

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم  
كلية العلوم الاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال  
تخصص صحافة مكتوبة واتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر الموسومة بـ

استخدام الطالب الجامعي لمواقع  
التواصل الاجتماعي

(الفييس بوك نموذجاً)

تحت إشراف الأستاذ  
\*بن شعبي محمد\*

من إعداد الطالبة:  
\*قيزان فتيحة\*

السنة الجامعية: 2016/2015

# دعاء \*

يا رب .. لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت ..  
ولا أصاب باليأس إذا فشلت ..  
بل ذكرني دائما بأن الفشل ..  
هو التجارب التي تسبق النجاح.

يا رب .. علمني أن النجاح هو أكبر مراتب القوة ..  
وأن حب الانتقام هو أول مظاهر الضعف.

يا رب .. إذا جردتني من المال أترك لي الأمل ..  
وإذا جردتني النجاح أترك لي قوة العناد ..  
حتى أتغلب على الفشل ..  
وإذا جردتني من نعمة الصحة فاترك لي نعمة الإيمان.

يا رب .. إذا أسأت إلى الناس فأعطني شجاعة الاعتذار ..  
وإذا أساءت لي الناس فأعطني شجاعة العفو.

يا رب .. إذا أعطيتني مالا لا تأخذ سعادتني ..  
وإذا أعطيتني تواضعا لا تأخذ اعتزازي بكرامتي.

أمين يا رب العالمين

# شكر وتقدير

بداية أشكر الله العظيم رب العرش العظيم الذي وفقني إلى طلب العلم وإنجاز هذا العمل

وسدد خطاي أسأله أن يتقبله مني.

ثم أتقدم بالشك والعرفان إلى الأستاذ الفضيل "بن سعبي محمد" على تشجيعه ومشاركته

في اختيار موضوع البحث وإعطائي فكرة عنه وتشجيعه لي للخوض فيه فقد كان نعم

المشرف.

كما لا أنسى الشكر لكل من ساعدني في إتمام هذا العمل من أستاذة وطلبة.

# إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ... ولا يطيب اللحظات إلا بذكرك ... ولا يطيب الآخرة إلا بعفوك ... ولا تطيب الجنة إلا برويتك.

الله جل جلاله

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ... ونصح الأمة ... إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى من كلله الله بالهبة والوقار ... إلى من علمني العطاء دون انتظار ... إلى من أحمل اسمه بكل افتخار ... أرجو من الله أن يمد في عمره لتري ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار إلى "أبي" العزيز.

إلى ملاكي في الحياة ... إلى من أرضعتني الحب والحنان ... إلى رمز الحب وبلسم الشفاء ... إلى بسملة الحياة وسر الوجود ... إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي ... إلى "أمي" الحبيبة.

إلى أختي خيرة.

إلى من أحببتهم وأحبوني ... إلى صديقتي نعيمة ...

إلى أختي الصغرى توأم روحي ورفيقة دربي ... إلى صاحبة القلب الطيب ربعة نزيهة

إلى كل من يحملهم قلبي ولم يذكرهم قلمي.

## مقدمة

شهدت تكنولوجيا الاتصال تطورات مذهلة منذ نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، وازدادت أعداد المستخدمين لما يصوره متلاحقة، حيث أصبحت هناك وسائل أقوى وأسرع بعد دخول الانترنت عملية الاتصال فأدى ها التطور على أن يصبح العالم أشبه بالقرية الصغيرة، ويرجع الفضل في ذلك إلى ظهور تطورات متلاحقة لشبكة الانترنت.

فقد انتشرت شبكة الانترنت بسرعة كبيرة فهي ساحة مفتوحة في متناول الجميع للبحث عن المعلومات عن طريق محركات البحث.

وقد أدى التطور في تكنولوجيا الاتصال إلى عدد من التأثيرات التي أثرت على حياتنا اليومية، ومن هذه التأثيرات ظهور ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، فأتاحت عصرا جديدا من الاتصالات التفاعلية بين الأفراد لكي يتصلوا ببعضهم البعض في أي مكان في العالم.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الانترنت، لا يفصل بينهم اية عوامل السن أو النوع أو المهنة أو الجنسية، فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة، وهو ما يجعل الشباب أكثر تعرضا لهذه المواقع، وبالعودة على أهم تجليات الانترنت وهو ظاهرة الفيس بوك Face book، نظرا لإقبالهم المتزايد على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك Face book أكثر من فئة أخرى، وذلك بسبب بعض العوامل النفسية والاجتماعية المتمثلة في رغبة الشباب في إقامة علاقات وصدقات مع الآخرين في مختلف دول العالم، حيث يختلط الشباب في هذا الموقع على شكل مجتمع افتراضي يحمل مساحة هامة وهامش كبير من الحرية في إبداء الآراء والتنظير بالأفكار والمبادئ سواء كانت اجتماعية لسياسة أو ثقافة وغيرها...

قد أصبح موقع الفيس بوك Face book يؤثر في الجماهير عامة والشباب خاصة لتوصيل الرسائل الإعلامية والتأثر في عقولهم، أفكارهم وسلوكياتهم.

لقد أبان هذا العالم الافتراضي على قدرة الشباب لو أتاحت له الفرص على التغيير والمساهمة في التنمية ومحاربة الفساد والعمل على التحرر والتثبت بالثوابت والدفاع عن الحقوق، ويوجد قدر كبير من التنوع والاختلاف والنقاش، إنه عالم افتراضي طبق الأصل لعالمنا الحقيقي بفارق أنه العالم الافتراضي يتفوق على عاملنا بهامش الحريات وسهولة التنقل والسفر عبر الثقافات والحضارات دون الحاجة إلى تأثيره أو ترخيص أو حتى مراقبة وبالتالي لا جزاء ولا عقاب عالم لا يحكمه قانون ولا دستور ولا رئيس ولا مؤسسات.

إنه عالم للحب والزواج وتكوين الصداقات وإنشاء الأعمال وترويج المنتجات كما انه عالم لتبادل الأفكار والنقاشات والمعلومات.

وانطلاقاً من هذه الدراسة، نلقي الضوء على الطليبة الفيسبوكيون من خلال الاستخدامات والإشباعات الاهتمام بمدى استعمالهم للشبكة الاجتماعية الفيس بوك والإشباعات التي يتحصلون عليها من خلال التعرض لهذه الشبكة، وبهذه المقاربة يتناول هذا الموضوع من خلال الإطار المنهجي بتحديد أهداف الدراسة وأهميتها إلى جانب الإشكالية وتساؤلاتها، وعرض المنهجية المتبعة من خلال المنهج وأداة البحث إضافة إلى مجتمع البحث والمفاهيم الأساسية للدراسة إلى جانب الدراسات السابقة، أما الإطار النظري فيحمل فصلين متضمنين مبحثين وأربع مطالب تتمثل فيما يلي:

اشتمل **الفصل الأول** على استقطاب المواقع الاجتماعية للشباب، المبحث الأول متضمنا الطال الجامعي ومرحلة الشباب، والمبحث الثاني متضمنا ماهية الشبكات الاجتماعية.

أما **الفصل الثاني** اشتمل المقاربات النظرية والفييس بوك، المبحث الأول متضمنا نظرية الاستخدامات والإشباع، والمبحث الثاني متضمنا التعريف بموقع الفييس بوك.

أما الإطار التطبيقي الخاص باستخدام الطلبة لشبكة الفييس بوك من خلال التعرف على حاجات ودوافع الاستخدام بالإضافة إلى محرر الفييس بوك والطالب الجامعي ثم الوصول إلى نتائج الدراسة التي توصلنا إليها ميدانيا وأخيرا الخاتمة العامة.

### الدراسة الاستطلاعية:

قمنا بدراسة وملاحظة أولية في ميدان البحث اتضح من خلالها أن هناك نوع من التواصل عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" داخل الوسط الجامعي بكلية الطب بمستغانم ومنه قمنا بصياغة الفرضيات بعد إجرائنا لنوع من سبر الآراء لعينة من طلبة كلية الطب.

### أهداف الدراسة:

يهدف كل بحث علمي إلى الوصول إلى هدف معين ليزيل الغموض حول الموضوع بغرض الكشف عن حقيقة معينة أو تحضير لظاهرة ما، ودراسة بدون أهداف من الفوضى، وتؤدي حتما إلى عدم التحكم في الموضوع المراد دراسته، لذلك يمكن إيجاز أهداف الدراسة فيما يلي:

- 1) الإطلاع على أهم الخدمات التي يفضلها الطلبة الجامعيين في موقع الفييس بوك.
- 2) معرفة دوافع ارتباط الطلبة بهذه المواقع.
- 3) التعرف على مدى أهمية وجود هذا الموقع في حياة الطالب.
- 4) الكشف عن مدى استخدام الطالب الجامعي لموقع الفييس بوك.
- 5) معرفة الفروق بين الجنسين والمستوى الجامعي لإشباع حاجات معرفية وعاطفية من استخدام الفييس بوك.

### أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج إحدى مواضيع الساعة تكمن هذه الأهمية في:

- تناولها لموضوع المواقع الاجتماعية (الفييس بوك) باعتبارها الأكثر استخداما في الآونة الأخيرة.
- تسليط الضوء على الطالب الجامعي كفئة مهمة في المجتمع باعتباره الأكثر وعيا وتعلما.
- الفييس بوك الذي شهد إقبالا ملحوظا في الوسط الجامعي.

### أسباب اختيار الموضوع:

يمكن تلخيص الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع للبحث فيه، فيما يلي:

#### - الأسباب الذاتية:

- ✓ معرفة مدى استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك)
- ✓ انتمائنا للفئة الممثلة واستخدامنا لهذا الموقع.
- ✓ الفضول في التعرف على مدى أهمية وجود هذا الموقع في حياة الطالب الجامعي.

#### - الأسباب الموضوعية:

- ✓ انتشار الاستعمال المتزايد لهذا الموقع.
- ✓ جعل هذا الموقع بمثابة النقل السريع للمعلومة مهما كان نوعها.
- ✓ أهمية هذه الفئة في المجتمع انطلاقاً من اعتبارها الشريعة المثقفة بالإضافة إلى حجمها بين المجتمع الجزائري.
- ✓ الكشف عن الجديد المتعلق بهذا الموضوع.

#### إشكالية الدراسة:

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

هذه التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال غيرت العديد من المفاهيم والأدوار، فالانترنت مثلا لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات وإرسالها فقط وإنما أصبح لها العديد من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية فثورة الجيل الثاني من الانترنت بمختلف وسائلها التي تأتي في مقدمتها مواقع الشبكات الاجتماعية مثل "الفيس بوك" أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار استطاعت أن تجعل الشباب يتعلقون بها بشكل كبير نظرا للخدمات المتعددة التي أقامتها والتي تتعلق بالدرجة الأولى، باهتماماتهم وتطلعاتهم، فيوقع "الفيس بوك" الذي أنشأه الأمريكي اليهودي "مارك زوكر بيرغ" عام 2004، بغية ضم أصدقاء الجامعة وضممان استمرارية التواصل فيما بينهم، أضحى اليوم يضم ما يفوق نصف المليار مشترك ليصبح من أكثر المواقع استخداما، نظرا للخدمات المتنوعة التي يقدمها وطبيعة التواصل الاجتماعي التي يتيحها، إن استخدامه هذه المواقع وإن كان يعبر عن صيحة تكنولوجية لافتة تساهمت بشكل كبير في ربط العديد من العلاقات بعد إلغائها لجميع المسافات إلا أنه يحيلنا أيضا الدور الخطير الذي تقوم به الانترنت في عزل الأفراد اجتماعيا وتفكيك العلاقات بينهم، فالأفراد أصبحوا وقتنا طويلا في التعامل مع الكمبيوتر والانترنت ضمن فضاء المجتمع الافتراضي بطريقة لافتة تستدعي الاهتمام.<sup>1</sup>

نلاحظ أن الانترنت لا يقتصر استخدامها كوسيلة اتصالية تفاعلية فهي بذلك احتلت مكانة هامة في حياة كل فرد يسعى إلى بلوغ العلم والمعرفة وإلى تحقيق تواصله الاجتماعي، خاصة الفرد المثقف حيث لاحظنا في الآونة الأخيرة إقبالا متزايدا على الانترنت من طرف النخبة المثقفة عامة والطالب والأستاذ خاصة، وهذا لما توفره من مرونة في الحصول على المعلومة ونقلها وتبادلها بشكل سريع وغير مكلف خاصة على مستوى التعلم العالي مع بعض الطلبة إذ تساهم في إثراء البحوث العلمية والأكاديمية.

<sup>1</sup> - حلمي خضر ساري، ثقافة الانترنت، دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2005، ص 17.

كما تساهم كوسيلة اتصالية تفاعلية في تسهيل وتفعيل التواصل داخل الوسط الجامعي وذلك من خلال مواقعها الاجتماعية عامة وموقع الفيس بوك خاصة الذي شهد إقبالا متزايدا في هذا الوسط من طرف طلبة كلية الطب والأساتذة وذلك لما يتيح من فرص تبادل النقاش والحوار حول مختلف المواضيع العلمية والمعرفية والاجتماعية وهذا ما يقودنا إلى الإشكالية التالية:

### • ما أثر استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي؟.

وستقوم من خلال هذه الدراسة بالبحث في أثر استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال دراسة عينة من طلبة كلية الطب لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي التي تسمح بنسج علاقات اجتماعية افتراضية، ومن أجل تبسيط دراستنا نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الدوافع والحاجات التي نكمن وراء استخدام الطالب الجامعي لموقع الفيس بوك؟.
- ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" لدى الطالب الجامعي؟.

