحث العلمي ،القواعد و المراحل والتطبيقات.كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية-الجامعة الأردنية،ط2،1999،ص84

الإطار المنهجي

علوم الإعلام و الاتصال جامعة مستغانم و بفضل توصل المجتمعات المدروسة أصبح الباحث لا يستطيع القيام بدراسته لجميع مفردات مجتمع البحث لذلك اعتمدنا لتجاوز هذه الصعوبة على العينة المأخوذة من مجتمع البحث الكلي و ذلك للقيام ببحوثهم ،لذا يجب على الباحث ضبط حدود بحثه و تعيين نموذج محسوب عدديا في الحجم الكلي لذلك المجتمع.

و عليه فان عينة بحثنا هي عينة قصدية ،وهي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم وكون تلك الخصائص من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة. كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توفر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي¹.

وتعرف العينة القصدية أنه قد يعتمد الباحث اختيار إحدى وحدات المجتمع لكي يسحب منها العينة وقد يكون لهذا الاختيار مبرراته ، بأن يكون حجم هذا المجتمع كبيرا ، وبرى الباحث أن هذه الوحدة طبقا للمعلومات المتوافرة لديه لها نفس الصفات العامة للمجتمع الكبير².

أما المفردة فهي عبارة عن احد المفردات او المشاهدات التي تم اختيارها ضمن العينة و بالتالي فإنها ستدخل ضمن الدراسة³.

عينة بحثنا مئة فرد "مبحوث" من الطلبة الجامعيين الذين يدرسون بقسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة مستغانم .

مجتمع البحث: هو كل المفردات أو الأشياء التي نريد معرفة حقائق عنها

لكل بحث منهج يسير عليه لدراسة المشكلة ،فالمنهج هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر،قصد تشخيصها وتحديد أبعادها ،ومعرفة أسبابها

¹ عبيدات محمد-منهجية البحث العلمي،القواعد و المراحل و التطبيقات.المرجع السابق ص85

² محمد منير حجاب- المعجم الإعلامي - مرجع سابق ص 385

³المرجع نفسه ص84.

الإطار المنهجي

وطرق علاجها، والوصول لنتائج عامة يمكن فالمنهج هو فن تنظيم الأفكار سواء الكشف عن حقيقة غير معلومة لنا، أو لإثبات حقيقة نعرفها.¹

فبدون منهج يصبح البحث مجرد حصر وتجميع معارف، دون الربط بينها وبين استخدامها لعلاج مشكلة فيغيب بذلك الإبداع العلمي، فالبحث العلمي يقوم على منهج منظم للتفكير العقلي لعلاج مشكلة ما.

10- تحديد مفهوم الدراسة: أ- الرسومات الكاريكاتورية :

تعد أحد فنون التصوير السينمائي الذي يقوم على بث الحركة في الرسومات والنماذج من خلال عرضها على الشاشة في شكل أطر متسلسلة صورت عليها مواقف متتالية لأشياء أو رسومات... الخ .

وهي عملية عرض لسلسلة من الصور الساكنة أو المرسومة أو المولدة بالكمبيوتر واحدة تلو الأخرى عرضا سريعا لخلق الإحساس بوجود حركة نتيجة للظاهرة التي تعرف باسم مداومة الرؤية ويحتفظ المخ بصورة واحدة للحظة بعد اختفائها عن الأنظار وحالما يتم عرض الصور بمعدل يزيد على 15 أو 16 في الثانية حينئذ لا يستطيع المرء أن يلحظ وجود فارق بينها إذ أنه يرى حركة مستمرة بلا انقطاع ، وأفضل جودة للصور المتحركة يمكن الوصول إليها لدى عرض 24 إطارا في الثانية للأفلام و30 إطارا في الثانية بالنسبة للفيديو.²

ب - شبكات التواصل الاجتماعي :

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (web 2) حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة - بلد - صحافة - شركة...)، بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم

¹ محمد الصاوي محمد مبارك-البحث العلمي، أسسه وطريقة كتابته-المكتبة الأكاديمية، القاهرة. ط2. 199 ص 26

² محمد منير حجاب- المعجم الاعلامي-المرجع السابق ص 272

الإطار المنهجي

ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين وشبكات الإعلاميين¹.

ج - الفايسبوك :

هو موقع اجتماعي على شبكة النت لتكوين أصدقاء جدد والتعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم ، أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب ويمكن للمشاركين في مواقع الاشتراك في شبكة أو أكثر ، مثل المدارس أو أماكن العمل أو المناطق الجغرافية ، أو مجموعات اجتماعية وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس لشبكة ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم ويتيحوا لهم أن يضيفوا لهم.....صفحاتهم الشخصية².

د - الطالب :

إن مفهوم الطلبة من المنظور العلمي التقليدي هو جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة ، إذ يركز المئات والألوف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية ، تعتبر فئة الطلبة الجامعيين من الشباب ، حيث يعتبرون في مرحلة يميلون فيها أكثر إلى التحرر والاستقلال من السلطة الأبوية وسلطة الأساتذة والإدارة، كما يميلون إلى النقد والمغامرة والمعارضة وعدم تقبل قرارات فوقية بدون استشاراتهم ، وتعتبر الجامعة المكان الرئيسي الذي أن يتسم ببعض الصفات التي تنمي مهارات وميولات الطالب وتعطيه مجالاً أكثر للحرية في اتخاذ القرارات المتعلقة به أساساً .

11-الدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منها:

تعتبر الدراسات السابقة امتداداً للبحوث التي سبقت الدراسة التي ينجزها الباحث و لهذا كانت هذه المرحلة أمراً ضرورياً على الباحث القيام به لاستخلاص النتائج التي

¹ الشديفيات،خليل النومان، شبكة المعلومات العالمية.الانترنت ،ط1، عمان دار المعزز للنشر والتوزيع،2009
² الشديفيات،خليل النومان، شبكة المعلومات العالمية.الانترنت ،ط1، عمان دار المعزز للنشر والتوزيع،2009

الإطار المنهجي

توصلت إليها هذه الدراسات و الانطلاق من نتائجها اتاويل و استخلاص مواضيع أخرى، ففي بحثنا هذا وقع اختيارنا على مجموعة من الدراسات أهمها:

- الدراسة الأولى بعنوان: "إسهام وسائل الإعلام المرئي في مواجهة الإساءة لنبي الإسلام من منظور تربوي إسلامي" لصاحبها صالح بن جمعان صالح ألعامدي و قد اعتمد فيها على المنهج الوصفي عبر عرض المعلومات المقدمة في فحوى الدراسة و تحليلها و من أهم ما تطرق إليه في الدراسة:

مكانة رسول الله صلى الله عليه و سلم عند المسلمين و واجب الدفاع عنه .

مظاهر الإساءة لشخص رسول الله في العهد القديم و المعاصر و عرض أسبابها و حتى سلبياتها و ايجابياتها و موقف المسلمين اتجاهها .

إسهامات وسائل الإعلام المرئي في نشر الدعوة الإسلامية و الدفاع عن النبي .

و أهم ما توصلت إليه الدراسة أن هناك أسباب إيديولوجية تدعو العالم الغربي إلى الانتقام من المسلمين و النيل من نبي الإسلام عن طريق هجمات إعلامية تهدف إلى تقديم الإسلام بصورة العقيدة المرعبة .

كما و أن الهجمات لن تتوقف لذا فلا بد على الإعلام المرئي في الدول المسلمة أن يدرك أهمية العمل الجاد و الدور الذي ينتظره في بناء حضارة الأمة .

- الدراسة الثانية:

- و هي بعنوان الرسوم الدانمركية أزمت القيم و الهوية و أفاق الفعل الشعبي تقرير تركيبى دراسة في تأصيل المفهومات و المناهج لصاحبها سمير بود ينار أستاذ جامعي مغربي باحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية بمدينة جدة - و قد شملت الدراسة النقاط التالية:

- عرض حقيقة الرسوم الدانمركية إلى الرسول صلى الله عليه وسلم و عرض تاريخها و الصحف الأخرى التي توجهت إلى نشرها بصيغ متقاربة .

الإطار المنهجي

- تداعيات تلك الرسومات ورد الفعل الشعبي العربي المسلم اتجاهاتها .
- ربط هذه المنشورات بأزمة القيم وتوضيح ارتباطها بمسار الإساءة إلى شخصية منذ بدء الدعوة المحمدية .
- القول بمشروعية المقاطعة التي عمدت إليها بعض الدول المسلمة واعتبارها كسلاح للدفاع عن هوية المسلمين وتقديمهم لمعتقدهم الديني الراسخ .
- تقديم وجهات نظر بغرض تصويب سلبيات حملة النصر التي قام بها المسلمون .
- يشير الباحث في نهاية الدراسة إلى أنه ليس من خيار آخر لمواجهة كم التحديات و الأزمات المتلاحقة التي تمس المسلمين وغيرهم في عالم من قوى المادية للإنسانية أو الاستبداد والطغيان والهيمنة المتعددة الأوجه سوى مسار الفعل الشعبي العام والمؤثر والذي يستمد قوته وثباته واستمراره أساساً من عقيدة الإنسان و قيمته وإرادته .
- كيفية الاستفادة منها : تتوضح معالم هذه الاستفادة من خلال :
- تكوين تصور مبدئي عن خطة الدراسة بعد الإطلاع على المضمون العلمي للدراسة الأولى .
- الاستفادة من المعلومات المطروحة في هذه الدراسات وبالتالي تشكيل قاعدة أساسية لتحليل طبيعة الإساءات الإعلامية لرسول الله صلى الله عليه وسلم وخلفياتها . الخلفية النظرية :
- نظرية الاستخدامات والإشاعات :**
- تهتم نظرية الاستخدامات والإشاعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وتتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام ، خلافاً للنظريات المبكرة مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة ، وتتصرف بناء على نسق واحد .

الإطار المنهجي

فأسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية . ويرى كاتز (katz) أن متطور الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية ، وتتضمن فروض النموذج ما يلي :

1- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية ، وعوامل التفاعل الاجتماعي وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد .

3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته ، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد .

4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات .

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط .¹

ويحقق منظور الاستخدامات و الاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي :

1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال ، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته .

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال (التفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض) .

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .¹

¹ محمد منير حجاب- المعجم الاعلامي-المرجع السابق ص 233

نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال :

تتلخص فكرة هذه النظرية في أن وسائل الاتصال قادرة على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي ، العاطفي والسلوكي ، ويزداد عندما تقوم هذه الرسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف ، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع التغيير ... بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرا مرتدا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال ، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال ، الجمهور والمجتمع .

وعلى أية حال فإن اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال يعد جزءا من الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ، والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام .

ويعد تفسير متى ؟ ولماذا ؟ يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل الإعلام ، وتأثيرات هذا التعرض على معتقداتهم وسلوكهم تفسيراً للطرق التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم الشخصية .

ويشير العلماء إلى أنه كلما زاد المجتمع تعقيدا زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام ، وتعتبر درجة اعتماد الأفراد على معلومات ووسائل الإعلام هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان تأثير الرسائل الإعلامية ومكانه على المعتقدات والمشاعر والسلوك .²

¹ المرجع نفسه ص233

² محمد منير حجاب- المعجم الإعلامي-المرجع السابق ص234

الإطار المنهجي

فكلما اتجه الأفراد نحو الاهتمام بالجديد في المجال الإعلامي أصبح استخدام شبكات التواصل الاجتماعي نوع من الإشباع الذي يسعى من خلاله الأفراد إلى تحقيق رغباتهم وهذا بالاعتماد على الوسائل الحديثة للاتصال مثل الفايسبوك والتويتر... وهذا ما قمنا به خلال دراستنا هذه إذ أصبح الفايسبوك وسيلة هامة لتحقيق نوع من الإشباع الذي سعى من خلاله الطلبة إلى الدفاع عن شخص نبي الأمة.

المبحث الأول : تعريف الإعلام الجديد

تمهيد:

يمثل الإعلام الجديد مظهراً جديداً كلياً، ليس في إطار دلالات علوم الاتصال فقط ، ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم خاصة كونه ما زال في معظم جوانبه حالة جنينية لم تتبلور خصائصه الكاملة بعد.¹

وبرغم التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا أنها لم تلغي وسائل الاتصال القديمة ولكن طورتها بل غيرتها بشكل ضخم، وأدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية تتسم بالطابع الدولي أو العالمي.

ويكتسب الإعلام ضمن إطار ثقافي وتاريخي وحضاري سمات العصر الذي يولد فيه وخصائصه، وفي الواقع، أن عصر المعلومات أفرز نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية السابقة، كما يختلف في تأثيراته الإعلامية والسياسية والثقافية والتربوية الواسعة النطاق لدرجة أطلق فيها بعضهم على عصرنا هذا اسم (عصر الإعلام)، ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة التوجيه وشدة الخطورة أدت إلى تغييرات جوهرية في دور الإعلام، وجعلت منه محوراً أساسياً في منظومة المجتمع.²

¹ أبو عيشة، فيصل الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، عمان: 2010، ص45.

² المرجع نفسه ص45.

. مفهوم الإعلام الجديد:

بداية لا بد من توضيح أن مصطلح الإعلام الجديد هو مصطلح حديث العهد، مثير للجدل، لم يجد تعريفاً واحداً بين منظري العلوم الإنسانية نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، وعكس هذا المصطلح في بداياته التطور التقني الكبير الذي طرأ على استخدام تكنولوجيا الصوت والصورة في الإعلام، ولاحقاً بعد ثورة الانترنت، أطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على هذه الشبكة العنكبوتية العملاقة.

ويقف هذا المصطلح أمام رؤيتين، الأولى هي الإعلام الجديد بوصفه بديلاً للإعلام التقليدي، والثانية هي الإعلام الجديد بوصفه تطوراً لنظيره التقليدي.

وحصر (نيكولاس نيغروبونتي) مؤسس معمل الإعلام الجديد في (ماساشوستس) الفارق بين الإعلام الجديد والتقليدي، في أن الإعلام الجديد قام على استبدال الوحدات المادية بالرقمية وهو ما أيده (فين كروسبي) بأن الإعلام الجديد يضم مزايا الاتصال الشخصي والجماهيري، ويتجاوز سلبياتهما، وذهب (ريتشارد ديفيز) و (ديانا أوبن) إلى تجاوز مدخلي (نيغروبونتي) و (كروسبي)، بالتخفيض من التماهي بين الإعلام الجديد والتقليدي، وجاء هذا عبر توزيع صيغ الإعلام الجديد ضمن ثلاثة أنماط، النمط الأول يمارس فيه الإعلام الجديد بتقنية تقليدية، مثل برامج الحوار الحية (Talk Show)، والفقرات الصباحية من (Good Morning America) على القنوات التلفزيونية، والتأثير الإعلامي الجديد بتقنية جديدة مثل الصحف الالكترونية، والخدمات الإعلامية على النقل، والثالث تطبيق الإعلام الجديد بتقنية مختلطة، بما يذيب الفارق المفترض بين الإعلام الجديد والتقليدي، مثل النسخ الالكترونية للصحف الورقية.¹

¹ صادق، عباس مصطفى، الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، عمان، دار الشروق 2008 ص 33.

ومن تعريفات الإعلام الجديد:

1. تعريف قاموس التكنولوجيا الرقمية: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة."
2. وعرفه ليستر: "هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.
3. هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة¹.
4. وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسعر منخفض، وتصنف التفاعل المباشر، وتلتزم من المتلقي انتباهاً، وتدمج وسائط الإعلام التقليدية، أو هو كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي.
5. هو الذي تولد من التزاوج ما بين تكنولوجيات الاتصال والبت الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم باعتبار أنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات².
6. يتضح من خلال العرض السابق للتعريفات أن هناك حالتين تميزا الإعلام الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت مع بعضها البعض فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس التي تميزه وهي أهم سماته.

¹فضلي، محمد عهدي الصحافة الالكترونية..الواقع والمستقبل، بدون طبعة.2009ص34

² المرجع نفسه ص36

كما أن فكرة الجدة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وهما تأتیان كنتيجة لميزة رئيسية هي (التفاعلية).

. أسماء الإعلام الجديد :

لقد تعددت أسماء الإعلام الجديد، ولم تقف كذلك على اسم موحد، ومن هذه الأسماء:

1. **الإعلام الرقمي**: لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي، الراديو الرقمي، وغيرهما، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر.
2. **الإعلام التفاعلي**: طالما توفرت حالة من العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية.
3. **الإعلام الشبكي**: على خطوط الاتصال بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات.
4. **الوسائط السيبرونية**: من تعبير الفضاء السيبروني الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي ويليام جيسون في روايته التي أصدرها عام 1984.
5. **إعلام المعلومات**: للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.
6. **إعلام الوسائط المتعددة**: حالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو.¹

¹ صادق، عباس مصطفى، الإعلام الجديد-المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، عمان: دار الشروق. 2008ص65

المبحث الثاني : أقسام الإعلام الجديد وخصائصه

أ. أقسام الإعلام الجديد:

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة التالية:

1. الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاتها.
2. الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.
3. نوع من منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها مميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب¹.
4. الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما إليها وتشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الالكترونية وغيرها.

ب - خصائص الإعلام الجديد

على الرغم من أن وسائل الإعلام الجديد، التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة، تكاد تتشابه في عدد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات مميزة للوسائل الإعلامية الراهنة بأشكالها المختلفة، مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة ويؤدي إلى تأثيرات معينة على الاتصال الانساني، ومن أبرز هذه السمات التي تتصف بها وسائل الإعلام الجديد الراهنة ما يلي:

1. التفاعلية : INREACTIVITY

¹ عبد الحميد، محمد الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب. 2007ص77

التفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدها متى أرادها وبالشكل الذي يريده.¹

في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلاً. ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية.²

2- اللاجماهيرية DEMASSIFICATION

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضاً درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

3- التنوع Variety

وتعني التنوع في عناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودافعه للاتصال، وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية والوكيل الإعلامي الذي يقوم ببناء على برامج خاصة بمسح

¹ عبد الحميد، محمد الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت المرجع السابق ص 77
² سليمان، زيد منير ، الصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع. 2009ص55

كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثاً عن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة يتم عرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة.¹

4- التكامل: Integration

تعني أن الفرد يمكن أن يختار ما يراه مطلوباً للتخزين بالبريد الإلكتروني وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب العرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت التعرض إلى شبكة الإنترنت ومواقعها المتعددة.

