

جامعة قاصدي مرياح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الإعلام و الاتصال
شعبة: علوم الاعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية

التخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة

إعداد الطالبتين : السعيدى حنان وضيف عائشة

الموضوع:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم
لدى الطالب الجامعي
" موقع فيس بوك نموذجاً "

نوقشت يوم: 2015/05/26

لجنة المناقشة

الأستاذ : روح ياسين أستاذ مساعد (أ) جامعة قاصدي مرياح - ورقلة رئيساً

الأستاذة : تومي فضيلة أستاذ مساعد (أ) جامعة قاصدي مرياح - ورقلة مشرفاً ومناقشاً

الأستاذ : بوكرموش عيسى أستاذ مساعد (أ) جامعة قاصدي مرياح - ورقلة مناقشاً

السنة الجامعية: 2015/2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُرِيهِمْ آيَاتِهِ
وَالَّذِي يُخْرِجُ النَّوْمَ
وَالَّذِي يُخْرِجُ النَّوْمَ

إهداء

الحمد لله الذي خلق الليل والنهار فقلب ليل الظلمات إلى نهار الطاعات
إلى نجم الهدى في الأرض سيد الأولين والآخريين محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله
وصحبه وسلم

إلى أحسن كلمة في ديوان الحنان وداذك أُمي، وداذك أبي

إليك أُمي يا من بفضلها كبرت وبلغت أشدي

إليك أبي يا من بفضلته صرت اسما في الوجود

إلى التي لم يمنعها أداء واجباتها ومنصبها من إبداء إرشاداتها

أستاذتي المشرفة فضيلة تومي

إلى توأم روحي ورفيقة دربي .. إلى صاحبة القلب الطيب والنوايا الصادقة

إلى من رافقتني منذ أن حملنا حقائب صغيرة

ومعك سرت الدرب خطوة بخطوة حليلة

وإلى إخوتي كل باسمه

إلى نزاري

إلى كل من كانت له يد المساعدة في أن ينمو هذا البحث ويصير ناضجا

إليكم جميعا أهديكم مفتاح كتابي موسوم بسورة النور

عائشة

إهداء

إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما ، اللذين أدين لهما بكل

الامتنان

و الشكر و العرفان.

إلى كل أفراد عائلتي و الأصدقاء دون استثناء.

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل.

إلى كل هؤلاء ، أهدي هذا العمل و أرجو من الله العلي القدير

أن يوفقنا لما فيه

خيرنا و صلاح أمرنا و استقامة نهجنا إن شاء الله.

حنان

شكر و عرفان

نشكر الله عز و جل كما ينبغي لجلال وجهه و عظيم سلطانه و
نحمده حمدا كثيرا مباركا فيه على توفيقه لنا في انجاز هذا العمل المتواضع
، ونوجه خالص تشكراتنا لأساتذتنا الذين قاموا بتوجيهنا ، وأستاذتنا
"فضيلة تومي" الذي خصتنا بتوجيهاتها ونصائحها القيمة من خلال
إشرافها ومساعدتنا على إتمام هاته المذكرة . كما لا ننسى في شكرنا
هذا الأساتذة الكرام ونخص بالذكر أستاذ عبد القادر بودربالة ، الأستاذ
محرز حمايمي ، وبقسم علم النفس نشكر الأستاذ ياسين خميس
وكل ما ساعدنا على إتمام هذه المذكرة.

وأوجه خالص شكري إلى والدي ووالدتي وإلى كل العائلة

كل باسمه .

ملخص الدراسة

لعبت التكنولوجيا دورا هاما في مختلف وسائل الاعلام والاتصال وشهدت الانترنت تطورا سريعا على مستوى خدماتها ، وأصبحت من متطلبات العصر، كونها تلبي احتياجات كثيرة للفئات العمرية المختلفة.