منهج الدراسة:

المنهج لغة:

هو الطريق ومنه نهج الطريق بمعنى أبانه وسلكه أما اصطلاحا، فهو الطريق المؤدي للكشف عن حقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير الفعل وتعدد عملياته حتى تصل إلى نتيجة معلومة.

## الإطار المنهجي

تندرج دراستنا ضمن الدراسات الضمنية الذي يقوم مع وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة، والعوامل التي تتحكم فيها، واستخلاص النتائج لتعميمها، ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة وذلك من خلال تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها، وبشمل هذا المنهج الوصفي أكثر من طريقة.<sup>1</sup>

اعتمدنا منها على أسلوب المسح لأنه يشمل على جمع البيانات والمتغيرات لعدد من الأفراد ويطبق هذا الأسلوب في كثير من الدراسات من أجل وصف الوضع القائم للظاهرة بشكل تفصيلي ودقيق.

### أداة الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبيان الذي يعتبر عن أدوات البحث الأساسية الشائعة للاستعمال خاصة علوم الإعلام والاتصال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها في مجال المبحوث.

وفي البحث العلمي يعرف على أنه تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها من الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة.<sup>2</sup>

وبالتالي تم استبيان لأنه يعد الأداة الملائمة لمنهج المسح إضافة إلى أنه يؤدي الغرض للحصول على المعلومات التي تتطلبها الدراسة وهو مناسب لطبيعة أهدافها.

<sup>1</sup> - محمد الصاوني محمد مبارك، البحث العلمي، أسسه وطريقه وكتابته، ط1، المكتبة الأكاديمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996، ص 30.

<sup>2</sup> - بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 2، الجزائر، ديون المطبوعات الجامعية، 2005، ص 200.

### مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة حسب "مادلين قرافيت" بأنه دور مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التفسير<sup>1</sup>، ومجتمع دراستنا هو طلاب كلية الطب عبد الحميد بن باديس بمستغانم، باعتبارها أحدث الكليات بولاية مستغانم:

- قلة احتكاك هؤلاء الطلبة بآخرون من تخصصات أخرى وبالتالي رأينا هذا مجالا (ميدانا) جديدا، بحث البحث تفاديا لتكرار ما تم البحث فيه سابقا.

### عينة الدراسة:

لا يمكن حصر مجتمع البحث بصورة كلية ولذلك تم اختيار عينة غير احتمالية وهي تلك العينات التي لا تعتمد اختيار المفردات المدروسة فيها على العشوائية وإنما على الباحث نفسه ومدى معرفته بالمجتمع المدروس ومن أنواع هذه العينة، العينة الصدفية، الحصصية، القصدية، ولقد اخترنا أن تكون من نوع قصدية<sup>2</sup>، والتي تعرف تحت أسماء متعددة مثل "العينة الفرضية أو العينة العمدية أو العينة النمطية" وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات المتمثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر - بوزيد صحراوي وآخرين، ط 2، دار القصة، الجزائر، 2006، ص 62.

<sup>2</sup> - اسماعيل عبد الفتاح، محمود منصور، البحث الإعلامي، اتجاهات وقرارات في حلقة البحث العلمي الصحفي والإعلامي، ديوان المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، ص 54.

<sup>3</sup> - أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، 81.

### مفاهيم الدراسة:

يقصد بتحديد المفاهيم: تبيان ما تعنيه من مقاصد وتوضيح ما تتضمنه من معان، وما تظهره من صفات، ويتضح المفهوم عندما يعقله الإنسان ويميزه عن غيره الذي يشترك معه في الصفات.<sup>1</sup>

### 1) الاستخدام:

#### أ. لغة:

الاستخدام: الاستعمال Using, Utilisation, employment

استخدام: توظيف، تشغيل Employérent, Living, recrutement<sup>2</sup>

#### ب. اصطلاحاً:

في الواقع يعرف هذا المفهوم معاني متعددة ومختلفة منها تعريف (لكروا) حيث يعرف الاستخدامات على أنها استخدامات تظهر وتبرر بصورة منتظمة على نحو كافي بحيث تشكل عادات منهجية في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقاً وتعيد إنتاج نفسها، وربما مقاومة الممارسات المنافسة لها أو المرتبطة بها.<sup>3</sup>

#### ج. إجرائياً:

بالاستخدام في دراستنا عملية التصفح التي يقوم بها طلاب كلية الطب، الفيس بوك وعادات وأنماط هذا التصفح.

<sup>1</sup> - عقيل حسن عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، ط 1، مكتبة مدبولي، ديلد، 1999، ص 05.

<sup>2</sup> - البصليكي (روحي)، قاموس ثلاثي، عربي-إنجليزي-فرنسي، ط 4، بيروت، دار العلم الملايين، 2008، ص 105.

<sup>3</sup> - بعلي محمد، الاتصال الأسري ومتغيرات المجتمع المعلوماتي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة وهران، 2004، ص 41.

### (2) الطالب الجامعي:

#### أ. لغة:

من طلب وطلبه طالبا: تباعد ليطلب وفلانا أسعفه بما طلب، وأعانه عليه، ويقال أطلب فلانا، الشيء وأحوجه وألجأه إلى الطلب وطلبه بحقه.

مطلبة وطلابا يجر الطاء طلبه منه، وطلاب، المطلوب والطلب، المطلوب يقال هي طلب فلان: إذا كان يهواها والطالب يقال هو طلب تساء وهي طلب رجال (ج) أطلاب ومطلبة.<sup>1</sup>

#### ب. اصطلاحا:

الطالب هو الذي يطلب العلم، ويطلق عرفا على التلميذ في مرحلتي التعليم الثانوي والعالى، والجامعة هي مجموعة معاهد علمية تسمى كليات تدرس فيها الآداب والفنون والعلوم.<sup>2</sup>

#### ج. إجرائيا:

الطالب الجامعي هو الذي يدرس في كلية الطب، جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، موقع خروبة.

### (3) الشباب:

المعنى اللغوي يقصد بالشباب الأفراد الذين لديهم في مرحلة المراهقة أي الأفراد ما بين البلوغ الجسمي والنضج والدين وتتراوح أعمارهم بين 15 سنة و35 سنة وتتميز هذه المرحلة بأنها انتقالية إلى الشعور بالرجولية بالنسبة للذكور والأمومة بالنسبة للإناث غير أن الفترة التي تنتهي فيها مرحلة الشباب غير محدودة قد يدها البعض إلى سن الثلاثين ويتحدد مفهوم الشباب أيضا على فكرة المسؤولية فيصبح الشباب إذا تحمل مسؤولية معينة.

<sup>1</sup> - أبن المنظر، لسان العرب، المجلد الخامس، ط 1، دار صادر، بيروت، 2000، ص 31.

<sup>2</sup> - إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، الجزر الأول، ط 2، القاهرة، 1972، ص 221.

لكن الشباب الذي يقوم بأي دور في المجتمع يفشل في اكتساب الإحساس بالمسؤولية والعناية بالنضج النفسي الذي يتعرض له الفرد خلال هذه المرحلة.<sup>1</sup>

المعنى الإجرائي يعد تحديد المفهوم الإجرائي أمرا وذلك من خلال اعتماد المتغير الخاص بالسن الذي يساعدنا في اختيار عينة البحث ولا يعد هذا حصرا مني لهذه الشريحة فقط بل اعتمدت على الطلبة كلية الطب الذين يستعملون الفيس بوك كوسيلة اتصالية لتبادل المعارف والخبرات وبناء العلاقات الاجتماعية

### 4) الفيس بوك:

#### أ. المفهوم الاصطلاحي:

موقع ويب التواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن المستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور التي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.<sup>2</sup>

#### ب. المفهوم الإجرائي:

عبارة عن موقع للتعارف والتواصل ومراسليه ومن الممكن أن نستخدمه كل فئات المجتمع دون استثناء، وهو مزج بين شعوب العالم في مكان افتراضي لا يمكن الوصول إليه بالحقيقة.

<sup>1</sup> - عماد بوحوش، محمد الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 03.

<sup>2</sup> - <http://ahmedsat34ahlamontada.com.it392>. Le 25/01/2016 a 15 :00.

### المدخل النظري للدراسة:

لقد اهتم الباحثون بالاستخدام الوظيفي لوسائل الاتصال من خلال تحديد ما يفعل الناس بها، من خلال الاتجاه الذي يبحث فيما تفعله وسائل الإعلام للناس، ومن ثم ظهور مدخل الاستخدامات والإشباع الذي اعتمد على الأساس الوظيفي لوسائل الإعلام، والذي يرى أن تحديد أثر وسائل الإعلام في المجتمع يمر عبر تحديد استخدامات هذه الوسائل من قبل الجمهور، وعموما هيمنت المدرسة الوظيفية على البحوث والدراسات التي اهتمت بشبكة الانترنت بصفة تامة.

مدخل الاستخدامات والإشباع ويعني تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، ويعتبر الجمهور في هذا المدخل نشاطا ويمكن تحديد الإشباع التي يريد الحصول عليها، ويهتم هذا المدخل بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، ويرتكز على ما يفعله الأفراد بوسائل الاتصال الجماهيري، وعلى كيفية استجابة وسائل الإعلام لدوافع واحتياجات الجمهور والتركيز الأساسي على تأثير هذه الوسائل على حياة الناس، وتعود جذوره إلى أربعينات القرن العشرين، حيث أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام التي بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رأي الجمهور على أنه سلبي إلى أنه عنصر فاعل في انتقاء الرسائل والمضامين الإعلامية وكان ذلك ردة فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام كما في نظرية الرصاصة ونظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، وقد تعددت توجهات الباحثين في تحديد فرضيات يقوم عليها مدخل الاستخدامات والإشباع، ومن تلك الاتجاهات ما يلي:

## الإطار المنهجي

- أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودون لتلبية حاجاتهم.
- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن حاجات يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته فالأفراد هما الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.<sup>1</sup>

ونجد أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يتميز بعناصر عديدة أهمها:

### 1- مفهوم الجمهور النشط:

ظهر مفهوم الجمهور غير الخامل (النشط) الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب له الملبي لحاجاته، وبذلك تحولت دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الإعلام من الإجابة على السؤال ماذا؟ إلى الإجابة على السؤال لماذا؟ للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام وهو ما يعرف بدوافع المشاهدة ويتحدد مفهوم الجمهور النشط بما يلي:

#### • الانتقائية في الاختيار:

حيث يقوم الجمهور باختيار وسيلة اتصالية معينة ويختار التعرض لمضمون معين فيها.

#### • الانتفاع:

حيث أن جمهور وسائل الاتصال المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة.

<sup>1</sup> - حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2007، ص 376.

### • الاختيار المتعدد:

يتعمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة إعلامية معينة لإشباع حاجة ما، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة الإعلامية.

### • الاستغراق:

ويحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، حيث أن استغراق الجمهور مع المضامين الإعلاميين وخاصة التلفزيون يعتمد على توحيد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية ويرى (ليفرويندل) أن استغراق الجمهور يمكن أن يحدث قبل وأثناء أو بعد التعرض لمحتوى وسائل الإعلام.

### • محدودية التأثير:

هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه.<sup>1</sup>

## 2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الاتصال:

### (أ) الأصول الاجتماعية:

يتميز جمهور وسائل الإعلام بوجوده داخل بيئة اجتماعية معينة ومن خلال تفاعله مع هذه البيئة، تتولد لديه مجموعة من الحاجات تسهم وسائل الاتصال في إشباع جزء منها، كما أن انتماء جمهور وسائل الإعلام إلى المحيط الاجتماعي يؤثر في جميع سلوكياته الاتصالية والطرق التي يستخدمها لتفسير معاني الرسائل<sup>2</sup>، وقدمت عديد من الدراسات الدليل على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع والعمر والمهنة، المستوى التعليمي والمستوى الاجتماعي والاقتصادي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - صفاء فوزي، علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكتروني، دراسة ميدانية على عينة من الريف والحضر، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003، ص 176-195.

<sup>2</sup> - حسن حمدي، وظائف الاتصال الجماهيرية، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مصر، دار الفكر العربي، 1991، ص 22.

<sup>3</sup> - حين عماد مكاي وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 3، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003، ص 244.

### ب) الأصول النفسية:

لاستخدامات وسائل الاتصال تؤدي الاستخدامات في بعض الأحيان إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة إلى إشباع وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الإعلام، حيث يقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقت للظروف النفسية بينهم، حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم، ويحقق التعرض لوسائل الاتصال العلاج الأمثل لمثل هذه المشكلات.<sup>1</sup>

### 3- دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام:

صنف كل من Katz و Gurovtch و Hass الحاجات المرتبطة بوسائل الإعلام إلى خمس فئات تتمثل أساسا في حاجات معرفية، أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام، حاجات عاطفية كالحاجة إلى الإحساس بالإخوة، والمحبة والفرح، حاجات اجتماعية، حاجات تحقيق الذات، الحاجة إلى الترفيه.<sup>2</sup>

### ❖ الدراسات السابقة:

إن إطلاع الباحث على معظم أو مجمل الدراسات التي تناولت نفس الموضوع أو جانبا مناسباً، يعد أمراً هاماً في توسيع مجال المعرفة لديه أو استكمال جانب لم تتناوله الدراسات قبلاً، وقمت في هذا الجانب بالبحث عن مجمل الدراسات التي تناولت موضوع التكنولوجيا الحديثة، وخاصة تلك الدراسات التي اهتمت بدراسة الانترنت واستخداماتها من طرف الشباب عامة والجامعيين خاصة، أما فيما يخص الدراسات التي اعتمد عليها هي كالآتي:

<sup>1</sup> - هبة شاهين، استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004، ص 239.