5- قابلية التحريك أو الحركية MOBILITY

هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل التليفون المحمول، تليفون السيارة، التليفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة تصوير المستندات وزنها عدة أوقيات، وجهاز فيديو صغير، وجهاز فاكسميل، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.²

6- تجاوز الحدود الثقافية:

يطلق على شبكة الإنترنت أنها شبكة الشبكات، تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعدادها وتطويرها، ومعها يتزايد عدد مستخدمي الإنترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبوقة، نتيجة توفر إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها، مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء Globalization الاتصال بالعالمية أو الكونية على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق

¹ الفصيل، عبد الأمير مويث، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، الطبعة الأولى، عمان: دار الشروق. 2006ص67.
² المرجع السابق، ص 52

أهداف هذه الأطراف، أو على المستوى الجماهيري والثقافي من خلال مواقع القنوات التلفزيونية وصحف الشبكات التي أصبح يتعرض لها الملايين من سكان القارات الست على الرغم من اختلاف لغات البث والإذاعة.¹

1. تجاوز وحدتي المكان والزمان :

طبيعي أن يرتبط اللاتزامن بأشكال الاتصال التي لا يعتبر التزامن بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطاً ضرورياً لها مثل البريد الإلكتروني أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية مثل الصحف وبرامج التلفزيون والمواقع التعليمية والترفيهية المختلفة أما الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحديث أو الدردشة أو الاتصال الآني بالمجموعات والمؤتمرات فإن التزامن يعتبر شرطاً ضرورياً للاتصال وأن كان لا يتطلب وحدة المكان بين أطراف عملية الاتصال.

1. الاستغراق في عملية الاتصال:

من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظراً لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في اطار فردي، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية.²

¹ سليمان، زيد منير ، الصحافة الإلكترونية .المرجع السابق ص70

² فضلي، محمد عهدي ، الصحافة الإلكترونية..الواقع والمستقبل، بدون طبعة. 2009ص65

وتحدث (أمين، 2011، 8) عن خصائص الإعلام الجديد بالارتباط بعناصر العملية الإعلامية الأساسية: المصدر – الرسالة – الوسيلة – المتلقي – الاستجابة، في محاولة لفهم عملية الإتصال الإعلامي الحديث في ضوء ذلك:

1- مركزية الإعداد (المصدر)

مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات. فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكن الحصول عليها من أماكن أخرى. أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكنتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى وحاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور.¹

إن هذه الظاهرة تعرف في بعض أدبيات الإعلام بمركزية الوسائل أو حارس البوابة. نظرية "حارس البوابة" قام بوضعها عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كيرت ليوبن" وهي تري أنه على طول الرحلة الإعلامية التي تقطعها المادة الصحفية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات ما إذا كانت الرسالة سوف تنتقل بنفس الشكل والمحتوى أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات. وفي كل حلقة هناك شخص ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية أم سيضيف عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماماً.

وهناك أربع عوامل تؤثر على عمل حراس البوابة الإعلامية، هي: معايير المجتمع وقيمه وتقاليده، والمعايير الذاتية للقائم بالاتصال، والمعايير المهنية للقائم بالاتصال، ومعايير الجمهور.²

¹ الفصيل، عبد الأمير مويث، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، الطبعة الأولى، عمان: دار الشروق 2006 ص 62.
² المرجع السابق، ص 64

وقد أحدثت وسائل الإعلام الجديد ثورة في مركزية وسائل الإعلام المجتمعية، وأصبح الجميع يمكنه مخاطبة الجميع بشكل مباشر وبعيد عن تلك الوسائل المركزية أو الوسيط المحوري.

2- المحتوى (الرسالة)

أحدثت وسائل الإعلام الجديد أيضاً ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض مستوى الاحترافية المطلوب للإعداد، حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بإعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية، وتكلفة منخفضة جداً. وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي.¹

3- التوزيع (الوسيلة)

في الوقت الذي نحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بنى تحتية مرتفعة التكاليف، تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية، والمطابع بالنسبة للصحف الورقية، فأنا نجد أن وسائل الإعلام الجديد لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة، حيث تمثل الإنترنت وسيلة توزيع قليلة التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم. بالإضافة إلى ذلك فإن التوسع الحالي في التواصل عبر الطرق اللاسلكية وبشكل خاص باستخدام الهواتف الجواله يمثل فرصاً كبيرة بهذا الصدد نظراً لمعدلات اختراجه العالية التي وصلت في بعض الدول مثل المملكة العربية السعودية إلى حوالي 184%، إضافة إلى التطورات الكبيرة المتواصلة في قدرات تلك الهواتف وفي خدمات الإنترنت عريضة النطاق.²

4- التلقي

¹ فضلي، محمد عهدي، الصحافة الالكترونية. ص70
² الفيصل، عبد الأمير موبت، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، المرجع السابق ص 70

في ظل وسائل الإعلام الجديد أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه الدخول عليها في أي وقت ومن أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله. هذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة لوسائل الإعلام القديم والتي إذا فات المتلقي جزءاً فإنه لا يمكنه استرجاعه بسهولة.¹

5- الاستجابة

في حالة الإعلام التقليدي نجد أن عملية الاتصال تتم في اتجاه واحد من المصدر إلى المتلقي، مع إمكانية بسيطة جداً أو متأخرة للتفاعل مع المصدر. في حين أن ظاهرة الإعلام الجديد تتميز بقدر عالٍ من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، فكما سبق ذكره فقد كانت مساهمة المتلقي في رسائل الإعلام الجديد محصورة في البداية في دائرة رجع الصدى للمحتوى الذي يتم نشره وذلك من خلال كتابة التعليقات والملاحظات عن ذلك المحتوى، ثم ومع ظهور المنتديات والمجموعات الإخبارية والقوائم البريدية امتلك المتلقي مزيداً من الحرية النسبية على التعبير، حتى أصبح ذلك المتلقي يمتلك اليوم حرية مطلقة في الممارسة الإعلامية وذلك بعد ظهور المدونات ثم شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، حيث مثلت هذه المواقع مرحلة الانتقال إلى ما بعد التفاعلية.

¹ الفيصل، عبد الأمير موييت، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، المرجع السابق ص 72
² المرجع السابق، 74

المبحث الثالث :

. وظائف الإعلام الجديد:

حدد (شرام) و(لاسويل) عدداً من الوظائف الرئيسية والفرعية للإعلام في المجتمعات، ووجد ولبر شرام هناك أربع عشرة وظيفة أو مهمة رئيسة أو فرعية لوسائل الاتصال الجماهيري وهي: مراقبة الناس والتعلم منهم، توسع آفاق التعرف على العالم، توسيع التركيز والاهتمام، رفع معنوية الناس، خلق الأجواء الملائمة للتنمية، يساعد بصورة غير مباشرة على تغيير الاتجاه، يغذي قنوات الاتصال بين الأشخاص، تدعيم الحالة الاجتماعية، توسيع نطاق الحوار السياسي، تقوية المعايير الاجتماعية، تنمية أشكال التذوق الفني والأدبي، يؤثر في الاتجاهات الضعيفة ويقويها، يعمل مدرسا ويساعد في جميع أنواع التعليم، وقد وُلد تطور الحاجات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة ووظائف للإعلام الجديد المعاصر منها:

1. تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في اطار واقع وهمي أو افتراضي يرسم أطراف الاتصال، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته¹.
2. سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية، وتنشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.

¹ المحارب، سعد بن محارب، الإعلام الجديد في السعودية، الطبعة الأولى، لبنان، جداول للنشر والتوزيع، 2009 ص22
www.mohamedrabeea.com/.../book1_14766.pdf2

3. القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الانترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية، المنتشرة فيها، مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع "المواقع الرقمية التعبوية" التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية.
4. غياب المصادر وتحري المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية.
5. تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة.
6. نجد أن هناك توسعاً في استخدام وسائل الإعلام الجديد في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدماً ملموساً للاستفادة من شبكة الانترنت في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي والفصول الافتراضية.. وغيرها التي تشير إلى وظيفة الحواسب والشبكات في التعليم¹.
7. أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبيراً لدى المعلنين وخصوصاً بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلاً إلى اتخاذ القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويلاً لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة.
8. مع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الانترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات عمرية عديدة، أسهم الإعلام

¹ المحارب، سعد بن محارب. الإعلام الجديد في السعودية، الطبعة الأولى، لبنان، جداول للنشر والتوزيع، 2009 ص23
www.mohamedrabeea.com/.../book1_14766.pdf

الجديد في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من إذاعة للمواد الإعلامية التي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها¹.

. سلبيات الإعلام الجديد:

1. صعوبة الوثوق والتحقق من صحة وصدقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي .
2. ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
3. ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
4. عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لهما فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
5. تفتيت دائرة المتلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
6. انتهاك حقوق النشر والملكية الفردية.
7. ارتكاب الجرائم الالكترونية باستخدام التقنيات الحديثة².

¹ المحارب، سعد بن محارب . الجديد في السعودية، الطبعة الأولى، لبنان، جداول للنشر والتوزيع، ص23
² عبد العال وائل ، ديناميكية الإعلام الجديد، المركز العربي للدراسات والأبحاث، 2011 www.arabiccenter.net/ar/pdf.php?id=637

. خلاصة:

1. يتضح مما سبق عرضه استحالة وضع مفهوم شامل عن الإعلام الجديد ولعل السبب في ذلك أن الإعلام في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح، فهي ما زالت في حالة تطور أسرع، وما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً في اليوم التالي، وهذا مدعاة لصعوبة وضع تعريف صارم.
2. الإعلام الجديد ليس بئاً أحادياً مثل ما كانت تتميز به وسائل الإعلام التقليدية، ولكنه يتميز عنه بخاصية التفاعلية.
3. هناك تغييراً ملموساً طرأ على الوسائل الإعلامية القائمة تكنولوجياً وتطبيقياً كما أن هنالك مستحدثات إعلامية غير مسبوقة وقد جاءت بتطبيقات وخصائص جديدة تأخذ مكان وسائل الاتصال الجماهير.
4. هناك تغييراً جذرياً يتجه نحو بناء وسائل تفاعلية في الإعلام الجديد، حيث اتجهت جميع وسائل الإعلام التقليدية التي تعمل في اتجاه واحد إلى صنع عالما اتصالياً جديداً ثنائي الاتجاه.
5. وسائل الإعلام الجديد أعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي في المجتمعات المعاصرة بما تحمله من خصائص كعالمية الانتشار وسرعة الوصول والتفاعل وتعدد الوسائط وقلّة التكلفة¹.
6. خاصية التفاعلية هي أهم وأبرز الخصائص التي تميز وسائل الإعلام الجديد عن وسائل الإعلام التقليدية، وتعتبر هذه المرحلة انقلاباً على نموذج الاتصال التقليدي، حيث أصبح بمقدور الفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل فقط، وفق النموذج الاتصالي القديم².

¹ عبد العال وائل ، ديناميكية الإعلام الجديد، المركز العربي للدراسات والأبحاث، 2011 www.arabiccenter.net/ar/pdf.php?id=637

7. الخاصية الفريدة المتمثلة في القدرة على تجاوز حدود الزمان والمكان وفتح باب المشاركة في المعلومات والمعرفة أمام الجميع منح وسائل الإعلام الجديد بعداً إنسانياً تشاركياً من خلال ما يعرف اليوم بشبكات التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع :

المعاجم والقواميس:

01- محمد منير حجاب- المعجم الاعلامي-دار الفجر للنشر والتوزيع ,القاهرة، ط 1 2004

الكتب:

02-موريس انجرس -منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية:تدريبات عملية،ترجمة

بوزيد صحراوي واخرون، دار القصة للنشر ،الجزائر -2006

03-احمد بن مرسللي مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال.ديوان المطبوعات

الجامعية.الجزائر.ط.1.2003

04- محمد شلبي المنهجية في التحليل السياسي :المفاهيم ،الاقترابات والادوات،ديوان

المطبوعات الجامعية .الجزائر 1997

05-ربحي مصطفى عليان ،عثمان محمد غنيم.مناهج واساليب البحث العلمي .النظرية

والتطبيق.دار صفاء للنشر والتوزيع .عمان ط1 2000

06-عبيدات محمد-منهجية البحث العلمي ،القواعد و المراحل والتطبيقات.كلية الاقتصاد

والعلوم الادارية-الجامعة الاردنية،ط2،1984

07-محمد الصاوي محمد مبارك-البحث العلمي ،اسسسه وطريقة كتابته-المكتبة

الاكاديمية،القاهرة.ط2.1999

08-الشديفيات،خليل النومان، شبكة المعلومات العالمية.الانترنت ،ط1 ,عمان دار المعتز

للنشر والتوزيع،2009

09-أبو عيشة، فيصل الإعلام الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، عمان:

2010

10-صادق، عباس مصطفى ،الإعلام الجديد-المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى،

عمان، دار الشروق 2008

- 11-فضلي، محمد عهدي الصحافة الالكترونية..الواقع والمستقبل، بدون طبعة.2009
- 12-عبد الحميد، محمد الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، الطبعة الأولى، القاهرة: عالم الكتب. 2007
- 13-خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط1 2013.
- 14-ليلي احمد جرار: الفيسبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح، عمان، 2012،
- 15-زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003
- 16-عباس مصحفى صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011.
- 17-مشري مرسي: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 395، يناير 2012
- 18-موسى جواد الموسوي و آخرون: الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، ط 1، 2011
- 19- وائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، ط1، 2011.

المذكرات والرسائل الجامعية:

- 20-المذكرات والرسائل الجامعية: -مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمية، مذكرة تخرج ماجستير قسم الدعوة والثقافة الإسلامية من إعداد علي محمد بن فتح محمد -
- 21-تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال للطالب محمد المنصور،مجلس كلية الآداب و التربية، الاكاديمية العربية في الدنمارك، 2012

22-مهاب نصر : " الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفايسبوك هل تعيد إنتاج صورته أم تصنع أفقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية ، العدد 13446 ، 3 نوفمبر 2010

23-محمد عجم: الانترنت و التكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب –عالم افتراضي يتصل بالواقع و ينفصل عنه ، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010 الموافق لـ8محرم 1432 هـ

24-محمد المنصور.تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور التلقين(دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية)"العربية نموذجا"

25-صالح بن جمعان صالح الغامدي –اسهام وسائل الاعلام المرئي في مواجهة الاساءة لشخص الرسول صلى الله عليه وسلم ،من منظور تربوي اسلامي ،مذكرة ماجستير في التربية الاسلامية ،جامعة ام القرى السعودية،2010

26-محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية و المواقع الالكترونية "العربية نموذجا" رسالة الماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012.

27-سليمة رابحي، الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائل الاتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، 10/9 سبتمبر 2012.

28-حلمي خضر ساري: تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ الثاني،2008

29-جمال معتوق وشريهان كريم: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات و ممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي و التغيير الاجتماعي، بسكرة، 10/9 ديسمبر 2012.

المواقع والروابط الالكترونية:

30- سمير بودينار، الرسوم الكاريكاتورية...ازمات القيم والهوية وافاق الفعل الشعبي(تقرير
تركيبى)..دراسة في تاصيل المفهومات ،واملناهج .مجلة البيان،دراسة منشورة على الرابط
الالكتروني. <http://www.albayan.couk/files/articleimages/takrir/4->

<http://islamcomicbook.com>-31

www.facebook.com موقع الفيسبوك-32

33-موقع قيو عرب <http://www.qaarb.com/>

34-الوافي الطيب و بهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات.

[http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc2013/3/12h 22:05](http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc2013/3/12h%2022:05)

35-محمود القاضي: الوعي هو السلاح في عصر المعلومات (الشبكات الاجتماعية، الفرص
المحفوفة بالمخاطر).

[http : //www.luxorlink.com/bank39html.2013/3/7h20 :05](http://www.luxorlink.com/bank39html.2013/3/7h20%3A05)

36- عادل أمينة و هبة خليفة: الشبكات الاجتماعية و تأثيرها على الأخصائي و المكتبة،
دراسة شاملة للتواجد و الاستخدام لموقع

[http://.eleaggypt.com/downloads/2009/amina heba.doc.2013/1/3](http://.eleaggypt.com/downloads/2009/amina%20heba.doc.2013/1/3)

37-المحارب، سعد بن محارب (2011): (الإعلام الجديد في السعودية، الطبعة الأولى،
لبنان، جداول للنشر والتوزيع،

www.mohamedrabeea.com/.../book1_14766.pdf

38-عبد العال وائل ، ديناميكية الإعلام الجديد، المركز العربي للدراسات والأبحاث،

www.arabiccenter.net/ar/pdf.php?id=6372011

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص: وسائل الإعلام والمجتمع

استمارة استبيان

بعد التحية والتقدير

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني لتحضير شهادة الماستر حول موضوع:

تناول مواقع التواصل الاجتماعي لإساءة شارلي ابيدو لني الإسلام

. الفاسبوك نموذجاً .

