

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الإتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس
الميدان: علوم إنسانية
الشعبة: علوم الإعلام و الإتصال
التخصص: إتصال وعلاقات عامة
مقدمة من طرف:
الشعوبي مونية
بريك سميحة
توتي زهرة

الموضوع:

اثر استخدام الإعلام الجديد على قيم و سلوكيات الطلبة
موقع التشبيك الاجتماعي الفيس بوك نموذج
دراسة ميدانية على طلبة علوم الإعلام و الإتصال - جامعة ورقلة -

الأستاذة المشرفة: يسعد زهية الاستاذ المناقش: حمايمي محرز

السنة الجامعية: 2014/2013

شكراً و الحمد لله

أولاً الشكر لله عز وجل الذي انعم علينا بنعمة العلم ويس

أمرنا طيلة المشوار الدراسي، فالحمد لله والشكر على كل

نعمة تفضل علينا لها .

الشكر إلى الأساتذة المشرفين يسعد زهيداً على الجهد الذي بذلته

معنا لإتمام هذا العمل وعلى الإرشادات والنصائح التي كانت

توجهها لنا في كل خطوة من عملنا

كما نتوجه بالشكر الخاص إلى أساتذة قسم الإعلام والاتصال

الذين لم يدخلوا علينا بتقديم النصائح القيمة، وكذا لا ننسى

الشكر الجزيل لطلبة السنة الثانية إعلام واتصال والسنة

ثالثة اتصال وعلاقات عامة

إلى كل من ساعدنا في إتمام هذا العمل

سواء من قريب أو بعيد

سميحة***زهرة***مونية

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان	الرقم
	شكر وعرفان	
	فهرس الموضوعات	
	مقدمة أ	

الفصل الأول: الإطار المنهجي للبحث

05	تمهيد	
05	.i الإشكالية	
05	.ii تساؤلات الدراسة	
06	.iii فرضيات الدراسة	
06	.iv أسباب اختيار الموضوع	
06	.v أهداف الدراسة	
07	.vi أهمية الدراسة	
07	.vii المنهج المستخدم	
07	.viii أدوات البحث	
08	.ix عينة الدراسة	
09	.x تحديد مفاهيم الدراسة	
10	.xi الدراسات السابقة	
14	.xii المقاربة النظرية	
15	.xiii صعوبات الدراسة	

الفصل الثاني: الإعلام الجديد

18	تمهيد	
18	1 - المداخل النظرية لفهم خصائص الإعلام الجديد	
21	.i تعريفات الإعلام الجديد	
22	.ii سمات الإعلام الجديد	
24	.iii خصائص الإعلام الجديد	
27	.iv أنواع الإعلام الجديد	
27	.v وسائل الإعلام الجديد	
29	خلاصة الفصل	

الفصل الثالث: الشبكات الاجتماعية (الفييس بوك نموذج)

32	تمهيد
32	i. نشأة الشبكات الاجتماعية
33	ii. تعريف الشبكات الاجتماعية
34	iii. مكونات ومميزات الشبكات الاجتماعية
35	iv. مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية
36	v. انواع الشبكات الاجتماعية
38	vi. اثار استخدام الشبكات الاجتماعية
39	1. الفييس بوك كنموذج للتواصل
39	2. تعريف الفييس بوك
40	3. نشأة الفييس بوك
41	4. مميزات الفييس بوك
43	5. إيجابيات وأضرار الفييس بوك

الفصل الرابع: عرض وتحليل معطيات الدراسة الميدانية

	تمهيدي
47	I. عرض وتحليل وتفسير بيانات خصائص العينة
50	II. عرض وتحليل وتفسير نتائج الفرضيات
50	1 - عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الأولى
54	2 - عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الثانية
56	3 - عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الثالثة
59	4- نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
60	5- الاستنتاج العام
61	- خلاصة الفصل
	الخاتمة
64	فهرس الجداول
65	فهرس الاشكال
67	الملاحق
72	قائمة المراجع
75	ملخص الدراسة

مقدمتہ

نعيش اليوم مرحلة الإعلام الجديد بكل تجلياتها, وأبعادها, وهي مرحلة أضحت فيها الإعلام الشخصي و الفردي سمة القرن الجديد والانترنت والكمبيوتر أدواته الأساسية, وليس هذا إقرار بنهاية الإعلام التقليدي, ذلك أن الفواصل بين هذا الأخير والإعلام الجديد قد ذابت, حتى الإعلام التقليدي نفسه أعيد تشكيله وتحسينه ومراجعة ليلتقي مع القديم في بعض جوانبه, وتلج مرحلة جديدة تشير إلى حالة من التنوع في الخصائص والسمات أبرزها تنامي خاصيتي الفرادية و التخصيص في الاستخدامات و التطبيقات لدى الجماهير

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بأدوات التشبيك الاجتماعي نوعا جديدا من أنواع الصحافة التي نشأت وتبلورت في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة, حيث تلعب دورا بارزا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار وتبادلها بين المستخدمين. وكذا تزويد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وذات مصداقية يكون فيها المواطن الحلقة الأساسية في بناء وصياغة المضمون الإعلامي وتبادل على نطاقات واسعة

إن تعدد مواقع التشبيك الاجتماعي وخاصة الفيس بوك من المواضيع التي أثارت اهتمام وسائل الإعلام فقد شهد العقدان الأخيرين اهتماما متزايدا بها في عديد المجتمعات والدول نتيجة التقدم التكنولوجي وكذا محاولة ترسيخ القيم والسلوك من خلال التوجيه إلى مشاكل التي يعيشها الأفراد بأشكالها المختلفة, على اعتبار أننا نعيش على كوكب وأرض واحد

وسنحاول من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على الإعلام الجديد ومواقع التشبيك الاجتماعي وبصفة خاصة الفيس بوك وتحديد الأثر على قيم وسلوك الطلبة انطلاقا من طرق وأنماط الاستخدام الجماهيري له ويأتي هذا الموضوع الذي يتناول أثر استخدام الإعلام الجديد على قيم سلوكيات الطلبة (الفيس بوك نموذج) حيث قسمناه إلى أربع فصول, حاولنا أن نجعل منها نسقا متكاملًا بحيث يخدم كل فصل الفصل الذي يليه ويمهد له حتى يتمكن القارئ من تتبع الأفكار الواردة فيه.

ويتناول الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة حيث يحتوي على إشكالية الدراسة و التساؤلات الفرعية منها وكذا أهدافها بالإضافة إلى أهمية الموضوع وأسباب اختياره والمنهج وأدوات جمع البيانات, وكذا تحديد المفاهيم إلى جانب عرض الدراسات السابقة والنظرية المستخدمة وصعوبات الدراسة.

أما الفصل الثاني الإعلام الجديد وأهم الأطر و مداخل النظرية التي يمكن فهمه من خلالها, بالإضافة إلى تعريفاته وأهم المصطلحات القريبة منه والعوامل الرئيسية أمام ظهوره وأهم الخصائص و السمات التي تميزه, كما تدرج تحت الفصل أنواع الإعلام الجديد ووسائله وأهم تطبيقاته.

الفصل الثالث ويدور حول الشبكات الاجتماعية (الفييس بوك نموذجاً) تناولنا فيه نشأة الشبكات الاجتماعية، وكذا مميزاتها ومكوناتها وتدرجنا كذلك إلى الملامح والسمات و مجالات استخدامها وأنواعها والأثر من استخدامها وقد خصصنا نظرة الفييس بوك تناولنا فيه تعريفه نشأته ومميزاته، كما تطرقنا إلى الإيجابيات وأضرار الفييس بوك. في حين خصص الفصل الرابع والأخير من الدراسة لمناقشة البيانات ومعطياتها والتعليق عليها وأخيراً استخلاص النتيجة العامة للدراسة

الفصل الأول

الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- I . تحديد الإشكالية.
- II . فرضيات الدراسة.
- III . أسباب اختيار الموضوع.
- IV . أهمية الدراسة.
- V . المنهج المستخدم.
- VI . أدوات البحث.
- VII . عينة الدراسة.
- VIII . تحديد مفاهيم الدراسة.
- IX . الدراسات السابقة.
- X . المقاربة النظرية.
- XI . صعوبات الدراسة.

تمهيد :

إن تحديد المشكلة تعتبر الوسيلة الهامة و النواة الأساسية لتحقيق هذا البحث العلمي، مما أدى بالباحثين إلى الاهتمام بها و ذلك للحصول على خطوات منهجية صحيحة

I تحديد الإشكالية

أصبحت وسائل الإعلام تخترق جميع مجالات الحياة حسب الاعتقاد السائد على التأثير في عقول الطلبة و قلوبهم و كأنهم جثة هامدة لا تفكر و لا تعقل و لا تحسن التعامل مع المنبهات المحيطة بها و مع تطور تكنولوجيا الاتصال التي لقت بالجديدة و التي أغوت الطلبة الكثير من غيرهم فأصبح بإمكان الطلبة حتى في كثير من البلدان انغلاقا التعرض إلى الرسائل الإعلامية سواء على شاشات التلفزيون أو الانترنت و لهذا أصبح الشباب ينعت بهذه النعوت فيقال جيل الإهمام إشارة إلى الهاتف النقال أو الجيل الرقمي تلميحاً الانترنت و آد كان الطلبة في بقاع أخرى من العالم يعتبرون من مبتكري هذه التكنولوجيا الجديدة و صناعها فان الشباب الجزائري يبقون مستهلكين لها و حسب لانعدام فرص اختيار مهارتهم. فيما يتعلق بهويتهم الثقافية و قيمهم و سلوكياتهم التي يفترض إنها فوق كل الشبهات قبل مجيء التكنولوجيا الاتصال و عليه نعتقد إن القيم التي اكتسبها الشباب مند صغرهم هي راسخة فيهم شعورياً أو لا شعورياً و قد يكون البعض منها نائماً و لكن معظمها يفتن بفعل البيئة الاجتماعية فهي التي توجه سلوكياتهم و تراقبها و هي التي تملئ عليهم كيف يستعملون الإعلام الجديد و ليس الإعلام الجديد الذي يملئ كيف يستعملونه ، و لعلنا نذكر من ابرز وسائل الإعلام الجديد الشبكات الاجتماعية. المشهورة عالمياً (اليوتيوب التويتر والفيس بوك و ماي سبايس فليكر) والذي اخترنا منه الفيس بوك نموذجاً الذي يحتل بدوره مكانة كبيرة و جمهور واسع حيث بلغ عدد جمهوره حسب الإحصائيات كمستخدمين ناشطين في العالم سنة 2012 أكثر من 700 مليون مستخدم في حين بلغ عددهم في الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من 157 من خلال مجانية المشاركة و ارتفع ترتيب الموقع من حيث الحركة من الترتيب رقم 60 الى الرقم 7 حسب موقع أليكسا و لمعرفة هذا الموضوع أكثر جاءت الإشكالية تتمحور كالأتي:

ما هو اثر استخدام الفيس بوك كوسيلة من وسائل الإعلام الجديد على قيم و سلوكيات الطلبة؟

اندرجت تحتها الأسئلة الفرعية التالية:

تساؤلات الدراسة :

- ماهي عادات استخدام الطلبة الفيس بوك؟
- هل يحقق الفيس بوك استخدامات و اشباعاً لدى الطلبة ؟
- هل يؤثر الفيس بوك على قيم و سلوكيات الطلبة ؟

i. فرضيات الدراسة :

- تختلف عادات استخدام الطلبة الفيس بوك
- يحقق الفيس بوك الاستخدامات و الاشباعات لدى الطلبة
- يؤثر الفيس بوك على قيم و سلوكيات الطلبة

ii. أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار هذه الدراسة إلى الأسباب التالية وهي مقسمة كالتالي:

أسباب موضوعية:

دخول الموضوع في مجال تخصصنا اتصال و علاقات عامة

الميل إلى استخدام وسائل الإعلام الجديد

جدة الموضوع لان الإعلام الجديد لازال غامض لان معظم الدراسات حول استخدام الإعلام الجديد ركزت على

الانترنت ولم تشير إلى شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك

أسباب ذاتية

- إثراء البحث العلمي بدراستنا و المساهمة في انجاز دراسة علمية لإفادة الطلبة مستقبلا .
- الميل الشخصي لهذا الموضوع نتيجة الانفتاح التي تشهده الجزائر في وسائل الإعلام الجديدة إذ تعد هذه الدراسة من المواضيع الجديدة كذا بالنظر إلى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك وما أحدثه من جدل في الأوساط العالمية .

iii. أهداف الدراسة

- هناك مجموعة من الأهداف المحددة المرتبطة بموضوعنا و التي سنحاول الوصول إليها ومنها: .
- محاولة التعرف على آراء الطلبة نحو وسيلة من وسائل الإعلام الجديد(الفيس بوك)
- الوقوف على مختلف الأطر النظرية لفهم الإعلام الجديد بما يسهل فهم خصائص هذا الإعلام واهم تطبيقاته خاصة في الجانب الذي يتعلق باستخدام الشبكات الاجتماعية (موقع الفيس بوك بالأخص)
- محاولة معرفة الأثر الذي يتركه موقع الفيس بوك على قيم و سلوكيات الطلبة .

iv. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في إن الإعلام الجديد بتطبيقاته المختلفة سينا المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي، ولد أشكال جديدة من القيم والسلوك والعلاقات للتواصل بين الأفراد والمستخدمين، وذلك من اجل تحقيق أهداف ذات بعد إنساني، ثقافي، اجتماعي. أكثر نضجا و وعيا

v. المنهج المستخدم:

حسب muries Angers المنهج هو مجموع الإجراءات و الخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من اجل الوصول إلى نتائج معينة.

إذن، يتضح من خلال هذا التعريف إن المنهج عبارة عن جملة من الخطوات المنتظمة التي يجب على الباحث التعرف عليها و إتباعها في الإطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى نتائج مسطرة ، انطلاقا من هدين التعريفين فاعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي المسحي. بمعالجة الإشكالية المطروحة والوصول إلى إيجابيات و ردود أفعال الجمهور المبحوث بهدف الوصول إلى نتائج توضح لنا معرفة اثر استخدام الإعلام الجديد على قيم و سلوكيات الطلبة الفيس بوك نموذج

فالمنهج الوصفي: هو عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتطوير النتائج التي يتم التوصل إليه على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.¹

vi. أدوات البحث:

تسمح أدوات البحث بجمع المعطيات و المعلومات يستعملها الباحث في تفصي و جمع المعلومات و الحقائق فارتأينا في دراستنا أن نوظف أداة الاستبيان التي تعتبر من الأدوات المناسبة له حيث يعرف الاستبيان:

يحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تكون مفتوحة أو مغلقة أو شبه مغلقة و يمكن أن تستخدم مباشرة من قبل الباحث أو فريق البحث عن مقابلة المبحوثين ا وان ترسل عبر البريد دوم وجود الباحث² فقد تم تقسيم أسئلة الاستبيان إلى المحاور التالية:

البيانات الشخصية

- المحور الأول: عادات استخدام الطلبة الفيس بوك
- المحور الثاني: استخدامات و اشباعات الطلبة للفيس بوك
- المحور الثالث: أثر استخدام الفيس بوك على قيم وسلوك الطلبة

¹ محمد عبيدات، وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد المراحل والتطبيقات ، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، ص46
² سلاطينة بلقاسم و حسان الجيلاني، محاضرات في المنهج و البحث العلمي ، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الساحة المركزية بن عكنون الجزائر، ص45

vii. عينة الدراسة:

بفضل توسع المجتمعات المدروسة أصبح الباحثون لا يستعطون القيام بدراسة لجميع مفردات البحث لذلك اعتمدوا على عينة، و انطلاقاً من هذا فتعرف العينة ألها اختيار عدد محدود من المفردات أو الوحدات يكون ممثلاً في خصائصه لمجموع أفراد مجتمع البحث هذا يتفق مع أهداف دراستنا

و عليه فان مجتمع البحث الذي اخترناه يتمثل في طلبة و طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال سنة ثانية و ثالثة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة

أما فيما يخص العينة فقد وقع اختيارنا على العينة القصدية علماً أن حجم العينة 50 مفردة من قسم علوم الإعلام و الاتصال ووزعت في 23 افريل 2014م

viii. تحديد مفاهيم الدراسة:**الأثر**

لغة: جمع آثار وأثر: ما بقى من رسم الشيء، تأثر و إئتثر منه و به :حصل فيه اثر منه فهم متأثر و فلانا تتبع أثره¹
اصطلاحاً: أثر أو التأثير الذي عرفه محمد منير حجاب على انه بعض التغير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد، فقد تلقت الرسالة انتباهه ويدركها وقد تضيف له معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل سلوكه السابق وهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداءً من الاهتمام إلى حدوث تغير إلى تلك الاتجاهات. ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علي².