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة احدى المظاهر الحديثة ، بحيث تهدف الى الكشف عن اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم ، من خلال عينة من مستخدمي موقع(الفييس بوك) في الجزائر ، طلبة جامعة ورقلة ، تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تقسيم الاستمارة الى ثلاثة محاور :

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الفييس بوك لدى الطلبة

المحور الثاني : القيم الشخصية ، لأن خدمات الأنترنت تحمل قيم وسلوكيات وأفكار ، وعادات تختلف مع أفكارنا وتقاليدنا خاصة القيم الاجتماعية

المحور الثالث : علاقة الفييس بوك بالقيم لدى الطلبة الجامعيين ، وتم الاعتماد فيه على مقياس ديكارت في محاولة منا لاكتشاف أثر استخدام الفييس بوك على القيم الاجتماعية .

وقد توصلت دراستنا الى مجموعة من النتائج أهمها :

أغلب المبحوثين من الذكور يستخدمون الفييس بوك منذ أكثر من ثلاثة سنوات مقارنة بالإناث ويبحرون فيه من ساعة الى ساعتين ، كما يفضلون الفترة المسائية أثناء تصفحهم له ، وأن أغلبهم يملكون حساب واحد ويفضلون خدمة نشر الأفكار والدرشة بالدرجة الأولى ، حيث يستخدم أفراد العينة موقع فييس بوك بدافع التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء الى جانب تبادل الثقافات ، وتبرز النتائج أن المبحوثين الأكبر سنا يتعاملون مع الموقع بنوع من الوعي ، كما يفضل أغلبية أفراد العينة المجموعات الاجتماعية والثقافية والاعلامية ويعزفون عن المجموعات السياسية .

كما برز أثر الفييس بوك على القيم الاجتماعية من حيث أنهم ساعدتهم على معرفة قيم وثقافات الشعوب الأخرى بالإضافة الى تكوين معارف داخل الوطن وخارجه مع مختلف الجامعات وأثر سلبي على تفاعلهم الاجتماعي خاصة مع أفراد العائلة .

Abstract

In various media , communication technology played an important role , the Internet has seen a rapid development on the level of services, Being responsive to the needs of many different age groups . And it became one of the requirements of the times.

We have tried through this study addressing a recent appearances, so that aims to detect the effect of using social networking on the social values of sites , through a sample of users (Facebook) in Algeria , Ouargla University students , has been relying on the questionnaire data collection tool where form has been divided into three areas:

The first axis : the habits and patterns of Facebook use among students.

The second axis: personal values , because the Internet services carrying values and behaviors and thoughts , and habits differ with our thoughts private social values and traditions.

The third axis : Facebook relationship social values , which have been relying on Descartes scale in an attempt to discover the effect of using Facebook on social values.

Our study reached a set of results, including: Most of the respondents of the male using Facebook for more than three years compared to females and sail it from one to two hours, most of the respondents of the male using Facebook for more than three years compared to females and sail it from one to two hours , and prefer the evening as they browse to him, and that most of them have one account and prefer the dissemination of ideas and chat service primarily , where respondents use Facebook motivated communicate with parents , relatives and friends as well as the exchange of cultures , and the results highlight that older respondents are dealing with a kind of awareness of the site , the majority of respondents also prefer the social , cultural and media groups and individuals are reluctant to political groups.

The impact of Facebook emerged as the social values of where they helped them to know the values and cultures of other peoples as well as the knowledge at home and abroad with various universities composition and impact negatively on the private social interaction with family members.



يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية، و لا شك أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر في مختلف مجالات الحياة الثقافية، الاقتصادية الفكرية والاجتماعية على الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات ، ما دفعها لقبول هذه المستحدثات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات.

و الجزائر كأحد مجتمعات العالم المعاصر لم تكن بعيدة عن هذه الثورة فهي تشهد منذ عدة عقود اقبالا كبيرا في مجال التحول إلى مجتمع تقني يقوم على الاستفادة من المزايا التي تقدمها تقنية الاتصال بشكل خاص والتقنية الحديثة بشكل عام في جميع الميادين ،كما أثر هذا التطور بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني ،حيث فتح مجالا واسعا لتجسيد مفهوم القرية الكونية الذي أشار إليه مارشال ماكلوهان ما يتيح لها مواكبة عصر المعلومات الذي فرض على الجميع ، وحتى لا تجد نفسها في عزلة عن بقية دول العالم.