" فالرجاء الإجابة على الأسئلة حسب رأيك الخاص. كما أن المعلومات المقدمة من طرفك

لن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي " ، شكراً على مساعدتك

المشرف

. الطالبتين:

محمد بعلي

شنتير اسماء

غول بدرة

السنة الجامعية -2014-2015

السّمات العامّة:

- الجنس:

ذكر - أنثى

- السن:

30- فما فوق 29-24- 23-18 -

- نوع الإقامة:

مقيم (ة) بالحي الجامعي

خارجي

- السنة الجامعية:

الثالثة ليسانس

-ثانية ماستر

المحور الاول: عادات وأنماط استخدام الانترنت

1- مامدى استخدامك للانترنت؟

دائما احيانا نادرا

2- ما هو الوقت المفضل لاستخدامك للانترنت؟

صباحا - ظهرا - مساءا - ليلا

المحور الثاني: استخدام الفايبيوك

3. ماهي الوسيلة التي تتواصل بها عبر الفايبيوك؟

- كمبيوتر مكتبي كمبيوتر محمول
 هاتف محمول لوحة الكترونية

4- ماهو نوع الاشتراك الذي تتعامل به؟

- يومي شهري الجيل الثالث

5- ماهو المكان الذي تعتمد عليه بكثرة أثناء التواصل عبر الفايبيوك؟

- الحي الجامعي الجامعة البيت

مكان آخر أذكره

6- كيف تتحصل على معلومات جديدة عبر الفايبيوك؟

- المشاركة في مواقع جديدة
 - الانتماء إلى مجموعات
 - أصدقاء جدد

7- مانوع المعلومات التي تتفاعل معها من خلال اطلاعك على الفايبيوك؟

- اجتماعية
 - ثقافية
 - دينية

-سياسية

-اقتصادية

-ترفيهية

المحور الثالث: تفاعل الطلبة مع حملة الرد على الإساءة التي نشرتها مجلة شارلي ايدو

9. هل شاركت في حملة نصره الرسول عليه الصلاة والسلام عبر الفايسبوك؟

لا

نعم

10- إذا كان الجواب: نعم، كيف كان ذلك؟ من خلال :

- دعم صفحات نصره نبي الإسلام

- الانتماء إلى مجموعات تعرف بشخص الرسول عليه الصلاة والسلام

-وضع تعليقات

-نشر مقالات وصور

-تغيير صورة البروفايل (Je suis avec Mohamed)

11 . كيف كان تفاعلك مع أحداث نصره الرسول صلى الله عليه وسلم عبر الفايسبوك؟

- جيد جدا

- جيد

- عادي

12- أين كان تفاعلك أكثر؟

-في العالم الافتراضي

-في الواقع

-كيف ذلك.....

13. في رأيك: هل يعتبر الفايسبوك وسيلة تجمع أكبر عدد لنصرة الرسول الرسول عليه الصلاة

والسلام ورد الإساءة التي طرحتها مجلة شارلي ايبندو مؤخرا؟ ,

.....

.....

رى اشكو إليك ضعفنا
وضعفنا قادتنا ومواننا
لقد استضعفونا وأطمانو
سيد الخلق والبرية
النبي الامي النبي علم
الامة فيهم تعبنا والسلاه

محمد





سأرفعُ اسمك عالياً
لأنني فخور أنك رسولي



كم محب معنا لرسولنا

يشاركنا

الصلاة

عليه

صلى الله عليه وسلم

كلمة شكر

بسم الله الرحمن الرحيم .

- ﴿قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾

- الآية 32 - (سورة البقرة)

قد تضيق العبارة أحيانا في أن تحيط بمبسوط النفس ، أو أن تستغرق جميع دواخلها ، إلا أن قدرنا في هذا العلم أن نتوسل اللغة من أجل الإفصاح والإخراج وان يكتمل هذا العمل حقا ما لم يتم رفع أسمى آيات الشكر والعرفان إلى أهل الفضل والتوجيه ، فالشكر أولا لله سبحانه وتعالى على توفيقه وتسديده وإعانتة ، ونرفع أسمى عبارات الشكر والتقدير إلى الدكتور بعلي محمد الذي أذكى فينا حب العلم حين ترجم نبله الأخلاقي إلى نبل أكاديمي ، فتواضع أولا : من خلال قبوله الإشراف على هذه المذكرة رغم كثرة أعماله ، ثم من خلال حرصه على متابعتها وتنقيحها من الأخطاء والهفوات ، فله منا فائق الشكر والامتنان.

مقدمة :

أحدثت التحولات الحاصلة في الميادين السياسية والاقتصادية والتقنية على المستوى الدولي تطورات عدة في بنية وسائل الإعلام بشكل عام ، عادت بأثارها في تغيير طرائق أداء القائمين على العملية الإعلامية في جوانب الأداء والتوجيه والتنفيذ ، وهو ما أوقع أثره - بالنتيجة - على وظائف الإعلام التقليدية التي التزمت بها العديد من بحوث الإعلام والاتصال منذ سنوات طويلة ، وتظهر الحاجة إلى دعم توجه أكاديمي ناشط لتطوير تلك الوظائف بملائمتها مع المتغير الإعلامي المعاصر ، الذي اجتاز مرحلة التعددية ليلبغ حدود التفاعلية الواقعية النشطة ، يعرب باحثون غربيون وعرب فيها عن كامل ثقتهم بأنها بالتحضير إلى نهاية مرحلة سيادة الإعلام التي كانت تتحكم بمفاتيحها النظم الحاكمة ، وتراجع نظريات أحادية الاتجاه والأثر الذي يخطط له القائم بالاتصال ويوجهه لمتلق ساكن غير فاعل .

يحتل الاتصال مكانة محورية في حياة البشر وفي نواحي حياتهم وأسباب رفاهيتهم وقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصا وإمكانيات جديدة في مجال التواصل ، فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراتها .

هذه التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال غيرت العديد من المفاهيم والأدوار باعتبارها نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال ، حيث انتشرت شبكة الانترنت في كافة أرجاء المعمورة ، وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع ، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، واستفاد كل متضمن لهذه الشبكة من الوسائط المتعددة والمتاحة فيها وأصبحت إحدى الوسائل لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات ثم ظهرت المواقع الإلكترونية وشبكات المحادثة التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث وخلقت نوعا من التواصل بين أصحابها ومستخدميها.

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارا على شبكة الانترنت لما تملكه من خصائص تميزها عن المواقع الالكترونية مما شجع متصفح الانترنت في كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد .

إن استخدام هذه المواقع وان كان يعبر عن صيحة تكنولوجية لافتة ساهمت بشكل كبير في ربط العديد من العلاقات ، فمن خلال ما تقدم عرضه رأينا أنه من الضروري الالتفاتة إلى معرفة توجهات الطلاب نحو مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة تفضيلا تهم وكثافة استخدامها ومدى الإشباع الذي يحققه هذا الاستخدام ، وجل الدوافع المخفية وراء التعرض لهذه المواقع على اعتبار أن معرفة اتجاه الطالب هو الطريقة الأمثل للوصول إلى الأحكام الصحيحة في القضايا والظواهر التي تطرح إشكاليات عديدة ، فالاتجاهات تعتبر تنظيم محكم ، خبرات وتجارب الأفراد بحيث يؤدي إلى تحديد الشكل النهائي للاستجابة الايجابية أو السلبية تجاه الموضوع .

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى مناقشة موضوع تناول مواقع التواصل الاجتماعي للإساءة التي طرحها شارلي ايبو لنبي الأمة ، وقد اعتمدنا في معالجته على خطة تتضمن :

إطارا منهجيا قمنا فيه بتحديد إشكالية وتساؤلاتها ، وفرضياتها إلى جانب مفاهيم هذه الدراسة من حيث المنهج وأدوات جمع البيانات والعينة المختارة .
وإطارا نظريا فيه ثلاث فصول : الإعلام الجديد ، تعريفه أقسامه ، خصائصه ، وظائفه، وسلبياته .

أما الفصل الثاني : تعرضنا فيه إلى شبكات التواصل الاجتماعي ، حيث قدمنا تعريفات للشبكات الاجتماعية ونشأتها ، كذا خصائصها وأنواعها .

أما الفصل الثالث : وتطرقنا فيه تطور الإساءة لنبي الأمة وردود الفعل المجسدة عبر الفايسبوك ، كرونولوجيا الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم ، بالإضافة إلى بطاقة فنية عن شارلي ايبو ، وكذا ردود الفعل ضد الرسوم الكاريكاتورية لشارلي ايبو عبر الفايسبوك .

- ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة الى معرفة ردود فعل الطلبة حول الرسوم الكاريكاتورية المسيئة لشخص نبي الامة والتي نشرتها مجلة شارلي ابيدو مؤخرا و هذا من خلال الفيسبوك كوسيلة اعلامية جديدة من شأنها الرد عن الاساءة اي الوصول الى ردود فعل الطلبة عبر الفيسبوك بحيث شملت الدراسة "100" مبحوث "طالب وطالبة" تم اختيارهم عمدا اي بواسطة عينة قصدية وهم من جامعة مستغانم تخصص اعلام واتصال .

ولتحقيق هذا اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي للاجابة عن اسئلة الدراسة والتحليل لاختبار الفرضيات وتمحورت مشكلة البحث في الاجابة عن التساؤلات التالية:

-هل ساهم الفيسبوك في الحد من نشر الصور الكاريكاتورية المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم؟

-كيف يؤثر الفضاء الجامعي على السلوكات الاتصالية للطلبة من خلال التواصل عبر الفيسبوك؟

-هل توجد فروقات في تائر الطلبة بالحملات الفيسبوكية لنصرة الرسول صلى الله عليه وسلم؟

المبحث الأول:

الآثار الأخلاقية والقيمية لشبكات التواصل الاجتماعي:

لكل شيء في هذه الحياة إيجابيات وسلبيات ومن أهم إيجابيات المواقع التواصل كونها تزود الشخص بالمعلومات والمعرفة والتواصل مع الآخرين من أجل تحقيق هدف ما يعود عليه بالنفع في حياته سواء أكانت علمية أو غير ذلك، ولقد ساعد على انتشار علاقات بين الشباب، وانتشار الثقافات المختلفة وانتشار اللغات.

إلا أنه كان لمواقع التواصل الاجتماعي آثار سلبية تقع على أخلاق الشباب، منها:

الإدمان والعزلة الاجتماعية: فلا شك أن صفحة الفيسبوك من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي فهي مغرية وتجذب الشباب بشكل خطير جدا وينتهي بها الأمر إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع مما يؤدي إلى هدر في الطاقات ويبدو الوقت بلا قيمة ولا معنى وخصوصا لدى الشباب الذي أضحي يواجه الفراغ والبطالة والعجز والإحباط وفقدان الأمل في مستقبله، فيبحث عن التسلية لقضاء وقته في حجرات الدردشة التي تتحول مع الوقت إلى إدمان أشبه بإدمان المخدرات لا يمكن الخلاص منه فيظل منهم مرابطا أمام هذه الشبكة بالساعات المتواصلة التي تزيد عن أحيانا عشر ساعات في اليوم الواحد.

ظهور لغة جديدة بين الشباب: تتميز هذه اللغة بأنها مصطلحات خاصة لا يعرفها إلا من يعاشرهم باستمرار ويعرف تلك المصطلحات يستخدم الشباب العربي في محادثتهم عبر الانترنت مصطلحات تهدد مصير اللغة العربية، إذ تحولت إلى رموز وأرقام.

لا يخفى علينا بأن موقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع "فيسبوك" قد ضرب بتقاليدنا عرض الحائط، حيث سمح بالتعارف بين الجنسين من العالم العربي. أصبح "الفيسبوك" اليوم، أشبه بموقع تعارف، وذلك بدون رقابه¹ وقال محمد المنصور: "إن مستخدمي هذه المواقع يهدرون وقتنا كثيرا في عالم غير واقعي ويتحدثون ساعات طويلة مع أصدقاء وهميين دون فائدة ترجى من هذه الأحاديث، وما يزيد في ذلك تعقيدا أن البعض لا يرى أية

1- موقع قيو عرب <http://www.qaarb.com/>

إيجابيات في المحادثات التي تجرى على الانترنت، بل يرى العكس بأنها تعزل الأفراد عن أسرهم، وتنمي عندهم حالة الانفصال عن الواقع والشعور الدائم بالوحدة وتجعلهم يعيشون ويندمجون في عالم لا يمت بأية صلة بالواقع، وقد يتعلم المراهقون من الجنسين أساليب العنف والجريمة وينزويون في زاوية يكتنفها الغموض والتساؤل، ويطلق البعض تسمية: (مدمني الانترنت) على مستخدمي مثل هذه المواقع"¹

محمد المنصور. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور التلقين (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية) "العربية
¹ نموذجاً" ص 61

المبحث الثاني :

- كرونولوجيا الإساءة لشخص نبي الأمة :

يعد تاريخ 11 ديسمبر 2011 تاريخاً فاصلاً في حياة البشرية ، لما لعبه من دور في إحداث تغييرات جذرية فاصلة في مصير الشعوب والدول ، وتطور علاقة دول الشمال بدول الجنوب ، ودول الغرب بدول الشرق ، لتزداد كذلك مظاهر الإساءة إلى شخصه والتي أخذت تأخذ بعداً إثنياً وحضارياً أكثر قوة وإيديولوجية من ذي قبل ، إذ أصبحت الإساءة إلى رسول الله تتوجه بالأساس إلى المسلمين ، أي أن رعى الصراع الغربي تجاه الشرق لم يعد مقتصرًا على نكران الإسلام ونبيه فقط ، وإنما وصل إلى حد نسب صفة الإرهاب بهذا الدين ، ليظهر المفهوم الجديد : رهاب الإسلام أو الإسلاموفوبيا " فقط أطلق الغربيون على الإسلام : إسلاموفوبيا وهو مصطلح حديث ويعني العداوة لكل ما هو إسلامي أو ما يمت بصلة قريبة أو بعيدة للإسلام ، فأصبح مرادف للإسلام في قاموس العقل الغربي : "الإرهاب" .

وإن ظاهرة الخوف من الإسلام ليست في الحقيقة بالأمر الجديد ، وإنما طرحها من طرف الآخر الغربي كقناعة مسلم بها وبشكل كثيف ومخطط له ، هو ما استجد على تلك الظاهرة التي تعددت أوجه التعبير عنها " وفي وقتنا الحاضر تنبثق العداوة للدين الإسلامي ولنبينا محمد صلى الله عليه وسلم من أربع فئات رئيسية في العالم أنهم رموز عدد من الكنائس الأوروبية والأمريكية الكبرى و القادة السياسيون في الكثير من الدول دول ارويا الغربية و أمريكا الشمالية و العديد من وسائل الإعلام الغربية.¹

إن الإساءة في الزمن المعاصر أخذت طابعاً إيدولوجياً تضليلياً "أو أصبح الإسلام و المسلمون يواجهون سلسلة منظمة من الحملات ضدّهم ديانة ووجودا بدا من قانون "الحجاب" الفرنسي و اهانة المصحف في غوانتمو و تصريحات نخب سياسية و ثقافية ضد الإسلام و منشورات مسيئة وصولاً إلى الرسوم الكاريكاتيرية التي تكرر نشرها في 22 دولة "أوروبية"

صالح بن جمعان صالح الغامدي -إسهام وسائل الاعلام المرئي في مواجهة الاساءة لشخص الرسول صلى الله عليه وسلم ،من منظور تربوي
¹اسلامي ،مذكرة ماجستير في التربية الاسلامية ،جامعة ام القرى السعودية،2010ص120
²المرجع نفسه ص 125

و فيما يلي عرض لأهم مظاهر الإساءة المعاصرة في نصوص الإعلام بما يتوافق و عينة الدراسة :

الرسوم الكاريكاتيرية: في 2005 م قامت صحيفة دانمركية مشهورة بإقامة مسابقة لرسم كاريكاتيري عن النبي محمد صلى الله عليه و سلم:

"1- في 30 سبتمبر 2005 م نشرت صحيفة يولاند بستن JYLLANDS POSTEN المحافظة الأوسع انتشارا في الدانمرك تحت عنوان :وجوه محمد اثنا عشر رسما كاريكاتيريا للنبي محمد عليه الصلاة و السلام و طالب ممثلو المسلمين في الدانمرك بسحب هذه الرسوم و الاعتذار رسميا عن نشرها

2- و في 12 أكتوبر 2005 رئيس تحرير الصحيفة الدانمركية يعلن تلقيه تهديدات بالقتل و الصحيفة توظف حراسا لحماية صحفييها و هيئة تحريرها في كوبنهاغن .¹

قامت العديد من الدول الإسلامية باستنكار الرسومات و من ذلك قيام المملكة العربية السعودية بسحب سفيرها في الدانمرك للتشاور و قامت ليبيا بإغلاق سفارتها في الدانمرك و صدرت إدانات من جهات مختلفة منها:حزب الله اللبناني و هيئة علماء المسلمين في العراق و برلمان دولة الكويت و برلمان مصر و بدأت في كثير من بلدان العالم الإسلامي الدعوة لمقاطعة المنتجات الدانمركية كما أحرقت السفارة الدانمركية و النرويجية بسوريا و السفارة الدانمركية ببلبنان و سحب أيضا السفير الليبي من الدولة المسيئة إلى الرسوم ،كما أحرقت السفارة الدانمركية والنرويجية بسوريا والسفارة الدانمركية ببلبنان ،وسحب أيضا السفير الليبي من الدولة المسيئة إلى الرسوم ،كما اقتحم المتظاهرون الاندونيسيون مبنى السفارة الدانمركية وأحدثوا أضرار جسيمة بها ،وطردت إيران البعثة السياسية الدانمركية والصحفيين الدانمركيين من أراضيها ،أما عن رد الفعل الدانمركي فيتجسد في اتجاهين،أولهما "إن الديمقراطية وحرية التعبير هو الشعار الذي رفعتة دولة كالدانمرك

1 صالح بن جمعان صالح الغامدي -إسهام وسائل الاعلام المرئي في مواجهة الاساءة لشخص الرسول صلى الله عليه وسلم، من منظور تربوي اسلامي،ص13

لتبرر التطاول على الإسلام وتكرار الاهانات لأشرف خلق الله محمد عليه الصلاة والسلام¹ وبرز الاتجاه الثاني كتعبير عن وعي بفعل الإساءة، "حين نشرت صحيفة دانمركية مقالا ينتقد فيه اثنان وعشرون من الدبلوماسيين الدانمركيين، جميعهم من السفراء السابقين الذين عملوا في دول إسلامية وقالوا: إن الحريات الدينية وحرية التعبير هما من الحريات التي يضمنها الدستور، لكن استخدام حرياتنا لاهانة أقلية دينية عمدا، ليس من السمات الدانمركية² وتوالت مظاهر الإساءة في عدد من الصحف منها مجلة مغازينت المسيحية النرويجية سنة 2006، والصحف فرنس سوار France soir لو ومنذ monde وليبراسيون libération سنة 2006، وعدد آخر كبير منها في عديد دول العالم الغربي.