التعريف الإجرائي:

الأثر هو الذي خلفه استخدام الفيس بوك على القيم والسلوك لدى الفرد، ونقصد كذلك في هذه الدراسة الأثر هو ما يقوم بيه الفيس بوك من تغيير للسلوك والقيم للشباب الجزائري عن طريق كيفية الاستخدام والتعرض لهذه الأداة

السلوك:

أي استجابة أو رد فعل لا يتضمن فقط الاستجابات و الحركات الحسية بل يشمل على العبارات اللفظية و خبرات ذاتية و أيضا يعني الاستجابة الكلية أو الآلية التي تتدخل في إفرازات الغدد حين يواجه الكائن العضوي أي موقف³

¹ المنجد في اللغة و الإعلام، دار المشرق بيروت، ط، 1984، ص 27، 3

² محمد منير حجاب، أساسيات البحوث العلمية و الاجتماعية، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط 1، 2002 مصر ص 105

³ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط 1 دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة 2004، ص 286

التعريف الإجرائي :

هو السلوك المكتسب من خلال تصفح موقع الفيس بوك.

القيم:

هي استعداد سلوكي معرفي وجداني اتجاه بعض الموضوعات و يتم تعلمها عن طريق مؤسسات التنشئة

الاجتماعية¹

التعريف الإجرائي:

هو محاولة الفرد تبني قيم جديدة او تعديل اخرى سابقة لديه من خلال تصفح موقع الفيس بوك

الاستخدام:

هو اختيار الجمهور لوسيلة إعلامية دون أخرى و اختيار محدد على حساب خلفياتهم الديموغرافية و

الاقتصادية²

التعريف الإجرائي

نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة عملية التتبع والتصفح والاستغلال التي يقوم بها الشخص عبر موقع الفيس

بوك و التي تشمل العادات و الاشباع و الأثر على السلوك والقيم.

الإعلام

لغة: من الفعل اعلم و علم بالشئ أي شعر به و يقال استعلم لي خبر فلان و أعلمنيه و علم الأمر و تعلمه أي أتقنه و

يقال علمت شيء بمعنى عرفته و خبرته³

اصطلاحا

هو إعطاء و بث المعلومات إلى الآخرين أي نقل المعلومات والآراء و الاتجاهات من شخص لأخر من خلال

الوسيلة المناسبة و التي تعمل على إشباع ذلك من خلال الحواس المختلفة⁴

¹ المرجع نفسه, ص300

² المرجع السابق, ص

³ ابن المنظور, لسان العرب, ط4 دار طادر, بيروت, لبنان' المجلد الاول 2005 ص264

⁴ محمد منير حجاب, المرجع السابق, ص61

التعريف الإجرائي:

هو تبادل المعلومات الهادفة والبنّاءة من خلال ما تقدمه وسيلة الإعلام الجديد الفيس بوك من منشورات وصور

وفديو....الخ

الإعلام الجديد:

يشير هذا المفهوم إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس

بإمكانية الالتقاء و التجمع على الانترنت و تبادل المنافع والمعلومات¹

التعريف الإجرائي:

هو الإعلام الذي ساهم في ظهور الثورة الرقمية واندماج الوسائل الالكترونية مع بعضها البعض، ويمتاز

بالتفاعلية والتنوع باستعمال التكنولوجيا الحديثة

الطلبة:

هم فئة اجتماعية توجد في مرحلة عمرية محددة و تمتد من 18 إلى 35 و يتميز أفراد هذه الفئة ببعض المميزات

وا لخصائص الاجتماعية و الثقافية التي تجعلهم يختلفون عن الفئات الأخرى

ix. الدراسات السابقة:

إن كل دراسة علمية أو ميدانية تقوم على مرتكزات من بينها الدراسات السابقة ففي دراستنا هاته وقع

اختيارنا على الدراسات التي تفيد أو تناسب موضوعنا إما من الجانب المنهجي أو الموضوعي منها:

الدراسة الأولى:

دراسة فيحة كيجل مدكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال 2011. 2012

تحت عنوان الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفيس بوك

نموذجاً وقد تلخصت إشكالية الدراسة في كيف يؤدي استخدام موقع الفيس بوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى

نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟ و اندرجت تحتها التساؤلات التالية

- ماهي أنماط وطرق استخدام موقع الفيس بوك بما يؤدي إلى خلق الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

- ما هي دوافع استخدام هذا الموقع بالذات فيما يتعلق بموضوع حماية البيئة ونشر الوعي البيئي

¹عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد (مفاهيم، وسائل، و تطبيقات) ط1، دار الشروق، عمان الاردن، 2008 ص، 80

- ماهي طبيعة الاشباع المحققة لجمهور المستخدمين الجزائريين ؟
- ما هو الدور الذي يلعبه هذا الموقع لترفيه وترسيخ الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟
- واعتمدت هذه الدراسة على النهج المسحي الوصفي وتمثلت عينة البحث في عينة الكرة الثلجية المكونة من 200 استمارة استبيان مبحوث من الجمهور الجزائري. أما فيما يخص النتائج المتوصل إليها فكانت
- تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداما من قبل المبحوثين تليها المواقع العامة ثم مواقع الدردشة والمواقع المتخصصة وأخيرا كل من المنتديات والمدونات
- حتل موقع الفيس بوك الرتبة الأولى من حيث الاستخدام من قبل المبحوثين يليه اليوتيوب في المرتبة الثانية ثم التويتر ثالثا وأخيرا كل من ماي سبايس فليكر.

الدراسة الثانية :

دراسة للطالب سعيد بومعيزة لنيل شهادة دكتوراه كلية علوم السياسية قسم الإعلام و الاتصال بعنوان اثر استخدام وسائل الإعلام على قيم و سلوكيات لدى الشباب دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية, تمثلت إشكالية الدراسة في مدى اثر وسائل الإعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب بمنطقة البلدية , واعتمدت هذه الدراسة على الفرضيات التالية:

- إن استعمال وسائل الإعلام من حيث العادات و طرق التعرض و المدة الزمنية من طرف الشباب يختلف باختلاف لمتغيرات الديموغرافية
- إن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم نضر لكون مضامين هذه الأخيرة تميل أكثر إلى الترفيه باستثناء بعض لمضامين محدودة كالبرامج الدينية مثلا
- إن وسائل الإعلام تساعد الشباب على تجاوز بعض السلوكيات سلبية
- و اعتمدت هذه الدراسة على منهج الوصفي المسحي, أما عينة الدراسة فكانت العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس ذكور و إناث و عينة على مستوى التمثيل الجغرافي اعتمد على مساحات البلدية 160 مفردة أولاد يعيش 70 , الصومعة 30 , بئر مراد 40 . أما المنهج فتمثل في المنهج المسحي الوصفي و المنهج المسحي التحليلي. و اعتمد على الاستمارة كأداة بحث
- أهم النتائج المتوصل إليها كانت كثيرة و قمنا باختصارها فهو توصل إلى نتائج و قام بتحليلها لتحليل نتائج الاستعمال و التعرض , تحليل نتائج القيم . تحليل نتائج السلوك.

الدراسة الثالثة :

دراسة لسميرة شيخاني, الاعلام الجديد في عصر المعلومات , وتمثلت إشكالية الدراسة في غياب التنصيب الإعلامي, فعلى الرغم من إدراك الكثير بيننا لأهمية الإعلام الجديد و دوره التنموي , إلا أن هناك شبه غياب تنضري للقضايا التي يطرحها إعلام عصر المعلومات و انعكاساته على الواقع الإعلامي عاجلت الإشكالية من خلال عدة تساؤلات و المتمثلة فيما يلي:

- ما هي مظاهر التطور في الاتصال في النصف الثاني من القرن لعشرين و بديات القرن واحد والعشرين؟
- مفهوم الإعلام الجديد الذي يحمله عصر المعلومات؟ و ما العوامل التي أدت إلى ظهوره؟ ثم ما سماته. أما عن مجتمع الدراسة فكان بخصوص الدول الصناعية المتقدمة (الوم ا و دول غرب أوروبا و اليابان) بوصفها أكبر دول العالم امتلاكاً لوسائل الاتصال الجماهيري و لحدثة.

أما نتائج الدراسة تمثلت في. خلال السنوات الماضية القليلة مرت الوم ا و لعديد من دول أوربية المتقدمة عبر مرحلة انتقالية مهمة غيرت من تركيبها الاجتماعية و الاقتصادية و نقلها من عصر الثورة الصناعية إلى عصر المعلومات أحدثت تكنولوجيا الإعلام الجديدة تحولات جذرية في صناعة الصحافة المطبوعة والسينما و الإذاعة كاستخدام انضمت النشر المكتبي و النشر الإلكتروني و التلفاز الرقمي

الدراسة الرابعة:

دراسة طه عبد العاطي نجم و انور بن محمد الروان , العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام

الجديدة و مستوى المعرفة السياسية, اهتمت هذه الدراسة بللعلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة الممتلة في الانترنت و المعرفة السياسية لدى الشباب العماني من خلال التعرف على مدى اهتمام طلاب الجامعة بالموضوعات السياسية و تعرضهم للانترنت و علاقة الطلاب بالمدونات الالكترونية

و قد تمثلت أهداف الدراسة فيما يلي:

- توصيف العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة
- التعرف على مظاهر استخدام طلاب السلطان قابوس للمواقع و للمدونات الالكترونية
- رصد اتجاهات الطلاب نحو المواقع الالكترونية

أما إشكالية الدراسة فتمحورت حول ما علاقة وسائل الإعلام الجديدة ممثلة الانترنت. بمسئوى المعرفة السياسية لدى طلاب جامعة سلطان قابوس و للإجابة اعتمدوا على عدة تساؤلات منها:

- ما المواقع المفضلة لمتابعة الموضوعات السياسية؟
- ما مظاهر علاقة الطلاب بوسائل إعلام التقليدية عبر الانترنت؟
- ما علاقة الطلاب بالمدونات الالكترونية؟

أما لإطار المنهجي فقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي و ذلك من خلال للاهتمام بمعرفة خصائص الطلاب الذين يتعرضون للانترنت و من ثم إعداد استمارة و تمثل مجتمع أو عينة هذه الدراسة فيما يلي

- مجتمع هو طلاب جامعة عمان أما العينة تم سحبها بطريقة عشوائية و توزيع 400 استمارة و نتائج الدراسة تمثلت فيما يلي

- اهتمام طلاب الجامعة بموضوعات السياسة
- دوافع تعرض الطلبة إلى الانترنت
- عرفة المواقع الالكترونية المفضلة لمتابعة الموضوعات لسياسية

موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة :

إن الدراسات السابقة التي تعرضنا إليها أو بالأحرى اعتمدنا عليها هي دراسات مشاهجه للدراسة الحالية، و ذات علاقة و لو مباشرة بما حيث تشترك معها في جانب واحد هو الإعلام الجديد و لكن تختلف معها في نقاط أخرى و هي:

أخذت الدراسة الأولى : عينة الكرة الثلجية أما الدراسة الحالية ، فكانت العينة القصدية

أما الدراسة الثانية : فكان موضوعها اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوك بصفة عامة ، القديمة والحديثة أما الدراسة الحالية ، خصت الإعلام الجديد باختيار أداة من أدوات

و كانت الدراسة الثالثة : قد عاجلت موضوع الإعلام الجديد من منظور انتشار المعلومات ، والدراسة الحالية تمثلت في كيف نستغل تلك المعلومات وكيف تؤثر على السلوك والقيم من خلال الفيس بوك

واتضح في الدراسة الرابعة: اهتمت هذه الدراسة بالإعلام الجديد من المنظور السياسي مستخدمين في ذلك العينة العشوائية والدراسة الحالية درست الإعلام الجديد من منظوره الاجتماعي

و لقد استفدنا من هذه الدراسات السابقة من خلال بناء الإطار النظري للدراسة وصياغة إشكاليها

.x. المقاربة النظرية :

لا تخلو أي دراسة من منطلقات نظرية لتفسيرها لذلك اعتمدنا في دراستنا على نظرية الاستخدامات

والاشباع

نشأت هذه النظرية سنة 1959 حينما تحدث عالم الاتصال المعروف كاتز على ضرورة تغير الخط الذي تسير

فيه بحوث الاتصال و التركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بد لا من الحديث على تأثيراتها على الجمهور¹. و ترى هذه النظرية إن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبى لرسائل الاتصال الجماهيري و إنما يختار الأفراد بوعي و وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها و هي تعتمد على خمس فروض لتتحقق ثلاثة أهداف¹

1- إن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري و يستخدمون وسائل الاتصال المقصودة التي تلبى توقعاتهم

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات و يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية و عوامل التفاعل الاجتماعي

3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاتهم

4- يستطيع أفراد الجمهور تحديد احتياجاتهم و دوافعهم التي تشبع حاجاتهم

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال

أهم الأهداف التي تحقق فهي

-السعي للاكتشاف كيف يستخدم وسائل الاتصال باعتبار ان الجمهور نشط

-شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة

-التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال²

¹ ريم احمد عبد العظيم, الحوار الإعلامي (برنامج تدريبي لتنمية مهارته) دار الميسرة عمان 2010ص77

² عبد الحافظ عواجي صولي, نظريات التأثير الإعلامية, جمع و تنسيق أسامة بن مساعد الحيا, تم إعدادها بتاريخ 20 أوت , 1422 د, ط

د, د, ن

من هنا يمكن أن نسقط هذه النظرية على موضوعنا الإعلام الجديد و الذي تدرج تحته احد وسائله الفيس بوك الذي يتعرض له الأفراد لإشباع حاجاتهم إذ يوفر موقع الفيس بوك بعض الاشباعات للأفراد, كصور, رسوم , طلبات صداقة تعليقات.....الخ

.xi صعوبات الدراسة:عانينا خلال دراستنا هذه وكأي جهد علمي آخر من عدة صعوبات

منها:

.xii ضيق الوقت المخصص لإنجاز هذه المذكرة

قلة المراجع في الإعلام الجديد عموما وبالمكتبة خصوصا

استحواذ الطلبة على الكتب و عدم إرجاعها في الوقت

الفصل الثاني

الإعلام الجديد

الفصل الثاني: الإعلام الجديد

تمهيد .

.i .مدخل النظرية لفهم خصائص الإعلام الجديد .

.ii .تعريفات الإعلام الجديد .

.iii .سمات الإعلام الجديد .

.iv .خصائص الإعلام الجديد .

.v .أنواع الإعلام الجديد .

.vi .وسائل الإعلام الجديد .

خلاصة الفصل

تمهيد:

الإعلام الجديد هو الأداة التي مكنت الفرد من الاتصال الجماهيري بدون تكاليف أو أجهزة خاصة أو اذونات تذكر, جعلت الفرد قادر على مخاطبة الملايين بسهولة و بطريقة عصرية خالية من قوالب إعلامية تقليدية, و بذلك لم يعد الاتصال الجماهيري حكرا على مؤسسات الإعلام التقليدي بل أصبح الأفراد قادرين على تقديم المعلومات والخبر إلى الآخرين لم يعد ذلك حكرا على النخب فأصبحت وسائل الإعلام الجديد وعاءا ثقافيا لنقل القيم والعادات و التقاليد و تغير الاتجاهات و السلوكيات.

أ. مداخل نظرية لفهم الإعلام الجديد:

نقدم هنا مجموعة من الرؤى النظرية حول الإعلام الجديد في مقاربات مختلفة لفهم مداخله الأساسية و اتجاهاته و نستعرض هنا رؤى نيغروبونتي و كروبيسي و مانوفيتش و الحالة الانتقالية للإعلام الجديد و سنناقش رؤية كل واحد على حدة.