ويشير مفهوم تكنولوجيا الاتصال إلى التجهيزات والوسائل التي اكتشفتها أو اخترعتها البشرية لجمع وإنتاج وبث ونقل واستقبال وعرض المعلومات الاتصالية بين المجتمعات والأفراد .ولقد استطاع التطور المذهل في حقول تكنولوجيا الاتصال أن يتيح لها الارتباط بكافة مجالات الأنشطة الإنسانية فأصبحت جزءا مهما في الحياة اليومية للأشخاص.

وتعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا و التي نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل ونقل أفكارهم والمعلومات من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وأشهرها على الإطلاق الفيس بوك من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد لكن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي والاقتصادي والصحي..... من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث في مختلف مجالات الحياة، وكذلك الدعوة إلى حضور الندوات أو التظاهر.

و تعتبر مواقع التواصل الإلكترونية هي الأكثر انتشارا على شبكة الإنترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية الأخرى مما شجع متصفح الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها الشبكات الاجتماعية على الدوام ،من تلك الانتقادات التأثير السلبي والمباشر على المجتمع الأسري وتفككه ،لكن في المقابل هناك من يرى فيها وسيلة مهمة لتنامي والالتحام بين المجتمعات ،و تقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر ، والاطلاع والتعرف

على ثقافات الشعوب المختلفة ، إضافة لدورها الفعال والمتميز كوسيلة اتصال ناجعة في الهيئات والانتفاضات الجماهيرية.

وفي هذا الصدد تشكل مواقع التواصل الاجتماعي موضوعا يصطدم فيه رأيان مختلفتان، الرأي الأول يرى في هذه المواقع فرصة تسمح للأفراد تبادل الاتصال والمعرفة والقضاء على عوائق الزمان والمكان فتزيد في تقارب الناس وترفع من درجة تفاعلهم وتنشئ علاقات اجتماعية جديدة ،كما أنها تختزل قدرا هائلا من الإجراءات في التعاملات والمبادلات التجارية والاقتصادية ،فيما ينظر الرأي الثاني لهذه الشبكات نظرة كارثية إذ يرى أنها تشكل مصدر الخطر الحقيقي على المجتمعات و قيمهم الاجتماعية ،ما يؤدي إلى ميلاد مجتمع يحمل عوامل القطيعة مع التقاليد الثقافية ،كما تؤدي إلى العزلة وتفكك نسيج الحياة الاجتماعية ويرى هؤلاء أن وسائل التواصل الاجتماعي قد اقتحمت الحياة العائلية بحيث قللت من فرص التفاعل والتواصل داخل الأسرة .

كما أن خدمات المواقع تتم مباشرة دون أية رقابة أو تشويش أو تدخل أية جهة ، فهي تحمل قيما وسلوكيات وأفكارا وعادات تختلف مع أفكارنا وتقاليدنا، خاصة قيمنا الأمر الذي يعني أن خدمات مواقع التواصل تشكل تهديدا لقيم المجتمع خاصة الشباب الجامعي الذي هو الأكثر استخداما لهذه التكنولوجيا من حيث علاقته العلمية أو الشخصية التي تشد ارتباطه بها فضلا عن فضول هذه الفئة من الطلبة الجامعيين لمعرفة كل ما تتضمنه خدمات الإنترنت ، ودراستنا هاته جاءت لتبين أثر مواقع التواصل على قيم طلاب الجامعة مع التركيز على كيفية العلاقة بين الفيس بوك وطلاب الجامعة وتوضيح مجالات واستخدامات هذا الموقع الذي يغوص فيه طلاب الجامعة باحترافية ومدى وعي الطلبة من حيث فهمهم وتوجههم في عملية استخدامهم لهذه التقنية ، ومن هذا المنطلق نحاول أن نتعرف على أثر الفيس بوك على قيم طلاب الجامعة ، أي الأثر المترتب عن استخدام خدمات مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت سلبية أم ايجابية ،ومعرفة القيم العلمية والخلفية التي تتأثر سلبا و إيجابا من جراء استخدام خدمات هذا الموقع.