فيلم الخضوع:

وهو فيلم هولندي قصير أنتج سنة 2004م، كاتبة السيناريو هي الصومالية حرسى علي، من إخراج الهولندي ثيوفان غوج، تناول الفيلم موضوع المرأة من منظور إسلامي (منظور خاطئ منافي لحقيقة الإسلام)

وان كلمة submission تطرح في الثقافة الغربية submission تطرح في الثقافة الغربية على أنها كلمة توازي كلمة: إسلام و لو أن اللفظ الأجنبي يعبر عن التسليم.

قدمت في الفيلم أربعة نساء يمثلن الوضع الاعتيادي للمرأة المسلمة و قامت كل واحدة منهن بمخاطبة الخالق أثناء الصلاة كانت النساء يلبسن ثوبا اسودا شفافا جدا من الإمام يظهر أجسادهن و عليها آيات قرآنية مع خلفية ضخمة كتب عليها: قران كريم و نماذج النسوة هي: الأولى: التي تتساءل عن الذنب الذي اقترفته حين أقامت علاقة جنسية مع شاب أحببته وهي تستنكر معارضة الله لحبها و للأمر بعقابها عقوبة الزاني هذه العقوبة التي تلقتها حقا.

¹سمير بودينار، الرسوم الكاريكاتورية...ازمات القيم والهوية وافاق الفعل الشعبي (تقرير تركيبي)..دراسة في تاصيل المفهومات، واملنا هج. مجلة البيان، درص اسة منشورة على الرابط الالكتروني. <http://www.albayan.couk/files/articleimages/takrir/4-25pdf>
² صالح بن جمعان صالح الغامدي -اسهام وسائل الاعلام المرئي في مواجهة الاساءة لشخص الرسول صلى الله عليه وسلم، من منظور تربوي اسلامي ص101

الثانية: التي زوجت بدون رضاها لرجل مسلم (تم إظهاره على أنه بشع المنظر ذو رائحة عفنة لا تزول حتى و لو استحم) و اضطرت لطاعته امتثالاً لآيات القران بينما كان زوجها يتفنن بضربها ضرباً مبرحاً معللاً ذلك بأن الشريعة تقتضي منه وضع لكلماته على وجهها إذا أظهرت عدم الاحترام و كيف أن أوامر الله لا تقيد حريتها و تمنعها من أن تدين لغير الإسلام.

الثالثة: هي الفتاة الصغيرة السانجة التي لا تغادر البيت و تحلم يوماً أن تشعر بنسيم الهواء يداعب شعرها تتحدث هذه الفتاة مع الله أثناء صلاتها باستهزاء عن البيئة المحافظة و الرجال الذين أمر الله أن يكونوا قوامين على النساء و تظهر معنى القوام المتجسدة في عمها حكيم (اخ والدها) الذي يدخل عليها غرفتها و يأمرها بلمس جسده عند محاولتها لصده في إحدى المرات يثور و يمزق خمارها و ملابسه الداخلية و يغتصبها بوحشية في حين يستنكر الأب اعتراف ابنته بوحشية العم معتبراً ذلك قذفاً و إهانة لأخيه .

الرابعة: تستهزئ من الله و تقول له :أين كنت و كيف أنها تناديه و تناشده و هو لا يرد عليها .

تم عرض الفيلم في 29 أوت 2004م على شبكة تلفزيونية ليبرالية في هولندا فأتار ردود فعل ساخطة من طرف المسلمين دفاعاً عن نبي الإسلام و انتهت ردود الفعل تلك بمقتل المخرج من طرف شاب مغربي مقيم بهولندا .

فيلم براءة المسلمين (l'innocence des musulmans) فيلم أمريكي معادي للإسلام أنتج سنة 2012م لا تعرف هوية منتج الفيلم و لا مخرجه إلا أن أصابع الاتهام تتجه نحو :نقولا بسيلي نقولا و هو أمريكي من أصل مصري و قبطي مدان سابقاً بتهم احتيال .

يصور الفيلم نبي الله محمد صلى الله عليه و سلم بأبغض الأوصاف التي يمكن للباحث صراحة الخوض فيها بالتفضيل و قد أدان الرأي العام المسلم هذا الفيلم و تجلّى ذلك عبر الاحتجاجات التي قام بها المسلمون أمان السفارات الأمريكية في العديد من الدول

الإسلامية و انتهى الأمر بمقتل أربعة دبلوماسيين أمريكيين (منهم السفير الأمريكي كريستوف ستيفن) في سفارة أمريكا بليبيا .

إساءة شارلي ايبدو:

كان تبرير أولئك الذين قاموا باقتحام صحيفة شارلي ايبدو الفرنسية يوم 7 يناير الماضي وقتلهم لرئيس التحرير ولعدد من رسامي الكاريكاتير هو إساءة هذه الصحيفة للنبي محمد وأنهم ما فعلوا ذلك إلا انتقامًا وانتصارًا له .صحيفة شارلي ايبدو لم تكن الصحيفة الأولى التي تنشر رسومًا مسيئة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم، وردة الفعل تلك على إساءة الصحيفة لم تكن هي ردة الفعل الوحيدة من قبل المسلمين، بل سبق ذلك إساءات عدة .كان تبرير أولئك الذين قاموا باقتحام صحيفة شارلي ايبدو الفرنسية يوم 7 يناير الماضي وقتلهم لرئيس التحرير ولعدد من رسامي الكاريكاتير هو إساءة هذه الصحيفة للنبي محمد وأنهم ما فعلوا ذلك إلا انتقامًا وانتصارًا له .صحيفة شارلي ايبدو لم تكن الصحيفة الأولى التي تنشر رسومًا مسيئة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم، وردة الفعل تلك على إساءة الصحيفة لم تكن هي ردة الفعل الوحيدة من قبل المسلمين، بل سبق ذلك إساءات عدة .رصد موقع ساسة بوست قائمة بعمليات الإساءة التي تمت للنبي محمد عبر رسوم مسيئة في صحف أجنبية وما نتج عنها من ردود فعل قوية كالتالي 30 - : سبتمبر 2005م في 30 سبتمبر عام 2005م قامت صحيفة "يولانديس بوستن" بنشر سلسلة من الرسوم الكاريكاتورية التي تم فيها تصوير النبي محمد على أنه إرهابي يحمل قنبلة .بلغ عدد هذه الرسوم 12 رسمًا كاريكاتيريًا .وقد حاولت الجالية الإسلامية في الدانمارك وقف نشر هذه الرسوم ولكن دون جدوى وذلك تحت حجة حرية التعبير، مما اضطرها للقيام بجولة في العالمين العربي والإسلامي من أجل الدفاع عن النبي محمد .وفي يوم 9 أكتوبر طالبت جمعية المسلمين في الدانمارك الصحيفة بتقديم الاعتذار عن الرسوم المسيئة لكن الصحيفة لم ترد، لتنتقل أولى المظاهرات المنذدة بالرسوم في يوم 14 أكتوبر عندما قام 3500 شخص بالتظاهر سلميًا أمام مقر الصحيفة في العاصمة الدانماركية كوبنهاغن¹ .ومع تصاعد المشكلة تدريجيًا قام سفراء عدد من الدول العربية والإسلامية

¹ <http://islamcomicbook.com>

بتوجيه رسالة لرئيس الوزراء الدانماركي للاجتماع معه وبحث المشكلة، لكن رئيس الوزراء امتنع 10 يناير 2006م في اليوم العاشر من العام الجديد 2006م قامت صحيفة "ماغازينت" بإعادة نشر الرسوم الكرتونية التي نشرتها الصحيفة الدانماركية. نتيجة لهذه الرسوم وعملية إعادة نشرها عمت التظاهرات المنددة أرجاء منطقة الشرق الأوسط وعددًا كبيرًا من الدول الإسلامية. أولى الخطوات الدبلوماسية المعارضة جاءت عبر المملكة العربية السعودية التي قامت باستدعاء سفيرها من الدانمارك للتشاور يوم 26 يناير وهو نفس اليوم الذي انطلقت فيه حملة سعودية لمقاطعة المنتجات الدانماركية. وفي يوم 29 يناير قامت ليبيا بإغلاق سفارتها في الدانمارك واستدعت الأردن سفيرها للتشاور، كما أعطت حركة الجهاد الإسلامي مهلة قدرها 48 ساعة للنرويجيين لمغادرة قطاع غزة. يوم 30 يناير قام عدد من المسلحين باقتحام مكاتب الاتحاد الأوروبي في قطاع غزة مطالبين بتقديم الاعتذار على الرسوم المسيئة. في اليوم التالي قامت الصحيفة الدانماركية بتقديم اعتذار بالفعل عن الرسومات الكرتونية 1 فبراير 2006م قامت عدة صحف في كل من فرنسا وألمانيا وإيطاليا بإعادة طباعة ونشر الرسوم الكرتونية من جديد كنوع من التحدي بحجة حرية الرأي والتعبير. نتيجة لذلك بدأت مواجهة ضمنية بين العرب والمسلمين من جهة والاتحاد الأوروبي الداعم لموقف الصحف الأوروبية بإعادة نشر الصور كحق من حقوق حرية الرأي والتعبير. في الفترة بين 4-7 فبراير وكردود فعل مباشرة على هذا الأمر، تمت مهاجمة عدد من السفارات الدانماركية والنرويجية في عدد من الدول العربية والإسلامية. أبرز هذه الاعتداءات كانت ما تم في سوريا من إضرار النار في المبنى الذي يضم سفارتي النرويج والدانمارك يوم 4 فبراير. كما تم إحراق مبنى القنصلية الدانماركية في بيروت يوم 5 فبراير¹ 8 فبراير 2006م ظهرت هنا صحيفة شارلي إبدو على الخط عندما قامت بإعادة نشر الصور المسيئة مضافًا إليها رسم جديد خاص بها للنبي محمد على صفحتها الأولى قائلة "إنه شيء صعب أن تكون محبوبًا من قبل البلهاء" في إساءة جديدة للنبي والمسلمين حول العالم. ونتيجة لذلك قام عدد من الأشخاص بمهاجمة سفارة فرنسا في العاصمة الإيرانية طهران بقنابل زجاجية حارقة يوم 10 فبراير 7 فبراير 2007م قامت صحيفة "ليبيراسيون"

¹ <http://islamcomicbook.com>

الفرنسية بإعادة نشر الرسوم المسيئة. جاء ذلك بعد 24 ساعة من قيام مجموعات من المسلمين في فرنسا برفع دعوى قضائية ضد صحيفة شارلي إيبندو متهمينها بالإهانة العلنية للإسلام في ذلك الوقت لم يكن فرانسواه هولاند هو رئيس البلاد بعد، لكنه قام بإعلان تأييده لحرية التعبير والرأي دون قيود. في يوم 22 مارس حكم القضاء الفرنسي ببراءة صحيفة "شارلي إيبندو" من تهمة الإهانة العنصرية للمسلمين 13 فبراير 2008م قامت 17 صحيفة دانماركية بإعادة نشر الرسوم المسيئة للنبي محمد وذلك بعد يوم واحد من قيام الشرطة الدانماركية بالقبض على عدد من المشتبه بتخطيطهم لقتل رسام الكاريكاتير الدانماركي "كيرت ويسترغارد" صاحب الرسوم المسيئة. اندلعت المظاهرات الغاضبة في الدول العربية والإسلامية وتجددت حملات مقاطعة المنتجات الدانماركية. أيضاً اندلعت بعض أعمال الشغب في عدد من المدن الدانماركية، مما تسبب في احتراق مئات السيارات ليخرج رئيس الوزراء الدانماركي مندداً بأحداث الشغب قائلاً: "إن نشر الرسوم لا يعطي أحدًا الحق في حرق المحلات والسيارات 19. 1" مارس 2008م زعيم تنظيم القاعدة أسامة بن لادن يبيث فيديو يهدد فيه الاتحاد الأوروبي من إعادة نشر الرسوم المسيئة قائلاً إن هذا الأمر هو جزء من حملات صليبية ضد الإسلام يقودها بابا الفاتيكان 1 يناير 2010م شاب صومالي يبلغ من العمر 28 عامًا تسلل إلى منزل رسام الكاريكاتير "كيرت ويسترغارد" ومعه فأس وسكين. قامت الشرطة الدانماركية بإطلاق النار عليه ليتم إلقاء القبض عليه وسجنه لمدة 9 سنوات بتهمة الشروع في القتل والإرهاب 29 ديسمبر 2010م الاستخبارات الدانماركية والاستخبارات السويدية قامت باعتقال خمسة أشخاص بتهمة التخطيط لارتكاب مجزرة بحق طاقم صحيفة "يولاندس بوست" الدانماركية صاحبة الرسوم المسيئة 2 نوفمبر 2011م حريق متعمد في مكاتب صحيفة شارلي إيبندو بالعاصمة الفرنسية باريس. جاء ذلك بعد يوم من نشر الصحيفة لتقرير عن النبي محمد بعنوان "القائد العام" وأسفلها عبارة تقول "100 جلدة إذا لم تمت من الضحك" في إطار السخرية من النبي محمد وأتباعه 19 سبتمبر 2012م صحيفة شارلي إيبندو تعود من جديد لدائرة الأضواء عبر نشرها لرسوم كارتونية جديدة للنبي محمد في الذكرى السنوية للحريق الذي شب في مكاتبها. الرسوم كانت تحمل

إساءة بالغة للنبي محمد؛ حيث أظهرته مرة على كرسي متحرك ومرة أخرى وهو ”عارٍ“. هذا الأمر أثار غضبًا شديدًا في صفوف المسلمين، فنشبت أعمال شغب يوم 20 سبتمبر حول مكاتب الصحيفة الفرنسية بباريس كما تم الهجوم على الموقع الرسمي للصحيفة على الإنترنت. وفي يوم 8 ديسمبر قامت اثنتان من المنظمات الإسلامية في فرنسا باتخاذ الإجراءات القانونية ضد صحيفة شارلي إيبدو متهمًا إياها بالتحريض على الكراهية والعنصرية 2. يناير 2013م قامت صحيفة شارلي إيبدو بنشر عدد خاص مكون من 65 صفحة تعرض فيه قصة حياة النبي محمد. بالطبع حمل هذا العدد الخاص إهانات شديدة للنبي محمد حيث يصور حياة النبي وأصحابه بصورة مشوهة. جدير بالذكر أن كاتب هذا العدد الخاص كانت عالمة اجتماع من أصول مغربية تدعى زينب الرضوي والتي كانت قد أعلنت أنها ملحدة ومعادية للإسلام في إحدى المقابلات 7. يناير 2015م قام رجلان ملثمان باقتحام مقر صحيفة شارلي إيبدو الجديد في العاصمة الفرنسية مما تسبب في مقتل 12 شخصًا من بينهم رئيس التحرير وعدد من رسامي الكاريكاتير. جاء ذلك في أعقاب نشر الصحيفة لملخص عن رواية الكاتب الفرنسي ”ميشال ويليك“ التي تمثل رؤية خيالية لفرنسا تحت الحكم الإسلامي في عام 2022م. النقاد وصفوا هذه الرواية بأنها معادية وكارهة للإسلام. 14 يناير 2015م صحيفة شارلي إيبدو تقوم ببيع حوالي 3 مليون نسخة من أول أعدادها في أعقاب الاعتداء المسلح. الصحيفة نشرت في هذا العدد صورة مسيئة جديدة حيث تم رسم النبي محمد حاملاً لافتة مكتوب عليها ”أنا شارلي“، في إشارة للهاشتاج الذي انتشر على مواقع التواصل الاجتماعي، والمتعاطف مع الصحيفة ضد الهجوم المسلح¹

¹ <http://islamcomicbook.com>

المبحث الثالث:

-ردود الفعل على الرسوم الكاريكاتورية المسيئة للرسول عليه الصلاة والسلام :

إن المتصفح لمواقع التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة أثناء حملة نصره نبي الأمة سيجد عدة عبارات تدعوا إلى نصره نبي الأمة أهمها:

-أن تنصر مظلوما فهذا أكرم عمل يحبه الله عز وجل ، ولكن أن تنصر نبيا كرمه الخالق ، وقال عنه

"إنك لعلی خلق عظیم " ، وقال له : " ولسوف يعطيك ربك فترضى " ، فهذا أجل و أكرم وأن تنصر

رجلا .

-عاش محبا للسلام وداعيا لهداية البشرية من كل ضلال ، فهذا أجل و أكرم وأعظم .

-أخي القارئ انتصر لنبيك الكريم بفكرة أو رأى ، ودافع عن سيرته الطاهرة، وتاريخه الذي

شهد له الأعداء قبل الأصدقاء ، وانتصر لدينك القويم السمح الذي لم يدعك يوما لظلم أو قهر أو استبعاد، وأكد أن دعوته هي بالحكمة والموعظة الحسنة.

-حاول نصره حبيبك محمد (صلى الله عليه وسلم)، بنشر سيرته، بتعريف الناس على موافقة

وأخلاقه، أتباعك سنة نبيك، مقاطعة بضائع الدول الغربية التي تسيء لسيد الخلق، نشر صور

وفيدوهات ومواضيع على الفاييسوك الخاص بك تأييد سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم)

، الرد على كل جاهل بديننا ونبينا .¹

-كما هناك حملات كثيرة على الفاييسوك و المواقع المنتديات ومظاهرات لتأييد نبي الأمة

مثل: ياريت تشارك في هذه الحملة بالنشر على الفاييسوك واليوتيوب والمنتديات سيرة نبينا

ومواقفه وأخلاقه، وتشارك أيضا لتعرض على نشر الرسومات الكاريكاتورية المسيئة لسيدنا

محمد(صلى الله عليه وسلم)، لا تتكاسل فهذا ديننا ونبينا فلن يدافع عنه أحد.