<sup>2</sup> - عبد الرحمن عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003، ص 115.

### ✓ الدراسة الأولى:

بعنوان أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم من إعداد الطالب "بورحلة سليمان" وهي أطروحة نوقشت في قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر يوسف بن خدة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال 2007-2008.

وتمحورت إشكالية الدراسة حول سؤال جوهري مفاده:

ما هو أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة وسلوكياتهم؟.

وقد اختار الباحث العينة القصدية وكان عدد مفرداتها 2000 مفردة وكان ذلك في الجامعة المركزية "بن يوسف بن خدة" وزرع عليهم استمارة تتضمن أسئلة مكتوبة وأخرى مغلقة، وتوصل الباحث إلى نتائج نذكر منها:

- أغلبية الطلبة أشاروا إلى أن الانترنت وسيلة مهمة من أجل تطوير خبراتهم العلمية.
- اكتسبت الانترنت طابع اجتماعي في الأوساط الجامعية.
- الانترنت أصبحت تشغل حيزا كبيرا من اهتمامات الطلبة الجامعيين.
- الطلبة يستخدمون الانترنت بنسب كبيرة سواء يوميا أو في نهاية الأسبوع.

أثبتت الدراسة أن استخدام الانترنت من طرف الطلبة لا يجعلهم يكتسبون بعض السلوكيات السلبية غير السوية وهذا لأن الطلبة الجامعيين هم فئة واعية من المجتمع تستخدم الانترنت من أجل التحصيل الدراسي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007، ص 2008.

### ✓ الدراسة الثانية:

بعنوان الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال من إعداد الطلبة "مليكة هارون" وهي أطروحة نوقشت في قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال 2004-2005.

تمحورت إشكالية الدراسة حول سؤال جوهري مفاده:

ما طبيعة الاتصال أوساط الشباب وكيف يجسد قطاع الشباب هذا الاتصال وما مدى استخدام الشباب هذا الاتصال؟، وما مدى استخدام الشباب لتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال خاصة الانترنت؟.

وتضمنت الإشكالية مجموعة من التساؤلات نذكر منها:

- ما طبيعة الاتصال في أوساط الشباب؟.
- ما هي الوسيلة المعتمدة من طرف الشباب في اقتنائهم للمعلومة؟.
- ما هي الوسائل الأكثر استخداما في زيادة رصيدهم المعرفي؟.

وقد اعتمد الباحث في دراسته على العينة القصدية المتمثلة في عينة من شباب ولاية تيبازة وكان عدد مفرداتها 200 مفردة كلها شباب إذا وزع عليهم استمارة البحث التي تحوي على أسئلة متنوعة منها المفتوحة والمغلقة.

وتوصل الباحث إلى نتائج منها:

- ✚ اعتماد معظم الشباب بوسيلة الانترنت واستخدامهم لها بصفة مستمرة.
- ✚ الشباب يرى في الانترنت وسيلة للوصول إلى غايات لم تتحقق له في الواقع.
- ✚ شيوع استخدام الانترنت بين الفئات الشبابية دورا هاما في زيادة التفاعل بينهم.
- ✚ الانترنت وسيلة هامة لتبادل الآراء في مختلف القضايا الاجتماعية، الثقافية الاقتصادية.<sup>1</sup>

### ✓ الدراسة الثالثة:

بعنوان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين "الفييس بوك نموذجا" من إعداد الطالبة مريم مراكشي، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014.

تحدد مشكلة هذه الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ما طبيعة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) والشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين؟.

وتنبثق من هذه الإشكالية جملة من التساؤلات تتمثل في:

- (1) ما هي عادات استخدام موقع الفييس بوك لدى الطلبة الجامعيين؟.
- (2) ما هي المجالات الأكثر استخداما والمفضلة على موقع الفييس بوك لدى الطلبة الجامعيين.
- (3) هل توجد فروق ذات صلة إحصائية في درجات استخدام موقع الفييس بوك لدى الطلبة الجامعيين تبعا لمتغير الجنس (ذكر - أنثى) والسن؟.
- (4) هل توجد فروق ذات صلة إحصائية في درجات الشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين تبعا لمتغير الجنس (ذكر - أنثى) والسن؟.

<sup>1</sup> - مليكة هارون، الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، دراسة ميدانية وتحليلية عينة من شباب ولاية تيبازة، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004-2005.

## الإطار المنهجي

يتمثل مجتمع البحث في الطلبة الجامعيين حيث اعتمدت الباحثة على العينة القصدية المتمثلة في عينة من الطلبة الجامعيين، ويقدر حجم العينة 240 طالب وطالبة من جامعة محمد خيضر – بسكرة.

### توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

جعل الطالب الجامعي من موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" نشاطا أساسيا في حياته وعادة يومية تزامم باقي العادات القائمة مسبقا، وذلك من خلال الساعات الطويلة التي يستغرقها في استخدامه خاصة مع إمكانية استخدام هذا الموقع في البيت.

تم التوصل إلى أن أهم وأكثر المجالات التي يفضلها الطلبة الجامعيون على موقع الفييس بوك هي:

40.8% الدردشة والتواصل مع الأصدقاء.

20.8% نشر الصور

10.8% تبادل آخر الأخبار الشخصية.

6.3% للاستمتاع بالألعاب.

5.8% أداء الواجبات الدراسية والاطلاع على المواد العلمية.

5.4% البحث عن أصدقاء تفتقدهم والتواصل معهم.

2.9% مطالعة الكتب.

0.80% إرسال التهاني بأعياد الميلاد والإجازات.

الطلبة يسعون من خلال هذا الموقع إلى تكوين علاقات اجتماعية والتعرف على أصدقاء جدد من خلال الدردشة عبر موقع "الفييس بوك".

## تمهيد

يمثل الشباب فئة عمرية لها ودورها وأهميتها داخل المجتمع، ونظرا لأنها تحمل في طياتها الأمل في البناء والمستقبل الزاهر لأمتنا، لما تمتلكه من القدرة والحيوية على العمل والتغيير نحو الأفضل فيما يخدم المجتمع، من خلال ما يمكن أن يكتسبه الشباب من خلال الاستخدام الموجه للمدروس لمواقع التواصل الاجتماعي من المهارات والخبرات والقدرات الاجتماعية المفيدة التي توجد وتنمي المسؤولية الاجتماعية فيهم وتجعل منهم منتجين نافعين.

## المبحث الأول: الطالب الجامعي ومرحلة الشباب.

## 1. مفهوم الطالب الشاب:

## (أ) المفهوم الإجرامي للطالب الجامعي:

هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من مرحلة الثانوية إلى الجامعة ليتابع دراسة تخصص علمي ما، وسنه يتراوح بين 18 و30 سنة وبناء على التحديد الإجرامي لمفهوم الطالب الجامعي فإن هذا الأخير ينتمي لفئة الشباب لذلك من الضروري تحديد مفهوم الشباب.

## (ب) التحديد اللغوي لمفهوم الشباب:

اللفظ "شاب" مشتق من الفعل "شب" والجمع "شباب" و"شبيبة" والمؤنث "شابة" والجمع شابان وشواب وشوائب من كان في سن الشباب وهو سن البلوغ إلى الثلاثين تقريبا كما يحددها اللغويون.<sup>1</sup>

يعرف الشباب في المعجم الوسيط على أنه: "من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة، والشباب يعني الحداثة، وشباب الشيء أوله، بينما يشير مختار الصحاح إلى الشباب على أنه: "الشباب جمع شاب وهو أيضا الحداثة، وكذا الشبيبة وهي خلاف الشيب"، أما المصباح المنير فيقول: "شب الصبي يشب من باب ضرب شبابا، شبيبة وهو شاب وذلك قبل سن الكهولة، ويعني النشاط والقوة والسرعة"، قيل: "شبت الناس تشب".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص (رؤية إنسانية)، ط 1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، 2009، ص 15.

<sup>2</sup> - أحمد مصري موسى، المرجع نفسه، ص 16.

**ج) التحديد العلمي لمفهوم الشباب:**

إن تقسيم نمو الكائن البشري إلى مراحل – في الواقع – أمر اصطلاحي فقط لأن واقع الحياة لا يمكن أن يخضع لتقسيم زمني محدد خال من التداخل ذلك لأن حياة الإنسان وحدة متصلة لا يمكن تجزئتها إلى قطاعات ومراحل منفصلة عن بعضها، فالطالب الجامعي لا يبني شخصيته منذ دخوله الجامعة، بل يبدأها رضيعاً في حدود العائلة التي تعمل على تنشئته دينياً واجتماعياً وأخلاقياً، ثم طفلاً في مرحلة التعليم الأساسي يتلقى الأسس المبدئية، ينتقل للاختبار في مرحلة التعليم الثانوي ومحاولة إثبات الذات والدخول إلى عالم الناضجين، متأثراً بمن حوله من أفراد عائلته وأصدقائه، ثم معلميه أو مدربيه، ومحاولاً في كافة المراحل أن ينمي قدراته ومواهبه العقلية والانفعالية والجسمانية والروحية في حدود ما يقدم إليه من مناهج دراسية وثقافات عامة ومناشط تربوية وتعليمية مقصودة وغير مقصودة.<sup>1</sup>

وهناك من يعرف الشباب حسب اتجاهات:

**الاتجاه الزمني أو العمري:**

وهو الذي يعتبر الشباب مرحلة عمرية تتراوح ما بين 15-30 عام، وهي المرحلة التي يكتمل النمو الجسمي والعقلي على نحو يجعل المرء قادراً على أداء وظائفه.

**1- الاتجاه البيولوجي:**

ويميل أصحاب هذا الاتجاه إلى تحديد مرحلة الشباب على أساس اكتمال نمو البناء العضوي والوظيفي للمكونات الأساسية للجسم الإنسان سواء كانت عضوية داخلية أو خارجية كالعضلات وما إلى ذلك.

<sup>1</sup> - وفاء محمد البردعي، شبل بدران، دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، ط 1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 309.

**2- الاتجاه النفسي:**

ويرى أنصار هذا الاتجاه أن الشباب ليس مرحلة عمرية تتحدد بسن معينة وإنما حالة نفسية لا علاقة لها بالعمر الزمني، فانت الشباب بمقدار ما تشعر بالحيوية والحماس والحركة والطموح والأمل في الحياة وأهمية الدور المناط بالفرد وهذا الاتجاه يعكس نظرة الإنسان للحياة.

فبمقدار ما يشعر انه يتمتع بالحيوية والشباب وبمقدار ما يستطيع ان يولد في الآخرين الرغبة في العمل والحياة يكون شابا، وحين يخفق في ذلك يشعر باليأس والإحباط والرغبة في الهروب من الحياة وهذه بدايات مرحلة الشيخوخة.

**3- الاتجاه الاجتماعي:**

هو الذي يرى أن فترة الشباب تبدأ حينما يحاول بناء المجتمع تأهيل الشخص من لكي يحتل مكانة اجتماعية ويؤدي دورا في بنائه وتنتهي حينما يتمكن الشخص من احتلال مكانة وأداء دوره في السياق الاجتماعي وفقا لمعايير التفاعل الاجتماعي.<sup>1</sup>

**2. خصائص وسمات الطائب الشاب:**

تتصف مرحلة الشباب بالعديد من الخصائص الهامة التي تميزها عن سنوات الطفولة المبكرة وعن المراحل التي تليها يساعد على تفرداها وتميزها ونورد جملة هذه الخصائص فيما يلي:

<sup>1</sup> - وفاء محمد الربدعي، شبل بدران، مرجع سابق، ص 311.

- تمثل مرحلة الشباب فترة التحول الكبرى في حياة الإنسان من حالة طفولة واعتماد على غيره إلى حال يتم فيها للاعتماد على النفس واكتمال النمو الجنسي والعقلي والعاطفي، فمن الناحية الجسمية تشهد اقتراب شكل الجسم ووظائفه من آخر درجات النضج وتحدث تحولات واسعة وعميقة وسريعة في ملامح جسم الشاب، حيث تنمو العضلات والغدد ويكتسب الجسم قوة وحيوية، كما تظهر الخصائص الجنسية، وتتجه القدرات العقلية للشباب نحو الاكتمال وتبدأ القدرات والهوايات والميول الخاصة في الظهور، كما ينمو الانتباه والتذكر والتخيل فيتوقف الشاب عن تقبل الأفكار والمبادئ والقيم والأشياء التي يقدمها له الكبار على علاقتها ويفكر فيها ويناقشها مناقشة منطقية.
- كما تتميز مرحلة الشباب بالتوتر والقلق ويشوبها الكثير من المشكلات سواء بالنسبة للشباب أو أهله أو المجتمع، فبعد فترة طويلة نسبيا من النمو الهادئ غير الملحوظ والاستقرار الانفعالي – الطفولة – يصبح الفرد غير متزن وغير مستقر ولا يمكن التنبؤ باتجاهات تصرفاته، فهو غير قابل للانصياع، متمرد على طلبات الأسرة.<sup>1</sup>
- وعموما نجد أنه نتيجة للتحولات الفيزيولوجية والجنسية والعقلية التي يمر بها الشباب والأوضاع التي تترتب عليها تظهر حاجات جديدة لدى الشاب، فقد تضايقه بعض الأفكار والرغبات الجديدة التي خلقها فيه النمو، ومن ثم يسعى إلى الحصول على تقبل الآخرين له في وضعه الجديد ويترتب على كل ذلك وجود أزمة لدى الشاب والتي تكون أكثر حدة بالنسبة للذين ينضجون مبكرا لأن النمو الجسمي والجنسي قد لا يوازيه نمو عقلي واجتماعي بالإضافة إلى أن ذلك يدفعهم إلى الابتعاد عن أترابهم ومحاولة الانتماء إلى جماعات الكبار وتخلق هذه التحولات في نفوس الشباب انفعالات الخوف من الذات، وأخطر ما يعرف بأزمة الهوية التي تنشأ من عدم قدرة الشاب على فهم ذاته وتقبلها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - خليل الفاعوري، الشباب قضية ورعاية ودور، مديرية الوثائق والمكتبات الوطنية، عمان، 1985، ص 86.  
<sup>2</sup> - فرد ميلسون، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة يحيى مرسي، دار الوفاء للنشر، الإسكندرية، 2007، ص 09-12.