1.مدخل نيغروبونتي لفهم الإعلام الجديد:

يرى نيغروبونتي أن للإعلام الجديد قدرة على المخاطبة الرقمية المزدوجة فهي عبارة عن نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقميا من كومبيوتر إلى آخر مند بداية رقمته الكومبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية, إلى تطور تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض, و هذا من ناحية يلبى الاهتمامات الفردية و من ناحية أخرى يلبى الاهتمامات العامة أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات و الرغبات و هي في حالة لا يمكن تليتها الإعلام القديم الميزة الأكثر أهمية, هي إن الإعلام خرج من اسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع و القبيلة, الكنيسة و الدولة إلى أيدي الناس جميعا و قد تحقق ه ذا جزئيا عند ظهور غوتبنيرغ و تحقق أيضا عند ظهور التلغراف, و أخذ سعته الكاملة بظهور الانترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق, و حققت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس¹

2.النموذج الاتصالي الجديد لدى كروبيسي :

يشترك فين كروبيسي مع نيغروبونتي في الأفكار نفسها,و يعقد مقارنة ثلاثية متسلسلة في الإعلام الجديد و القديم من خلال النماذج الاتصالية الكلاسيكية ابتداء من أول نموذج اتصالي بين البشر حتى غير بني البشر من أحياء الذي كان نوع الاتصال شخصي و هو اتصال ليس بحاجة إلى وسائل تكنولوجية لكي يتم و له حالتان تميزانه هما:

¹عباس مصطفى صادق,الإعلام الجديد,المفاهيم و الوسائل و التطبيقات , ط1, دار الشروق للنشر و التوزيع, عمان,الأردن,ص ص, 35

نموذج 1: الاتصال الشخصي:

كل فرد واحد من طرفي الاتصال يملك درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين طرفين, فإن ه ذا النموذج يتميز باستخدامه في تطبيقات الاتصال بين شخصين فقط. و ه ذا السبب الذي جعل خبراء الاتصال يطلقون عليه الاتصال من نقطة إلى أخرى أو من فرد لآخر.

نموذج 2: الاتصال الجمعي:

هو الاتصال الجمعي أو الجماهيري و ه ذا النوع من الاتصال يخطئ فيه الكثيرون حينما يتصورون انه يحدث نتيجة للتطور التكنولوجي انه مثل الاتصال الشخصي يسبق تكنولوجيا و يرجع هذا النموذج إلى طرق الاتصال التي كان يتبعها قادة المجتمعات القديمة فيما وسعت تكنولوجيا من مداه إلى المستوى العالمي, و من أدواته التقليدية الإذاعة, التلفزيون و السينما و هو يقوم على نمط اتصال من نقطة إلى فرد إلى مجموعة

نموذج 3: الإعلام الجديد:

الإعلام الجديد بحسب كروبسي يتميز بأنه:

الرسائل الفردية يمكن أن تصل في وقت واحد في حد ذاته إلى عدد غير محدود من البشر

إن كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها درجة للإسهام المتبادل نفسه في هذه الرسالة و بكلمات أخرى فان الإعلام الجديد, يتميز عن النوعين المذكورين, الشخصي و الجمعي , بدون أن يحمل الصفات السالبة فيهما, فلا يوجد ما يمنع أي واحد من إبلاغ رسالة معينة و التواصل مع شخص آخر كما لا يمكن منع أي شخص من إبلاغ رسالة لجموع من الناس و تخصيص محتوى الرسالة لكل فرد على حدة¹

3.مدخل مانوفيتش للإعلام الجديد:

و يحدد مانوفيتش الحالات الرئيسية للإعلام الجديد كالتالي:

المبدأن الأولان:

يتمثل في الطبيعة الرقمية للأجهزة , أما حالة الانتقال فهي تعني أن الأجسام الإعلامية يمكن أن تندمج بين بعضها البعض بينما تحافظ على صفاتها المتفردة أو الخاصة, و ه ذا ما تمثله الخصائص التكنولوجية الأساسية للإعلام الجديد , و من هنا تأتي الحالتان اللاحقتان بدء من حالة الأتمتة إذ يخضع الإعلام الجديد أو المعالجة الحاسوبية بواسطة الكمبيوتر و ثانيا يخضع إلى حالة القابلية للتغير و تكون الأجسام الإعلامية في حالة تنوع أما المبدأ الأخير و هو التزامن الثقافي فهو يلخص الفهم الخاص لمانوفيتش بخصوص عملية التأثير الثقافية لاستخدام الكمبيوتر.

¹عباس مصطفى صادق, الإعلام الجديد, دراسة في مداخلة النظرية و خصائصه, ط, د ن, د س, ص ص 9

التمثيل العددي:

طالما تمت معالجة الصورة و الصوت رقميا , فان كل أجهزة الإعلام تصبح معالجة بالكمبيوتر و هذا يتضمن تحويل التماثلية في جميع حالاتها إلى شكل رقمي, و يتضمن دمج الوسائط بعضها البعض مما مكن من توليد نموذج الوسائط المتعددة

حالة الانتقال:

يمكن للمكونات الإعلامية أن تكون في حالة وحدات منفصلة و لكن في الوقت نفسه يمكن أن يتم تجميعها معا دون أن تفقد هويتها الخاصة

حالة الأتمتة:

تخضع جميع وسائل الإعلام الجديد بشكل ما, إلى حالة أتمتة في كل أو بعض عملياتها بدرجات معقدة أو بمستوى بسيط من التعقيد, و مثال ذلك مواقع الانترنت الدائمة التجدد و الحركة كموقع GOOGLE الذي يستجيب سريعا

القابلية للتنوع:

واحدة من أركان الإعلام الجديد المهمة تكمن في كونه يمثل مجموعة بيانات يمكن ن تعالج بأساليب مختلفة جدا فبينما ظل نظام الإعلام التقليدي مرتبطا بحالة إنتاج النسخة الواحدة المتعددة المتماثلة فلين الإعلام الجديد يمكن أن ينتج نسخا مخصصة و ما بين الحاجة الفردية أو بإضفاء الطابع الشخصي عليها و حالة التنوع هذه يمكن أن تشمل :

إمكانية فصل المحتوى:

على سبيل المثال, قد تنشر صحيفة طبعتين واحدة ورقية و نسخة على للانترنت قد تكون مفصلة وفقا لرغبة القارئ

إمكانية التعديل :

أصبح من السهل تعديل حجم الصور و الرسومات و الصفحات مثلا أو تحريكها أو خلق عوالم افتراضية أو ثلاثية منها إمكانية التحديث: فبعض نظم الإعلام الجديد يمكن أن تتضمن معلومات تتغير بانتظام و يجب أن تخضع لهذه الحالة بحكم طبيعتها مثل أسعار أسهم

التخصيص و التفاعلية: و هما نتيجة رهيبة من نتائج حالة التنوع التي تمكن المستخدم من الاختبار¹

¹ المرجع نفسه, ص 14, 15

4. مدخل الحالة الإنتقالية للإعلام:

مشروع الحالة الانتقالية للإعلام هو مبادرة من معهد ماسوشسيتش الأمريكي بدأت في أكتوبر 2003, 1999 أصدرت مطبعة معهد ماسوشسيتش الأمريكي كتابا شارك في تحريره عدد من الباحثين منهم غيتلمان و بنغرى و الكتاب يؤكد الفكرة نفسها و من عنوان المشروع و مجموع المؤتمرات ثم الكتاب المذكور فصوله يقرر مجموعة الباحثين ب أن الإعلام كان دائما و يظل في حالة انتقالية، و أن كل أجهزة الإعلام كانت جديدة عندما ظهرت و استخدمت لأول مرة، و يتحدى المشروع فكرة دراسة للإعلام الجديد ، و هو يركز في نصه على بناء فكرة جيدة في الإعلام في سياقها، و يقول إن لحظات الانتقال من الأجهزة و نظام سابق إلى الإعلام الجديد لم يعرف لحد الآن بشكل كامل، و يقدم الكتاب نموذجا لأدوات مألوفة مثل الهاتف و الفوغراف كبدايات جديدة غير مسبوقه كمسرح عودة لعميق فهمنا التاريخي لكل أجهزة الإعلام التي أحدثت انقلابا في طريقة عيش الإنسان.

فكل وسائل الإعلام كانت جديدة اذن كما يرى بنغرى و غيتلمان و يستخدم المؤلفان تعبير بروس استرلينغ الإعلام الهامد لوصف حالة أن بعض وسائل الإعلام لم تعد مستعملة، و في العديد من الحالات ظلت منسية لمدة طويلة لم تحصل على الفرصة لكي تصبح جزء من نسيج الحياة اليومية¹

ii. تعريفات الإعلام الجديد:

لم تتضح معالم هذا الإعلام الجديد بعد بالرغم من أنه أحدث نقلة نوعية بمفهوم الإعلام، تمثلت بالمواقع الإلكترونية و المواقع الاجتماعية والمدونات والبوابات ومواقع المحادثة أو الدردشة وغيرها على شبكة الإنترنت، وكذلك أثر في تغيير مفهوم الإعلام القديم وتطور وسائله المعتادة كالصحافة والإذاعة والتلفزيون، فقد شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية، ولكن لغاية اليوم لم يتم الاتفاق على تعريف محدد لهذا الإعلام الجديد.

فيعرفه قاموس التكنولوجيا جيا الرفيعة HIJ-TECH DICTIONARY الإعلام الجديد هو: اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.

كما يشير المفهوم أيضا إلى: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، مما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء و التجمع على الأنترنت، وتبادل المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم اجمع.²

¹ محمد مصطفى صادق، المرجع السابق ص 38

² المرجع نفسه، ص 32، 33

يشير مصطلح الإعلام الجديد NEW MEDIA أو الإعلام الرقمي DIJITAL MEDIA إلى:

مجموعة من الأساليب و الأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج و نشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت¹
يقصد بالإعلام الجديد:

كل وسائل الاتصال، و التي ارتبط ظهورها بشبكة الانترنت، حيث إن هذه الأخيرة قد تطورت خدماتها وتطبيقاتها ومواقعها، و أخذت أشكال متعددة وازداد عدد مستعمليها بشكل مذهل فاق حتى مستعملي وسائل الإعلام التقليدية، و لذلك أصبح بعض الكتاب و المختصين يطلق عليها وسائل الإعلام الاجتماعية والتواصل مع الآخرين، لإنتاج مضامين إعلامية، قد تكون تسجيلات، صور، مقالات.... الخ.²

iii. سمات الإعلام الجديد

مع أن الإعلام الجديد يتشابه مع الإعلام القديم في بعض جوانبه إلا أنه يتميز عنه بالعديد من السمات التي يمكن إيجازها بما يأتي:

التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي

في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقام منفصلة هي صفر وواحد، وعند النظام التماثلي أخرى بنقل المعلومة على شكل موجة متسلسلة، ونظرا إلى كون الإشارات الرقمية إما صفرا أو واحدا دون أي قيم بينهما، فإن النظام الرقمي، يكون أشد نقاء وخاليا من التشويش وفي واقع الأمر فإن الصوت أو الصورة الناتجة عن هذا النظام إما أن تكون نقية تماما، أو أنها لا توجد أصلا، وترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك يقوم والواحد، ومن ثم فإن إمكانية التشويش تكون أكبر، ميزة أخرى للنظام الرقمي هو تطابقه وإمكانية دمج مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الحاسوب (الكمبيوتر).

إن الاتجاه الحالي هو أن تتحول وسائل الإعلام جميعها تدريجيا إلى النظام الرقمي وما يساعده على ذلك هو الانخفاض الكبير في أسعار الحواسيب الذي نتج عنه انخفاض تدريجي في أسعار الالكترونيات الرقمية إلى المستوى المقبول للمستهلك، ومن ثم سوف يكون من الممكن إزالة جميع تلك العناصر التي تعمل على تحديد نظم الفيديو و السمعيات والكمبيوتر وفصلها عن بعضها البعض .

¹http://www.democracyforum.org/php?newsid (le 24/03/2014;58)

²بعزيز إبراهيم ، الإعلام الالكتروني و الممارسة الالكترونية، مداخلة بعنوان دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة الديمقراطية للأفراد، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 13 ديسمبر 2012

INTERACTIVIY - التفاعلية

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعلية بمعنىين، هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في نفس الوقت نفسه وكذلك المستقل، ويطلق على القائمين لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، وتبادل، والتحكم، والمشاركين. ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص التلفازية.

DEMASSIFICATION - تقنيات الاتصال

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

ASYNCHRONIZATION - اللاتزامنية

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون الحاجة لوجود المستقبل للرسالة

MOBILITY - قابلية التحريك أو الحركية

تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها، حيث تصاحب المتلقي والمرسل ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلا أو الطائرة، وكذا الحاسب المتنقل، وحاسب الأنترنت والهاتف الجوال، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية

CONVERTIBILITY - قابلية التحويل

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

- قابلية التوصل CONNECTIVITY

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى بغض النظر عن الأشرطة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع، ومثل على ذلك توصيل جهاز التلفاز بجهاز الفيديو D.V.D.

- الشبوع أو الانتشار UBIQUIT

ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في جهاز الفيديو وبعده التلفاز عالي الوضوح والتلفاز الرقمي و التلفاز ذو الشاشة البلازمية و السينما المنزلية، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لأطراف المعنية كلها، وفي رأي (ألن توفر) أن من المصلحة القوية للأثرياء من أن يجدوا أطراف طرائق لتوسيع النظام الجديد ليشمل -لا يقضي- من هم أقل ثراء حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها.

- الكونية GLOBALIZATION

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسار المعقد، تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونياً عبر الحدود الدولية جيئة وذهاباً من أقصى مكان في الأرض إلى أذناه في أجزاء على الألف من الثنائية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم¹

- الإنتباه والتركيز

نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه فإنه يتميز بدرجة عالية من الإنتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبياً و سطحياً.

- التخزين والحفظ

حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة

بذاتها²

.iv خصائص الإعلام الجديد

مع أن الإعلام الجديد يشبه الإعلام القديم في بعض جوانبه إلا انه يتميز عنه في عدة جوانب خاصة في مجال

التكنولوجيا ومنها:

¹ سمير شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق-مجلد 26-، العدد الأول و الثاني، 2010 ص ص، 444، 448

² ورقة بحثية بعنوان الإعلام الجديد، الفصل الخامس، 2010

- يعتمد الإعلام الجديد بشكل يكاد يكون حصريا على الكمبيوتر الشخصي و الأجيال المتقدمة، مثل الهواتف المحمولة
- يعتمد الإعلام الجديد على الملتيميديا (MUTIMEDIA) من خلال عملية إنتاج وتوزيع ومطالعة المواد المكتوبة والمسموعة والمرئية
- منح الإعلام الجديد قدرات غير محدودة للأفراد لإنتاج محتوهم الخاص وتبادله و بثه على نطاق واسع
- الإعلام الجديد إعلام عابر للحدود و الثقافات واللغات
- يتميز الإعلام الجديد بالسرعة في كافة مراحل الإنتاج و التوزيع و التخزين و الاطلاع
- يعتمد الإعلام الجديد على الحرية الفكرية من خلال عمل الأفراد بعيدا عن أي رقابة
- الوضوح و تحقيق الهدف المنشود من قبل الإعلام الجديد
- الأرشفة و التاريخ لمختلف المواد و المعلومات مهما كان شكلها
- البحث الذكي عن مختلف المضامين في مختلف مواقع الانترنت
- التطور فائق السرعة للأجهزة و التطبيقات و السرعة في تحديث المضامين¹

ويرى الدكتور سامي زهران أن الإعلام الجديد هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة وحدد أبرز خصائص هذا الإعلام الجديد مشيرا إلى أبرز خواصه هي:

- 1- التفاعل بين المصدر و المتلقي فهو يتيح فرصة النقد و التعليق
- 2- تحول المتلقي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد
- 3- إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة و الكلمة و مقاطع الفيديو في الوقت نفسه
- 4- اندماجه مع مخرجات الإعلام التقليدي و استيعابه لها
- 5- سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم عبر أجهزة الحاسوب الشخصي أو أجهزة الجوال التي في أيديهم.²

ونجد أن بيت المال تحدث عن خصائص الإعلام الجديد بالإرتباط بعناصر ه الأساسية، المصدر، الرسالة الوسيلة المتلقي - الإستجابة، في محاولة لفهم عملية الاتصال الإعلامي الحديث في ضوء ذلك:

1- مركزية الإعداد (المصدر)

¹ <http://www.4shared.com/document/57rigjz/-online.htmlde24/3/2014a15:55>

² فنان عبد الله الغامدي، التوافق و التنافر بين العلام التقليدي و الالكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام و الأمن الالكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمني، ص 20

مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات ، فالنسبة 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.