¹ موقع الفاييسوك www.facebook.com

سوانا ، لا تنس أنك ستسأل يوم القيامة أنك تكاسلت للدفاع عن نبيك في حين أنك لا تتكاسل عن اللهو واللعب والجلوس على المقاهي ومشاهدة الأفلام والمسلسلات ،ومباريات كرة القدم التي لا تقدم ولا تؤخر وأنت جلست لساعات أمام النت والفيسبوك دون نشر ولو صورة أو فيديو أو حتى موضوع تؤيد به نبيك وتدافع عنه.

تتكاسل في الدفاع عن سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم) في حين أنه سيدافع عنه وسيشفع لك إن شاء الله يوم القيامة لرب العالمين ،إلا تخزى بعد كل هذا الكلام وتتوقف دون فعل أي شيء لنصرة النبي لأمة محمد بن عبد الله، ألم يجري الدم في عروقك للدفاع مرات عن مغني أو ممثلة أو حتى نادي بتشجعه، ألم تشعر بالألم والحسرة والضيق عندما يسخرون ويسيؤون إلى إنسان خير ما وطئت قدمه الثرى.¹

¹موقع الفيسبوك www.facebook.com

توصيات من الفيسبوك:

1. وجوب العلم و المعرفة بحفظ الله لسنة نبيه صلى الله عليه و سلم و ذلك من خلال الجهود العظيمة التي قام بها اهل العلم على مر العصور المختلفة فبينوا صحيحها من سقيمها .
2. استشعار محبته صلى الله عليه و سلم في القلوب بتذكر كريم صفاته الخلقية و الخلقية و قراءة شمائله و سجاياه الشريفة و انه قد اجتمع فيه الكمال البشري في صورته و في أخلاقه صلى الله عليه و سلم.
3. استحضار عظيم فضله و إحسانه صلى الله عليه و سلم على كل واحد منا اذ انه هو الذي بلغنا دين الله تعالى أحسن بلاغ و أتمه و أكمله فقد بلغ صلى اله عليه و سلم الرسالة و ادى الأمانة و نصح الأمة و رسولا عن قومه.
4. استحضار انه صلى الله عليه و سلم ارأف و ارحم و احرص على أمته قال تعالى : "النبى أولى بالمؤمنين من أنفسهم " الأحزاب:6
5. التعرف على الآيات و الأحاديث الدالة على عظيم منزلته صلى الله عليه و سلم عند ربه و رفع قدره عند خالقه و محبة الله عز و جل له و تكريم الخالق له سبحانه له غاية التكريم.
6. إتباع سنته صلى الله عليه و سلم كلها مع تقديم الاوجب على غيره.
- الحرص على الاقتداء به صلى الله عليه و سلم في المستحبات
7. الحذر و البعد عن الاستهزاء بشيء من سنته صلى الله عليه و سلم.
8. الفرح بظهور سنته صلى الله عليه و سلم بين الناس.
9. الحزن لاختفاء بعض سنته صلى الله عليه و سلم بين البعض من الناس.
10. بعض اي منتقد للنبي صلى الله عليه و سلم او سنته.

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي (المفهوم-النشأة- التطور)

تمهيد

أقصى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال نوعا من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء الكتروني افتراضي، عمل على أحداث تغيير في علاقات الأفراد الاجتماعية و أشكال تفاعلهم و أساليب تواصلهم و سمي هذا النوع من التواصل بمواقع التواصل الاجتماعي، التي قربت المسافات بين الأفراد و ألغت الحدود و زاوجت بين الثقافات و من أشهر هذه الشبكات شبكة الفايسبوك .

و في هذا الصدد سنعرض في هذا الفصل ما المقصود بمواقع التواصل الاجتماعي؟ نشأتها، أنواعها، خصائصها،... و أهم تأثيراتها على الفرد والمجتمع .

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة و تعددت و تنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات و تحقيق مختلف الاشباع و يأتي في مقدمتها موقع فيسبوك، تويتر ، يوتوب، وغيرها، و تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، و تختلف من باحث إلى آخر، حيث يعرفها "بالاس" « BALAS » 2006 على أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة".

و بالمثل يعم فيها "بريس" « preece » و مالوني كريشمار maloney krichmar (2005) مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة و هي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج.¹

¹ مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمة، مذكرة تخرج ماجستير قسم الدعوة و الثقافة الإسلامية من إعداد علي محمد بن فتح محمدص 32

وتعرّف على أنها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة و المساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها و بسهولة.¹

و في تعريف آخر: باللغة الإنجليزية يطلق عليها « social media » لكن هذا المصطلح المتعارف عليه كما نجد مصطلح « social net-work » أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أدق و من حسن الحظ أن المصطلح العربي "مواقع التواصل الاجتماعي" أدق من ناحية الوصف.

ويظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء،...) عن طريق مواقع و خدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك و بذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت²

مواقع التواصل الاجتماعي مثل المقهى المتواجد في قرية صغيرة حيث يجتمع الناس لتبادل المعلومات و الأخبار، الفرق أنك لا تستطيع حمل هذا المقهى بجيبك.³

وتعرف على أنها المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، و توفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، و توفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت.

و هي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص و التواصل مع أصدقائهم و معارفهم، مثل موقع "ماي سبيس"، "فايسبوك".⁴

¹ مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمة، مذكرة تخرج ماجستير قسم الدعوة و الثقافة الإسلامية من إعداد علي محمد بن فتح محمد، ص33

² خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، الأردن، ط 1، 2013، ص24.

³ مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمة، مرجع سبق ذكره.

⁴ ، خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، المرجع السابق ص 24، 25.

ويعرّفها "زايد" على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني. و عرّفت أيضا على أنها تلك المجتمعات الافتراضية و تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت، تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة بحيث يتواصلون فيما بينهم و يشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي.

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك . وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني "للويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء(بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض.¹

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع و يتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة و الذين يبحثون عن ملفات أو صور ...الخ ، أي أنها شبكة مواقع فعّالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض و بعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توّطد العلاقة الاجتماعية بينهم.²

¹ ليلي احمد جرار: الفيسبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37.

² ليلي احمد جرار ، الفيسبوك و الشباب العربي مرجع السابق، ص38 .

و تعرف مواقع التواصل الاجتماعي أيضا على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص فيه و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها.¹

وتضع كلية "شريديان التكنولوجية « cheridan » تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: " أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي و تفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة و الفيديو و الصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج و العرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه و هي أهم سماته.²

وتعرف على أنها تلك المواقع الاجتماعية التي تتيح لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات و الصور وتبادل مقاطع الفيديو ، وكذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الالكترونية، و إجراء المحادثات الفورية، وإرسال الرسائل، و تصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة و رئيسية هي : "الفايسبوك" "تويتر" ، و موقع مقاطع الفيديو "اليوتيوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات و الأخبار الفورية في متابعة مسار و تطورات الأحداث.³

1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي و تطورها:

1-المرحلة الأولى:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع سكس (دجريس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، و كانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها -الدرجات الست للانفصال- ، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و ظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" و موقع "كايوورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، و

¹ زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

² - عباس مصحفي صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011، ص09 .

³ - "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال للطالب محمد المنصور، مجلس كلية الآداب و التربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012

كان ابرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء.¹

وهذا ما عرف بالمرحلة الأولى .

2- المرحلة الثانية :

و يشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل و الاندماج و التعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت، و تعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، و يمكن أن نُورخ لهذه المرحلة بانطلاقه موقع -ماي سبايس- و هو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك.

و تشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.

حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فرندير friendster" الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" تحقيق « skyrock » كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، و قد استطاع موقع "سكا ي روك" تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

¹ - عادل أمينة و هبة خليفة: الشبكات الاجتماعية و تأثيرها على الأخصائي و المكتبة، دراسة شاملة للتواجد و الاستخدام لموقع <http://.eleagyp.com/downloads/2009/amina heba.doc.2013/1/3>.

و مع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، و يعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات الاجتماعية و أكبرها على مستوى العالم و معه منافسه الشهير "فيسبوك" facebook و الذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس"، حتى قام "فيسبوك" في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة إعداد مستخدمي "فيسبوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، و نجح بالتفوق على منافسه اللوذ "ماي سبايس" عام 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى "twitter" "youtube"، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع و التطور.¹

3- أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي :

منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت وتنوعت بين شبكات شخصية وعامة تطمح لتحقيق أهداف محددة "تجارية مثلا" و منذ بدايتها اختلفت المواقع التي تصدر القائمة بين سنة و أخرى ، فتاريخيا كان لموقع "سكس ديفريز" أهمية كبيرة و صدى واسع مع بداياته الأولى، و كذلك موقع "أوماي نيوز" و غيرها، و مع تطور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية حيث تصدر القائمة عدد من الشبكات و أهمها : "الفيسبوك" "تويتتر" "يوتيوب" و هي المواقع التي نتحدث عنها باعتبارها أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي و كذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع.

الفيسبوك:

1. التعريف:

هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين و الاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزّز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع

¹ زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 23.

أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى ، و إنشاء روابط تواصل مع الآخرين.¹

2. النشأة و التطور:

أسس هذا الموقع "مارك زاكربيرج" عام 2004 و هو احد طلبة هارفارد – الذي أصبح فيما بعد يعد اصغر ملياردير في العالم – وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، و من ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا و بريطانيا و كندا ، و ليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي و يصبح الأول على صعيد العالم، و بلغ عددهم حسب إحصائيات 2011 -800 مليون مشترك.

و قد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية و التواصل مع الأصدقاء و العائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية و منبر لعرض الأفكار السياسية و تكوين تجمعات سياسية الكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، و كذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، و كذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل أخبارها و الترويج لكتابها و غيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفايسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، و يتوقع أن يصل عدد مشتركيه في 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك، و ليصبح مستقبلا اكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الأرض.²

3. أهم مميزات الفايسبوك:

¹ مهذب نصر : "الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفايسبوك هل تعيد إنتاج صورته أم تصنع أفقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية ، العدد 13446 ، 3 نوفمبر 2010، ص 10.

² المرجع السابق ص 08

الملف الشخصي « profile » : فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، أمور مفصلة لك، وكلها معلومات مفيدة من اجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن نعلن لك سلعا بالتحديد .

إضافة صديق « add friend » : و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق و أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الالكتروني.

إنشاء مجموعة « groups »: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا بالعائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

لوحة الحائط « wall » : وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلي هذا المستخدم.

النكزة « pokes »: منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض و هي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

الصور « photos »: و هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها.

الحالة « status »: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

التغذية الإخبارية « newsfeed »: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة و أعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

الهدايا « gifts »: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

السوق « market place »: و هو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.

إنشاء صفحة خاصة على موقع « facebook »: و يتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك، و يتيح الموقع أدوات لإدارة و تصميم الصفحة، و لكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات و كذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع « facebook adds »، والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصول على صفحتك في الفيسبوك.

التعليقات « facebook notes »: و هي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات و الصور التي يمكن تضمينها، و تمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.¹

2-التويتر:

1. التعريف:

يرى أحد الباحثين أنه "إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان و خاصة الشرق الأوسط، و اخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" و اتخذ من العصفورة رمزا له، و هو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، و يجوز للمرء أن يسميها نصا مكتفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، و تتيح

¹ محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية و المواقع الالكترونية "العربية نمودجا" رسالة الماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012. ص23

شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، و إمكانية و الردود و التحديثات عبر البريد الالكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة « RSS » عبر الرسائل النصية « SMS »¹.

2. النشأة والتطور:

و قد ظهر الموقع في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة « obvius » الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو ، بعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، و في أبريل 2007 قامت شركة « obvius » بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم « twitter » و مع ازدياد إعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك "غوغل" أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات تويتر كمصدر للبحث اعتبارا من 2009 و اليوم يعتبر تويتر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحفيين أو جهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء، و يتوقع مستقبلا مصدرا معتمدا للتصريحات الحكومية و الإخبارية و قناة التواصل مع الشعب كما يحدث اليوم في الأحداث العربية عقب "الربيع العربي" و تأثير التويتر القوي فيه.²

3. مميزات التويتر:

للتدوين عبر موقع التويتر مميزات مفيدة و عديدة أهمها:

¹ سليمة رابحي، الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائط الاتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، 10/9 سبتمبر 2012. ص33
² سليمة رابحي: المرجع السابق. ص34

سهل و سريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني تصبح مشتركا من الموقع و تستطيع أن تبدأ بتدوين و إرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة .

محمول ومتحرك: فموقع تويتر يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم و تتيح أدوات للتدوين ، و لإرسال الرسائل و الصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة و من أي مكان في العالم.

مجاني: فإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر المحمول، و هي خاصة مكنت الملايين من تدوين و إرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم و هذا ما ساهم في نشر تويتر حقا.

أداة فعالة للتواصل مع العالم: فكون التدوين الخاص بالتويتر يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول بسهولة و يسر مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء و المعارف أو المتابعين لك على الموقع وفي لحظات.

مناسب للتواصل الشخصي : فالتويتر يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن، فهي تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك، فالهدف النهائي هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.

أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك: فالتدوين القصير و الفوري عبر التويتر يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة و الفورية عن موضوع تهتم به، إلى جميع المتابعين لك، كما يساهم بنشر أفكارك أو بمشاركة الغير لاهتماماتك كذلك فإن اليوم مع محركات البحث كغول فإن تدويناتك القصيرة على تويتر ستظهر على محرك البحث ضمن النتائج فور إرسالها، مما يضاعف من إمكانيات نشر أفكارك أو رسائلك لأكبر عدد ممكن من المهتمين.

الفورية: فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث و تبدي رأيك فيه فوراً وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع، و لا تنسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات و الأخبار العاجلة و الفورية، و هو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة و الرسمية اليوم في الغرب و في الوطن العربي على حد سواء.

أداة تسويق فعّالة : فاليوم صار "تويتر" يستخدم من قبل الشركات و المعلنين للترويج عن منتجاتهم و عروضهم الجديدة، فبرسالة قصيرة و مجانية تستطيع أن تعلن عن منتجك للعالم أجمع مجاناً، كما يسمح لك بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة.

شعار مميز « unique badge » : يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، و يسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل: html أو java، مما يعطي طابعا شخصيا و موثقا مع كل تدوينة.

ميزة التتبع « following » : فمن مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع، أي أن التتبع لمدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته أو لا بأول، و كذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع follow، و مع الفترة يصبح لك شبكة معارف و متتبعون خاصون بك لهم اهتماماتك نفسها و يجمع بينكم هموم مشتركة.¹

3- اليوتيوب « youtube » :

1. التعريف:

اختلفت الآراء حول موقع "يوتيوب" وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو « video sharing site »، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدة من الخصائص

¹ حلمي خضر ساري: تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) (مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ الثاني، 2008، ص 302.

جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات و استقبال التعليقات عليها و نشرها بشكل واسع.

أي أن اليوتيوب موقع الكتروني يسمح و يدعم نشاط تحميل و تنزيل و مشاركة الأفلام بشكل عام و مجاني، و هو يسمح بالتدرج في تحميل و عرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.¹

2. النشأة و التطور:

و قد تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة 3 موظفين سابقين في شركة "باي بال" pay « pal وهم "تشار هيرلي" و "ستيف تشين" و "جاود كريم" في مدينة كاليفورنيا، و يستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، و التلفزيون، و مقاطع الموسيقى، و الفيديو المنتج من قبل الهواة و غيرها.

و يعد الفيديو المرفوع من قبل "جاود كريم" بعنوان " أنا في حديقة الحيوان " Me at « the zoo اول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب، وكان بتاريخ 23 أبريل 2005 و تبلغ مدته 0:19 ثانية، و منذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، و شاهدها الملايين من أبناء المعمورة و بكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الانترنت و لتستريه شركة غوغل عام 2006 و تضمه لها، و قد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين و السياسيين و للهواة على حد سواء لبت مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم، و أغانيهم، و منتجاتهم للعامة و مجانا، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات و الحكومات لبت برامج النوعية أو الحصص الالكترونية عبره.²

3. مميزات اليوتيوب :

¹ حلمي خضر ساري: تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) مرجع سابق ، ص 307.

² حلمي خضر ساري: مرجع سابق ، ص 311.

يعتبر موقع يوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي ، وذلك بسبب مزاياه المتعددة و أهمها :

عام و مجاني : فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء و تحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، و كل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، و على أن تلتزم بشروط التحميل بأن لا تحمل أفلاما لها حقوق نشر خاصة بدون إذن أو أفلام إباحية.

داعم لتحميل الأفلام: فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (avi, mp4, wmv) أو الأغاني (mp3) و تحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة و المسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.

سهل الاستعمال من قبل العامة : فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل و تنزيل الأفلام مقارنة لغيره من المواقع و يوفر أدوات داعمة لذلك.

سهل المشاهدة: فبمجرد ضغطك على وصلة الفلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا و مباشرة من الموقع، بل تستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل Real Player.

سهل البحث: فالموقع يوفر محرك خاص به يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث و من ثم مشاهدته.

الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين ، أو للعامة، و كل ذلك يظهر بمحركات البحث كغوغل.

أداة رائعة للترويج: فأفلام يوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة و شرحها للمهتمين من العامة، فهو لا يكلفك شيئا مثل الحملات الترويجية التقليدية، و بالوقت

نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجانا من خلال الموقع، و هو مناسب للجميع، أفرادا كانوا أم شركات.