و في ضوء ما تم التطرق إليه آنفا، تأتي هذه الدراسة لرصد أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الفيس بوك على القيم الاجتماعية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ،ويرجع سبب اختيار هذا الموضوع لظهور ووضوح عدة تأثيرات ناتجة عن انتشار استخدام هذه المواقع ما جعل هذا النوع من التواصل محل دراسة وبحث خاصة مع تواتر السلبية والإيجابيات التي ترد يوما بعد يوم في التراث العلمي الميداني لبحوث الاتصال.

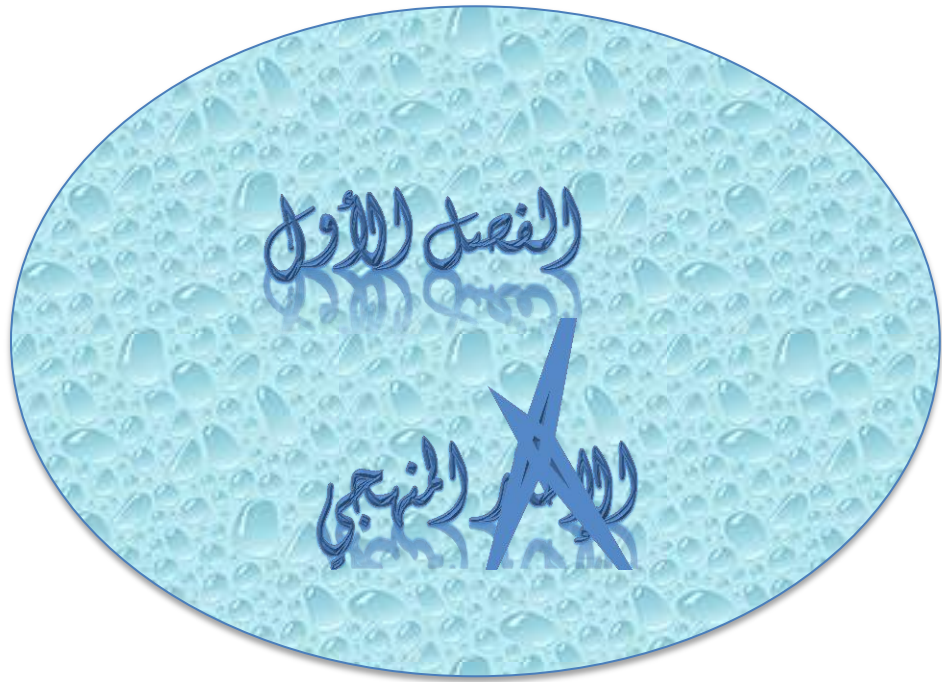
ومن هذا المنطلق تقسيم هذه الدراسة إلى خمسة فصول :

حيث تناول الفصل الأول الإطار المنهجي والنظري للدراسة ، قمنا في الجانب المنهجي بتحديد الإشكالية الدراسة وتساؤلاتها إلى جانب مفاهيم الدراسة و أسبابها وأهميتها وأهدافها وكذا عرض الدراسات السابقة ومناقشتها بالإضافة إلى عرض المنهجية المتبعة في هذه الدراسات ، وكان الإطار النظري الخص بنظرية الاستخدامات والإشباع التي تم الاستناد عليها في انطلاقنا في هذه الدراسة باعتبارها من أهم نظريات المستخدمة في دراسات الإعلام الجديد وتماشيا مع طبيعة الموضوع .

وخصصنا الفصل الثاني لمواقع التواصل الاجتماعي نشأتها وخصائص كما تطرقنا لأهم مواقع التواصل واستخداماتها وما ينجر عنها من آثار عن الخصوصية والعزلة الاجتماعية والهوية الافتراضية .

أما الفصل الثالث كان للقيم الاجتماعية الكلاسيكية وتصنيفها وأنواعها وما ساهمت به المواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل قيم افتراضية أو مكتسبة لدى مستخدميها.