كما أن هناك خصائص ومميزات أخرى للشباب نوجزها فيما يلي:

- أن الشباب اجتماعي بطبعه وهذا يعني الميل الطبيعي للانتماء.
- طاقة إنسانية تتميز بالحماسة، الحساسية، الجرأة، الاستقلالية، ودرجة عالية من الديناميكية والحيوية والمرونة والاندفاع والتحرر.
- التناقض فهو يتصرف أحيانا كما لو كان ناضجا رائدا وأحيانا يتصرف كما لو كان طفلا غير ناضج، كما أنه ينطلق من مثاليات أقرب إلى الطوباوية ونقضه يقوم على أساس أن الواقع يجب أن يتطابق مع تفكيره.
- قدرة على الاستجابة للمتغيرات من حوله والسرعة في استيعاب وتقبل الجديد المستحدث وتبنيه والدفاع عنه، وهذه السمات تعكس قناعة الشباب ورغبته في تغيير الواقع الذي وجد فيه والذي لم يشارك في وضعه.<sup>1</sup>
- الاهتمام بالمظهر: حيث يهتم الشباب في هذه المرحلة بمظهره وشخصيته ومستقبله وميله للجنس الآخر، واتساع علاقاته الاجتماعية.
- الرفاهية: تعني شدة حساسية الشباب الانفعالية المختلفة وذلك نظرا للمتغيرات الجسمية السريعة التي يمر بها في أول هذه المرحلة.
- التهور والانطلاق: حيث يندفع الشباب وراء انفعالاته بسلوكيات شديدة التهور والسرعة وقد ليوم نفسه بعد أدائها، وتبدو علامة من علامات سذاجته البريئة في المواقف العصبية التي لم يألفها من قبل.
- الحدة والعنف: حيث يثور لأتفه الأسباب، ويلجأ لاستخدام العنف ولا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية والانفعالية.

<sup>1</sup> - محمد الجوهري، الشباب والحق في الاختلاف، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص 54.

- **التقلب والتذبذب:** يلاحظ ذلك حيث يقع الشاب في موقع اختيار، نجده في مدى قصر بتقلب في انفعالاته ويتذبذب في قراراته الانفعالية، بين الغضب والاستسلام وبين الإيثار والأنانية، وبين المثالية والواقعية، وهي كلها مظاهر لقلة وعدم استقراره النفسي.<sup>1</sup>

### 3. المميزات الاجتماعية والنفسية للطالب الشاب:

إن الشاب بين مرحلة زمنية تبدأ من 15 سنة إلى غاية 30 سنة وأكثر، حيث يكتمل النمو الجسمي والعقلي على نحو يجعل المرء قادرا على أداء وظائفه المختلفة، وإنما مجموعة من الخصائص والمواصفات التي ينبغي أن تؤخذ بعين الاعتبار عند نظرنا إلى الشباب وإلى مرحلة لا تنفصل عن بقية مراحل الحياة.

فالشباب لا يمثل مرحلة نمو مفاجئ وإنما هو أيضا استمرار طبيعي لعملية التنشئة الاجتماعية التي تبدأ منذ مرحلة الطفولة المبكرة وتستمر خلال مراحل الحياة. وتتميز هذه المرحلة بمميزات اجتماعية خاصة ونفسية محددة في هذه المرحلة من مراحل الحياة وتشمل هذه المميزات ثلاث نقاط محدودة وهي:

#### (1) النمو الجسمي:

ويسمى بالنمو الفيزيولوجي، والذي يتمثل في نمو الغدد الجنسية حيث تصبح قادرة على وظائفها في التناسق.

<sup>1</sup> - عبد الرحمان العيسوي، سيكولوجية النمو بدراسة في نمو الطفل والمراهق، دار الفكر للنشر والتوزيع، الجزائر، ص 41-42.

**(2) النمو الفعلي:**

أي نمو القدرات العقلية ونضجها بنمو الذكاء والتفكير والتخيل والتذكر والتعلم بالإضافة إلى التركيز حول نوع معين من النشاط كالاتجاه مثلا نحو الدراسة العلمية، ونمو القدرة على الانتباه والتذكر الذي يقوم على أساسا الفهم وإدراك العلاقات الجديدة.<sup>1</sup>

**(3) النمو النفسي الاجتماعي:**

يتصف النمو الاجتماعي بمظاهر وخصائص أساسية تميزه إلى حد ما عن مرحلتي الطفولة والرشد، وتبدو هذه المرحلة في تآلف الفرد مع الآخرين أو نفوره منهم، يتأثر النمو النفسي الاجتماعي للشباب بالبيئة الاجتماعية والأسرية التي يعيش فيها وما يوجد بها من ثقافة، عادات، تقاليد، اتجاهات وميول تؤثر في الشباب وتوجه سلوكه فتجعل عملية تكفيه مع نفسه ومع المحيطين به عملية صعبة.

ومن أبرز مظاهر الحياة في فترة الشباب في الاستقلال من الأسرة وميله نحو الاعتماد على النفس نتيجة التغيرات الجسمية التي تطرأ عليه وتجعله يشعر أنه لم يعد طفلا ولا يجب محاسبته أو أن يخضع لسلوكه لرقابة الأسرة ووصايتها إلا أنه في الوقت ذاته لا يزال يعتمد على الأسرة في قضاء حاجات الاقتصادية وتوفير الأمن والطمأنينة، فهو في المرحلة يريد اعتناق القيم والمبادئ التي يقنع بها.

وأیضا على المراهق تحمل المسؤولية والعمل على أن يستفيد المجتمع من الطاقات الكامنة لديه والعمل على تنمية قدراته وإزكاء مواهبه، وتوفير الفرص التي من شأنها أن تؤدي إلى نمو شخصيته نموًا سليمًا من النواحي الجسمية والعقلية والنفسية والاجتماعية بحيث يتمكن الشاب التكيف مع نفسه ومع المجتمع الذي يحيط به وبهذا تجد الأسرة نفسها مجبرة على الأخذ بيد الشباب ومساعدته في حل مشاكله وتقدير ظروف حياته الجديدة والسعي لاقتناعه أنها تهدف إلى مصلحته.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - عبد الرحمان العيسوي، مرجع سابق، ص 51.

<sup>2</sup> - خليل الفاعوري، مرجع سابق، ص 93.

**4. احتياجات الطالب الشاب:**

يسعى الشاب من خلال أفكاره وسلوكه إلى تحقيق بعض حاجاته الملحة والضرورية لإعادة اتزانه الجسمي والفكري والاجتماعي ... ومن الناحية النفسية نجد أن حاجات الفرد الشاب ودوافعه تكون بمثابة الطاقة الدافعة له والتي تؤدي به إلى حالة من الاستشارة الداخلية والتي تدفعه نحو القيام بعمل ما من أجل إشباع هذه الحاجات ونحصى فيما يلي أنواع الحاجات:

**(1) الحاجات الفيزيولوجية:**

وهي متطلبات تتبع من طبيعة التكوين العضوي والجسمي للإنسان، وهي حاجات كثيرة ما تكون مشتركة بين الأفراد غير متغيرة وبسيطة التحقيق، وهي تسعى إلى تحقيق نمو الجسم سليما وإحقاق التوازن الوظيفي والعضوي ونجد منها الحاجة إلى الطعام، النوم، الجنس ...

**(2) الحاجات النفسي – الوجدانية:**

وهي حاجات تعمل على تحقيق التوازن النفسي لدى الفرد، وهذه حاجات تشير إلى التكامل النفسي للعمليات النفسية والعقلية والاجتماعية ونجد من هذه الحاجات الحاجة إلى التقدير واحترام الذات، الحاجة إلى إشباع الدوافع والميول ...

**(3) الحاجات الاجتماعية:**

هي الحاجات التي تتعلق بالمجتمع والمحيط الذي يعيش فيه الفرد، وتتغير هذه الحاجات حسب طبيعة المجتمعات والتقاليد وكذلك حسب الأفراد في نفس البيئة ومن بينها:

- الحاجة إلى تكوين علاقات صداقة داخل الجماعات.
- الرغبة أن يكون شابا محبوبا من طرف الآخرين.
- الحاجة إلى القيام بالواجبات وتحمل المسؤولية تجاه الآخرين.<sup>1</sup>

وتصنيف آخر لاحتياجات الشباب:

- الحاجة التي تقبل الشباب والنمو العقلي والجسمي حت يسعى لإدراك ما يدور حوله.
- الحاجة إلى توزيع طاقاته في نشاط يميل إليه، وخصوصا أن الشباب لديه طاقات هائلة وعدم تفريغها في أنشطة بناءه، يزيد من حالة الاضطراب والتموتر لديه.
- الحاجة إلى الرعاية والصحة النفسية الأولية والتي من شأنها أن تجعل من نموه نموا متوازنا وإعطائه ثقافة صحية عامة من فهم التغيرات الجسدية في مرحلة الشباب.
- الحاجة إلى المعرفة والتعلم لما لها من دور مفتاحي وأساسي في حياة الفرد.
- الحاجة إلى الترفيه والترويح، فحياة الشباب ليست كلها عمل ونشاط جدي، بل يحتاج الشباب إلى توفير أماكن الترويح ومراكز ترفيهية ثقافية كدور الشباب، معسكرات شبابية، المسرح ...
- الحاجة إلى الاستقلال في إطار الأسرة كمقدمة لبناء شخصية مستقلة وتأهيلية لأخذ قراراته المصيرية في الحياة والعمل والانتماء.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - وليد طافش، الشباب ومعركة الحياة المعاصرة، مؤسسة الرسالة للنشر والتوزيع، بيروت، 1994، ص 104-106.

<sup>2</sup> - وليد طافش، مرجع سابق، ص 115.

## المبحث الثاني: ماهية الشبكات الاجتماعية.

### (1) مفهوم الشبكات الاجتماعية:

هي عبارة عن منظومة من المواقع الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية وتصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب وسميت اجتماعية لأنها أتت مفهوم بناء المجتمعات.

وانتشرت هذه المواقع الاجتماعية بشكل كبير في أنحاء العالم مما أدى إلى كسر الحدود الجغرافية له، وجعله يبدو كقرية صغيرة تربط أبناءه بعضهم ببعض، ومع التطور الذي يشهده العالم في مجال التقنية والاتصالات ذاع صيت هذه المواقع بين المجتمعات والشباب خاصة.<sup>1</sup>

### (2) نشأة الشبكات الاجتماعية:

كان أول ظهور الشبكات الاجتماعية في أواخر القرن العشرين حيث ظهر موقع المسمى Classmates.com عام 1995، ثم تلاه موقع Six Degrees اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء لكنه تم إغلاقها أنماط تأتي بأرباح مالكيها.

راحت خلال سنوات التسعينات، صناعة مواقع الانترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونه من مواقع انترنت وعدد كبير من الملايين متصفحات الانترنت حول العالم تستقبل هذا البث.

<sup>1</sup> - حسين محمد نصر، الانترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، ط 1، 2003، ص 65.

وبعد ذلك وبالتدرج استطاع مطورو الانترنت أن يستخدموا متصفحات الانترنت لإرسال البيانات في نفس الوقت بدلا عن دورها الأصلي كمستقبل أعطى للبيانات بداية واستقبال بتطبيقات البريد الإلكتروني، الدردشة ومنتديات الحوار وإنهاء بالتطبيقات الإلكترونية الأكثر حداثة وثرورية مثل موسوعة الويكيبيديا، وقد كانت هذه الفقرة في تغيير طريقة التعامل مع متصفحات الانترنت هي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب.<sup>1</sup>

### (3) أنواع الشبكات الاجتماعية:

هناك عدد من أصناف الشبكات الاجتماعية مقسمة حسب الاستخدام والاهتمام إلى ثلاثة أنواع رئيسية وهي:

#### 1- الشبكات الشخصية:

يعتمد هذا النوع على فتح ملف شخصي لكل مستخدم يوفر له خدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة مستخدميه هذه المواقع فيما بينهم العديد من الصور والملفات المرئية والروابط مثل "الفايس بوك" Face book.

#### 2- الشبكات الثقافية:

إذ يختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين مثل Library Thing

#### 3- الشبكات المهنية:

هو الموقع الذي يربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال والشركات ببعضهم البعض، كما يعطي هذا النوع من الشبكات ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرهم الذاتية وخبرتهم إضافة إلى الدراسات التي قاموا بها خلال الحياة المهنية.

<sup>1</sup> - حسين محمد نصر، مرجع سابق، ص 84.

كما يوجد آخر الأنواع وهي:

### 1. الشبكات الداخلية الخاصة:

تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسته تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطة من التدوين تبادل آراء، ملفات حضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة LinkedIn.