ميزة البث المباشر « live streaming »: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدته و من أي جهاز حاسوب أو هاتف نقال إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، و هي ميزة مكنت العديد من محطات البث و القنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطوير الإعلام و تقنيات البث المباشر.¹

¹ محمود القاضي: الوعي هو السلاح في عصر المعلومات (الشبكات الاجتماعية، الفرص المحفوفة بالمخاطر).
http : //www.luxorlink.com/bank39html.2013/3/7h20 :05.

المبحث الثاني:**خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :**

تتشترك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها:

1- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية « profile page »:

و من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، و تاريخ الميلاد، و الاهتمامات و الصور الشخصية... بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ، و يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، و معرفة من هم أصدقاءه و ما هي الصور الجديدة التي وضعها... إلى غير ذلك من النشاطات.¹

2-المشاركة (participation):

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و الجمهور.

3-الانفتاح (openness):

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة، أو الإنشاء و التعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت و التعليقات و تبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

4- المحادثة « conversation » :

¹ ليلي احمد جرار: الفيسبوك و الشباب العربي المرجع سابق،ص 41.

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي و وسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة¹.

5- الأصدقاء/ العلاقات « friends/connections »:

و هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" « contecte » على الشخص المضاف للقائمة.

6- إرسال الرسائل:

تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

7- ألبومات الصور « albums » :

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات و رفع مئات الصور عليها، و إتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاضطلاع و التعليق عليها².

8- المجتمع « community »:

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة و التواصل بشكل فعال، و من ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو

¹ م خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، رجع سابق، ص 27، 26.

² ليلي احمد جرار: الفيسبوك و الشباب العربي مرجع سابق، ص 41-42.

اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، و يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.¹

9- المجموعات « groups »:

تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين و أهداف محددة، و يوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة و المنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر و اليوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف « events »، أو الأحداث و دعوة أعضاء تلك المجموعة له و تحديد عدد الحاضرين و الغائبين.²

10- الترابط « connecteness »:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، و ذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع و التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على فيسبوك، وهكذا مما يسهل و يسرع من عملية انتقال المعلومات.³

11- الصفحات « pages »:

ابتدع هذه الفكرة موقع (الفيسبوك)، و استخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم و إظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين، و يقوم (الفيسبوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، و

¹ : خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سابق، ص 27.

² ليلي احمد جرار: الفيسبوك و الشباب العربي مرجع سابق، ص 42.

³ خالد غسان المقدادي: مرجع سابق، ص 27.

يقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.¹

* دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي و ينشأ حساباً واحداً له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، و من بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد و خصوصاً الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

1-المشاكل الأسرية:

تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن و الحماية و الاستقرار و المرجعية، و لكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلاً في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

2-الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته و يبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيسبوك مثلاً لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور و الملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة و شبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل ملء الفراغ و بالتالي يصبح كوسيلة للتسلية و تضييع الوقت عند البعض منهم.²

3-البطالة:

¹ ليلي احمد جرار: الفيسبوك و الشباب العربي مرجع سابق،ص42.
² مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 395، يناير 2012، ص 157.

تعتبر عن عملية الانقطاع و عدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي و النفسي و منه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق و الانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد و التي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى و إن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة و استمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل و التعبير عن قدراته و ايدولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من اجل الاحتيال و النصب.¹

4- الفضول :

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار و التقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها و استعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب و إذا ما توفرت ثنائية الجذب و الفضول تحقق الأمر.

5-التعارف و تكوين الصداقات:

سهّلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية و الصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.

6-التسويق أو البحث عن وظائف:

في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية و فعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل و خارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها و الاشتراك بها.

¹ الوافي الطيب و بهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات.

<http://www.kankji.com/figh/fhles/c.d/7830/doc2013/3/12h> 22:05.

كما تتمتع بقابلية التصميم و التطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر و الجنس و الاهتمامات و الهوايات و سهولة ربط الأعمال بالعملاء و أيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل و انتشار المعلومة و استثمارها.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين و مع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف و فرص التطوير الوظيفي و تبادل الخبرات و الكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.

فمن خلال عرض أهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم و توسيع المعارف و المهارات الشخصية و الحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية و التنفس عن الذات ...، بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب التي لم يسعنا ذكرها جميعا¹.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، المرجع السابق ص 28

المبحث الثالث:

التأثيرات الإيجابية و السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي :

التأثيرات الإيجابية:

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي و مواقع التواصل أضفت بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية و اجتماعية و سياسية و اقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، و من أهم هذه الآثار الإيجابية :

- **نافذة مطة على العالم:** حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية و العربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار و ثقافات العالم بأسره.

- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي و تعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل و على الصعيد العالمي.

- **أكثر انفتاحا على الآخر :** إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين و العقيدة و الثقافة و العادات و التقاليد، و اللون ز المظهر و الميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك و قد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى.

- **منبر للرأي و الرأي الآخر:** إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، و كذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك و معتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول و الاتجاهات و التوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية.¹

¹ جمال معتوق وشريهان كريم: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات و ممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي و التغيير الاجتماعي، بسكرة، 10/9 ديسمبر 2012.

- **التقليل من صراع الحضارات:** فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، و لكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية و الحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع و كذلك تبيان و توضيح الهموم العربية للغرب بدون زيف الإعلام و نفاق السياسة، مما يقضي في النهاية على تقارب فكري على صعيد الأشخاص فالجماعات و الدول.
- **تزيد من تقارب العائلة الواحدة:** فاليوم و مع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة و أنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة.
- **تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة:** حيث بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، و قد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها إما بسبب التنبني أو الاختطاف أو الهجرة السرية، فيتم العثور على الأبناء.¹

التأثيرات السلبية:

- مثلما يوجد آثار ايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه لها آثار سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية:
- **يقلل من مهارات التفاعل الشخصي:** فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقلل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد و الجماعات المستخدمة لهذه المواقع، و كما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الالكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فورا و أن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.²
- **إضاعة الوقت:** حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين، قد تكون جذابة جدا لدرجة تنسى معها الوقت.

¹ موسى جواد الموسوي و آخرون: الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد، ط 1، 2011، ص 47.

² وائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفيسبوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، ط 1، 2011، ص 20.

- الإدمان على مواقع التواصل: إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت و المتقاعدين، يجعله-بسبب الفراغ- أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمرا صعبا للغاية خاصة و أنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل.
- قلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغير الترفيه من قبل مجتمعاتنا العربية.
- ضياع الهوية الثقافية العربية و استبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين.
- انعدام الخصوصية: تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية و النفسية على الشباب و قد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة و التشهير.
- الصداقات قد تكون مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان: فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء و هو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن و ليس فورا، ففيه نوع من النفاق.
- انتحال الشخصيات: تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى استخدامها في الابتزاز و انتحال الشخصية و نشر المعلومات المضللة و تشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف.¹
- تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية: أضحي استخدام مزيج من الحروف و الأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف و المحادثة فتحوّلت حروف اللغة العربية إلى رموز و أرقام باتت الحاء "7" و العين "3" و هذا ما أكدته دراسة علي صلاح محمود بعنوان "ثقافة الشباب العربي".²

[1محمد عجم: الانترنت و التكنولوجيا الحديثة تكشفان انزال الشباب -عالم افتراضي يتصل بالواقع و يفصل عنه ، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010 الموافق لـ8محرم 1432 هـ،ص12.

² عادل عبد الصادق: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن و الحرية المرجع السابق 54

خلاصة:

من خلال استعراضنا لما جاء في الطفرة الرقمية التي تجسدها مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الميزة الطاغية على جميع ميادين الحياة، حيث ساهمت بعض الخصائص التي توفرها هذه المواقع على نجاحها و توسع انتشارها كشبكة الفيسبوك، وقد رشحت هذه الميزات التي تتميز بها إلى أن ترقى إلى مصاف وسائط للتنشئة الاجتماعية، و عليه يجب توجيه مستخدميها نحو الاستخدام الأمثل لها و كيفية تفعيلها و الاستفادة منها.

بطاقة فنية عن شارلي ايبود :

شارلي ايبود (بالفرنسية: Charlie Hebdo بمعنى «شارلي الأسبوعية») هي صحيفة سياسية هزلية أسبوعية فرنسية. يرأس تحريرها منذ 2009 إلى غاية 7 يناير 2015 ستيفان تشاربونير، وسبقه في هذا المنصب فرانسوا كافانا (1969-1981) وفيليب فال (1992-2009). تتصف المجلة بأسلوب هجائي حاد وبنزعة يسارية ولا سلطوية. وقد نشرت الصحيفة صفحتها الأولى في 3 نوفمبر 2011 رسماً كاريكاتورياً لمحمد رسول الإسلام.

وقد تعرض مكتبها في باريس للحرق، واخترق موقعها الإلكتروني في تشرين الثاني 2011.

في 7 يناير 2015، هجم مسلحان على مقر الجريدة في باريس وقيل أن ثالث كان موجوداً في السيارة ، وخلف الهجوم 12 قتيلاً على الأقل و 11 جريحاً في حالة خطيرة وقد تبني الهجوم تنظيم القاعدة في جزيرة العرب. وصف الرئيس الفرنسي، فرانسوا أولاند، الهجوم بأنه إرهابي. وقد سقط 12 ضحية ومجموعة من الجرحى .

إعادة نشر الرسوم الساخرة لنبي الإسلام

قررت مجلة "شارلي ايبود" الفرنسية نشر رسوم كاريكاتورية ساخرة من رسول الله صلى الله عليه وسلم عقب الهجوم المسلح على مكتب المجلة حيث قال محامي الصحيفة: إن عدد "شارلي ايبود" الجديد سيتضمن رسوماً كاريكاتورية للنبي محمد صلى الله عليه وسلم وعدد من الشخصيات الأخرى ليظهر أن المجلة لن تتراجع عن مواقفها .

مجتمع البحث وخصائصه:

لقد بلغ أفراد العينة 100 مبحوث تم تشكيلها بصفة قصديه أي عينة قصديه ،اذ وقع اختيارنا على مجموعة من الطلبة بجامعة عبد الحميد ابن باديس وهم من تخصص علوم الإعلام والاتصال ومستواهم الجامعي :ليسانس، ماستر ولقد قمنا بتوزيع الاستثمارات على الطلبة في شهر ماي 2015 وبعد عملية فرز الاستثمارات تأكدنا من صلاحيتها أي 100 استمارة صالحة للدراسة وبعد عملية ترقيم الاستثمارات من 01 إلى 100 وقمنا بتفريغها في جداول ،وبعد ذلك قمنا بحساب النسب ،ومن خلال فحص البيانات استطعنا تقديم صورة عن خصائص مجتمع البحث كالتالي:

الاطار التطبيقي

تحليل الجداول البسيطة :

- الجنس :

- جدول رقم 01 : يبين توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس :

النسبة	التكرار	الجنس
42%	42	ذكور
58%	58	إناث
100%	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 01 أن مجموع أفراد عينة البحث هو 100 مفردة موزعة حسب الجنس 42 ذكورا و 58 إناثا أي ما يمثل نسبة 42 ذكورا و 58 إناثا أي ما يمثل نسبة 42% للذكور ، أما نسبة الإناث 58% وهو توزيع متفاوت نوعا ما .

الاطار التطبيقي

- جدول 02 : توزيع أفراد العينة وفق متغير السن :

النسبة	التكرار	السن
41%	41	23 -18
55%	55	29 -24
04%	04	30 فما فوق
100%	100	المجموع

الفئة الاولى 18- 23 سنة ، الفئة الثانية من 24-29 سنة ، الفئة الثالثة من 30 فما فوق ، وهي الفئات العمرية الممكن تواجدها بالجامعة كمجتمع بحث لدراستنا ، حيث قدر عدد الافراد في الفئة الاولى ب 41 بنسبة 41 % من مجموع افراد العينة ، أما أفراد الفئة الثانية والذين يتراوح سنهم ما بين 24-29 سنة فيشكلون نسبة 55% حيث قدر عددهم 55 مفردة ، اما الفئة الأخيرة والتي تمثل الأفراد الذين يتراوح سنهم 30 فما فوق يشكل بنسبة 04 % أي بمجموع 04 فردا .

وقد أفرزت النتائج أن فئة 24-29 سنة هي التي تشكل الأغلبية بما يتجاوز نصف أفراد العينة ككل ، تليها الفئة الثانية من 18-23 سنة ، وأخيرا الفئة 30 فما فوق حسب الجدول رقم 02 .

الاطار التطبيقي

جدول رقم 03 : يبين توزيع أفراد العينة وفق متغير السنة الجامعية :

النسبة	التكرار	السنة الجامعية
49%	49	ليسانس
51%	51	ماستر
100%	100	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم 03 كيفية توزيع العينة وفق متغير السنة الجامعية بحيث يمثل

نسبة 49% من مجموع افراد العينة البالغ عددهم 49 يدرسون ليسانس ، حيث يمثل طلبة الماستر نسبة 51% عددهم 51 طالبا ، وبذلك يظهر ان هذا التوزيع تقريبا متساوي حيث لا يؤثر على نتائج الدراسة .

الاطار التطبيقي

جدول رقم 04 : يبين توزيع أفراد العينة وفق متغير نوع الإقامة :

النسبة	التكرار	نوع الإقامة
39%	39	خارجي
61%	61	داخلي
100%	100	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم 04 كيفية توزيع افراد العينة وفق متغير نوع الإقامة ، وحسب النتائج فان نسبة 39% ينتلون طلبة خارجيين حيث قدر عددهم ب 39 ، اما الطلبة المقيمين بالحي الجامعي يقدر عددهم ب 61 % ، حيث تشكل هذه الأخيرة الاغلبية ن حيث أن النسبة متفاوتة بدرجة كبيرة .

الاطار التطبيقي

المحور الاول : استخدام الانترنت :

جدول رقم 05 : يبين مدى استخدام الانترنت من طرف العينة :

النسبة	التكرار	الإستخدام
34%	34	دائما
54%	54	أحيانا
12%	12	نادرا
100%	100	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم 05 مدى استخدام العينة المدروسة للانترنت حيث تمثل نسبة 34% ما يقابل 34 شخصا ممن يداومون على استعمال الانترنت (دائما) ، ونسبة 54 % من مستخدمي الانترنت احيانا بعدد 54 شخصا ، اما مستخدمي الانترنت نادرا يستخدمون الانترنت بنسبة 12% ، حيث نستنتج ان أغلب أفراد العينة يستخدمون الانترنت احيانا بنسبة 54 % ومنهم من يداومون عليها وهذا قد يعود الى الإهتمامات .

الاطار التطبيقي

جدول رقم 06 : يبين الوقت المفضل لإستخدام الانترنت :

النسبة	التكرار	الوقت المفضل
07 %	07	صباحا
08 %	08	ظهرا
37%	37	مساء
48%	48	ليلا
100 %	100	المجموع

من خلال الجدول رقم 06 يتبين الوقت المفضل لاستخدام الانترنت من طرف العينة المدروسة ، تمثل نسبة 07 % من مستخدمي الأنترنت صباحا ما يقابل 7 اشخاص ، أما مستخدمي الأنترنت ظهر عددهم 08 اشخاص بنسبة 08% الى جانب 37 شخص ممكن يستخدمونها مساء بنسبة 37 % . اما مستخدمي الأنترنت ليلا فعددهم 48 شخصا بنسبة 48 % .

الاطار التطبيقي

المحور الثاني : استخدام الفايبيوك .

جدول رقم 07 : يبين الوسيلة التي تتواصل بها العينة عبر الفايبيوك :

الوسيلة	التكرار	النسبة
كمبيوتر مكتبي	25	25%
كمبيوتر محمول	42	42%
هاتف محمول	27	27%
لوحة إلكترونية	06	06%
المجموع	100	100%

يتبين من خلال الجدول رقم 07 الوسيلة التي تتواصل بها العينة عبر الفايبيوك ، حيث تمثل نسبة 25 % من العينة التي تستخدم الكمبيوتر المكتبي أثناء التواصل ما يقابل 25 شخصا ، اما مستعملي الكمبيوتر المحمول فنسبتهم 42% بعدد 42 ، في حين ان مستعملي الهاتف المحمول عددهم 27 شخصا بنسبة 27 % ، اما مستعملي اللوحة الالكترونية فعددهم 6 اشخاص بنسبة 6% .معناه أن أغلب أفراد العينة يستعملون الكمبيوتر المحمول أثناء تواصلهم .

الاطار التطبيقي

جدول رقم 08 : يبين فئات الإشتراك .

النسبة	التكرار	الإشتراك
25%	25	يومي
53%	53	شهري
22%	22	3G
100%	100	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم 08 نوع الإشتراك الذي تتعامل به الفئة أثناء تواصلها ، حيث يمثل نسبة 25 % ممن يتواصلون بالإشتراك اليومي عددهم 25 ، اما الإشتراك الشهري فنسبته 53 % و عددهم 53 . اما خدمة الجيل الثالث (G3) فنسبة إشتراكهم 22 % و عددهم 22 شخصا ، معناه أن أغلب أفراد العينة إشتراكهم شهري بنسبة 53% .

الاطار التطبيقي

جدول رقم 09 : مكان التواصل عبر الفايبروك .

النسبة	التكرار	المكان
25%	25	الحي الجامعي
14%	14	الجامعة
58%	58	البيت
03%	03	مكان اخر
100%	100%	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم 09 مكان تواصل الفئة المدروسة حيث تمثل نسبة 25 % ممن يتواصلون بالحي الجامعي ، عددهم 25 ، اما الجامعة فنسبتهم 14 % و عددهم 14 شخصا ، أما الذين يتواصلون من البيت فعددهم 58 بنسبة 58 % . معناه أن أغلب أفراد العينة يتواصلون من البيت .

الاطار التطبيقي

جدول رقم 10: كيف تتحصل العينة على معلومات جديدة في الفايسبوك .