شمل الجانب التطبيقي للدراسة تحليل وتفسير نتائج اجابة المبحوثين لإستمارة البحث التي تضمنت ثلاثة محاور الأول حول عادات وأنماط استخدام الفيس بوك ، والمحور الثاني كان عن القيم الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين ، والمحور الثالث يشمل العلاقة بين الفيس بوك والقيم الاجتماعية للطلاب الجامعي ،حيث اعتمدنا على اختبار كا² لبيرسون لدراسة العلاقة بين متغير الجنس واستخدامهم لموقع الفيس بوك سعيا منا لتوجيه الأسئلة مباشرة لخدمة أهداف الدراسة ، والتي توصلنا من خلالها أن أغلب مستخدمي الفيس بوك في هذه العينة لديهم حساب واحد ،وهم مشتركين في الموقع منذ أكثر من ثلاثة سنوات ، يتواصلون من خلاله مع أهل والأقارب والأصدقاء من أجل نشر الأفكار والدرشة ، كما أنهم يشاركون في مجموعات اجتماعية وإعلامية لطبيعة اختصاصهم فهم من طلبة علوم الإعلام والاتصال ،ورغم استخدامهم للفيس منذ مدة طويلة إلا أنهم يسعون للحفاظ على القيم الاجتماعية الأصلية ، ومن خلاله أيضا يفتحون المجال لكسب قيم وثقافات جديدة من خلال تفاعلهم مع الأصدقاء من مختلف أنحاء العالم ،ثم توصلنا الى خاتمة للدراسة .



تحديد الإشكالية :

حدثت تغيرات جذرية وشاملة في الثلث الأخير من القرن العشرين شهد نقلة نوعية حقيقية في الإعلام والاتصال ، حيث إنتشرت شبكة الأنترنت في كافة أرجاء المعمورة والتي ألغت حدود الزمان والمكان وقربت المسافات بين البشر ، فتعد شبكة الأنترنت إحدى وسائل الإتصال الحديثة التي ظهرت بصفة جماهيرية ، وهي تمتاز بمزايا وخصائص إتصالية يندر وجود مثيل لها في أية وسيلة أخرى ، وقد إستحوذت على حيز من إهتمام الشباب في المجتمع الجزائري بمختلف سماتهم الإجتماعية وإستخدامه بشكل متزايد ، والإعتماد عليه في حياتهم اليومية بطريقة لافتة للنظر .

هذه التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا الإتصال غيرت العديد من المفاهيم والأدوار فالأنترنت مثلا لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات وإرسالها فقط وإنما أصبح لها العديد من الانعكاسات الثقافية والإجتماعية وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات ، ثم ظهرت مواقع إلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات محادثة التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الجديد و لمواقع وبرامج التواصل الإجتماعي أهمية كبيرة، فقد أصبحت شهرتها واسعة، وكثر التعامل معها بين الناس؛ حيث يتواصلون عبر هذه المواقع للتعرف على بعضهم ومعرفة أخبار بعضهم البعض، وإرسال رسائل وتلقي الأخبار والموضوعات وكل ما هو جديد في الساحة.

وإن هذه المواقع والبرامج لا توجد لها ضوابط تضبط الأمور، ولا توجد وسائل أو طرق محددة يتجنب من خلالها المستخدم المخاطر التي قد تصل إليه عنوة ، أو حتى لا يوجد منهج محدد لإفادة الغير من تفادي هذه المخاطر، وتكمن مشكلة الدراسة في انتشار برامج التواصل الإجتماعي بشكل كبير، مما أثر على حياة الناس عموماً، سواء بشكل سلبي أو إيجابي.