2- المحتوى (الرسالة)

أحدثت وسائل الإعلام الجديد أيضا 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 ، وبتكلفة منخفضة جداً. وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي.

3- التوزيع (الوسيلة)

في الوقت الذي نحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بني تحتية مرتفعة التكاليف ، تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية، والمطابع بالنسبة للصحف الورقية، فلننا نجد أن وسائل الإعلام الجديد لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة ، حيث تمثل الأنترنت 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 احتراقه العالية التي وصلت في بعض الدول مثل المملكة العربية السعودية إلى حوالي 184%، إضافة إلى التطورات الكبيرة المتواصلة في قدرات تلك الهواتف وفي خدمات الأنترنت عريضة النطاق.

4- التلقي

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.

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 عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية¹

¹ حمزة احمد أمين ، أهمية التخطيط الاتصالي و الإعلامي بتوظيف وسائل الإعلام الجديد في التوعية بخطورة المخدرات ، مركز النشر العلمي بجامعة فهد عبد العزيز ، 2011، ص 8

ويتضح من خلال هذه الخصائص أن الإعلام الجديد غير المشهد الإعلامي الدولي والمحلي

أنواع الإعلام الجديد:

يضع ريتشارد ديفيز وديانا أوين (RICHARD DAVIS-DIANA OWEN) أنواع للإعلام الجديد

تمثلت في:

1 - الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة:

ويعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة و التلفزيون والصحف ،مثل الراديو والتلفزيون TALK

SHOW و المجالات الإخبارية مثل NIGHT LINE وبرامج الصباح المعروفة مثل صباح الخير أمريكا

GOOD MORNING AMERIKA و برامج التابلويد مثل INSIDE EDITION الشبيهة

بصحافة التابلويد الورقية و يشمل التجديد في حالات أخرى, نموذج برنامج أوبرا OPRAH ZINFRY و

قنوات مثل MTV المتخصصة في الموسيقى

2 - الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة:

و تمثله جميع الوسائل الأخرى المتوفرة الآن تعمل على منصة الكمبيوتر و هي الوسائل التي تمكن من اتخاذ حالة

التبادل الحي و السريع للمعلومات بمختلف أشكالها(1) و مكنت من دمج التكنولوجيات و الوسائل المختلفة مع بعضها

البعض , و تجاوزت العوائق المكانية و الزمنية و الحدود بين الدول التي كانت تعيق حركة الإعلام القديم و هذه الوسائل

تتصف بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري وتقديم مصادر لا حدود لها, كما تتيح مجال واسع من الأشكال و

التطبيقات الاتصالية¹

وسائل الإعلام الجديد(أشكال الإعلام الجديد)

للإعلام الجديد و سائل تتمثل فيما يلي:

1 - المدونات الالكترونية BLOG

وهي كلمة اشتقت من إدغام كلمتين هما " LOG WEB " وقد وضع هذا المصطلح (WEBLOG)

الكاتب الأمريكي (JON BARGER) في ديسمبر 1997م، للإشارة إلى المواقع التي تمكن الأفراد من نشر آرائهم،

¹عباس مصطفى صادق , مصادر التنظير و بناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فانفربوش الى نيكولاس نيغروبوتي , ابحاث المؤتمر الولي

:الإعلام الجديد , تكنولوجيا جديدة. للعالم جديد جامعة البحرين 7 و9 ابريل 2009 , منشورات جامعة البحرين ص 31

ويقصد بها كذلك الموقع الإلكتروني الذي يحتوي على عناصر ومواد منشورة وفق ترتيب كرونولوجي، ويتضمن نصوص، صور، وأفلام فيديو مرئية أو مسموعة، ويمكن لأي زائر أو قارئ أن يبدي تعليقا حولها.¹

2- مواقع بث تسجيلات الفيديو

أو مواقع تقاسم تسجيلات الفيديو، وهي تعبر بمثابة خزان يحتوي على إعداد كبيرة من التسجيلات، التي ينجزها المستعملون ويبتونها، ومن أبرز هذه المواقع، موقع اليوتيوب (youtube) إما موقع daulymaton فقد تمت مشاهدة مليار فيديو شهريا. واشتهر كذلك موقع myevidéo المملوك من طرف شركة غوغل Google، وقد كان لمواقع بث تسجيلات الفيديو والبودكاست تأثيرا في المجال السياسي، خاصة أن البث عبر الانترنت يتم تبنيه بسرعة أكثر من التدوين، لأن الناس يدركون أن هذه التطبيقات بإمكانها أن تغير طريقة نظرهم لوسائل الإعلام، ونظرا لأن التسجيل والتصوير البث لا يتطلب مهارات كبيرة ومستوى ثقافي مثل الكتابة والتدوين.

3- مواقع الشبكات الاجتماعية

أو وسائل الإعلام الاجتماعية social media وهي مواقع تسمح للمستخدمين بامتلاك صفحة شخصية، ونشر ما يرغبون من مضامين (صور، تسجيلات، نصوص....) وقد تزايد استعمال هذه المواقع بشكل مذهل. واشتهر موقع فيس بوك face book وحسب إحصائيات استعمال الانترنت سنة 2008 م فإن موقع فيس بوك صنف في المرتبة الخامسة عالميا وفي سنة 2010 م بلغ عدد مستعمليه 500 مليون فرد، وقد اشتهر كذلك مواقع أخرى مثل التوتير ولينكد.

4- مواقع الويكي wiki

وهي مواقع التحرير الجماعي ألتشاركي، تمكن كل فرد من الكتابة والنشر، وتعديل مضامينها ومقالاتها عبر إضافة أشياء أخرى، فالويكي موقع نشيط يمكن لأي زائر أن يغير صفحاته حسب مشيئته ويكتب ما يرغب فيه من معلومات وأخبار، ومن أشهر مواقع الويكي، موقع الويكيبيديا.

5- منتديات الحادثة الإلكترونية

يقصد بالحادثة الإلكترونية كل حوار، نقاش، دردشة، أو حديث يتم بين شخصين، أو بين شخص ومجموعة أشخاص بواسطة التقنيات الإلكترونية المختلفة عبر شبكة الانترنت، إما بالنص، وإما بالصوت والصورة أو كليهما معا، وتشمل التقنيات لا تزامنية مثل القوائم البريدية ومجموعات الأخبار، ولوحات الإعلانات، وعبر هذه الفضاءات يلتقي عدد من المتحدثين ينتمون إلى مجتمعات مختلفة، من حيث الديانة والثقافة، فيها يتجادون أطراف الحديث حول مختلف الموضوعات والمجالات.²

¹ انتصار إبراهيم عبد الرزاق، فساد حسام لساموك، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر و الترجمة، بغداد، 2011 ص ص 29, 30

² الملتقى الوطني حول الإعلام والديمقراطية 12 و13 ديسمبر 2012 جامعة قاصدي مرباح ورقلة

ملخص الفصل الثاني:

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى مداخل نظرية حول الإعلام الجديد و كذا مفاهيم مختلفة بما يخدم الدراسة و إعطاء نظرة حول ما يهدف إليه الإعلام الجديد من وسائل و تطبيقات.

الفصل الثالث

الشبكات الإجتماعية

– الفيسبوك نموذجا –

الفصل الثالث: الشبكات الإجتماعية الفيسبوك نموذجاً

تمهيد

- .i ماهية الشبكات الاجتماعية.
 - .ii نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية.
 - .iii تعريف الشبكات الاجتماعية.
 - .iv مكونات ومميزات الشبكات الاجتماعية.
 - .v ملامح وسمات الشبكات الاجتماعية.
 - .vi مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية.
 - .vii أنواع الشبكات الاجتماعية.
 - .viii آثار الشبكات الاجتماعية.
 - .ix الفيس بوك كنموذج للتواصل.
- 1 - نشأة الفيس بوك
 - 2 - تعريف الفيس بوك
 - 3 - ومميزات الفيس بوك
 - 4 - ايجابيات وأضرار الفيس بوك

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعتبر الشبكات الاجتماعية أو مواقع التواصل هي الأكثر انتشار عند المستخدمين, لما تملكه من خصائص تميزها عن المواقع الالكترونية مما يجعل متصفح الانترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد علي

i. نشأة و تطور الشبكات الاجتماعية:

شهدت البشرية عبر تاريخها ظهور العديد من الاختراعات التي أثرت تأثيرا جذريا على حياة الناس, فقد شهد القرن الماضي على سبيل المثال ابتكارات تقنية بالغة التأثير مثل التلفزيون والراديو والكمبيوتر والتي بالرغم من التأثير الكبير الذي أحدثته, إلا أن تلك التأثيرات لا تزيد في أهميتها على تلك التي تقوم بها الانترنت اليوم من حيث سرعة تلك التأثير وعمقه وانتشاره وامكاني الكامنة التي لم تظهر منها حتى الآن .

- إن أهمية الانترنت تكمن في قدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة وقد ازدادت تلك الأهمية ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر والتي استطاعت إن تغيير بشكل كبير طريق تواصل الناس وتفاعلهم, وريقة تسويق المنتجات وبيعها, وريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم, وريقة أداء الشركات لأعمالهم كما أنها غيرت مفهوم العمل التطوعي والكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم, وكما نشاهد هذه الأيام فان تلك الشبكات الاجتماعية بدأت في التأثير في العملية الديمقراطية نفسها, هذه الشبكات الاجتماعية بدأت في البزوغ كأدوات التأثير وقدرات كامنة لم يظهر منها حتى الآن إلا القليل
- و ظهرت هذه الشبكات الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التواصل بين زملاء الدراسة, و أول شبكة اجتماعية بمعناها العام من إعادة علاقات التواصل بين زملاء مدرسة واحدة بدأت هذه الشبكة في عام 1995 و قسمت المجتمع الأمريكي إلى ولايات و كل ولاية تشتمل على مناطق داخلية و كل منطقة بها عدد من المدارس المتاحة التي تشترك بهذا الموقع, و يمكن للفرد البحث من خلال هذا التقسيم حتى يصل إلى المدرسة التي كان ينتسب لها و يجد لها زملاء له و يرشح بعض الزملاء الآخرين للتواصل فيما بينهم من خلال هذا الموقع و لا تزال هذه الشبكة تعمل حتى الآن بنفس الفكر ثم ظهرت شبكة أخرى قال عنها مستخدميها إنها أكثر تطورا كثر تفاعلية من الجانب الاجتماعي, ظهرت في عام 1997 شبكة سيكس دوقراس و كانت تستخدم أحدث التقنيات الفنية على شبكة الانترنت بشهادة من استخدموها في ذلك الوقت إلا أنها لم تحقق المرجو منها ماديا فتم توقف نشاطها عام 2001¹

¹Kirpatrick; the face book. effect.the incide story of the company. that is connecting.new.york:simqn sehruster 2010

احصاءات دالة على استخدام الشبكات الاجتماعية:

تشير الدراسات إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم تجاوز هذا العام آخر فإن شخص واحد من كل ثلاث أشخاص في العالم يستخدم الإنترنت. هذا الرقم يمثل زيادة بنسبة 480.4% عما كان عليه في عام 2000م. وكما يتضح من الجدول التالي فإن أكبر نسبة نمو خلال هذه الفترة كانت من نصيب إفريقيا والتي نمت استخدام الإنترنت بها بحوالي 2527.4% تليها منطقة الشرق الأوسط بنسبة 1987%. ملياري مستخدم، أي حوالي ثلث سكان العالم، ومعنى¹

جدول (1) احصاءات استخدام الانترنت في العالم

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS						
World Regions	Population (2011 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Mar. 31, 2011	Penetration (% Population)	Growth 2000-2011	Users % of Table
Africa	1,037,524,058	4,514,400	118,609,620	11.4 %	2,527.4 %	5.7 %
Asia	3,879,740,877	114,304,000	922,329,554	23.8 %	706.9 %	44.0 %
Europe	816,426,346	105,096,093	476,213,935	58.3 %	353.1 %	22.7 %
Middle East	216,258,843	3,284,800	68,553,666	31.7 %	1,987.0 %	3.3 %
North America	347,394,870	108,096,800	272,066,000	78.3 %	151.7 %	13.0 %
Latin America/Carib.	597,283,165	18,068,919	215,939,400	36.2 %	1,037.4 %	10.3 %
Oceania / Australia	35,426,995	7,620,480	21,293,830	60.1 %	179.4 %	1.0 %
WORLD TOTAL	6,930,055,154	360,985,492	2,095,006,005	30.2 %	480.4 %	100.0 %

NOTES: (1) Internet Usage and World Population Statistics are for March 31, 2011. (2) CLICK on each world region name for detailed regional usage information. (3) Demographic (Population) numbers are based on data from the US Census Bureau. (4) Internet usage information comes from data published by Nielsen Online, by the International Telecommunications Union, by GfK, local Regulators and other reliable sources. (5) For definitions, disclaimer, and navigation help, please refer to the Site Surfing Guide. (6) Information in this site may be cited, giving the due credit to www.internetworldstats.com. Copyright © 2001 - 2011, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

المصدر : <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

ii. تعريف الشبكات الاجتماعية

وتعرف موسوعة وين اوبيديا:

الشبكات الاجتماعية عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية تتيح لمستخدميه وضع صفحة عامة معروضة، ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع مستخدمين آخرين الذين يقيمون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تستخدم لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي، مجموعة النقش الحي، غرف الدردشة وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية فهي المواقع التي تتيح للأفراد أو اجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي²

¹ المرجع نفسه

² سعود صالح كاتب، الإعلام الجديد و قضايا المجتمع، التحديات و الفرص، المؤتمر الإعلامي الثاني للإعلام الإسلامي، جدة، 2011 ص

والشبكات الاجتماعية هي:

هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للوالب حيث تتيح التواصل بين مستخدمين في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتمائهم و ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين¹

iii. مكونات الشبكات الاجتماعية:

الشبكات الاجتماعية وأدواتها للتواصل الاجتماعي تتكون من عدة تطبيقات أو مواقع أهمها

أولاً: مواقع التواصل الإلكتروني: وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقاءهم ومعارفهم مثل "ماي سبيس" فيس بوك

ثانياً: المدونات الإلكترونية: وهي مواقع إلكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.

ثالثاً: الويكي: وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجاناً) أشهر موقع ويكيديا وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة وتدقيق أو تعديل الصفحات عن معلومات أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات المصدر المفتوح.

رابعاً: بودكاستس: أو مواقع البث الإلكترونية وهي الموقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل أغاني و الأفلام للمشتركين في هذا الموقع أو برنامج التنزيل مثل أبل آي نيوز "

5 المنتديات الإلكترونية: وهي مواقع توفر مناطق أو مساحات إلكترونية للتعبير عن الرأي

وكتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين أي لكل منتدى تخصص معين ، مثل منتدى للموسيقى وهي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً لأنها سهلة الاشتراك ولا تحتاج للتقنية كبيرة لإضفاء موضوع كما في المدونات مثلاً .

سادساً / محتوى المجتمعات: هي المجتمعات التي تنظم وتبادل أنواع معينة من المحتوى ، والأكثر شعبية منها هو محتوى المجتمعات التي تضير إلى تشكيل روابط حول صور فليكر) أو حول رابط كتاب ، أو فيلم فيديو (يوتيوب)

¹ الفطافطة محمود، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي و التعبير في فلسطين، فيس بوك نموذجاً 2011 ص 20

سابعا/مايكرو بلوجز: هي واقع تجمع بين ميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة , وبين ميزات المدونات الالكترونية من حيث سهولة نشر أخبارك الخاصة وتوفير قناة إعلامية خاصة بك , وهذه التحديات تتم إما عبر الانترنت أو عبر الهاتف المحمول , وموقع توتير هو خير مثال عليها.