المعلومات	التكرار	النسبة
المشاركة في مواقع جديدة	34	34%
الإلتناء إلى مجموعات	36	36%
اصدقاء جدد	30	30%
المجموع	100	100%

يبين احصائيات الجدول رقم 10 أن نسبة 34 % من أفراد العينة المدروسة يتحصلون على معلومات جديدة في الفايس بعدد 34 شخص . أما من ينتمون إلى مجموعات فعددهم 36 شخص ونسبتهم 36 % حيث يشكلون اكبر نسبة . أما أفراد العينة الذين يتحصلون على المعلومات الجديدة في الفايس عن طريق اصدقاء جدد فهم 30 شخص بنسبة 30 % حيث نجد أن هذا التوزيع تقريبا متساوي لا يؤثر على الدراسة .

النسبة	التكرار	نوع المعلومات
33%	33	اجتماعية
30%	30	ثقافية
14%	14	دينية
08%	08	سياسية
02%	02	اقتصادية
13	13	ترفيهية
100%	100	المجموع

يبين احصائيات الجدول رقم 11 نوع المعلومات التي تتفاعل معها العينة المدروسة من خلال اطلاعها على الفايسبوك ، وحصلت نسبة تصفح المعلومات الإجتماعية على اكبر نسبة ب 33 % مقابل 33 فردا ، وأما الثقافية احتلت المرتبة الثانية بنسبة 30 % من مجموع 30 شخص . وقلتها بالمرتبة الثانية المعلومات الدينية بنسبة 14 % مقابل 14 متصفحاً لها . أما المعلومات السياسية فنسبتها 08 % مقابل 08 اشخاص ، اما المعلومات الاقتصادية فكانت نسبتها 2 % وعددها 02 بمعنى شخص.... حيث شكلت اقل نسبة ، أما

المعلومات الترفيهية فكانت نسبتها 13 % مقابل 13 شخص .
نلاحظ من خلال النتائج أن المعلومات الإجتماعية هي اكثر المعلومات التي تتفاعل معها العينة المدروسة من خلال اطلاعها على الفايسبوك ، تأتي في المرتبة الثانية المعلومات الثقافية ، ثم المواقع الدينية التي تعرض قضايا للنقاش في المرتبة الثالثة .
والنتائج على هذا النحو توجه فرضيات الدراسة لانها تركز على المواقع الاجتماعية .

الاطار التطبيقي

المحور الثالث : تفاعل الطلبة مع حملة الرد على الرد الإساءة :

جدول رقم 12 :مشاركة العينة في الرد على شارلي ابيدو :

النسبة	التكرار	المشاركة
74%	74	نعم
26%	26	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول رقم 12 مشاركة العينة في حملة نصره الرسول صلى الله عليه وسلم حيث كانت نسبة 74 % وهي نسبة كبيرة عددهم 74 شخص .أما من لم يشاركوا في الحملة فعددهم 26 بنسبة 26 % . من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة المشاركة في حملة نصره الرسول " صلى الله عليه وسلم " كبيرة جدا .

جدول رقم 13 : كيف ذلك .

النسبة	التكرار	كيف ذلك
17%	17	دعم صفحات نصره النبي
07%	07	الإنتماء لمجموعات تعرف بالرسول صلى الله عليه وسلم
24%	24	وضع التعليقات
12%	12	نشر مقالات وصور
11%	11	تغيير صورة البروفايل Je suis avec Mohammed
71%	71	المجموع

يبين الجدول رقم 13 كيف كانت مشاركة العينة في الرد على شارلي ابيدو ، حيث قدر أفراد العينة الذين شاركوا بدعم صفحات نصره النبي " صلى عليه وسلم " ب 17 شخصا بنسبة 17 % ، أما المشاركين بالإنتماء لمجموعات تعرف بالرسول "صلى الله عليه وسلم " قدر بنسبة 07 % أما عدد الافراد فهو 07 ، فيما شاركت العينة بوضع تعليقات بعدد 24 مفردة بنسبة 24 % حيث كانت أعلى نسبة .أما نشر المقالات والصور فكان عدد مشاركيه 12 شخص بنسبة 12 % . أما المشاركين بتغيير صورة البروفايل (je suis avec Mouhamed) فعددهم 11 مفردة بنسبة 11 % .

الاطار التطبيقي

جدول رقم 14 : كيف كان التفاعل .

التفاعل	التكرار	النسبة
جيد جدا	41	41%
جيد	32	32%
عادي	20	20%
المجموع	93	93%

يبين من خلال الجدول رقم 14 كيف كان تفاعل الطلبة مع حملة الرد على شارلي ابيدو على شبكات التواصل الإجتماعي ، حيث كانت نسبة تفاعل بتقرير جيد جدا 41 % بعدد 41 شخص ، وشكلت اكبر نسبة ، أما معدل جيد فنسبته 32 % وعدد افراده 32 ، أما عادي فنسبته 20 % بعدد 20 شخص .

الاطار التطبيقي

جدول رقم 15 : يبين أين كان تفاعل العينة أكثر : الواقع/ العالم الافتراضي .

التفاعل أكثر	التكرار	النسبة
الواقع	41	41%
العالم الافتراضي	59	56%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم 15 نبين أين كان تفاعل الفئة أكثر ، حيث كان التفاعل في الواقع بنسبة 41% و عددهم 41 . أما أفراد العينة الذين تفاعلوا في العالم الافتراضي 56 بنسبة 59% و عددهم 59 . إذن فقد كان التفاعل أكثر في الواقع .

الإطار التطبيقي

جدول رقم 01 : مدى استخدام الطالب للانترنت .

المجموع	مجموع النسب المئوية	مدى استخدامك للانترنت						السؤال الجواب	
		نادرا		أحيانا		دائما			
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
42	42 %	03%	03	22%	22	17%	17	ذكر	الجنس
58	58 %	10 %	10	31 %	31	17%	17	أنثى	
45	45 %	05 %	05	23 %	23	17%	17	23 -18	السن
51	51 %	05 %	05	30 %	30	16 %	16	29- 24	
04	04 %	02 %	02	/	/	02 %	02	30 فما فوق	الإقامة
61	61 %	10 %	10	33 %	33	18 %	18	مقيم	
39	39 %	02 %	02	20 %	20	17 %	17	خارجي	المستوى الجامعي
49	49 %	06 %	06	26 %	26	15 %	15	ليسانس	
51	51 %	06 %	06	27 %	27	20 %	20	ماستر	

أدرجنا في الجدول المركب 01 مع متغيرات : الجنس-السن-الإقامة-المستوى الجامعي استخدام الانترنت من قبل العينة ، وضح أن كل أفراد العينة لديهم الانترنت، كانت النسبة كاملة بين الذكور والإناث قدرت ب100% حيث كانت النسبة متساوية بين الذكور والإناث ويتراوح سنهم بين 18-23. ويتوزعون بنسبة متساوية بين المقيمين بالأحياء الجامعية والخارجين واغلبهم من الطلبة الليسانس، حيث نجد نسبة الذين يداومون على استخدام الانترنت 17% (متساوية بين الذكور والإناث) وأعمارهم بين 18-23. أما بصفة أحيانا كانت نسبة الذكور 22% أما الإناث 31% أما النسبة لمن يستعملونه بشكل نادر كانت 3% للذكور و10% للإناث. بالمقابل تم تسجيل نسب قليلة في فئة 30 فما فوق دائما 02% ، أحيانا منعدمة، أما نادرا فكانت 02% ، أفراد العينة الذين يداومون على استخدام الانترنت من طلبة ماستر نسبتهم 20%، أما الليسانس 15% نادرا شبه منعدمة .

وعموما يمكننا القول بان أغلبية الطلبة يستخدمون الانترنت لكن بصفة غير منتظمة أي أحيانا واغلبهم إناث و يتراوح سن هؤلاء الطلبة بين 24 إلى 29 سنة مقيمون بالأحياء الجامعية واغلبهم من طلبة الماستر .

الاطار التطبيقي

وربما يعود عدم انتظام استخدام الانترنت إلى التواجد بالأحياء الجامعية التي تقل فيها نسبة الانترنت نظرا لوجود أماكن قليلة يعتمد عليها الطلبة للتواصل عبر الانترنت مما جعل النسبة غير منتظمة وكذا عزوف فئة قليلة عن استخدام الانترنت، حيث يلجؤون إليها نادرا، وربما يعود استخدام الانترنت إلى كون الطلبة الجامعيين يميلون إلى التواصل عبر الوسائط الجديدة و البحث عن أسلوب يكسر عزلة الطالب خاصة أثناء التواجد بالإحياء الجامعية إذ أضحت الانترنت هي السبيل في ربطه بالمحيط الخارجي .

جدول رقم 02 : نوع المعلومات التي يتفاعل معها الطالب .

المجموع	مجموع النسب المئوية	نوع المعلومات التي تتفاعل معها													
		ترفيهية		اقتصادية		سياسية		دينية		ثقافية		اجتماعية			
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
42	42	08	08	/	/	02	02	09	09	19	19	20	20	ذكر	الجنس
58	58	05	05	02	02	06	06	05	05	11	11	13	13	أنثى	
46	46	05	05	/	/	02	02	04	04	15	15	20	20	23-18	السن
49	49	05	05	02	02	04	04	10	10	14	14	14	14	29-24	
05	05	/	/	/	/	01	01	/	/	04	04	/	/	30 فما فوق	
61	61	06	06	01	01	05	05	11	11	17	17	14	14	مقيم	نوع الإقامة
39	39	04	04	01	01	02	02	04	04	14	14	21	21	خارجي	
49	49	03	03	/	/	03	03	04	04	17	17	22	22	ليسانس	مستوى تعليمي
51	51	06	06	02	02	04	04	11	11	14	14	14	14	ماستر	

أما الجدول الثاني يبين من خلاله تفاعل العينة مع المعلومات على الفايسبوك حيث نلاحظ أن الذكور يتفاعلون بنسبة عالية مع المعلومات الاجتماعية بنسبة 20% في فئة 18-23-29-24. أما 30 فما فوق فهي منعدمة. أما الإناث كانت 24-29 بنسبة 14% ممن يتصفحون المواقع الاجتماعية، ثم تليها المواقع الثقافية بنسبة 19% بالنسبة للذكور، و11% بالنسبة للإناث حيث أغلبهم من المقيمين بالحي الجامعي بنسبة 21% بالنسبة للذكور و14% بالنسبة للإناث، يتفاعلون أكثر مع المواقع الاجتماعية والثقافية مقارنة بالطلبة

الاطار التطبيقي

الخارجيين واغلبهم طلبة ليسانس بنسبة 22% ،أما الماستر نسبتهم 14% ،أما المواقع الأخرى كانت نسبة التفاعل معها متفاوتة السياسية-الاقتصادية-والترفيهية والمواقع الأخرى من خلال ما تقدم يتبين أن الحصول على المعلومات حول ما يدور في محيط المبحوث هو الدافع الأساسي للتعرض إلى للانترنت و عليه نلاحظ أن هناك ارتباط بين هذا الدافع و اهتمام الطلبة بالمعلومات الاجتماعية و التي تصدرت قائمة المعلومات المفضلة لدى المبحوثين و بالتالي نستنتج أن الدوافع الكامنة وراء التعرض للانترنت هي التي تحدد نوع المحتوى الذي يتعرض له الطلبة.

كما يتبين أن الترفيه و التسلية و كذا شغل أوقات الفراغ تمثل نوعا من العزوف و هذا راجع إلى عدم انتظام التردد على الانترنت حيث أن الطلبة حين يستخدمون الانترنت يميلون إلى المعلومات الاجتماعية وهذا حتى تربطهم بالواقع المعاش و يتعرفون على جديد الحياة الاجتماعية ،ويميلون أحيانا إلى المعلومات الثقافية وهذا يعود إلى البحث عن فسحة للاسترخاء وكذا المشاركة في لحياة الثقافية بما تحمله من جديد في كل ميادينها والبحث معلومات جديدة من شأنها زيادة الرصيد المعرفي لدى الطالب.

الجدول رقم 03: الوسيلة التي يستخدمها الطالب .

المجموع	مجموع النسب المئوية	ماهي الوسيلة								الجنس	السن	الإقامة	المستوى الجامعي
		لوحة الكترونية		هاتف محمول		كمبيوتر محمول		كمبيوتر مكتبي					
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار				
42	42%	1%	1	18%	18	18%	18	06%	06	ذكر			
58	58%	06%	06	19%	19	20%	20	13%	13	انثى			
45	45%	03%	03	18%	18	15%	15	09%	09	23-18			
51	51%	03%	03	16%	16	22%	22	10%	10	29-24			
04	04%	1%	1	03%	03	01%	01	1%	1	30فما فوق			
61	61%	02%	02	22%	22	22%	22	15%	15	مقيم			
39	39%	04%	04	15%	15	16%	16	04%	04	خارجي			
48	48%	03%	03	22%	22	14%	14	09%	09	ليسانس			
52	52%	03%	03	15%	15	24%	24	10%	10	ماستر			

الاطار التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول الثالث والمتعلق بحملة نصره الرسول "صلى الله عليه وسلم" ان أغلب المشاركين إناث بنسبة 39 % وسنهم يتراوح بين 24-29 وأغلبهم مقيمين بالأحياء الجامعية، وهي نسبة عالية مقارنة بالذين لم يشاركوا في حملة نصره الرسول "صلى الله عليه وسلم". إما 30 فمافوق فالنسبة شبه منعدمة قدرت ب 01% كان تفاعل الطلبة الداخليين أكثر نسبة 43% مقارنة بالطلبة الخارجيين بنسبة 27%.

أي أن الطلبة يميلون إلى استخدام الكمبيوتر المحمول بكثرة ثم يليها الهاتف المحمول، وهذا ما يشير في واقع الأمر إلى أن هذه النتائج تحيلنا إلى الاستنتاج أن الطالب غالباً ما يكون مرتبطاً بالمكان أي مقيداً بمكان تواجد الانترنت ولعل هذه النسبة في استخدام الوسائل المحمولة هي أكبر دليل على عدم انتظام الطلبة في الإقبال على الانترنت كما اشرنا سابقاً في استخدام الانترنت، حيث أن الطالب يبقى دائماً مرتبطاً بالمكان حتى يتسنى له التواصل عبر الانترنت، ولذا كان تفضيل الطلبة للوسائل المحمولة كوسيلة تساعد الطالب في الحصول على الانترنت. وتقضي على شرط الارتباط بالمكان.

الجدول رقم 04 : نوع المشاركة في حملات النصره.

المجموع	مجموع النسب المئوية	هل شاركت في حملة النصره					
		لا		نعم			
		نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
42	42%	11%	11	31%	31	ذكر	الجنس
58	58%	19%	19	39%	39	انثى	
45	45%	17%	17	28%	28	23-18	السن
54	54%	14%	14	40%	40	29-24	
01	01%	/%	/	01%	01	30فمافوف	
61	61%	18%	18	43%	43	مقيم	الإقامة
39	39%	12%	12	27%	27	خارجي	
						ليسانس	المستوى الجامعي
						ماستر	

نلاحظ من خلال الجدول الرابع أن أغلبية الطلبة الذين يعتمدون على الكمبيوتر المكتبي من الإناث، كما أن جميع الطلبة الذين يعتمدون على الكمبيوتر المحمول من إناث وجميع الطلبة الذين يستخدمون الكمبيوتر المحمول يتراوح سنهم بين 24-29 سنة، من ذوي

الإطار التطبيقي

النظام الداخلي وهم طلبة الماجستير أما الذين يعتمدون على الهاتف المحمول فيتراوح بين ذكور وإناث من 18-23 سنة مقيمين بالأحياء الجامعية وهم طلبة ليسانس ،أما نسبة الاعتماد على اللوحة الإلكترونية فهي ضئيلة جدا مقارنة بالوسائل السابقة وأغلب الذين يستخدمون هذه الوسيلة هن إناث من ذوي النظام الخارجي وهن طالبات ليسانس وماجستير حد سواء .

نستخلص من خلال الجدول أن نسبة الإناث كانت هي الأكثر في نصره الرسول عليه الصلاة والسلام و يتراوح سن الفئة التي شاركت في النصره بين 24الى 29 سنة وهم من المقيمين بالأحياء الجامعية ولعل هذا يعود إلى كون الطالب يتفاعل دائما مع زملائه بالحي وهذا ما يساهم في نشر المعلومات وكذا فتح نقاشات واسعة مما يوسع دائرة الحوار بينهم خاصة بتواجدهم بنفس المكان وهذا ما يخلق تفاعلا مستمرا بين المقيمين بنفس المكان كما نجد نسبة ضئيلة من الذين لم يتفاعلوا مع حملة نصره الرسول صلى الله عليه وسلم ،وهذا ربما يرجع لكونهم من النظام الخارجي أي عكس المقيمين بالأحياء الجامعية والذين يحققون نسبة عالية من التفاعل بينهم.

الجدول رقم 05 : مكان التفاعل .

	المجموع	مجموع النسب المئوية	أين كان تفاعلك				الجنس	السن
			في الواقع		في العالم الافتراضي			
			نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
100	42	42%	25%	25	17%	17	ذكر	
100	58	58%	34%	34	24%	24	انثى	
100	48	48%	25%	25	23%	23	23-18	
100	48	48%	28%	28	20%	20	29-24	
100	04	04%	04%	04	1%	/	30فما فوق	
100	60	60%	30%	30	30%	30	مقيم	الإقامة
100	40	40%	27%	27	13%	13	خارجي	
100	48	48%	24%	24	24%	24	ليسانس	المستوى الجامعي
100	52	52%	33%	33	19%	19	ماجستير	

الاطار التطبيقي

نلاحظ من خلال الجدول الخامس أن أغلب الطلبة الذين يتفاعلون في العالم الافتراضي هن إناث بنسبة 24% وجميع الذين كانوا يتفاعلون في العالم الافتراضي يتراوح سنهم 18-23

مجموع	إذا كانت نعم (أي المشاركة في الحملة) كيف كان ذلك	
-------	--	--

سنة مقيمين بالأحياء الجامعية ومن طلبة الليسانس ، أما الذين يتفاعلوا في الواقع فهن إناث بنسبة 34% وأغلب الذين تفاعلوا في الواقع مع حملة نصره الرسول "صلى الله عليه وسلم " يتراوح سنهم بين 24-29 سنة ومقيمين بالأحياء الجامعية وهم من طلبة الماستر .أما 30 فما فوق كانت النسبة منعدمة بالنسبة للذكور في العالم الافتراضي ،أما في الواقع كانت النسبة 04% ،أما بالنسبة للطلبة المقيمين فكان تفاعلهم متساوي بين العالم الافتراضي والواقع بنسبة 30% أما الطلبة الخارجيين كان تفاعلهم أكثر في الواقع بنسبة 27% .