### 2. الشبكات الخارجية العامة:

وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها العديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع مثل Face book.<sup>1</sup>

### 4) مميزات الشبكات الاجتماعية:

#### - العالمية:

إذ تلغي الحواجز جغرافيا ومكانيا، وتتخطى فيها الحدود الدولية إذ يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب بكل بساطة وسهولة.

#### - التفاعلية:

فالفرد مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم (التلفاز، والصحف الورقية) وتعطي خير للمشاركة الفاعلة من المشاهد للقارئ.

<sup>1</sup> - سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، الشبكات الاجتماعية، خطر أم فرصة؟  
http://www.alikan.net - le 25/03/2016 a 09 : 10.

**- التنوع وتعدد الاستعمالات:**

فيستخدمها الطالب التعليم، والعالم لبحث علمه وتعليم الناس، والكاتب التواصل مع القراء...

**- سهولة الاستخدام:**

فالشبكات الاجتماعية تستخدم الحروف والرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

**- التوفير والاقتصادية:**

اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك خير على شبكة التواصل الاجتماعي، وليس ذلك على أصحاب الأموال أو على جماعة، دون أخرى.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، المرجع السابق.

## خلاصة

تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً مهماً في تنمية الوعي الاجتماعي وذلك من خلال قيام المجموعات الشبابية بإنشاء صفحات خاصة بهم على هذه المواقع، يتبنون فيها قضية اجتماعية تقع في صلب اهتماماتهم فيعملوا على نشرها والدفاع عنها باستخدام مهارات التواصل والمناصرة والغط، لذا يتم التركيز على مرحلة الشباب باعتبارهم المرحلة الحاسمة في تقدم المجتمع أو تأخره، إذ تعد للأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية من الأمور المهمة من خلال تنميتها للقيم والمعايير الاجتماعية في نفوس الشباب.

## تمهيد

يعتبر الفيس بوك Face book أحد أهم المجتمعات الافتراضية أو التخيلية التي نشأت من خلال الانترنت والذي يجمع الملايين من المشتركين من مختلف بلاد العالم.

والفيس بوك Face book يعد عالم تخيلي بحق، فهو يحتوي على الدردشة إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق أو أن يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم.

ومن خلال استخدام الشباب الجامعي (الطلاب) لموقع الفيس بوك Facebook تتحقق لهم عدة إشباعات جراء استخدامهم لذلك.

## المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباعات.

### 1. مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعنى نظرية الاستخدامات والإشباعات في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجاته الكامنة في داخله ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون عن المضمون الذي يبدو وأكثر إشباعا لهم، وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له.

منذ الأربعينيات من القرن العشرين ولأسباب عديدة تجارية وسياسية وأكاديمية ازدهرت البحوث والدراسات الإعلامية التي اهتمت بالسلوك المرتبط بوسائل الإعلام وتفسير العلاقة القائمة بين المرسل والمتلقي للرسالة الإعلامية ما يؤسس لتحول نوعي لرؤية الباحثين الإعلاميين للجمهور على أنه إيجابي وفعال، ينتقي من وسائل الإعلام وعلى المحتويات والوسائل التي يفضلها بعدما ساء الاعتقاد قبل ذلك علا أنه سلبي يتأخر بوسائل الإعلام والمضامين التي تقدمها، وأصبح التركيز في مختلف البحوث حول شرح يستخدم الجمهور وسائل الإعلام وكيف يشبعون رغباتهم وحاجاتهم من خلال هذا الاستخدام وظهرت دراسات مختلفة ومتعددة طرحت أفكارا ورؤى وفرضيات التي توصلت إلى نتائج.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ط 1، 1993، ص 271.

## 2. الفرضيات التي تنطلق منها نظرية الاستخدامات والإشباع:

وضع كاتر وزملاؤه من علماء الاتصال خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباع التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام.

وقد نقل عن كاتر عدد كبير من علماء الاتصال العرب والأجانب منه الفروض دون إضافة وهي:

- (1) الجمهور مشارك فعال في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته.
- (2) استخدام الوسائل التي تعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور تحقيقها، وتتحكم في ذلك أمور منها الفروق الفردية والتفاعل الاجتماعي.
- (3) الجمهور هو الذي يختار الوسيلة والمضمون اللذان يشبعان حاجاته.
- (4) يستطيع الجمهور تحديد حاجاته ودوافعها، ومن ثم يلجأ إلى الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته.
- (5) يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - نظريات التأثير الإعلامية: <http://www.minsliawi.com/t1343> - le13/02/2016 a 10:30

## 3. أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات من خلال الفروض السابقة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
- الكشف من دوافع الاستخدام لوسيلة معينة.
- الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.
- الكشف عن "الإشباعات المطلوبة" التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه للوسائل والإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام.
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض للوسائل والإشباعات الناتجة عن ذلك.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعها.

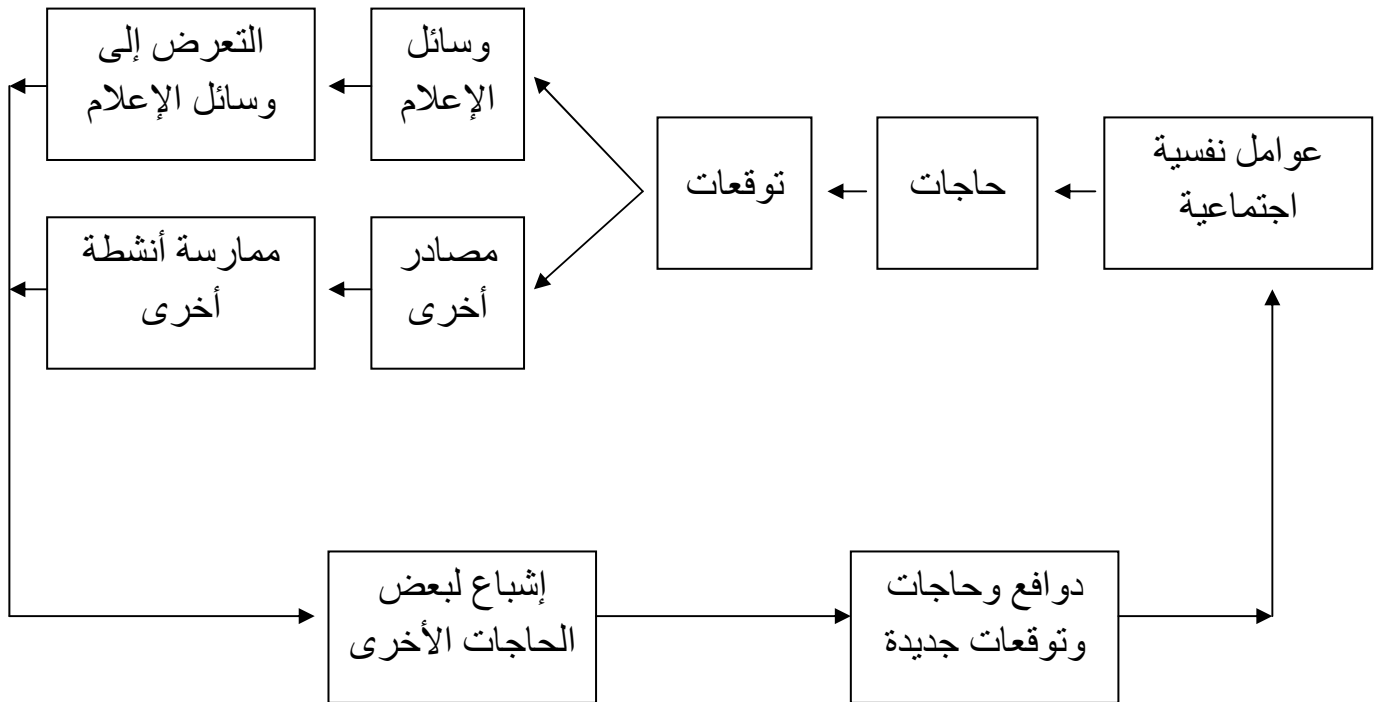
وبشكل عام يمكن وصف علاقات الجمهور بوسائل بأنها علاقات ذات طبيعية "حديثّة" إن صح التعبير، بمعنى أنها تخضع ويتحكم فيها حدث ما له أهمية بحيث يفرض على الجمهور متابعة وبشدة ومن خلال وسيلة ما هي الأكثر إشباعاً لحاجاته في معرفة تفاصيل حول هذا الحدث عن غيرها من باقي الوسائل.

أي أن الفرد يكون نظام وسائل الإعلام الخاصة به، والذي يخدم أهدافه في الظروف الطارئة أو في الأزمات بصورة أفضل والتي يعتبرها أكثر أهمية في هذا الوقت، وعندما ينتهي فإنه يعود إلى نظم وسائل الإعلام اليومية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - عاطف عدلي العيد، نهى عاطف، نظريات الاتصال وتطبيقاتها، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 2008، ص 96.

## 4. نموذج "كاتز" نظرية الاستخدامات والإشباع:

اهتم "كاتز" بصياغة العلاقة بين دوافع وحاجات الفرد واتجاهاته السلوكية لإشباعها من خلال وسائل الإعلام ومحتوياتها وذلك في كتابته "استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام"، فهو يرى من خلال نموده أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة لديه ومن خلال خبرته يبدأ رسم توقعات عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر آخر لإشباع هذه الحاجات مثل الحاجة إلى التسلية والهروب يرسم توقعات عن إمكانية تحقيق ذلك من خلال مشاهدة التلفزيون أو الذهاب إلى نزهة فيترتب على ذلك اتخاذ قرار بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى وهكذا يفسر "كاتز" العلاقة بين الحاجة وقرار الفردي في استخدام الوسيلة الإعلامية أملا في إشباعها مثل ما يوضح الشك التالي:



المصدر: نموذج "كاتز" لنظرية الاستخدامات والإشباعات  
<http://constantine3.blogspot.com>, le 15/02/2016 a 17 :17.

## المبحث الثاني: التعريف بموقع الفيس بوك.

## (1) مفهوم موقع الفيس بوك:

الفيس بوك هو عبارة عن شبكة اجتماعية على الانترنت مما يسمح إلى شخص لديه حساب لإنشاء ونشر المعلومات، واستخدام هذه الشبكة يمتد من تبادل بسيط من المعلومات الخاصة من خلال الصور، وصلات نص... إلخ إلى إنشاء صفحات ومجموعات للتعريف بالمؤسسات وشركات الفيس بوك ليس خدمة فقط تسمح للمستخدمين بجمع الأصدقاء، بل هو مؤسسة تجارية مربحة جدا تولد المليارات من الدولارات من خلال الإعلانات المعروضة على الصفحات، كما يعتبر موقع الفيس بوك واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يشمل منتدى اجتماعيا فقط، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتهما ما يشاء.<sup>1</sup>

Face book موقع للشبكة الاجتماعية بدأ في 2004، كما تعرف موسوعة الويكيبيديا موقع الفيس بوك ويعتبر من أكثر المواقع زيارة في العالم ويعرف الموقع نفسه في صفحة التسجيل بأن الفيس بوك موقع ذو نفع اجتماعي لأنه يربطك بالناس المحيطين بك.

وهو موقع يساعد على تكوين علاقات المستخدمين يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليمات كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمان والمكان.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - Face book et autre media sociaux (petit séminaire de Québec) collège François de haval. <http://www.psq.qc.ca.20-01-2016> à 13 :25.

<sup>2</sup> - مبارك الصاعدي، سلطان مسفر، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، الشبكة الالوكة، السعودية، 2011، ص 11.

أما حسب محمد العبدلي، الفيس بوك عبارة عن موقع اجتماعي يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور ومعلومات لأفراد في مجموعة معينة، وفي موقع الويب، هو موقع يجمعه بأصدقائك ويتيح لك قراءة ما كتبوا ومشاهدة الصور وكذلك يتيح لأصدقائه قراءة ما كتب ومشاهدة الصور وكذلك يتيح لأصدقائك قراءة ما كتب ومشاهدة الصور التي ترفع في صفحتك في الفيس بوك، ويرى النويهي في مدونته أنه عبارة عن مدونة شخصية أو صفحة شخصية على الانترنت تتواصل مع أصدقائك من خلاله، وانه مجتمع شبابي على الانترنت، يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، حيث يمكن للمستخدمين الانضمام على الشبكات التي تنظمها الدولة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم وكذلك يمكن للمستخدمين إضافة قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وتعريف بالأصدقاء بأنفسهم.<sup>1</sup>

## (2) نشأة موقع الفيس بوك:

أسس موقع الفيس بوك مارك زوكر بيرج في عام 2004 عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية وكان له هدف واضح وهو تصميم موقع يجتمع زملاءه في الجامعة يمكنه من تبادل أخبارهم وآرائهم وصورهم.

لم يفكر "زوكر بيرج" الذي كان مشهورا بولعه الشديد بالانترنت بشكل تقليدي في فلم يسعى إلى إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو الاكتفاء بنشر أخبار الجامعة ولكنه يركز على تسهيل عملية التواصل بين طلبة الجامعة، وساعد هذا التواصل على رواج الموقع بين طلبة هارفارد واكتسب شعبية واسعة بينهم، مما شجعه على توسيع قاعدة الحق في الدخول إلى الموقع ليشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس الثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية واستمر الموقع قاصرا على طلبة الجامعة والمدارس لمدة سنتين.

<sup>1</sup> - الدليمي عبد الرزاق محمد، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط 1، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2011، ص 183.

يشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التهديدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.