المشاركة: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات و ردود الفعل من الأشخاص المهتمين, حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و الجمهور

الانفتاح: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة, أو إنشاء و تعديل كل الصفحات, حيث إنها تشجع التصويت و التعليقات و تبادل المعلومات, بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول و للاستعادة من المحتوى

المحادثة: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها المحادثة في اتجاهين, إي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروفة

التربط: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بألها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض و ذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع و التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا

المجتمع: وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة و التواصل بشكل فعال و من ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم اجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة, قضية سياسية, للتعلم و بتالي يصبح العالم بالفعل قرية صغيرة.¹

iv. مجالات استخدام الشبكات الاجتماعية:

لاشك أن هناك العديد من الاستخدامات للشبكات الاجتماعية، خاصة بعد التطورات التقنية التي جاءت بها الويب 2.0، وكذا الإقبال المتزايد للمستخدمين على هذه الشبكات، ومن أهم هذه الاستخدامات ما يلي:

← **التعارف والصدقة:** وهو أهم أوجه استخدامات الشبكات الاجتماعية، وهي بداية كل مستخدم في إقامة علاقات اجتماعية من خلال الشبكة.

← **إنشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة:** من أهم مميزات الشبكات الاجتماعية في بيئة الو 2.0، هي إمكانية إنشاء شبكات داخلها تجمع الأفراد تحت مظلتها، وهي بذلك تمكن أي جهة من إنشاء شبكة خاصة بها ويشارك فيها كل العاملين في تلك الجهة.

خالد غسان يوسف المقداي ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي التقنية الاجتماعية الاقتصادية الدينية السياسية على الوطن العربي , ط1 دار الفانس للنشر و التوزيع, 2013 ص ص 25, 26¹

← **إنشاء مجموعات اهتمام**: إنشاء مجموعات الاهتمام متاح على شبكة الانترنت منذ وقت بعيد، كما أن مواقع شهيرة أصبحت تقدم الخدمة مجاناً، بعدما كانت تقدمها بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة. إلا أن تقديم الخدمة من خلال الشبكات الاجتماعية جعل لها مذاق خاص مختلف تماماً عن السابق. حيث من خلال الشبكات الاجتماعية يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للاشتراك في المجموعة.

← **إنشاء صفحات خاصة بالأفراد والجهات**: نتيجة استغلال الإمكانيات التي توفرها الوي 2.0، أصبح بإمكان الشبكات الاجتماعية تقديم خدمة إنشاء صفحة للمشاهير والشخصيات المتميزة وكذلك الجهات والمؤسسات، ويقوم محيي الشخصية مثلاً بالاشتراك فيها للتعرف على أخباره وأنشطته.

← **البرمجيات المتوفرة داخل الشبكة الاجتماعية**: نشأ داخل الشبكة الاجتماعية مجتمع كبير جدا من المبرمجين، حتى أصبحت الشبكة الاجتماعية بيئة عمل للبرمجيات، وفي هذا المجال يأتي الفيس بوك على رأس الشبكات الاجتماعية من حيث البرمجيات، حيث أصبح بيئة (منصة) لتطوير مختلف البرمجيات سواء كانت للتسلية والترفيه أو لأغراض علمية وبحثية.

← **استخدامات ترفيهية**: تضم الشبكات الاجتماعية العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، حيث تتيح للأصدقاء المشاركة في اللعب مهما تباعدت الأماكن¹

v. أنواع الشبكات الاجتماعية:

تقسم الشبكات الاجتماعية حسب أسس مختلفة، فقد تقسم حسب التقنية الفنية التي تبني عليها أو حسب مكان ظهورها أو على أساس الاهتمام الموضوعي لها، وبصفة عامة يمكن تقسيم الشبكات الاجتماعية إلى الأنواع التالية هي:

أولا تقسم حسب الاهتمام و الاستخدام إلى ثلاث أنواع رأسية هي:

1- شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين:

تقتصر هذه الشبكات على مجموعة من الأصدقاء والمعارف، حيث تساعد على التواصل الاجتماعي باستخدام مختلف تطبيقات الشبكات الاجتماعية مثل إتاحة ملفات الصور الشخصية، وتبادل لقطات الفيديو والتعليقات فيما بين الأصدقاء، بشكل منتظم للتواصل وعمل حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات والمواقع، التي أصبحت الآن عديدة وكثيرة.

شيماء عبد الحليم، إسرائ فوزي، نيرمين عاطف وآخرون، الشبكات الاجتماعية³ قسم الوثائق و المكتبات و المعلومات، جامعة القاهرة، د، ط، د، د، ن، 2010، 2011 ص ص 11، 12

2- شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة:

هذه الشبكات نشأت لتجميع بعض المهتمين بموضوعات بعينها، مثل المهتمين بالطب والهندسة، والمهتمين بالكتب والمكتبات، وكذلك هناك المهتمين بالرياضة عموماً أو بكرة القدم على الخصوص، وتعدد هذه الشبكات بتعدد الموضوعات التي تهتم بها ولا مجال لحصرها لأنها في تجدد وتفرع دائم.

3- شبكات مهنية:

ظهرت وانتشرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة لمواجهة مشكلة البطالة واحتياج دول العالم لتنشيط العمل، واستخدام هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة عمل وتدريب مفيدة وحرفية، كما تستقبل هذه الشبكات السير الذاتية للمشاركين، كما تستقبل طلبات التوظيف من جانب الشركات، كما تقدم خدمات على مستوى المهن المختلفة، وأشهر هذه الشبكات ¹Linked In

-ثانياً: تنقسم حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاث أنواع هي :

1/ شبكات تتيح للتواصل الكتابي

2/ شبكات تتيح للتواصل الصوتي

3/ شبكات تتيح للتواصل المرئي

وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر طرق للتواصل حتى تلي جميع شرائح المجتمع الافتراضي.

ثالثاً: تنقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين:

1/ شبكات داخلية *internal social networking* وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس كمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع من داخل مؤسسة تعليمية، أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء

الأشخاص فقط، وليس غيرهم من الناس للدخول الموقع والمشاركة في أنشطة من تدوين وتبادل آراء وملفات ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط، وليس غيرهم من الناس للدخول الموقع والمشاركة في أنشطة من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات ودخول في نقاشات مباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة *linked*

2/ شبكات خارجية عامة *external social networking*: وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت بل

ضمن خصيصاً لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في المواقع وتقديم نفسه للموقع مثل شبكة الفيس بوك.²

¹أمانى مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات العدد الثاني ماي 2011 ص 11

²HTTP://WWW.ALEXA.COM/SUTEINFO LFACE BOOK.COM LE 8/4/2014 10;00

vi. آثار استخدام الشبكات الاجتماعية:

يمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في الايجابية التالية

الآثار الايجابية :

1/الاستخدامات الاتصالية الشخصية:

وهو الاستخدام الأكثر شيوعاً , ولعل الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات , ورغم خروجها من حدود الدولة إلى فسيح جو العالم.

2/الاستخدامات العلمية:

إن الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الالكتروني وتعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم في بداية من المدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الاقتصار على التركيز على التقديم المقرر للطلاب .

في استخدام الشبكات الاجتماعية هي التي تزيد من الفرص , التواصل والاتصال في خارج نطاق المدارس , ويقضي على الكثير من الرسميات داخل المدارس ويمكن التواصل الفردي أو الجمعي مع المعلم , مما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية , كما أن التواصل يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل والمناقشة وإبداء الرأي , وهي مساحة ضيقة جدا داخل أسوار المدارس , في ظل تكذيب الطلاب في الفصول وكثرة المواد , مع وجود الأنظمة والمساحات الضيقة للمناقشات والندوات.¹

ب الاستخدامات السلبية:

بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة وهذا البث مما يحدث خلالاً أمنياً وفكرياً , وخاصة أن أكثر رواد الشبكات الاجتماعية من الشباب مما يسهل إغرائهم وإغوائهم بدعوات لا تحمل من الإصلاح شيء بل هي للهدم والتدمير , وقد يكون وراء ذلك منظمات وتجمعات , بل ودول لها أهداف تجريبية.²

2/ عرض المواد الإباحية :

لقد ذكرت وزارة العدل الأمريكية فيجدا يبلغ دراسة لها أن ر والإباحية الخلقية تجارة رائجة رأس ما لها ثمانية مليار دولار ولها أوامر وثيقة ترابطها بالجريمة المنظمة والقنوات الفضائية الإباحية والانترنت .

¹ على بن عبد الله العميري, استخدام الشباب للانترنت, مركز الدراسات والبحوث, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, 2005 ص 44

² سلطان مفسر مبارك الصاعدي, مقال بعنوان الشبكات الاجتماعية خطر ام فرصة 24 افريل 2012

3/التشهير والفضيحة والمضايقة، التحايل والابتزاز والتزوير:

وهي أخلاقية تظهر على الشبكة العنكبوتية بشكل عام لسهولة التدوين والتخفي على شبكة وهي أخلاقيات لا تحتاج بالضرورة إلى معرفة تامة بالبرمجة والبرمجيات، ولا تستند في الغالب العام إلى مستند شرعي حقيقي، فلا يحتاج صاحبها للتدليل أو التعامل أو الإثبات، كل هذا تقابله تنظم تقابله أنظمة وقوانين، لا تملك الرد الرادع لمثل هذه التصرفات والابتزاز على الشبكات الاجتماعية، وقد يكون مالياً من قبل الأشخاص أو من قبل العاملين في مؤسسة أو شركة خاصة عند ترك العمل أو الوصل فقد يكون مجوزته معلومات فيساوم صاحب المؤسسة أو الشركة على تلك المعلومات.

والتزوير من أكثر جرائم تظم المعلومات انتشار على الإطلاق، ويتم التزوير في صور شتى منها على سبيل المثال، إدخال بيانات خاطئة أو التعديل البيانات الموجودة، ومن صورها على الشبكات الاجتماعية تزوير البيانات الخاصة للشخص مثل الجنس أو العمر أو وضع صورة مخالفة للواقع.¹

4/ انتهاك الحقوق الخاصة والعامة:

لقد أدى انتشار الشبكة وخاصة الاجتماعية بما تحمله من خصوصية اجتماعية للشخص والمواقع إلى سهولة هتك ستار الحقوق والتلاعب بها أما بالتعطيل، أو التغير أو بالاستغلال السلبي لها ولمعلوماتها. وانتهاك الخصوصية يتم ذلك في عدة طرق منها انتحال الشخصية الخاصة للأفراد أو الاعتبارية للمواقع والشركات، فلكل شخصية فردية اعتبارية حقوقها المحفوظة، وخاصة للشخصيات المهمة والتميزة وأصحاب الرئاسات الكبرى وكذلك الحال مع المواقع الشهيرة والتميزة استغلالاً للنفوذ والشهرة والثقة الاعتبارية للكثير من الشخصيات والمواقع.²

vii. الفيس بوك كنموذج للتواصل:

الفيس بوك:

يعتبر موقع فيسبوك للتواصل الاجتماعي ذرة تلك المواقع، فهو أكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات والاتجاهات حول العالم، وذلك بسبب خصائص التي سنناقشها والتي يسرت وشجعت الناس على الاشتراك والتواصل عبره، من هنا سنتطرق إلى بعض تعاريف الفيسبوك كالآتي:

الفيس بوك: هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي وتديره "شركة فيسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها شرط من يبلغ من العمر 13 عام فأكثر للتسجيل في هذا الموقع وذلك من أجل الاتصال مع الآخرين وتفاعل معهم وتحقيق

² مشعل عبد الله القد هي، المواقع الإباحية وأثارها على الفرد والمجتمع، مدينة المالك عبد العزيز للعلوم والتقنية ص 5

الموقع جاذبية التفاعل بين المشتركين به , إذ يتيح حرية التعبير و الرأي , وهذا ويتضح فيس بوك كأحد أهم أدوات الإعلام الجديد¹

تعريف آخر:

اسم الفيس بوك و هو يشير إلى دفتر ورقي , يحمل صور و معلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة و من هنا جاءت تسمية الموقع و تعتبر ه ذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية بعضهم البعض , حيث يتصفح المتبنون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن التواجدين في نفس الكلية²

نشأة الفيس بوك:

صاحب الفكرة و الموقع الأصلي هو **جوكو بيرج** 23 عام كان له هدف واضح هو تصميم موقع للأنترنت لجمع زملائه في الجامعة و يمكنهم من تبادل أخبارهم و صورهم و آرائهم و كان معروفاً بولعه الشديد بالأنترنت بشكل تقليدي مثلاً من يسعى إلى موقع تجاري يجذب إليه الإعلانات و الى نشر أخبار الجامعة ببساطة و فكر في 2004 فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة 2006 ثم قرر أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه و ارتفعت نسبة مستخدمي هذا الموقع, فنجح موقع الفيسبوك و استخدم من قبل أكثر من 40 مليون فرد, و من ناحية أخرى في هذا المجال في هذا المجال بشكل كبير و كانت النتيجة أن تلقى جوكو بيرج عرضاً لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار إلا انه رفض . و يرجع السبب إلى أن قيمة شبكته اعلى بكثير من المبلغ المعروض و لقد استطاع موقع فيس بوك بتطوير نظام يسمح للمعلنين باستخدام المعلومات التي يقدمها مستخدمي شبكة عن أنفسهم , و كانت النتيجة تزايد عدد المشتركين في كل أنحاء العالم

احصاءات دالة على استخدام الفيس بوك في العالم:

ومن الإحصاءات الأخرى لموقع فيسبوك والتي نشرتها مدونة digitalbuzzblog في يناير 2011م ما يلي:

- يبلغ متوسط عدد الأصدقاء لكل مستخدم 130 صديق.
- 48% من مستخدمي الموقع محج تتراوح أعمارهم بين 18-34 سنة يقومون بالاطلاع عليه بعد استيقاظهم من النوم، منهم 28% يفعلون ذلك قبل حتى قيامهم من على السرير.
- نسبة المستخدمين من الذين تزيد أعمارهم عن 35 سنة تزيد باطراد وهي تمثل حالياً أكثر من 30% من إجمالي المستخدمين.
- المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم بين 18-24 سنة هي الأسرع نمواً بنسبة 74% سنوياً.

¹ حقيقة الصراع بين الاعلام الجديد و التقليدي , الجزيرة نموذجاً لرؤية التكامل و التطوير بين إعلام الأامس و الإعلام الجديد, الالوكا,

²http://www.teedoz.com le 2014/3/1 07:30

- 72% من مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية موجودون على فيسبوك، ويمثل مستخدمو الموقع من خارج الولايات المتحدة الأمريكية 70% من إجمالي المستخدمين.
- 20 مليون تطبيق يتم تركيبها يومياً.
- أكثر من 200 مليون شخص يدخلون على الموقع بواسطة هواتفهم الجواله.
- 48% من الشباب ذكروا بأن الفيسبوك أصبح مصدرهم لاستقاء الأخبار.
- في كل 20 دقيقة على فيسبوك تتم مشاركة مليون رابط، وتتم قبول صداقة 2 مليون شخص، كما يتم إرسال حوالي 3 ملايين رسالة.