الجدول 06:

نلاحظ من خلال الجدول:

هناك 09% من الذكور لهم دعم لصفحات النصره، وبالمقابل 08% إناث لهم نفس الصفحة.

كما أن المنتمين لمجموعات تعرف بشخص الرسول فتقدر النسبة بـ: 02% للذكور و 05% للإناث، كما أن من وضع تعليقات ونشر المقالات فقدر

ت النسبة بـ: 10% و 06% على التوالي بالنسبة للذكور و 14% و 06% للإناث على التوالي أيضا.

أما بالنسبة من غير بروفايلاته لغرض النصره فقدرت النسبة بـ: 05% للذكور و 06% للإناث.

الإطار التطبيقي

	تغيير البروفايل		نشر مقالات وصور		وضع تعليقات		الانتماء الى مجموعات تعرف بشخص الرسول		دعم صفحات النصرة			
	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار		
%32	%05	05	%06	06	%10	10	%02	02	%09	09	ذكر	الجنس
%39	%06	06	%06	06	%14	14	%05	05	%08	08	انثى	
%26	%04	04	%04	04	%10	10	%02	02	%06	06	23-18	السن
%38	%05	05	%06	06	%12	12	%05	05	%10	10	29-24	
%06	%01	01	%02	02	%02	02	%00	00	%01	01	30 فما فوق	

المجموع	مجموع النسب المئوية	كيف تتحصل على معلومات جديدة عبر الفايسبوك						نوع الإقامة
		أصدقاء جدد		الانتماء إلى مجموعات		المشاركة في مواقع جديدة		
	النسبة	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	
	%100	%20	20	15%	15	20%	20	داخلي
	%100	%18	18	14%	14	13%	13	خارجي

الاطار التطبيقي

	%100	16%	16	18%	18	19 %	19	ليسانس	المستوى
	100%	%14	14	17%	17	16%	16	ماستر	التعليمي

نلاحظ من خلال الجدول: أن المشاركة في مواقع جديدة كانت نسبتها بـ: 20 % في نوع الإقامة بالنسبة للداخلي و 13 % و بالنسبة للمستوى التعليمي بـ: 19% لليسانس و 16% بالنسبة للماستر.

بالنسبة للانتماء إلى مجموعات فهناك نسبة : 15 % بالنسبة للداخلي و 14 % بالنسبة للخارجي أما بالنسبة للمستوى التعليمي وعلاقته بالأصدقاء الجدد فهناك نسبة : 16 % لليسانس و 14 % بالنسبة للماستر .

مناقشة الفرضيات:

إن أبرز مظاهر التحول و أعمقه أثرا في وسائل الاتصال هو ظهور الانترنت وانتشاره خاصة مع مطلع التسعينيات من القرن الماضي ، و تتمثل أقوى تأثيرات هذه الوسيلة في اندماج وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات الذي أحدث بدوره تحولات هيكلية في بنية العمليات و أتاح للمتلقين إمكانيات غير محدودة لاختيار و التفاعل الحر مع القائمين بالاتصال ، نتيجة لهذا انتقل المتلقي من الدور السلبي إلى دور إيجابي كطرف فاعل في العملية الاتصالية، خاصة مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي مما زاد من حدة التفاعل بين أفراد المنظومة الاجتماعية، بحيث شكل الفيسبوك في الآونة الأخيرة العصب الأساسي للتفاعل والتواصل بين الأفراد وكذا المشاركة في القضايا المحلية والدولية ، الاقتصادية والسياسية و حتى الدينية وهذه الأخيرة شكلت المحور الأساسي لدراستنا والتي تدرج ضمن دراسات المسحية الوصفية.

الاطار التطبيقي

أما نوع المنهج المختار فيفرضه موضوع البحث والهدف المرجو من الدراسة .
وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف مظاهر تفاعل الطلبة بجامعة مستغانم مع شبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة من خلال هذا الاستخدام فهي بذلك تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية .فإن المنهج الملائم لهذه الدراسة هو "منهج المسح الميداني وفق عينة قصدية" الذي يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة مجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة.

ويهتم المسح الوصفي في مجال دراسة جمهور المتلقين بتصنيف الحاجات والدوافع، والمعايير الثقافية والاجتماعية، وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها، ومستويات الاهتمام والتفضيل وعليه فان دراستنا تنتمي الى البحوث التحليلية التي تعتمد على المنهج المسحي كما اشرنا سابقا وقد تم تحديد عينة البحث فكانت عينة قصدية شملت طلبة جامعة عبد الحميد ابن باديس من تخصص علوم الإعلام والاتصال ومن مستوى ليسانس والماستر ، وهم الذين يستخدمون الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ولقد بلغ عدد أفراد العينة 100 طالب.

مرتكزين في ذلك على الفرضيات التالية:

- ساعد الفيسبوك جمهور الطلبة على إثبات هويتهم الإسلامية من خلال نصررة الرسول صلى الله عليه وسلم .
- كلما اتجه الطلبة نحو الاستخدام الجيد للفيسبوك كلما أصبح ذلك جزءا مهما لنصرة نبي الأمة .

- يلعب الفضاء الجامعي دورا بارزا في بلورة أفكار جديدة من شأنها نشر أخلاق الرسول صلى الله عليه وسلم .

ولقد اندرجت مجموعة من التساؤلات وفق الفرضيات ،كالتالي:

- هل ساهم الفايسبوك في الحد من نشر الصور الكاريكاتورية المسيئة لنبي الأمة؟

- كيف يؤثر الفضاء الجامعي على السلوكيات الاتصالية للطلبة من خلال التواصل

عبر الفايسبوك؟ .

- هل توجد فروقات في تآثر الطلبة بالحملات الفايسبوكية انصرة نبي الأمة؟ .

*إن الرد على الرسوم الكاريكاتورية المسيئة لشخص الرسول عليه الصلاة

والسلام جاء وفق الفرضيات المسطرة في دراستنا الميدانية والتي أفرزت عدة

نتائج أبرزها ما يلي:

- إن استخدام الانترنت في جامعة مستغانم شغل حيزا واسعا لدى الطلبة وصل

إلى حد الاستخدام اليومي وهذا بنسبة متساوية بين الذكور والإناث كما أن اغلبهم

من المقيمين بالإحياء الجامعية والملاحظ أيضا هو ان اغلبهم يمتلكون حسابا في

الفايسبوك باعتباره الوسيلة الأكثر شيوعا في الآونة الأخيرة والتي أصبحت عاملا

مهما للتواصل بين الأفراد.

- شكل الفيسبوك قاعدة هامة ومرجعية أساسية فأصبح محورا أساسيا لتجمع الطلبة

وتوحيد صفوفهم حول الرد على الإساءة التي شنتها مجلة شارلي ابيدو مؤخرا

ولعل هذا التفاعل يعكس كون أن أفراد العينة طلبة جامعيين وأيضا نوع التخصص

أي إعلام واتصال، إذ إن تفاعلهم في هذا المجال يكون على عكس التخصصات

الأخرى، فمضمون الرد يكون إعلاميا نوعا ما وهذا ما لاحظناه من خلال تغيير

الاطار التطبيقي

صور البروفایل، وبعض الطرق الإعلامية، التي تعكس طبيعة الميزة الإعلامية الغالبة على أفراد العينة .

- تؤثر العوامل الاجتماعية الجامعية على التفاعل مع الأحداث الجديدة عبر الفيسبوك وهذا ما لاحظناه من خلال عدة تفاعلات كإنشاء صفحات جديدة أو الانتماء إلى مجموعات خاصة بالطلبة الجامعيين ، وهذه الأخيرة يتم الحديث عنها بكثرة أثناء التواجد بالإقامة في أماكن تواجد الانترنت خاصة وان هذا الرسوم الكاريكاتورية المسيئة للرسول عليه الصلاة والسلام أصبحت حديث الساعة فنجد أن هذه العلاقات الاجتماعية بين الطلبة ساهمت في نشر وتداول أفكار جديدة للنصرة

- لقد اختلفت طرق الطلبة وتباينت حول نصره الرسول عليه الصلاة والسلام فهناك من جعل من تعليقاته عبر الفيسبوك وسيلة للرد وطرحا متميزا لما يحمله من أفكار جديدة وهناك من لجأ إلى وضع فيديوهات للتعريف بشخص الرسول عليه الصلاة والسلام و هذا ردا عن المضامين التي طرحها شارلي ابيدو والتي حاولت إعطاء صورة سيئة عن نبي الأمة فحاول الطلبة حينها نشر مكارم أخلاق الرسول صلى الله عليه وسلم من خلال عدة طرق وكذا نشر مقالات خاصة بالتعريف بنبي الأمة شملت العديد من اللغات .

*وعموما يمكننا القول بان: أغلبية الطلبة ساهموا في الحراك الفيسبوكي للتوجه نحو نصره نبي الأمة ومحاولة منهم للرد عن المضامين السيئة التي طرحتها شارلي ابيدو في مجلتها محاولة تشييه صورة نبي الأمة ،فلقي هذا الموضوع إقبالا واسعا من طرف الطلبة للرد عن الإساءة فاستخدموا الفيسبوك بصورة واسعة نظرا لسهولة استخدامه ووصفه يحمل رسائله إلى العالم اجمع .

توصيات:

الاطار التطبيقي

- تفعيل مواصلة تفاعل الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والمشاركة في هذه المواقع مما يكسب ثقة صناع القرار وحتى الجمهور العادي .
- لعب العالم الافتراضي مؤخرًا دورًا هامًا في توعية أفراد المجتمع والرد على إساءات الغرب، وكان له تأثير واسع لمختلف شرائح المجتمع .
- أن دور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح فاعلاً في حياة الإنسان المعاصر، إلى درجة أنه أصبح قادراً على المشاركة والتفاعل مع جميع الأحداث وعلى نطاق واسع .
- العمل على وضع مجموعات في المواقع التواصل وتكون متناسبة مع الشريعة الإسلامية من أجل نشر الإسلام على نطاق واسع .
- "مواقع التواصل الاجتماعي مثل المقهى المتواجد في قرية صغيرة حيث يجتمع الناس والجيران والمسافرين الرحل لتبادل المعلومات والأخبار، الفرق أنك لن تستطيع حمل هذا المقهى بجيبك" هي مقولة تتماشى وتجمعات الطلبة حول أماكن تواجد الانترنت بالأحياء الجامعية حيث يجتمعون بها وتطرح هناك أفكار جديدة ويتم التفاعل مع هذه الأحداث الجديدة مثل ما حدث مع قضية الإساءة التي طرحتها جريدة شارلي ابيدو ضد نبي الأمة وما تجلى عنها من ردود فعل في الفيسبوك و التي شكلت رداً حديثاً بطرق وأفكار جديدة من شأنها الرد على الإساءة وتوضيح صورة الرسول عليه الصلاة والسلام على أحسن وجه خاصة بعد حملة الإساءة التي كان غرضها تشويه صورة نبي الأمة.
- تسليط الضوء على سبل نشر مفاهيم والوسطية والاعتدال عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

- الإشارة إلى المعوقات التي تعترض سبل نشر مفاهيم والوسطية والاعتدال عبر شبكات التواصل الاجتماعي أهمها عدم تفاعل بعض الطلبة مع ما يتم نشره من تعليقات ومقالات وفيديوهات ..مواكبة لنصرة الرسول عليه الصلاة والسلام. وعموما يمكننا القول بان:

لا شك أن وسائل الاتصال الحديثة أصبحت أكثر فاعلية وجاذبية، وذلك بخلق فضاء مفتوح لنقل المعرفة والثقافة وتقارب بني البشر في مختلف البلدان، وزيادة وتجديد اهتماماتهم في مجالات عديدة ومتنوعة: سياسية أو تربوية أو اقتصادية أو معرفية أو ثقافية...من شأنها إزالة الستار التعقيم الإعلامي الذي تمارسه بعض وسائل الإعلام، مما جعل الكثيرين يلجأون لوسائل الاتصال الرقمية كوسائل بديلة أو إعلام بديل ، ولقد أصبح للاتصال الرقمي أثر بارز في نشر مفاهيم وقيم جديدة خاصة خلال الأحداث الجديدة المترتبة عن الإساءة التي طرحها شارلي ابيدو فكان الرد عبر شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة حديثة من شأنها المساهمة في طرح متميز ووسطي للحد من الحملة العنيفة التي شنتها جريدة شارلي ابيدو والتي كان هدفها الأساسي تشويه صورة الإسلام عن طريق المساس بشخص الرسول عليه الصلاة والسلام.

-من خلال دراستنا لاحظنا أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر اهتماما وتفاعلا مع القضايا والشؤون العامة ولكونها من القطاعات التي تواكب التطورات التكنولوجية والعلمية وغيرها الأمر الذي يدعو القائمين عليها إلى تشجيع المنتسبين إليها لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ونظرا لأهمية الدور الذي باتت تلعبه هذه المواقع في العديد من المجالات الحياتية .



الإطار المنهجي

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث:

تطور الإساءة لنبي الإسلام وردود الفعل المجسدة عبر
الفايسبوك .

المبحث الأول: كرونولوجيا الإساءة لشخص نبي الإسلام .

المبحث الثاني: بطاقة فنية عن جريدة شارلي ايبدو.

المبحث الثالث: ردود الفعل ضد الرسومات الكاريكاتورية لشارلي
أيبدو المسيئة لنبي الإسلام .

الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي .

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي (مفهوم- نشأة- أنواع).

المبحث الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثالث: التأثيرات الايجابية و السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.

فهرس المواضسع

مقدمة.....	اب
الإطار المنهجي.....	07
1. موضوع البحث.....	07
2. عرض الإشكالية.....	07
3. تساؤلات الدراسة.....	08
4. فرضيات الدراسة.....	08
5. دوافع اختيار الموضوع.....	09
6. أهداف الدراسة.....	10
7. أهمية الدراسة.....	10
8. منهج الدراسة-نوع الدراسة.....	11
9. أدوات جمع المعلومات.....	12
10. تحديد المفاهيم.....	15
11. الدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منها.....	16
الفصل الأول: مدخل إلى الإعلام الجديد.....	22
المبحث الأول: تعريف الإعلام الجديد.....	23
المبحث الثاني: أقسام الإعلام الجديد وخصائصه.....	27
المبحث الثالث: وظائف الإعلام الجديد.....	29
الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي.....	39
المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي (مفهوم- نشأة- أنواع).....	40

فهرس المواضيع

المبحث الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....55

المبحث الثالث: التأثيرات الايجابية و السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.....61

الفصل الثالث:

تطور الإساءة لنبي الإسلام وردود الفعل المجسدة عبر الفايسبوك.....65

المبحث الأول: كرونولوجيا الإساءة لشخص نبي الإسلام66

المبحث الثاني: بطاقة فنية عن جريدة شارلي ايبدو.....68

المبحث الثالث: ردود الفعل ضد الرسومات الكاريكاتورية لشارلي أيبدو المسيئة لنبي

الإسلام76

الاطار التطبيقي.....80

خاتمة.....ج

الملاحق.....112

الفهرس.....118

قائمة المراجع.....121



خاتمة

الفصل الأول: مدخل إلى الإعلام الجديد.

المبحث الأول: تعريف الإعلام الجديد.

المبحث الثاني: أقسام الإعلام الجديد وخصائصه.

المبحث الثالث: وظائف الإعلام الجديد.

مقدمة

خاتمة :

لقد أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير علاقات بين الناس الاجتماعية ، فظهرت في الآونة الأخيرة ما سمي بمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت وهي ناتج طبيعي نشأ لاحتياج الأشخاص والأفراد إلى وجود علاقات إنسانية فيما بينهم وفتح مجال للحوار التفاعلي بشكل متطور وبشكل واسع وإعادة العلاقات بين الأفراد وبعضهم سواء كانوا زملاء مدرسة أو جامعة أو لهم صلة ما بعض .

وتعد الشبكات الاجتماعية من أكثر المواقع التي يستخدمها الإنسان في الآونة الأخيرة لما لها من مميزات وانتشار وتفاعل وتستخدم للتعبير الحر عن ما يراه الإنسان وتشجعه على رصد أفكاره بصفة مستمرة واشتراكه مع الآخرين في نفس الأفكار أو تشجيع فكر معين أو رأي معين أو تقديم مجال اهتمام واحد .

وبما أن الشبكات فرضت نفسها بشكل فعال على مستخدمي شبكة الانترنت ودائما ما تشعر من الدعوات التي تستقبلها يوميا من هذه المواقع بأنك محاصر من جميع الأشخاص سواء من تعرفهم أو يرسلون لك دعوة للتعرف عليهم أو من يقترح عليك من المواقع أن يكونوا ضمن مجال اهتمامك وغيرها ، وهناك تقريرا عالميا حصر أن أعلى نسبة استخدام من جانب المهتمين بتطبيقات الويب 2 لهذه الشبكات الاجتماعية .

ولا يخفى على الدور الفعال التي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي بتونس ومصر وليبيا حيث كانت من أهم الوسائل التي استخدمتها الثوار للدعوة للتظاهرات وذلك عما عن طريق الصفحات الشخصية لهم أو عن طريق الصفحات أو المجموعات المشتركة بها ، ولكن لم يلعب موقع الفيسبوك دورا هاما في قضية الرسومات الكاريكاتورية المسيئة للرسول الكريم عليه الصلاة والسلام .