وقد قام مارك زوكر بيرج "بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من دائمين موسكو فينتر وكريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكر بيرج في سكن الجامعة عند ما كان طالبا في جامعة هارفارد، كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد ولكنها امتدت لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة إيفي ليغ وجامعة ستانفورد.

في شهر مارس من عام 2004 فتح الفيس بوك أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وييل، اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع الكليات مدينة بوسطن وجامعة إيفي ليغ وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وفي شهر يونيو من عام 2004 تم نقل مقر الفيس بوك إلى مدينة بلو آلتو في ولاية كاليفورنيا وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة The من اسمها بعد شراء اسم النطاق Facebook-com عام 2005، نظير مبلغ 200.000 دولار أمريكي، كما قام الفيس بوك بإصدار نسخة المدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005 وهو ما أشار إليه زوكر بيرج بالخطوة المنطقية التالية، فخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات ومن بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت.<sup>1</sup>

وفي سبتمبر 2006 الموقع فتح أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح، وفي أكتوبر من عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك أن اتخاذ مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقرا دوليا له.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - سالم بن عبد المجيد البيض، الإعلام الجديد، لمحة وتعريف:

<http://arabik.com/harf?view=book&lid=18rand1.02-02-2016> à 15:03.

<sup>2</sup> - عامر فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، ط 1، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2010، ص 211.

## (3) مميزات موقع الفيس بوك:

- سهل الفيس بوك الوصول إلى الأصدقاء منذ الصغر لأنه يعرف المعلومات الشخصية للمستخدم مما يسهل عليه هذه المهمة.
- تستطيع من خلال الفيس بوك التعرف على أشخاص حول العالم وفي أي مكان وتستطيع من خلال ذلك تبادل المعلومات.
- من خلال الفيس بوك تستطيع عمل دعاية وإعلان لأي منتج لديك وتستطيع البيع والشراء من خلاله، مما يسهل على التجار الوقت والجهد.
- تتيح شركة الفيس بوك للمستخدمين مشاركة الفيديوهات والصور مع الأصدقاء.
- يتيح الفيس بوك التعرف على أهم الأحداث الموجودة في العالم.
- إمكانية البحث عن أصدقاء الدراسة في أي مرحلة عمرية من خلال البحث سواء باسم الشخص أو الموقع الجغرافي وحق اسم المدرسة أو الجامعة.
- إمكانية إنشاء صفحة أو مجموعة تكون بمثابة همزة وصل بين الفرد والناس في حال إذا كان مغنى أو مطرب أو شاعر أو حتى مواقع يرغب في أن يوصل أعماله إلى شرائح معينة.
- يعتبر الفيس بوك من أهم وسائل الدعاية نظرا لأن مستخدميه تجاوزوا المليار مستخدمين من مختلف الأعمار والدول.
- الفيس بوك يتيح للمستخدم إنشاء بروفایل كامل بع معلومات شخصية ومعلومات العمل والدراسة ليسهل من يريدون العثور عليك أن يصلوا إليك بسهولة .
- الفيس بوك يتيح ميزة المحادثة سواء مع شخص واحد أو مجموعة من الأفراد في آن واحد.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - أحمد عبد الرزاق، نشأة فكرة الفيس بوك:

<http://www.dirity.com/2014/10/blogpost.html?m=1.03-03-2016> à 10 :30

## 4) أهم خدمات وتطبيقات موقع الفيس بوك:

## ❖ المجموعات: Groupes.

يمكن لكل مشترك في الموقع أن ينشئ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن فكرة ثم إيميل مدير ADM الجروب، كما أسلف سابقا يتم إنشاء المجموعات لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر اجتماعي كان أو ديني أو سياسي.

المجموعات لديها نفس عناصر وأدوات الصفحة الشخصية Wall صفحة يسمح بالكتابة فيها لجميع أعضاء الجروب وألبوم صور ومساحة للحوار Discussion وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي بشرف عليها مدير المجموعة.

## ❖ الصفحات: Pages.

الصفحات لها نفس المميزات واستخدامات المجموعة فيما عدا إنها أكثر تفاعلا ظهورها في الصفحة الرئيسية Home لكل المستخدمين وغالبا ما يكون التطبيق Fan clubs معجبين للمشاهير ونجوم مجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة التفاعل مع الشخصية المعنية.

## ❖ الصفحة الرئيسية: Home.

يظهر بهذه الصفحة كل جديد تعليقات وصور وروابط أصدقائك الذي أضفتهم إليك وربما قد يظهر لك تعليقات وصور أصدقاء أصدقائك وذلك يحدث فقط غير أن يتيح المستخدم عبر إعدادات الصلاحية بأن يشاهد محتويات صفحته أصدقاء أصدقائه.

## ❖ الألعاب: Games.

للفيس بوك العديد من الألعاب المختلفة مغامرات إستراتيجية، كرة القدم يستطيع المستخدم أن يستخدمها ويجتاز مراحلها مرحلة تلو الأخرى في هذه الألعاب والأكثر أهمية هو أنه يمكن المستخدم أن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة (جماعية).

## ❖ المناسبات: Event.

إقامة دعوة لأصدقائك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماع على أرض الواقع توضيح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعويين له وبعض المناسبات تكون مفتوحة لأي عضو في الفيس بوك.

## ❖ لوحة الحائط: Wall.

وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الوسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

## ❖ الصور: Photos.

حيث يمكن للمستخدمين تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.

## ❖ الحالة: Status.

يتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بإمكانهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

## ❖ التغذية الإخبارية: News feed.

تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المترتبة وأعياد الميلاد، خاصة بأصدقاء المستخدم.

**❖ الهدايا: Gifts.**

يُتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي المستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

**❖ السوق: Marketplace.**

يُتيح للمستخدمين إمكانية نشر إعلانات مبنوية مجانية.

**❖ النكرة: Poker.**

تحدث لدى الأصدقاء فيما بينهم هي عملية تنبيه للأصدقاء الفيس بوك لجذب انتباههم.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - مدثر النور أحمد، كيفية التسجيل في موقع الفيس بوك، دراسات الإعلام الآلي وتقنية المعلومات، ط 1، عمان، 2012، ص 20.

## خلاصة

لقد بات واضحا اليوم أن الفيس بوك موقع عملاق للتواصل الاجتماعي يقدم مجموعة كبيرة ومتنوعة من الخدمات والمزايا، كما يعد منبرا لطرح الأفكار والإبداع لشريحة كبيرة من البشر، فأصبح من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في اكتساب العادات والسلوكيات حيث أتاح للشباب إنشاء مجمع عبر الانترنت، مجتمع لا تقيده حدود الزمان والمكان ولم تقتصر قوة الموقع على التفاعل فقط بل أعطى فرصة لمستخدميه بالتأثير والانتقال عبر الحدود.

ومقرب الاستخدامات والإشباعات مفيد لفهم موضوع دراستنا كالأستعمال والحاجات والدوافع والإشباعات التي قد يحصل عليها الطلبة الجامعيين عند استعمالهم الموقع الاجتماعي الفيس بوك.

## تمهيد

إن أي دراسة علمية تحتاج إلى وسائل من أجل تصفح الواقع بعد تحديد إشكالية البحث بصفة نهائية، تعرف الوسائل في مجملها بـ "تقنيات البحث" وعموماً يمكن تعريف التقنية على أنها مجموعة للأدوات المستعملة لأي دراسة وهي أنواع: الملاحظة، الاستمارة، المقابلة.

وعن التقنيات المستخدمة في هذه الدراسة حيث تتمثل في "الاستمارة" والتي تمكن من الحصول على معطيات كمية تضم عنصرين:

1. عرض الجداول وتحليلها.

2. نتائج الدراسة.

## (1) عرض الجداول وتحليلها:

## جدول رقم 01: جدول توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
40%	08	ذكر
60%	12	أنثى
100%	20	المجموع

نلاحظ من خلال الجداول أن نسبة الذكور تفوق نسبة الإناث حيث بلغ عدد الذكور نسبة 40% وعدد الإناث 12 نسبة 60% وهذا راجع إلى نتائج الدراسة الاستطلاعية.

## جدول رقم 02: جدول توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
75%	15	23-18
25%	05	29-24
00%	00	30 فما فوق
100%	20	المجموع

يتضح من خلال الجداول أن معظم أعمار الطلبة الجامعيين الشباب من العينة المختارة المستخدم لموقع الفيس بوك Face book تتراوح ما بين 18-23 نسبة تقدر بـ 75% ثم تليها نسبة 25% للبالغين في السن ما بين 24-29 سنة وأخيرا النسبة معدومة للشباب الذين تتراوح أعمارهم 30 سنة فما فوق.

جدول رقم 03: جدول توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى
75%	15	أولى جامعي
20%	04	ثانية جامعي
05%	01	ثالثة جامعي
100%	20	المجموع

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أن الطلبة في مستوى السنة أولى جامعي عالية بنسبة 75% ثم يليه نسبة 20% المستوى الدراسي للسنة الثانية جامعي، ثم يليه نسبة المستوى الدراسي للسنة الثالثة جامعي بمقدار 05%.

جدول رقم 04: المدة الزمنية لمستخدمي موقع الفيس بوك.

المجموع		الإناث		الذكور		المدة الزمنية لمستخدمي موقع الفيس بوك / الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
05%	01	00%	00	12.5%	01	أقل من سنة
30%	06	41.67%	05	12.5%	01	من سنة إلى ثلاث سنوات
65%	13	58.33%	07	75%	06	أكثر من ثلاث سنوات
100%	20	100%	12	100%	08	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الطلبة الشباب يستخدمون موقع الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 75% عند الذكور و58.33 عند الإناث.

تم تليها نسبة استخدام موقع الفيس بوك منذ سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة 41.67 عند الإناث ونسبة 12.5% عند الذكور.

يتضح من خلال الجدول أن الذكور أكثر استعمالاً للفيس بوك من الإناث وذلك لتعدد إجاباتهم في فترة أكثر من ثلاث سنوات حيث نجدها أكبر نسبة.

جدول رقم 05: جدول الوقت المستغرق في الإبحار عبر موقع الفيس بوك حسب الجنس.

المجموع		الإناث		الذكور		الوقت المستغرق / الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
10%	02	8.33%	01	12.5%	01	أقل من ساعة
30%	06	33.33%	04	25%	02	من ساعة إلى ساعتين
60%	12	58.34%	07	62.5%	05	أكثر من ساعتين
100%	20	100%	12	100%	08	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن غالبية الطلبة الشباب يستخدمون موقع الفيس بوك أكثر من ساعتين وذلك بنسبة 62.5% عند الذكور ونسبة تقدر بـ 58.34% عند الإناث. ثم تليها نسبة 33.33% عند الإناث يستخدمون الموقع من ساعة إلى ساعتين، وعند الذكور بنسبة تقدر 25% وأخيرا نسبة 12.5% عند الذكور ونسبة 8.33% عند الإناث الذين يستخدمون موقع الفيس بوك أقل من ساعة.

يتضح من خلال النسب المتحصل عليها أن الطلبة الذكور يستخدمون الموقع أكثر من الطلبة الإناث حيث يستخدمونه لوقت طويل وهذا راجع إلى عدم الإحساس بالوقت أي إهمال الوقت.

جدول رقم 06: جدول الفترات التي تستخدم فيها الفيس بوك حسب الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		فترة الاستخدام / الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%00	00	%00	00	%00	00	صباحا
%05	01	%08.33	01	%00	00	مساء
%35	07	%37.33	04	%37.5	03	ليلا
%60	12	%58.34	07	%62.5	05	بدون تحديد
%100	20	%100	12	%100	08	المجموع

من خلال الجدول يتبين لنا أن معظم الطلبة الشباب يستخدمون موقع الفيس بوك في فترات غير محدودة بنسبة 62.5% عند الذكور ونسبة 58.34% عند الإناث.

تليه نسبة 37.5% عند الذكور الذين يستخدمون الموقع ليلا في حين نسبة 33.33% عند الإناث.

يتضح من خلال النسب المتحصل عليها أن الطلبة الشباب (ذكور – إناث) معظمهم لا يستخدمون موقع الفيس بوك في الفترات الصباحية بمعنى حسب النسب المئوية غالبية الطلبة يستخدمونه في فترات غير محدودة وخاصة منذ الذكور.

جدول رقم 07: جدول عدد مرات تصفح موقع الفيس بوك في اليوم الواحد حسب الجنس.

المجموع		الإناث		الذكور		عدد مرات تصفح / الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
10%	20	16.67%	02	00%	00	مرة واحدة
35%	07	25%	03	50%	04	مرتين
55%	11	58.33%	07	50%	04	ثلاث مرات فأكثر
100%	20	100%	12	100%	08	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم الطلبة الشباب يتصفحون موقع الفيس بوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم الواحد وذلك بنسبة 58.33% عند الإناث ونسبة 50% عند الذكور.

ثم تليها استخدام الموقع مرتين في اليوم الواحد بنسبة 50% عند الذكور ونسبة 25% عند الإناث وفي الأخير نسبة 16.67% من الإناث الذين يستخدمون الفيس بوك مرة في اليوم الواحد في حين انعدام نسبة الذكور.

يتضح لنا من خلال الجدول أن غالبية الإناث يستخدمون موقع الفيس بوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم، حيث نلاحظ النسب متساوية عند الذكور بنسبة تقدر بـ 50% في تصفح الموقع مرتين وأكثر من ثلاث مرات في اليوم الواحد.

جدول رقم 08: جدول الخدمات المفضلة على موقع الفيس بوك حسب الجنس.