ويرى مخترع الفيسبوك مارك زوكربيرج أن فيسبوك هو حركة اجتماعية Social Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية. وبالتالي فإن يوصف بكونه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر انفتاحاً¹

1./ميزات الفيسبوك من ناحية التقنية:

الملف الشخصي:

فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشر ملفاً يحتوي على معلوماتك الشخصية صورك الأمور المفضلة لديك و كلها معلومات مفيدة من اجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن سلعا بالتحديد

إضافة صديق:

هنا يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو صديق و أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة فيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني

إنشاء مجموعة:

تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأترنلإن تنشئ مجتمعاً إلكتروني يجتمع حول قضية معينة و تستطيع جعل الاشتراك بذه المجموعة حصرياً للعائلة و الأصدقاء

عبد الرزاق محمد الدليمي ، الإعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية ، دار وائل للنشر و التوزيع، ط 1 ، عمان 2011 ، ص ص 186,184¹

لوحة الخائط:

عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال رسائل

مختلفة إلى هذا المستخدم

النقطة: منها يتاح للمستخدمين إرسال "نكره" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض و هي عبارة عن إشعار يخض المستخدم بلف أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به

الصور: و هي الخاصة التي تمكن المستخدم من تحميل الألبومات و صور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها.

الحالة: التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل وإبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي

التغذية الإخبارية: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين, حيث تقوم بتميز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي و أعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء

الهدايا: ميزة تتيح للمستخدمين من إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقا هم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية

السوق: و هو المكان أو الفسحة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين من نشر إعلانات موبو مجانية¹

إنشاء صفحة خاصة على موقع الفيسبوك:

تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين حيث يتيح لك م كان تروج لفكرتك أو

منتجك, حزبك, جريدتك و يتيح الموقع أدوات للإدارة و تصميم الصفحة و لكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات

و هناك بعض المميزات الأخرى للفيسبوك منها :

الاتصال السريع:

من ميزات الفيس بوك نقل الإخبار بسرعة فائقة و أنية , إمكانية التفاعل مع الخبر و التعليق عليه , تبادل

الرسائل و الأفكار و الآراء , نقل الصور و الفيديوهات و التعليق عليها كما أن ه ذه الميزة التواصلية ألغت الحواجز

الجغرافية و الزمنية جعلت الفضاء الإلكتروني فضاء مشترك للحوار من الرغم من اختلاف الأزمنة و الأمكنة

¹ خالد غسان يوسف المقددي, المرجع السابق, ص ص 29, 30

شبابي:

من خلال متابعة الإحصاءات التي يشير إليها حول استخدامات الفيس بوك إحصائياً في أكثر من مئة دولة، تبين أن الموقع في العالم العربي هو تقنية بإمتياز و يتجاوز و يتفاعل و يشارك في الفضاء الإلكتروني هم الشباب قدرته على التعبئة:

يستطيع المستخدم من خلال فيسبوك أن يستثمر جيداً قدراته على التعبئة من خلال الميزات التي يتنوع بها النص، الرسالة القصيرة، الصورة الفيديو التعليقات الإعجاب بالفكرة إنشاء صفحات خاصة حول أي فكرة أو حدث¹

viii. إيجابيات و أضرار الفيس بوك:

أولاً: إيجابيات الفيس بوك

- هو نشاط نفسي مجدي يزودنا بإحساس الرفاهية إلى مستوى عميق
- أن نسبة الوقت غير العادية التي يقضيها الناس على صفحات الفيس بوك قد تعكس قدرة موقع التواصل الاجتماعي المذكور على إشباع حاجات الأنا الأساسية بالنسبة لحالة الإنسان
- إن الفيس بوك هو أداة مفيدة ضمن جهود الأشخاص الرامية إلى الحفاظ على شعورهم بالقيمة الذات و ثقتهم بأنفسهم
- أنه وسيلة تواصل مجانية و يعد واحد من أفضل وسائل التواصل الاجتماعية حيث أنه بإمكاننا إنشاء صفحة خاصة للدراسة فيتسنى للطلاب إنيشاركوا فيها دروسهم و وجباتهم و مشروعاتهم و اختباراتهم
- الانغماس في مجتمع آخر من نوعية تختارها أنت
- متابعة جديد الأخبار و ملخصات الأحداث
- الفيس بوك هو انفتاح ثقافي معرفي واسع بين الدول و يساعد على سرعة التواصل و التعارف بين الأشخاص لمعرفة أهم أخبارهم و أهم الأحداث على المستوى الاجتماعي و الرياضي و الفني و الديني و جميع المجالات الأخرى و يساعد ذلك على إنشاء علاقات اجتماعية جديد و بعيداً عن أماكن الدراسة و الأسرى
- سهولة الاستفادة منه في حقل الدعوة و نشر النصائح و التوصيات
- تحول العالم إلى شبكة مصغرة يتواصل فيها الناس على اختلاف أجناسهم بسهولة²

¹ أكرام بركان، دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربية، الأحد 10 فبراير 2013

² أكرام بركان، المرجع نفسه

ثانياً: أضرار الفيس بوك

- هو موقع بات يورق الآباء و المربين في المؤسسات التربوية تحرص على تنشئة جيل مسلم و يمكن أن تتخلص اضرره فيما يلي:

أضرار نفسية: حيث إن عضو يستطيع نشر المعلومات و الصور التي تتيح للأصدقاء مشاهدتها و قد تنحدر إلى الحضيض و انعدام الحياء

أضرار اجتماعية: و يعبر عنها البعض بالقول انه يمكن لأي شخص وضع اسم مستعار و إضافة اسم أي عائلة يريد تشويه سمعتها و وضع معلومات أو صور مخلة بالآداب مما يؤدي إلى الكثير من المشاكل

يعلم الجميع أن أضرار الفيس بوك تعدت ه ذين الضررين إلى ضرر اخطر يمس الفرد و يتعداها إل المجتمع ألا

و هو:

واقع اللغة العربية في الموقع: فمن مفارقات زمننا, أن اللغة العربية كانت تعامل بلحترام كبير حيث كانت الأمية سائدة في المجتمع حيث شملت %50 من السكان و كانت أوضاعنا الثقافية و وسائل الطباعة و النشر أكثر توافقاً مما عليه الآن لكن حين تراجعت نسبة الأمية و عمت المدارس و الجامعات و تقدمت وسائل الطباعة و النشر لقيت اللغة العربية دك المصير البائس و الملاحظ في هذا السبب أن خصوم اللغة العربية في السابق كان من المتغربين و المعادي للانتماء العربي الإسلامي إلا أن الأمر اختلف الآن تماماً لأن إهانة اللغة العربية و الحط من شأنها أصبح سلوكاً هاماً.

لقد أصبحت شبكات المعلومات و التواصل من أهم الوسائل المعاصرة للتداول المعلومات و التواصل بين الأفراد و الجماعات و قد استطاعت المواقع الاجتماعية إن تفرض لنفسها مكاناً واسعاً ساحة التعامل الاجتماعي لسرعنها و قربها من حياة الناس, هذا الأخير الذي لديه صلة و علاقة باللغة و هي علاقة تناسبية, فعندما ينحدر الفكر تنحدر اللغة فنجد أن مستوى الأداء اللغوي ضعيف مما يشكل خطورة على قوة اللغة و حيويتها¹

ملخص الفصل الثالث:

من خلال ما عرضناه في هذا الفصل من مفاهيم حول شبكات الاجتماعية التي عرفت أوج الاستعمال في وسط المجتمعات المختلفة حيث تطرقنا إلى مفهوم الشبكات الاجتماعية محاولين بذلك إعطاء نظرة عن آثار استخدامها و إلى مفهوم لقيس بوك كنموذج في دراستنا

¹مداخلة أمينة شنوف, تأثير الفيس بوك على اللغة العربية 2011

الفصل الرابع

الإجراءات المنهجية

لدراسة الميدانية

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تمهيد ..

I . عرض وتحليل وتفسير بيانات خصائص العينة .

II . عرض وتحليل وتفسير نتائج الفرضيات .

1 - عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الأولى ..

2 - عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الثانية ..

3 - عرض وتحليل نتائج الفرضية الجزئية الثالثة ..

4 - نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات .

5 - الإستنتاج العام ..

خلاصة الفصل ..

تمهيد

بعدما تطرقنا في الفصول السابقة إلى الجانب المنهجي والنظري للبحث، فيتوجب على الباحث إثبات أو نفي صحة الحقائق التي هو بصدد دراستها، وهذا من خلال تحويل نتائجه الكيفية إلى إحصاءات كمية وأرقام حسابية، وهذا ما سنحاول الوصول إليها وتحليلها ومحاولة تفسيرها تبعاً لكل فرضية في الدراسة، وصولاً إلى الاستنتاج العام.

بعد جمع الاستمارة على العينة المبحوثة التي بلغت 50 مبحوث وقمنا بتوزيع الاستبيان ثم حساب التكرارات الخاصة بكل سؤال وبعدها يتم حساب النسبة المئوية لكل الأسئلة كما يلي:

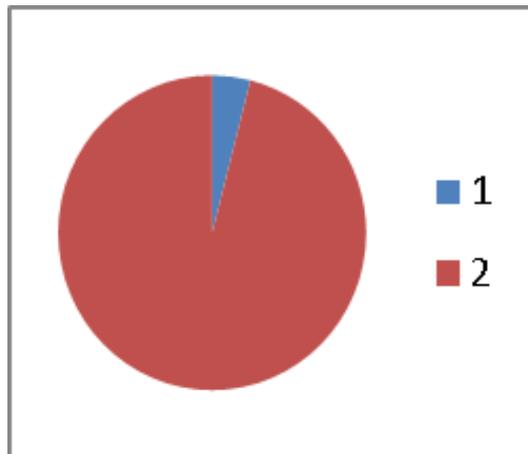
$$\text{النسبة المئوية} = \text{عدد التكرارات} \times 100 \div \text{عدد أفراد العين}$$

1. عرض وتحليل وتفسير بيانات خصائص العينة

البيانات الشخصية :

يوضح الجدول رقم (01) متغير الجنس بالنسبة لعينة الدراسة

النسبة %	التكرار	الجنس
4%	02	ذكر
96%	48	أنثى
100%	50	المجموع

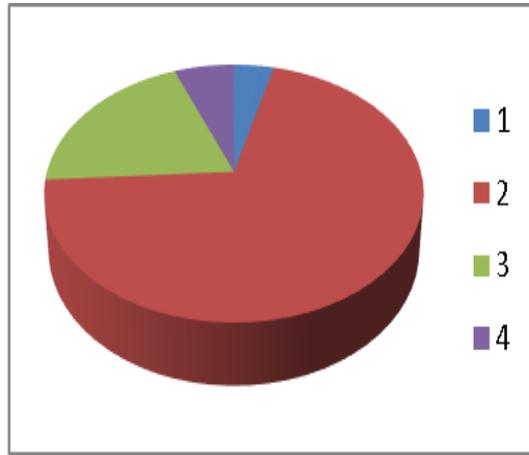


شكل 1 يوضح متغير الجنس بالنسبة لعينة الدراسة

يوضح الجدول رقم (01) متغير الجنس بالنسبة لعينة المبحوثة التي تمثلت بـ 96% بالنسبة للإناث أي 48 أنثى وبالمقابل كانت نسبة الذكور 4% أي مجموع 2 ذكر , وعليه نلاحظ من خلال النسب أن هناك زيادة نسبة الإناث على الذكور وهذا ما يدل على زيادة عدد الإناث في قسم علوم الإعلام والاتصال , لذلك فإن أكثر المستخدمين لموقع الفيس بوك هم من الإناث لأن أثناء توزيع الاستبيان كان معظم الحضور إناث وهذا دليل على أن معظم طلبة قسم الإعلام و الاتصال هم من الإناث .

يوضح الجدول رقم (02) متغير السن بالنسبة لعينة الدراسة

النسبة %	التكرار	الفئات
4%	02	20 -18
70%	35	22-20
20%	10	24-22
6%	03	من 24 فما فوق
100%	50	المجموع



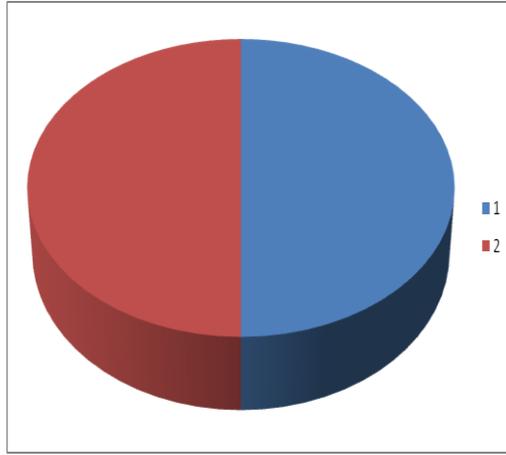
شكل رقم (2) يوضح الفئات العمرية للطلبة المستخدمين لموقع الفيس بوك

يوضح الجدول رقم 02: الفئات العمرية للطلبة المستخدمين لموقع الفيس بوك حسب عينة الدراسة حيث كانت النسبة المثوية مقتصرة تقريبا على الفئة العمرية , ما بين (20-22) سنة والتي جاءت بنسبة 70% وهي تعتبر الفئة الشبابية لطلبة قسم الإعلام والاتصال , أما الفئة العمرية ما بين (22-24) فجاءت بنسبة 20% بمجموع 20 أفراد, وهي نسبة متوسطة مقارنة مع الفئة الأولى وجاءت الفئة العمرية من 24 فما فوق بنسبة 6% بمجموع 03 أفراد, وهي النسبة أقل انتشار بين الطلبة , في حين جاءت الفئة العمرية ما بين 18-20 كأضعف نسبة قدرت بـ 4% بمجموع 02

أفراد. وبالتالي نلاحظ أن الفئة العمرية ما بين (20-22) سنة هي الغالبة نظرا لان الشباب في هذه المرحلة يزاولون دراستهم الجامعية

يوضح الجدول رقم (3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المتغير	التكرار	النسبة %
ثانية جامعي	25	50%
ثالثة جامعي	25	50%
المجموع	50	100%



شكل (3) يوضح المستوى التعليمي

يوضح جدول رقم (3)، مستويات الطلبة المبحوثين داخل قسم الإعلام والاتصال حيث جاءت نسبة المستويات متساوية ، حيث بلغت نسبة مستوى طلبة السنة الثانية جامعي 50% أي مجموع 25 مفردة ، اما مستوى طلبة الثالثة جامعي جاءت بنسبة 50% أي مجموع 25 مفردة ، ويرجع السبب في ذلك إلى اختيار عينة قصديه لطلبة السنة الثانية و الثالثة .

II. عرض وتحليل وتفسير نتائج الفرضيات:

1- عرض وتحليل وتفسير نتائج الفرضية الجزئية الأولى:

عاداد استخدام الطلبة للفييس بوك

يوضح الجدول رقم (4) الوقت الذي يمضيه الطلبة على الفيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
أقل من ساعة	15	30%
من ساعة إلى ساعتان	19	38%
ثلاث ساعات	16	32%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (4) الإجابة المتعلقة بسؤال (كم من الوقت تمضي عبر الفيس بوك؟) حيث كانت نسبة الإجابة من ساعة إلى ساعتين 38%. مجموع 19 مفردة , وتليها ثلاث ساعات بنسبة 32%. مجموع 15 مفردة , وجاءت في المرتبة الأخيرة أقل من ساعة بنسبة 30%. مجموع 15 مفردة , و يعود السبب في ذلك أن المبحوثين يفضلون الجلوس أكثر على موقع الفيس بوك ومن هنا نستنتج أنه إذمان على تصفح الفيسبوك وقد يعود ذلك لحاجة الأنايس والإنتماء.

يوضح الجدول رقم (5) الفترات المفضلة لتصفح موقع الفيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
الصبيحة	6	12%
الظهيرة	9	18%
المسائية	20	40%
الليل	15	30%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (5) الفترات المفضلة لتصفح الفيس بوك , حيث بلغت نسبة الفترة المسائية 40% المقدرة ب20 مفردة وتليها الفترة الليلية بنسبة 30%. مجموع 15 مفردة , أما بالنسبة لفترة الظهر فقد قدرت بنسبة 18%. مجموع 9 مفردة وجاءت فترة الصبيحة بنسبة 12%. مجموع 6 مفردة , وعليه نستنتج أن تصفح الفيس بوك يكون في الفترة المسائية أكثر من كل الاوقات الأخرى عند الطلبة ويمكن تفسير ذلك بانشغال الطلبة في الأوقات الأخرى .

يوضح الجدول رقم (6) الوسائل المستعملة للإبحار في الفيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
جهاز الكمبيوتر الثابت	10	20%
جهاز الكمبيوتر المحمول	32	64%
الهاتف النقال	5	10%
الوسائل المتعددة	3	6%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (6) الإجابة المتعلقة بالوسيلة المستعملة للإبحار في الفيس بوك حيث بلغت نسبة جهاز الكمبيوتر المحمول 64% أي بمجموع 32 مفردة، في حين بلغت نسبة جهاز الكمبيوتر الثابت 20% بمجموع 10 مفردة، يليها الهاتف النقال بنسبة 10% بمجموع 5 مفردة، أما نسبة الوسائل المتعددة فكانت نسبة ضعيفة 6% بمجموع 3 مفردة، فنلاحظ أن جهاز الكمبيوتر المحمول هو الوسيلة الأكثر استعمالاً للإبحار في الفيس بوك لأنه يتسم بالحرية والخصوصية وسهولة نقله.

يوضح الجدول رقم (07) طبيعة المواضيع التي تستهوي الطلبة عبر الفيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
ثقافية	08	16%
سياسية	03	6%
علمية	02	4%
عامة	37	74%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (07) إجابة المبحوثين عن سؤال ماهي طبيعة المواضيع التي تاستهويك عبر الفيس بوك حيث كانت أكثر إجابة بنسبة 74% للمواضيع العامة أي بمجموع 37 مفردة وبلغت نسبة المواضيع الثقافية نسبة 16% بمجموع 8 مفردة أما نسبة عدد الأفراد الذين يبحثون عن المواضيع السياسية فبلغت نسبتهم ب 6% بمجموع 03 مفردة وفي المرتبة الأخيرة مواضيع علمية بنسبة 4% بمجموع 02 مفردة ليتبين لنا في هذا التحليل أن أكثر المعلومات التي يبحث عنها الطالب هي معلومات عامة.

جدول رقم (08) يوضح تفضيل الطلبة لموقع الفيس بوك.

المتغير	التكرار	النسبة %
سهولة الاستخدام	04	8%
انتشاره الواسع	09	18%
الدردشة مع الأصدقاء	26	52%
متابعة الأخبار المتنوعة	08	16%
مشاركة وبث المعلومات عبر الموقع	03	6%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (08) أسباب تفضيل الطلبة لموقع الفيس بوك فقد كانت أعلى نسبة للطلبة الذين يعتبرون سبب التفضيل لموقع الفيس بوك هو الدردشة مع الأصدقاء 52% بمجموع 26 مفردة في حين بلغت انتشاره الواسع نسبة 18% بمجموع 9 مفردة . أما متابعة الأخبار المتنوعة بنسبة 16% بمجموع 8 مفردة في حين كانت سهولة الاستخدام بنسبة 8% بمجموع 4 مفردة وجاءت في المرتبة الأخيرة مشاركة وبث المعلومات عبر الموقع بنسبة 6% بمجموع 4 مفردة وهذا يبرز الدور الذي يلعبه الفيس بوك . في تكوين الصداقات والعلاقات الاجتماعية وكذا التسلية وتبادل الرسائل .

جدول رقم (09) يوضح مساهمة الطلبة في نشر المعلومات والأخبار عبر الفيس بوك.

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	36	72%
لا	14	28%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (9): إجابة المبحوثين عن مساهمة الطلبة في نشر المعلومات والأخبار عبر الفيس بوك فكانت الإجابة بنعم قدرت نسبتها ب 72% بمجموع 36 مفردة أما الإجابة ب لا فقدرت ب 28% بمجموع 14 مفردة حيث يرجع السبب في ذلك إلى مشاركة الطلبة بقوة في نشر المعلومات والأخبار عبر الفيس بوك.

يوضح الجدول رقم(10) نوع الموضوعات التي يساهم الطلبة في نشرها

المتغير	التكرار	النسبة%
علمية معرفية	11	22%
تربوية اجتماعية	16	32%
دينية	09	18%
رياضية	03	6%
المجموع	50	100%

عادت المرتبة الاولى للموضوعات التربوية الاجتماعية بنسبة 32%. بمجموع 16 مفردة تليها علمية معرفية بنسبة 22% بمجموع 11 مفردة حيث جاءت نسبة 18% دينية بمجموع 9 مفردة تليها 6% رياضية بمجموع 3 مفردة . وعليه فإن أكثر المعلومات التي يساهم الطلبة في نشرها هي معلومات تربوية اجتماعية .

يوضح الجدول رقم(11) اللغة المستخدمة عبر الفيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة%
عربية	38	76 %
فرنسية	11	22 %
إنجليزية	1	2%
المجموع	50	100 %

يوضح الجدول رقم(11) إجابة الباحثين على السؤال المتعلق باللغة التي يفضلها الطلبة للتواصل عبر الفيس بوك حيث تعددت اللغات وجاءت نسبة الذين يستعملون اللغة العربية 76% بمجموع 38 مفردة وتليها اللغة الفرنسية بنسبة 22% بمجموع 11 مفردة في حين جاءت نسبة اللغة الإنجليزية بنسبة 2% بمجموع 1 مفردة. ونستنتج أن اللغة العربية هي اللغة المعمول بها و الأصلية للباحثين وبالتالي فإن هذا التباين في النسب منطقي كونه يرجع دائما إلى طبيعة الباحثين ودوافعهم وعادات استخدامهم لموقع الفيس بوك وكذا نوع وشكل المعلومات المدرجة فيه .

2 - عرض وتحليل وتفسير نتائج الفرضية الجزئية الثانية

استخدامات و اشباعات الفيس بوك لدى الطلبة.

يوضح الجدول رقم(12) بداية استخدام الانترنت

المتغير	التكرار	النسبة
سنة	17	34%
سنتان	10	20%
أكثر من ثلاث سنوات	23	46%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (12) إجابة الباحثين عن بداية استخدام الانترنت لدى الطلبة حيث جاءت نسبة أكثر من ثلاث سنوات 46%. بمجموع 23 مفردة. وتليها سنة بنسبة 34%. بمجموع 17 مفردة , فيحين جاءت نسبة سنتان 20% بمجموع 10 مفردة, ويرجع السبب في ذلك الانتشار الواسع للإنترنت .

يوضح الجدول رقم(13) المواقع الأكثر استخداما من طرف الطلبة .

المتغير	التكرار	النسبة
الفيس بوك	47	94%
التويتر	01	02%
اليوتيوب	02	04%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (13) الإجابة عن السؤال المتعلق ب ماهي المواقع الأكثر استخداما من طرف الطلبة؟ حيث جاءت نسبة الفيس بوك 94%. بمجموع 47 مفردة بينما كانت نسبة اليوتيوب 4%. بمجموع 02 مفردة ويليهما تويتر بنسبة 02%. بمجموع 01 مفردة ويرجع السبب إلى مجانية الموقع وسهولة استخدامه وكذا مواكبة الطلبة للتكنولوجيا الحديثة.

يوضح الجدول رقم(14) ترتيب المواقع حسب استخدامها لدى الطلبة

النسبة	التكرار	
94%	47	الفييس بوك
02%	01	التويتر
04%	02	اليوتيوب
100%	50	المجموع

يوضح الجدول رقم(14) إجابة الطلبة المبحوثين عن السؤال المتعلق ب(رتب المواقع حسب استخدامك لها ؟) حيث جاءت نسبة الذين إختارو الفييس بوك 94%.مجموع 47 مفردة يليها اليوتيوب بنسبة 4%.مجموع 02 مفردة , في حين جاءت نسبة التويتر بنسبة 2%.مجموع 1 مفردة وهذا ما يبين الاستخدام المكثف لموقع الفييس بوك.

يوضح الجدول رقم (15) الاشباعات التي يحققها الفييس بوك

النسبة%	التكرار	المتغير
32%	16	اشباعات معرفية
44%	22	اشباعات اجتماعية
24%	12	اشباعات إعلامية
100%	50	المجموع

يوضح الجدول رقم(15) إجابة المبحوثين عن السؤال المتعلق ب(ماهي الاشباعات التي يقدمها الفييس بوك؟) حيث جاءت نسبة الاشباعات الاجتماعية بنسبة 44%.مجموع 22مفردة في حين كانت نسبة الاشباعات الإعلامية بنسبة 24%.مجموع 12 مفردة , وبالتالي يتبين لنا هذا التحليل أن تفضيل الطلبة لموقع الفييس بوك عن باقي المواقع يعود إلى الاشباعات التي يحققها خاصة منها الاشباعات الاجتماعية

4 - عرض وتحليل وتفسير نتائج الفرضية الجزئية الثالثة:

أثر الفيس بوك على قيم وسلوكيات الطلبة

يوضح الجدول رقم (16) تعارض المنشورات عبر الفيس بوك مع القيم

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	24	48%
لا	26	52%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (16) إجابة المبحوثين عن السؤال المتعلق ب (هل ترى أن المنشورات تتعارض مع قيمك ؟ حيث قدرت الإجابة ب لا بنسبة 52 %، مجموع 26 مفردة في حين تليها الإجابة بنعم بنسبة 48 %، مجموع 24 مفردة ويرجع السبب إلى ذلك بحكم مجتمعنا مجتمع التحفظ على القيم والسلوك .

يوضح الجدول رقم(17) مدى تعارض المنشورات مع القيم.

المتغير	التكرار	النسبة
دينية	13	26%
اجتماعية	10	20%
ثقافية	01	02%
المجموع	24	48%

نسبة المنشورات الدينية 26%مجموع 13 مفردة وتليها الاجتماعية بنسبة 20%مجموع 10مفردة فجاءت المنشورات الثقافية بنسبة 02% .مجموع 01 مفردة كأضعف نسبة ونلاحظ أن المنشورات الدينية هي الأكثر انتشار وهذا دليل على وعي الطلبة وأن نسبة الذين أجابوا بنعم هم 24 مفردة فقط، وهذا راجع إلى سلم القيم الشخصي للمبحوثين نظرا لانها متغير نسبي يختلف باختلاف العادات والتشأة و,,, وغيرها

يوضح الجدول رقم (18) المشاركة بالمعلومات الشخصية عبر الفيس بوك.

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	19	38%
لا	31	62%
المجموع	50	100%

وضح الجدول رقم(18)إجابة المبحوثين لسؤال المتعلق ب(هل تشارك بمعلومات شخصية عبر الفيس بوك ؟) حيث كانت الإجابة ب لا بنسبة 62%مجموع 31 مفردة تليها الإجابة بنعم بنسبة 38%مجموع 19 مفردة وهذا ما يدل على أن المشاركة بالمعلومات الشخصية تعارض مع القيم وتتسبب في مشاكل غير متوقعة .

يوضح الجدول رقم (19) استخدام الطلبة للفيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة
تبنى قيم جديدة	31	62%
تعديل أخرى	17	34%
تتخلى عن قيم لديك	02	04%
المجموع	50	100%

الجدول رقم(19)إجابة المبحوثين عن السؤال المتعلق ب (هل استخدامك للفيس بوك جعلك تتبنى قيم جديدة؟) بنسبة62%مجموع 31 مفردة في حين جاءت تعديل أخرى بنسبة 34%مجموع 17 مفردة وتليها تتخلى عن قيم لديك بنسبة 4%مجموع 2 مفردة ويتضح من خلال تحليل الجدول أن استخدام الفيس بوك يساهم في تبني قيم جديدة وهذا دليل على وعي الطلبة .

يوضح الجدول رقم(20) التعرض للمضامين المقدمة عبر الفيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة
تعديل سلوكك لديك	05	10%
تكتسب سلوكك جديدة	32	64%
تغير سلوكك سابق	13	26%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (20)إجابة المبحوثين عن السؤال المتعلق ب(هل تعرضك للمضامين المقدمة عبر الفيس بوك جعلك؟) تكتسب سلوكك جديدة بالنسبة 64%مجموع 32 مفردة وتليها تغير سلوك سابق بنسبة 26%مجموع 13مفردة, في حين جاءت تعديل سلوكك لديك بنسبة 10%مجموع 5 مفردة ويوضح الجدول أن المضامين المقدمة في الفيس بوك تعمل على اكتساب سلوكك جديدة .

يوضح الجدول رقم (21) إتجاهات التعرض لمضامين الفيسبوك

المتغير	التكرار	النسبة %
أحيانا	33	66%
نادرا	14	28%
دائما	03	06%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (21) إتجاهات التعرض لمضامين الفيس بوك, حيث جاءت أحيانا بنسبة 66% بمجموع 33 مفردة تليها نادرا بنسبة 28% بمجموع 14 مفردة , ثم دائما بنسبة 6% بمجموع 03 مفردة. وهذا دليل على أن الفيس بوك يؤثر على سلوك الطلبة ولكن ليس دائما.

يوضح الجدول رقم (22) مدى تأثير الفيس بوك على الحياة الاجتماعية

المتغير	التكرار	النسبة
سلبا	02	4%
إيجابا	21	42%
لا أثر	27	54%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول (22) مدى تأثير الفيس بوك على الحياة الاجتماعية لدى الطلبة حيث جاءت نسبة لا أثر 54% بمجموع 27 مفردة في حين جاءت إيجابا بنسبة 42% بمجموع 21 مفردة تليها سلبا بنسبة 4% بمجموع 2 مفردة ويرجع سبب ذلك إلى عدم تأثير الفيس بوك على الحياة الاجتماعية لدى الطلبة نظرا لاهتمام الطلبة بقيمتهم والحفاظة على سلوكياتهم .

يوضح الجدول رقم (23) التطلعات المستقبلية لاستخدام الفيس بوك.

المتغير	التكرار	النسبة %
توسيع استخدام الفيس بوك	18	36%
الإنقاص من استخدام الفيس بوك	21	42%
التوقف عن استخدام الفيس بوك	11	22%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول رقم (23) 1 لتطلعات المستقبلية لاستخدام الفيس بوك فجاءت نسبة الإنقاص من استخدام الفيس بوك بنسبة 42%، مجموع 21% مفردة في حين توسيع الاستخدام للفيس بوك بنسبة 36%، مجموع 18 مفردة تليها التوقف عن الاستخدام للفيس بوك بنسبة 22% مجموع 11 مفردة ويرجع السبب ذلك إلى خوف الطلبة من الابتعاد عن قيمهم وسلوكياتهم .

نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات:

بعد تحليلنا لنسب الجداول وتقييمنا لها توصلنا إلى النتائج التالية:

تبين من خلال الدراسة أن أغلب المستخدمين لموقع الفيس بوك هم من الإناث وتتراوح أعمارهم بين (20-22)

- أن أكثر الوقت الذي يمضيه الطلبة لتصفح عبر الفيس بوك هي الفترة من ساعة إلى ساعتين .

- أن أكثر الوقت الذي يمضيه الطلبة عبر الفيس بوك هو من ساعة إلى ساعتين .

- أن أكثر فترة مفضلة للطلبة لتصفح موقع الفيس بوك هي الفترة المسائية

- أن الوسيلة الأكثر استخدام هي جهاز الكمبيوتر المحمول

- أن طبيعة المواضيع التي يبحث عنها الطالب داخل موقع الفيس بوك هي مواضيع عامة .

- يفضل الطلبة موقع الفيس بوك من أجل الدردشة مع الأصدقاء

- أن المعلومات والأخبار التي ينشرها الطلبة المستخدمين للتواصل بها على موقع الفيس بوك

هي اللغة العربية

- أن أهم لغة يفضلها الطلبة المستخدمين للتواصل بها على موقع الفيس بوك هي اللغة العربية.

- أن بداية استخدام الانترنت لدى الطلبة أكثر من 3 سنوات

- أما بالنسبة لترتيب المواقع فقد كان الفيس بوك أولهما تبين لنا من خلال التحليل أن تفضيل الطلبة للفيس

بوك عن باقي المواقع الأخرى يعود إلى الإشباع التي يحققها خاصة منها المتعلقة بالإشباع الاجتماعية . إن

المنشورات عبر الفيس بوك لا تتعارض مع القيم لدى الطلبة .

- أن معظم الطلبة لا يشاركون بمعلومات شخصية .

- أن المضامين المقدمة عبر الفيس بوك أدت إلى اكتساب الطالب سلوك جديدة ويحدث ذلك أحيانا

- أن الفيس بوك لا يؤثر على الحياة الاجتماعية

- أن معظم إجابات حول تطلعات المستقبلية لاستخدام الفيس بوك هو التوقف عن استخدام هذا الموقع.