المجموع		الإناث		الذكور		الخدمات المفضلة / الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%45	09	%50	06	%37.5	03	الصور
%20	04	%25	03	%12.5	01	الروابط
%25	05	%25	03	%25	02	الفيديو
%10	02	%00	00	%25	02	التعليقات
%100	20	%100	12	%100	08	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن غالبية الطلبة الشباب الشيء الذي يفضلونه في موقع الفيس بوك بالدرجة الأولى هو الصور بنسبة 50% عند الإناث ونسبة 37.5% عند الذكور، تليها نسب متساوية عند الذكور والإناث تقدر بـ 25% يفضلون الروابط والفيديو والتعليقات، في حين 12.5% من الذكور الذين يفضلون الدخول في الروابط.

يتضح لنا من خلال النسب المتحصل عليها أن غالبية الطلبة الإناث يفضلون الصور بنسبة كبيرة عند الذكور.

جدول رقم 09: جدول الاسم المستعمل في موقع الفيس بوك حسب الجنس.

المجموع		الإناث		الذكور		اسم المستعمل / الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%75	15	%75	09	%75	06	الاسم الحقيقي
%25	05	%25	03	%25	02	الاسم المستعار
%100	20	%100	12	%100	08	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن غالبية الطلبة الشباب يستخدمون الاسم الحقيقي في كلا الجنسين بنسبة 75% عند الذكور والإناث، ونسبة 25% من الطلبة في كلا الجنسين يستخدمون الاسم المستعار.

يتضح لنا من خلال الجدول تساوي النسب في كلا الجنسين وأغليبتهم يفضلون استخدام الاسم الحقيقي عبر موقع الفيس بوك.

جدول رقم 10: جدول أساس اختيار الأصدقاء في الفيس بوك حسب الجنس.

المجموع		الإناث		الذكور		أساس اختيار الأصدقاء / الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
20%	04	16.67%	02	25%	02	علاقة قرابة
60%	12	66.66%	08	50%	04	علاقة صداقة
20%	04	16.67%	02	25%	02	معيار آخر
100%	20	100%	12	100%	08	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم الطلبة الشباب يختارون أصدقائهم على أساس علاقة صداقة بنسبة 66.66% عند الإناث ، ونسبة 50% عند الذكور.

تليها أساس اختيار الأصدقاء عند الذكور علاقة قرابة ومعيار آخر بنسب متساوية تقدر بـ 25%، وأخيرا تساوي النسب أيضا عند الإناث بنسبة تقدر بـ 16.67%.

جدول رقم 11: جدول الغاية من استخدام الفيس بوك حسب المستوى الدراسي.

المجموع		الثالثة جامعي		ثانية جامعي		أولى جامعي		الغاية من استخدام الفيس بوك / المستوى الجامعي
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%45	09	%00	00	%40	02	%50	07	التسلية والمتعة
%40	08	%00	00	%20	01	%35.72	05	التواصل مع الآخرين
%15	03	%100	01	%40	02	%14.28	02	الحصول على المعلومات
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	التعلم
%100	20	%100	01	%100	05	%100	14	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن غالبية الطلبة الشباب من مستوى أولى جامعي غايتهم من استخدام موقع الفيس بوك هي التسلية والمتعة بنسبة 50%، تليها نسبة 40% من طلبة مستوى ثانية جامعي غايتهم التسلية والمتعة والحصول على المعلومات بنسب متساوية. يتضح لنا من خلال النسب المتحصل عليها أن أغلبية طلبة مستوى أولى جامعي غايتهم من استخدام موقع الفيس بوك التسلية والمتعة.

جدول رقم 12: جدول التواصل مع أصحاب الخبرة في المجالات المختلفة للأخذ من خبرتهم حسب الجنس.

المجموع		الإناث		الذكور		التواصل مع أصحاب الخبرة / الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
45%	09	58.33%	07	25%	02	نعم
55%	11	41.67%	05	75%	06	لا
100%	20	100%	12	100%	08	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم الطلبة الشباب لا يتواصلون مع أصحاب الخبرة في المجالات المختلفة للأخذ من خبرتهم وذلك بنسبة 75% عند الذكور.

تليها نسبة 58.33% عند الإناث الذين يفضلون التواصل مع أصحاب الخبرة للأخذ من خبرتهم.

يتضح لنا من خلال النسب المتحصل عليها أن الطلبة الإناث تستغلن موقع الفيس بوك بهدف الخبرة في المجالات المختلفة.

جدول رقم 13: جدول هل أدى الفيس بوك تواصلك وترابطك مع المحيط حسب السن.

المجموع		30 فما فوق		29 - 24		23 - 18		هل أدى الفيس بوك إلى تواصلك مع المحيط / السن
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
50%	10	00%	00	83.33%	05	35.71%	05	موافق
20%	04	00%	00	16.67%	01	21.43%	03	محايد
30%	06	00%	00	00%	00	42.86%	06	معرض
100%	20	00%	00	100%	06	100%	14	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم الطلبة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 24 – 29 سنة يوافقون على أن موقع الفيس بوك أدى بهم على تواصلهم وترابطهم مع المحيط في حين نجد أن الطلبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 – 23 سنة يعارضون فكرة أن موقع الفيس بوك يؤدي على تواصلهم وترابطهم مع المحيط بنسبة تقدر بـ 42.86%.

وأخيرا انعدام الطلبة الذين يبلغون من السن 30 سنة فما فوق.

جدول رقم 14: جدول التفاعل مع ما يعرض على موقع الفيس بوك حسب الجنس.

المجموع		الإناث		الذكور		التفاعل مع ما يعرض على موقع الفيس بوك
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
15%	03	25%	03	00%	00	دائما
60%	12	41.67%	05	87.5%	07	أحيانا
25%	05	33.33%	04	12.5%	01	نادرا
100%	20	100%	12	100%	08	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الطلبة الشباب الذين يتفاعلون مع ما يعرض على موقع الفيس بوك بصفة غير دائمة أي أحيانا هي أعلى نسبة تقدر بـ 87.5% عند الذكور ونسبة 41.67% عند الإناث.

وتليها نسبة 33.33% عند الإناث الذين نادرا ما يتفاعلون مع ما يعرض على الموقع ونسبة 12.5% عند الذكور.

وأخيرا نسبة 25% من الإناث الذين تتفاعلن مع الموقع بصفة دائمة وانعدام نسبة الذكور الذين يتفاعلون على موقع الفيس بوك بصفة دائمة.

جدول رقم 15: جدول نوع المواضيع التي تتفاعل معها حسب الجنس.

المجموع		الإناث		الذكور		نوع المواضيع
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%00	00	%00	00	%00	00	سياسية
%55	11	%58.33	07	%50	04	ثقافية
%30	06	%25	03	%37.5	03	اجتماعية
%15	03	%16.67	02	12.5	01	دينية
%100	20	%100	12	%100	08	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية الطلبة الشباب يتفاعلون مع المواضيع الثقافية وذلك بنسبة 58.33% عند الإناث وتعد أعلى نسبة ونسبة 50% عند الذكور.

تليها نسبة 37.5% من الطلبة الذكور يتفاعلون مع المواضيع الاجتماعية ونسبة 25% من الإناث، في حين نسبة تقدر بـ 16.67% من المواضيع الدينية التي تتفاعل معها الطلبة الإناث ونسبة 12.5% من الطلبة الذكور.

وأخيرا نسبة المواضيع السياسية التي يتفاعل معها الطلبة الشباب في كلا الجنسين

معدومة.

جدول رقم 16: جدول في نظرك هل يعد الفيس بوك وسيلة للتثقيف حسب الجنس.

المجموع		الإناث		الذكور		هل يعد الفيس بوك وسيلة للتثقيف / الجنس
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%50	10	%50	06	%50	04	موافق
%45	09	%50	06	%37.5	03	محايد
%05	01	%00	00	%12.5	01	معارض
%100	20	%100	12	%100	08	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة الموافقة على أن الفيس بوك وسيلة للتثقيف بالنسبة للطلبة الشباب ذكور وإناث متساوية تقدر بـ 50% وتعد أعلى درجة.

تليها نسبة المحايدة بنفس النسبة 50% من الإناث ونسبة 37.5 من الذكور.

وأخيرا في نظر الطلبة الشباب الذين عارضوا على أن الفيس بوك وسيلة للتثقيف نسبة تقدر بـ 12.5% عند الذكور، وانعدام النسبة عند الإناث الذين عارضن.

جدول رقم 17: جدول الأفراد الذين يفضلون العالم الافتراضي عن الحقيقي حسب السن.

المجموع		30 فما فوق		29 - 24		23 - 18		الأفراد الذين يفضلون العالم الافتراضي عن الحقيقي
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	بصفة كبيرة
%40	08	%00	00	%00	00	%57.15	08	بصفة متوسطة
%60	12	%00	00	%100	06	%42.85	06	بصفة قليلة
%100	20	%00	00	%100	06	%100	14	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن غالبية الطلبة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 24 – 29 سنة يفضلون العالم الافتراضي عن الحقيقي بصفة قليلة بنسبة تقدر بـ 100%.

تليها نسبة 57.15 من الطلبة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 – 23 سنة يفضلون العالم الافتراضي عن الحقيقي بصفة متوسطة.

أخيرا النسبة معدومة بالنسبة للطلبة الذين يفضلون العالم الافتراضي عن الحقيقي.

جدول رقم 18: جدول أصبحت مدمنا على الفيس بوك حسب السن.

المجموع		30 فما فوق		29 - 24		23 - 18		أصبحت مدمنا على الفيس بوك / السن
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
25%	05	00%	00	16.66%	01	28.56%	04	بصفة كبيرة
45%	09	00%	00	66.68%	04	35.72%	05	بصفة متوسطة
30%	06	00%	00	16.66%	01	35.72%	05	بصفة قليلة
100%	20	00%	00	100%	06	100%	14	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن معظم الطلبة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 24 – 29 سنة مدمنين على موقع الفيس بوك بصفة متوسطة تقدر بـ 66.68%.  
 في حين تليها نسبة 35.72% من الطلبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 – 23 سنة مدمنين بصفة متوسطة وقليلة بنسبة تقدر بـ 35.72%.  
 وأخيرا انعدام نسبة الطلبة البالغين من العمر 30 سنة فما فوق.

## (2) نتائج الدراسة:

تستعرض فيما يلي أهم النتائج التي تحصلنا عليها في الميدان من خلال البحث في استخدامات الطلبة الجامعيين للشبكة الاجتماعية الفيس بوك Face book.

أسفرت نتائج الدراسة على ما يلي:

### • النتائج المتعلقة بعادات استخدام موقع الفيس بوك:

- ✓ لقد أشارت إجابات المبحوثين إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 65%، كما يقضون أكثر من ساعتين في الإبحار عبر موقع الفيس بوك بنسبة 60%.
- ✓ كما تشير البيانات إلى أن الفترة غير محدودة لدى الطلبة الشباب في استخدامهم لموقع الفيس بوك تقدر بـ 60%، وتشير النتائج كذلك إلى أن 55% منهم يتصفحون الموقع أكثر من ثلاث مرات في اليوم الواحد، ونسبة 45% من الخدمات التي يفضلونها على الموقع هي الصور.

### • النتائج المتعلقة بدوافع استخدام موقع الفيس بوك:

- ✓ توصلت الدراسة إلى أن أغلبية المبحوثين يستخدمون أسمائهم الحقيقية لدخول موقع الفيس بوك بنسبة 75% في حين يدخل 25% منهم باسم مستعار.
- ✓ أما أساس اختيار المبحوثين الأصدقاء في الفيس بوك علاقة صداقة بنسبة 60%.
- ✓ كما اتضح كذلك أن الغاية من استخدام الفيس بوك فهي التسلية والمتعة بنسبة 45% وكذلك التواصل مع الآخرين بنسبة 40% وأغليبتهم لا يتواصلون مع أصحاب الخبرة في المجالات المختلفة للأخذ من خبرتهم بنسبة تقدر بـ 55%.

• النتائج المتعلقة بالفيس بوك والطالب الجامعي:

- ✓ نجد أن معظم المبحوثين أدى بهم الفيس بوك إلى تواصلهم وترابطهم مع المحيط بنسبة 50%.
- ✓ كما أن نسبة كبيرة منهم يتفاعلون بصفة غير دائمة أي أحيانا مع ما يعرض على موقع الفيس بوك بنسبة تقدر بـ 60%.
- ✓ كما يتفاعلون بصفة كبيرة مع المواطنين الثقافية بنسبة 55%.
- ✓ كما اتضح أنه يجد الموقع وسيلة للتثقيف بنسبة 50%.
- ✓ كشفت النتائج أن المبحوثين يفضلون العالم الافتراضي عن الحقيقي بصفة قليلة بنسبة تقدر بـ 60%، كما نجد نسبة 45% منهم أصبحوا مدمنين على موقع بصفة متوسطة.

توصل أغلب المبحوثين إلى إشباع رغباتهم المختلفة، خاصة تكوين صداقات مع أشخاص يعبدون بآلاف الكيلومترات، والتعرف على ثقافات وعادات جديدة، حسب حاجاتهم ودوافعهم عند استخدام الشبكة الاجتماعية "الفيس بوك"، وبناء على ما تقدم فإن الشباب والطلبة بوجه الخصوص يتعرضون للشبكات الاجتماعية بطريقة انتقائية من أجل الحصول على فوائد متعددة وإشباع رغبات متعددة حسب حاجاتهم ورغباتهم.