الاستنتاج العام:

من خلال التحليل العام للنتائج الدراسة و بعد تحليلنا للنتائج الدراسة توصلنا إلى إن الفرضية الأولى: تختلف عادات استخدام الطلبة الفيس بوك

حققت هذه الفرضية إلى حد كبير و ذلك لما نصت عليه النتائج و هو انه تختلف عادات الطلبة لإستخدام الفيس بوك

الفرضية الثانية:يحقق الفيس بوك الاستخدامات و الاشباعات لدى الطلبة

و قد استخلصنا أن الفرضية محققة حيث أنه يحقق الفيس بوك اشباعات لدى الطلبة

الفرضية الثالثة:يؤثر الفيس بوك على قيم و سلوكيات الطلبة و بشكل ايجابي

و قد استخلصنا أن الفرضية محققة نوعا ما من خلال أن الفيس بوك يؤثر على قيم و سلوكيات الطلبة

خلاصة الفصل:

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى عرض و تحليل و مناقشة نتائج الدراسة ثم تحليل الفرضيات وتفسيرها, و أخيرا الاستنتاج العام و التي يتبين من خلاله أن الفيس بوك يؤثر على قيم و سلوكيات الطلبة

خاتمة

خاتمة:

إن النتائج المحصل عليها من خلال الدراسة الميدانية تفرض علينا الحديث عن أهمية و دور وسائل الإعلام الجديد في توطيد العلاقات الاتصالية داخل المجتمع, خاصة موقع التشبيك الاجتماعي الفيس بوك و الذي اثر ايجابيا على قيم و سلوكيات الطلبة

و في الأخير نقدم بعض الاقتراحات و التوصيات تخص استخدام الفيس بوك و منها:

- أن يستغل شبابنا الفيس بوك بشكل نافع من خلال الدخول إلى الصفحات المفيدة علميا و التواصل مع الشخصيات الأكثر ثقافة
 - الاهتمام بالقضايا المعاصرة لتنوعية المجتمع من اجل المحافظة على القيم و السلوكيات
 - و نقتراح في الأخير تكوين مجموعات عبر الفيس بوك تساهم في توعية الشباب بالتمسك بالقيم و السلوك و الدفاع عنها
- و بهذا ندعو كافة الطلبة المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي بضرورة الاهتمام بهذه التقنية، نظرا لما تقدمه من جوانب ايجابية فتحت مجال أوسع لتداول مختلف المعلومات و المعارف لمستخدميها.

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	47
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	48
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	49
04	يوضح الوقت الذي يمضيه الطلبة على الفيس بوك	50
05	يوضح الفترات المفضلة لتصفح موقع الفيس بوك	50
06	يوضح الوسائل المستعملة للإبحار في الفيس بوك	51
07	يوضح طبيعة المواضيع التي تاستهوي الطلبة على الفيس بوك	51
08	يوضح سبب تفضيل الطلبة لموقع الفيس بوك	52
09	يوضح مساهمة الطلبة في نشر الأخبار والمعلومات عبر الفيس بوك	52
10	يوضح الموضوعات التي يساهم الطلبة في نشرها	53
11	يوضح اللغة المستخدمة عبر الفيس بوك	53
12	يوضح بداية استخدام الطلبة للانترنت	54
13	يوضح المواقع الأكثر استخداما من طرف الطلبة	54
14	يوضح ترتيب المواقع حسب استخدامها لدى الطلبة	55
15	يوضح الاشباعات التي يحققها الفيس بوك	55
16	يوضح تعارض المنشورات عبر الفيس بوك مع القيم	56
17	مدى تعارض المنشورات مع القيم	56
18	يوضح المشاركة بالمعلومات الشخصية عبر الفيس بوك	56
19	يوضح استخدام الطلبة للفيس بوك	57
20	يوضح التعرض للمضامين المقدمة عبر الفيس بوك	57
21	يوضح اتجاهات الطلبة أثناء التعرض للفيسبوك	58
22	يوضح مدى تأثير الفيس بوك على الحياة الاجتماعية	58
23	يوضح التطلعات المستقبلية لاستخدام الفيس بوك	58

فهرس الأشكال

الصفحة	الشكل	الرقم
47	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
48	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	02
49	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استبيان

في إطار إنجاز مذكرة التخرج المكملة لنيل شهادة ليسانس تخصص اتصال وعلاقات عامة تحت عنوان : اثر استخدام الإعلام الجديد على قيم وسلوكيات الطلبة (الفييس بوك نموذج) .

نضع بين يديك هذا الاستبيان فنرجو مساعدتنا بملئه بعد قراءته بتمعن وتقديم الإجابة التي تعبر عن رأيك بصدق مع العلم أن البيانات التي ستقدمها سرية تتعلق بإنجاز بحث علمي لاغير .

الرجاء وضع علامة (x) في المكان المناسب

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

السن : 18-20 20-22 22-24 من 24 فما فوق

المستوى: ثانوية جامعي تالثة جامعي

المحور الاول: عادات استخدام الطلبة للفييس بوك

1- كم من الوقت تمضي على الفييس بوك؟

اقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين ثلاثة ساعات

اكتر من ذلك

2- ما هي الفترات المفضلة لديك لتصفح موقع الفييس بوك؟

الصبيحة الظهيرة المسائية الليل

3- ما هي الوسيلة التي تستخدمها للإبحار في الفيس بوك:

جهاز الكمبيوتر الثابت الكمبيوتر المحمول الهاتف النقال وسائط متعددة

4- ما هي طبيعة المواضيع التي تاستهويك عبر موقع الفيس بوك؟

ثقافية سياسية علمية عامة

5- ما هو سبب تفضيلك لموقع الفيس بوك؟

سهولة الاستخدام انتشاره الواسع الدردشة مع الأصدقاء
متابعة الأخبار المنوعة مشاركة و بث المعلومات عبر الموقع

أخرى اذكرها:.....

6- هل تساهم في نشر المعلومات و أخبار عبر الفيس بوك؟

نعم لا

7- إذا كانت الإجابة بنعم فما هي طبيعة هذه المعلومات

علمية معرفية تربوية اجتماعية دينية رياضية

أخرى اذكرها:.....

8- ما هي اللغة التي تستخدمها عبر الفيس بوك؟

عربية فرنسية انجليزية

أخرى اذكرها:.....

المحور الثاني: استخدامات اشاعات الفيس بوك لدى الطلبة

9- منذ متى بدأت تستخدم الانترنت؟

سنة مند سنتان أكثر من ثلاث سنوات

10- ما هي المواقع الأكثر استخداما من طرفك؟

الفيس بوك تويتر ا ليوتيوب

أخرى اذكرها:.....

11- رتب هذه المواقع حسب استخدامك لها؟

الفيس بوك تويتر اليوتيوب

أخرى اذكرها.....

12- ماهي الاشباع التي يقدمها لك الفيس بوك ؟

اشباع معرفية اشباع اجتماعية اشباع إعلامية

أخرى اذكرها.....

المحور الثالث: أثر الفيس بوك على قيم وسلوك الطلبة

15- هل ترى أن المنشورات عبر الفيس بوك تتعارض مع قيمك؟

نعم لا

16- في حالة الإجابة بنعم هل تتعارض مع قيمك؟

الدينية الاجتماعية الثقافية

أخرى اذكرها.....

17- هل تشارك بمعلومات شخصية عبر الفيس بوك

نعم لا

18- لماذا

.....

19- هل استخدامك للفييس بوك جعلك :

تتبنى قيم جديدة تعدل أخرى تتخلى عن قيم لديك

20- هل تعرضك للمضامين المقدمة عبر موقع الفييس بوك جعلك؟

تعدل سلوكا لديك تكتسب سلوكا جديدا تغير سلوكا سابقا

21 هل يحدث ذلك

دائما أحيانا نادرا

22- الى أي مدى اثر الفييس بوك على حياتك الاجتماعية؟

سلبا إيجابا لا اثر

23- هل تنوي مستقبلا؟

توسيع استخدامك للفييس بوك الإنقاص من استخدام الفييس بوك التوقف عن استخدامك للفييس بوك

الآراء و الاقتراحات

24- ما رأيك فيما ينشر عبر الفييس بوك؟

.....

25- ما الذي تقترحه حتى يستغل شبابنا الفييس بوك بشكل نافع

.....

المراجع

أولاً: الكتب

1. إكرام بركان , دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربية, الأحد, 10 فبراير 2013
2. الفطافطة محمود, علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي و التعبير في فلسطين, فيس بوك نموذجاً 2011
3. انتصار إبراهيم عبد الرزاق, فساد حسام الساموك, تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة, جامعة بغداد, الدار الجامعية للطباعة و النشر و التوزيع, بغداد, 2011
4. خالد غسان يوسف المقدادي, ثورة الشبكات الاجتماعية , ماهية التواصل الاجتماعي, التقنية الاجتماعية الدينية الاقتصادية على الوطن العربي, ط1 دار النفائس للنشر و التوزيع 2013
5. شيماء عبد الحليم , إسراء فوزي, نيرمين عاطف و آخرون, الشبكات الاجتماعية , قسم الوثائق و المكتبات و المعلومات, جامعة القاهرة, د, ط د, د.د, 2010, 2011
6. علي بن عبد الله العمري, استخدام الشباب للانترنت, مركز الدراسات و البحوث, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, 2005
7. سلطان مفر مبارك ألساعدي, مقال بعنوان الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة, 24 افريل 2012
8. مشعل عبد الله القديمي , المواقع الإباحية و أثارها على الفرد و المجتمع , جامعة الملك عبد العزيز للعلوم التقنية
9. عبد الرزاق محمد الدليمي, الإعلام الجديد و الصحافة الالكترونية, دار وائل للنشر و التوزيع , ط 1, عمان, 2011
10. حقيقة الصراع بين الإعلام الجديد و التقليدي, الجزيرة نموذجاً لرؤية التكامل و التطوير بين الإعلام الأمس و الإعلام الجديد, الالوكا
11. حمزة احمد أمين, أهمية التخطيط الاتصالي و الإعلامي بتوظيف و سائل الإعلام الجديد في التوعية بخطورة المخدرات, مركز النشر العلمي بجامعة فهد عبد العزيز, 2011
12. عباس مصطفى صادق , مصادر التنظير و بناء المفاهيم حول الإعلام الجديد من فانربوش إلى نيكولاس نيغروبوتي, أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد, تكنولوجيا جديدة لعالم جديدة, جامعة البحرين, 7 و 9 افريل 2009 منشورات جامعة البحرين
13. سعود صالح كاتب, الإعلام الجديد و قضايا المجتمع , التحديات و الفرص, المؤتمر الإسلامي الثاني للإعلام الإسلامي, جدة, 2011
14. محمد عبيدات و آخرون, منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات, ط 2, دار وائل للنشر و التوزيع

15. سلاطينة بلقاسم, و حسان الجيلاني, محاضرات في منهج البحث العلمي , ديوان المطبوعات الجامعية , الساحة المركزية بن عكنون
16. عباس مصطفى صادق , الإعلام الجديد(المفاهيم , الوسائل التطبيقات), ط 1, دارالشروق عمان الأردن, 2008
17. عبد الحافظ عواجي صلوي, نظريات التأثير الإعلامية , جمع و تنسيق, أسامة بن مساعد المحي, تم إعدادها بتاريخ, 20 أوت 1422
18. ريم احمد عبد العظيم , الحوار الإعلامي (برنامج تدريبي لتنمية المهارات), ط1, دار المسيرة, عمان 2010
19. عباس مصطفى صادق, الإعلام الجديد, دراسة في مداخلة النظرية, د, ط, د, د, ن
20. رضا الواحد أمين, استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الانترنت, أبحاث المؤتمر الدولي, الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد, جامعة البحرين 7 و9 افريل 2009
21. حمزة احمد أمين, أهمية التخطيط الاتصالي و الإعلاميتوصيف وسائل الإعلام الجديد في التوعية بخطورة المخدرات, مركز النشر العلمي بجامعة فهد عبد العزيز, 2011
22. Krichpat; rick; the;facebook.efft.the incide story of the company.that is .cannecting.new york.simqn.sehrnster 2010
23. Drid rikpatrice.the face book .ehhct.the inside steery of theaccompany. That is connecting avobrd London Schuster hadcover.edition june 2010:rirst siman
24. محمد منير حجاب, أساسيات البحوث العلمية و الاجتماعية, دار الفجر للنشر و التوزيع القاهرة, 2004

ثانيا: المعاجم

25. محمد منير حجاب, المعجم الاعلامي, ط1, دار الفجر للنشر و التوزيع, القاهرة, 2004
26. دون اسم, المنجد في اللغة و الإعلام, دار المشرق للنشر و التوزيع, مصر, 2005
27. ابن المنظور, لسان العرب, ط1, دار طارد , بيروت لبنان, المجلد الأول, 2005

ثالث: الورقات البحثية و المداخلات والمجلات

28. دون اسم, ورقة بحثية بعنوان الإعلام الجديد في عصر المعلومات, مجلة جامعة دمشق, مجلد 26 العدد الأول و الثاني 2010
29. فنان عبد الله الغامدي, التوافق و التنافر بين الإعلام التقليدي و الالكتروني, ورقة بحثية مقدمة من ندوة الإعلام و الأمن الالكتروني, جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية

30. بعزيز إبراهيم , الإعلام الالكتروني و الممارسة الالكترونية , مداخلة بعنوان دور الإعلام الجديد في تعزيز المشاركة الديمقراطية للأفراد, جامعة قاصدي مرباح ورقلة 13 ديسمبر 2009
31. أماني ملحد, استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة, مجلة دراسات المعلومات, العدد الثاني , ماي, 2011
32. الملتقى الوطني, حول الإعلام و الديمقراطية , 12 و 13 ديسمبر 2012 , جامعة قاصدي مرباح ورقلق
33. سميرة شيخا ني , الإعلام الجديد في عصر المعلومات , مجلة جامعة دمشق, مجلد 26 العدد الأول و الثاني 2010

رابعا :المواقع الالكترونية

34. <http://www.alexasuteinfo.com> le 8/4/2014
35. <http://www.Internet world stats.com.html>
36. <http://www.45.hareo/document/57rigjz./online.html> le 24/32/014
37. a15;5 34 <http://www.denocaoracy forum ok.g/pnd?N2msid> le 24/3/2014 14;58

ملخص الدراسة

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على الإعلام الجديد بكل تجلياته وركزنا فيه على البعد المعلوماتي من خلال التعرف على ظاهرة هذا الإعلام وإبراز أهم الجوانب المتعلقة به من وسائل وتطبيقات , فتسعى الدراسة لمعرفة ذلك بالوصف والاستكشاف حول معرفة عادات الاستخدام و الاشباع المحققة من خلال مواقع التشبيك الاجتماعي خصوصا منها موقع الفيس بوك الذي يعتبر نموذج من نماذج الإعلام الجديد .

وقد انطلقنا من التساؤل التالي : ما هو أثر استخدام الفيس بوك كوسيلة من وسائل الإعلام الجديد على قيم وسلوكيات الطلبة ؟ وقد اندرجت هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يؤثر الفيس بوك على قيم وسلوكيات الطلبة
- ماهي عادات استخدام الطلبة الفيس بوك؟
- هل يحقق الفيس بوك الاستخدامات و الاشباع لدى الطلبة؟

وانطلاقا من هذه التساؤلات تمت الدراسة على عينة من الطلبة المستخدمين لموقع التشبيك الاجتماعي الفيس بوك بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقة وقد اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي واستخدمنا كذلك أداة الاستبيان التي تم توزيعها بشكل قصدي وقد قمنا بتحليلها حسب نظام SPSS لمعرفة نسبة المصادقية والتي قدرت ب 0,52 حسب مقياس الفا كرومباخ وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن عادات استخدام الطلبة الفيس بوك تختلف و أن الفيس بوك يحقق الاشباع لدى الطلبة , وهو يؤثر بشكل كبير على سلوكيات الطلبة وبشكل ايجابي,مقارنة مع الجانب السلبي.