## خاتمة

وفي ختام هذه الدراسة يتبين لنا ان الشباب الجامعي (الطلبة) يقبلون بشكل كبير على المواقع الاجتماعية خاصة الفيس بوك Face book وذلك لأسباب ودوافع موضوعية ومن أهم التغيرات التي طرأت عليهم هو التحول في طريقة الكتابة والتعبير من حيث الأفكار والقناعات والآراء والتحول الذي ظهر فيهم بكثرة هو تحول الموقع كإدمان بالنسبة لهم مما أثر فيهم نفسياً، اجتماعياً، ثقافياً، وحق دينياً.

إن الشباب الجامعي (الطلبة) كلهم يستخدمون موقع الفيس بوك Face book لغرض التسلية والترفيه عن النفس بنسبة كبرى، وخاصة للهروب من العالم الواقعي والخوض في العالم الافتراضي، ذلك لإشباع رغباتهم وحاجاتهم الذاتية معرفياً، ترفيهياً، اجتماعياً.

ويبقى الشباب الجامعي مع مختلف مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك Face book سيشهد الكثير من التغيرات خاصة مع التطورات التي تعرفها التكنولوجيا الحديثة لوسائل الإعلام والاتصال وظهور مواقع أخرى اجتماعية تواصلية في الشبكات العنكبوتية.

المقدمة

# الفصل الأول

استقطاب المواقع الاجتماعية للشباب

# الفصل الثاني

المقاربات النظرية والفيس بوك

الخلافة

# الإطار التطبيقي

الإطار النظري

الإطار المنهجي

# قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

## الفهرس

شكر و عرفان

إهداء

فهرس الجداول

أ ..... المقدمة

### الإطار المنهجي

- 04 ..... 1. الدراسة الاستطلاعية
- 04 ..... 2. أهداف الدراسة
- 04 ..... 3. أهمية الدراسة
- 05 ..... 4. أسباب اختيار الموضوع
- 05 ..... 5. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- 07 ..... 6. منهج الدراسة
- 08 ..... 7. أداة الدراسة
- 09 ..... 8. مجتمع الدراسة
- 09 ..... 9. عينة الدراسة
- 10 ..... 10. مفاهيم الدراسة
- 13 ..... 11. المدخل النظري للدراسة
- 16 ..... 12. الدراسات السابقة

## الإطار النظري

### الفصل الأول: استقطاب المواقع الاجتماعية للشباب

21	تمهيد.....
22	المبحث الأول: الطالب الجامعي ومرحلة الشباب.....
22	(1) مفهوم الطالب الشاب.....
24	(2) خصائص وسمات الطالب الشاب.....
27	(3) المميزات الاجتماعية والنفسية للطالب الشاب.....
29	(4) احتياجات الطالب الشاب.....
31	المبحث الثاني: ماهية الشبكات الاجتماعية.....
31	(1) مفهوم الشبكات الاجتماعية.....
31	(2) نشأة الشبكات الاجتماعية.....
32	(3) أنواع الشبكات الاجتماعية.....
33	(4) مميزات الشبكة الاجتماعية.....
35	خلاصة.....

### الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

36	تمهيد.....
37	المبحث الأول: نظرية الاستخدامات والإشباع.....
37	(1) مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع.....
38	(2) الفرضيات التي تنطلق منها نظرية الاستخدامات والإشباع.....
39	(3) أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع.....
40	(4) نموذج "كاتر" نظرية الاستخدامات والإشباع.....

41	المبحث الثاني: الجهود والحلول الجزائرية في تطبيق التجارة الإلكترونية.....
41	(1) مفهوم موقع الفيس بوك.....
42	(2) نشأة موقع الفيس بوك.....
44	(3) مميزات موقع الفيس بوك.....
45	(4) أهم خدمات وتطبيقات موقع الفيس بوك.....
48	خلاصة.....

### الإطار التطبيقي

49	تمهيد.....
50	(1) عرض الجداول وتحليلها.....
67	(2) نتائج الدراسة.....
69	خاتمة.....

قائمة المصادر و المراجع

الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجداول	الجدول رقم
50	جدول توزيع أفراد العينة حسب الجنس.....	01
50	جدول توزيع أفراد العينة حسب السن.....	02
51	جدول توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي.....	03
52	جدول المدة الزمنية لمستخدمي موقع الفيس بوك حسب الجنس.....	04
	جدول الوقت المستغرق في الإنجاز عبر موقع الفيس بوك حسب	05
53	الجنس.....	
54	جدول الفترات التي تستخدم فيها موقع الفيس بوك حسب الجنس.....	06
	جدول عدد مرات تصفح موقع الفيس بوك في اليوم الواحد حسب	07
55	الجنس.....	
56	جدول الخدمات المفضلة على موقع الفيس بوك حسب الجنس.....	08
57	جدول الاسم المستعمل في موقع الفيس بوك حسب الجنس.....	09
58	جدول أساس اختيار الأصدقاء في الفيس بوك حسب الجنس.....	10
59	جدول الغاية من استخدام الفيس بوك حسب المستوى الدراسي.....	11
	جدول التواصل مع أصحاب الخبرة في المجالات المختلفة للأخذ	12
60	من خبرتهم حسب الجنس.....	
	جدول هل أدى الفيس بوك تواصلك وترابطك مع المحيط حسب	13
61	السن.....	
62	جدول التفاعل مع ما يعرض على موقع الفيس بوك حسب الجنس...	14
63	جدول نوع المواضيع التي تتفاعل معها حسب الجنس.....	15
64	جدول في نظرك هل يعد الفيس بوك وسيلة للتنقيف حسب الجنس...	16
	جدول الأفراد الذين يفضلون العالم الافتراضي عن الحقيقي حسب	17
65	السن.....	
66	جدول أصبحت مدمنا على الفيس بوك حسب السن.....	18

## قائمة المراجع

### I. الكتب:

- 1) الدليمي عبد الرزاق محمد، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط 1، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2011.
- 2) أحمد محمد موسى، الشباب بين التهميش والتشخيص (رؤية إنسانية)، ط 1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، 2009.
- 3) إسماعيل عبد الفتاح، محمود منصور، البحث الإعلامي، اتجاهات وقرارات في حلقة البحث العلمي الصحفي والإعلامي، ديوان المطبوعات الجامعية، الإسكندرية.
- 4) بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 5) حسن حمدي، وظائف الاتصال الجماهيرية، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، مصر، دار الفكر العربي، 1991.
- 6) حسين عماد مكاوي وعاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة، 2007.
- 7) حسين محمد نصر، الانترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، ط 1، 2003.
- 8) حسين عماد مكاوي وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 3، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2003.
- 9) حلمي خضر ساري، ثقافة الانترنت، دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2005.
- 10) خليل الفاعوري، الشباب قضية ورعاية ودور، مديرية الوثائق والمكتبات الوطنية، عمان، 1985.

- 11) عاطف عدلي العيد، نهى عاطف، نظريات الاتصال وتطبيقاتها، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 2008.
- 12) عامر فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، ط 1، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2010.
- 13) عبد الرحمان العيسوي، سيكولوجية النمو بدراسة في نمو الطفل والمراهق، دار الفكر للنشر والتوزيع، الجزائر.
- 14) عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، ط 1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003.
- 15) عقيل حسن عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، ط 1، مكتبة مدبولي، ديلد، 1999.
- 16) عماد بوحوش، محمد الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 17) فرد ميلسون، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة يحيى مرسي، دار الوفاء للنشر، الإسكندرية، 2007.
- 18) مبارك الصاعدي، سلطان مسفر، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، الشبكة الالوكة، السعودية، 2011.
- 19) محمد الجوهري، الشباب والحق في الاختلاف، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006.
- 20) محمد الصاوني محمد مبارك، البحث العلمي، أسسه وطريقه وكتابته، ط 1، المكتبة الأكاديمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996.
- 21) محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ط 1، 1993.
- 22) مدثر النور أحمد، كيفية التسجيل في موقع الفيس بوك، دراسات الإعلام الآلي وتقنية المعلومات، ط 1، عمان، 2012.

- (23) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر - بوزيد صحراوي وآخرين، ط 2، دار القصبية، الجزائر، 2006.
- (24) وفاء محمد البردعي، شبل بدران، دور الجامعة في مواجهة التطرف الفكري، ط 1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002.
- (25) وليد طافش، الشباب ومعركة الحياة المعاصرة، مؤسسة الرسالة للنشر والتوزيع، بيروت، 1994.

## II. الموسوعات والقواميس:

- (1) البصليكي (روحي)، قاموس ثلاثي، عربي-إنجليزي-فرنسي، ط 4، بيروت، دار العلم الملايين، 2008.
- (2) إبراهيم أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، الجزر الأول، ط 2، القاهرة، 1972.
- (3) ابن المنظر، لسان العرب، المجلد الخامس، ط 1، دار صادر، بيروت، 2000.

## III. المذكرات:

- (1) بعلي محمد، الاتصال الأسري ومتغيرات المجتمع المعلوماتي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة وهران، 2004.
- (2) بورحلة سليمان، أثر استخدام الانترنت على اتجاهات الطلبة الجامعيين وسلوكياتهم، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007.
- (3) صفاء فوزي، علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكتروني، دراسة ميدانية على عينة من الريف والحضر، رسالة ماجستير، خلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003.
- (4) مليكة هارون، الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، دراسة ميدانية وتحليلية عينة من شباب ولاية تيبازة، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2004-2005.

5) هبة شاهين، استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004.

#### IV. المواقع الإلكترونية:

(أ) باللغة العربية:

1. سالم بن عبد المجيد البيض، الإعلام الجديد، لمحة وتعريف:

<http://arabik.com/harf?view=book&lid=18rand1.02-02-2016> à  
[15 :03](http://arabik.com/harf?view=book&lid=18rand1.02-02-2016)

2. نظريات التأثير الإعلامية:

<http://www.minsliawi.com/t1343> - le13/02/2016 a 10:30

3. نموذج "كاتز" لنظرية الاستخدامات والإشباع:

<http://constantine3.blogspot.com>, le 15/02/2016 a 17 :17.

4. أحمد عبد الرزاق، نشأة فكرة الفيس بوك:

<http://www.dirity.com/2014/10/blogpost.html?m=1.03-03-2016> à  
[10 :30](http://www.dirity.com/2014/10/blogpost.html?m=1.03-03-2016)

5. سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي، الشبكات الاجتماعية، خطر أم فرصة ؟

<http://www.alikan.net> – le 25/03/2016 a 09 :10

6. باللغة الفرنسية:

1. <http://ahmedsat34ahlamontada.com.it392>.Le 25/01/2016 a  
[15 :00.](http://ahmedsat34ahlamontada.com.it392)

2. Face book et autre media sociaux (petit séminaire de Québec)  
collège François de haval. <http://www.psq.qc.ca.20-01-2016> à  
13 :25.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم  
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث حول:

استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك نموذجاً)

دراسة ميدانية بكلية الطب جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم

ملاحظة: ضع علامة (x) في الخانة المناسبة

تحت إشراف الأستاذ:

\*بن شعبي محمد\*

إعداد الطالبة:

\*قيزان فتيحة\*

**السنة الجامعية: 2015/2016**

✓ البيانات العامة:

الجنس: ذكر  أنثى   
السن: 23-18  29-24  30 فما فوق

✓ المستوى الجامعي:

أولى جامعي  ثانية جامعي  ثلاثة جامعي

✓ المحور الأول: عادات استخدام الفيس بوك

1. منذ متى وأنت تستخدم (ي) موقع الفيس بوك؟

أقل من سنة  من سنة إلى ثلاث سنوات  أكثر من ثلاث سنوات

2. كم تقضي من ساعة في الإبحار عبر الفيس بوك؟

أقل من ساعة  من ساعة إلى ساعتين  أكثر من ساعتين

3. ما هي الفترات التي تستخدم (ي) فيها الفيس بوك؟

صباحا  مساء  ليلا  بدون تحديد

4. عادة كم مرة تتصفح (ي) موقع الفيس بوك في اليوم الواحد؟

مرة  مرتين  ثلاث مرات فأكثر

5. ما هي الخدمات المفضلة لديك على موقع الفيس بوك؟.

الصور  الروابط  الفيديو  التعليقات

✓ المحور الثاني: دوافع استخدام موقع الفيس بوك.

6. ما هو الاسم الذي تستعمله في موقع الفيس بوك؟

اسمك الحقيقي  اسم مستعار

7. على أي أساس تختار أصدقائك في الفيس بوك؟.

علاقة قرابة  علاقة صداقة  معيار آخر

8. ما هي غايتك من استخدام الفيس بوك؟.

التسلية والمتعة  التعلم

9. ها تتواصل مع أصحاب الخبرة في المجالات المختلفة لأخذ من خبرتهم؟.

نعم  لا

✓ المحور الثالث: الفيس بوك والطالب الجامعي؟.

10. هل أدى الفيس بوك إلى تعزيز تواصلك وترابطك مع المحيط؟.

موافق  محايد  معارض

11. هل تتفاعل مع ما يعرض على موقع الفيس بوك؟.

دائما  أحيانا  نادرا

12. ما نوع المواضيع التي تتفاعل معها؟.

سياسية  ثقافية  اجتماعية  دينية

13. في نظرك هل يعد الفيس بوك وسيلة للتثقيف؟.

موافق  محايد  معارض

14. هل أنت من أفراد الذين يفضلون العالم الافتراضي عن الحقيقي؟.

بصفة كبيرة  بصفة متوسطة  بصفة قليلة

15. هل أصبحت مدمنا على الفيس بوك؟.

بصفة كبيرة  بصفة متوسطة  بصفة قليلة