كما جعلت الشباب يتعلقون بها بشكل كبير نظرا للخدمات المتعددة التي أتاحتها والمتعلقة بالدرجة الأولى بإهتماماتهم وتطلعاتهم ، كما أثرت في جانب من قيمهم الإجتماعية التي تحث على القيام بأوامر الدين الإسلامي قولاً وعملاً، ويعد معيار مهم نحدد من خلاله ما هو مرغوب وغير مرغوب ، وهي تساهم في تحقيق الأهداف السامية لكل منا ، وتمثل الهوية الصادقة التي يحملها كل إنسان بداخله، وهي التي تتحكم برود أفعالنا اللاإرادية، تنبع قيم الواحد منا أو يكتسبها من مصادر عديدة منها الفطرة أو شخصية الفرد، والوالدين والأسرة بالتناقص في مجتمعنا وخاصة لدى الشباب ، فنرى مظاهر الإعتداء على الممتلكات العامة وعدم المحافظة نظافة المرافق العامة، عقوق الوالدين والإعتداء البدني على الآخرين، التحرشات الجنسية ، السرقات، محاولات الإنتحار وخصوصاً في مدى تأثيره على العلاقات الإجتماعية لدى فئة من أكثر الفئات الإجتماعية إستخداماً له، لذلك ظهرت ضرورة دراسة مدى وجود للقيم الاجتماعية بالنسبة

لمستخدمي الفيس بوك في الجزائر خاصة طلبة الجامعة، فموقع فيس بوك الذي أنشأه الأمريكي مارك زوكر بيرغ عام 2004 بغية ضم أصدقاء الجامعة وضمان استمرارية التواصل فيما بينهم، حيث كانت انطلاقته بين شخصين فقط فيصل اليوم عدد مستخدمي الفيس بوك ما يفوق نصف مليار مشترك ليصبح من أكثر المواقع استخداماً مع اعتباره صيحة تكنولوجية ساهمت بشكل كبير في ربط العديد من العلاقات بعد إلغائها لجميع المسافات .

إن أغلب البحوث والدراسات في مجال الإعلام تتسم بالندرة، وتتعاطى مع الإعلام الجديد بشكل عام، ومن هنا فإن هذه الدراسة جاءت لتتخصص ولو بشكل يسير في أحد مواضيع الإعلام الجديد وبدوره أيضاً يفتح الباب أمام بحوث أكثر عمقاً تحلل تطبيقات ومجالات الإعلام الجديد، وجاءت هذه الدراسة ضمن محور الإعلام ما له وما عليه وذلك بالبحث الدقيق والمسهب عن البرامج المنتشرة في الوقت الحالي ليشمل موقع الفيس بوك ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة التأثيرات السلبية والايجابية لهذه المواقع على الشباب من نواح مختلفة، سواء كانت أخلاقية أو دينية أو معتقدات أو عادات، وفي الحياة عموماً، ومعرفة مدى تأثير الشباب بمثل هذه المواقع، وكيفية توظيفها توظيفاً إيجابياً من خلال النتائج والتوصيات التي توصلت إليها من خلال استمارات البحث، وتعتبر هذه الدراسة جديدة في مجال الإعلام الجديد لقلّة البحوث والدراسات في مواقع التواصل والاتصال على المستوى المحلي وربما العربي، لكون موقع الفيسبوك الذي احتل المركز الأول في عدد المستخدمين بغض النظر عن المواقع الأخرى الجديدة والمتوفرة في كافة الأجهزة الذكية، وتحدد هذه الدراسة مشكلتها بدراسة أثر القيم الاجتماعية لمستخدمي الفيس بوك وبناء على ذلك تحاول الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي :

هل لإستخدام موقع الفيس بوك تأثير على القيم لدى الطلبة الجامعيين ؟

تساؤلات البحث :

- 1) ما هي عادات وأنماط إستخدام الفيس بوك بالنسبة للطلبة الجامعيين ؟
- 2) هل يختلف ادراك القيم وفق متغير الجنس؟
- 3) كيف يؤثر إستخدام الفيس بوك على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين؟

أهمية الدراسة:

يستمد البحث أهميته باعتباره يمس مجموعة كبيرة من الشباب وهم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، رأينا أن هذه الدراسة ستسهم في إثراء المكتبات الجزائرية بموضوعها، وتستفيد منها بالتحديد الجهات البحثية العلمية في الدراسات الأكاديمية، وطلبة قسم الإعلام والاتصال، والمهتمون بمواقع التواصل الاجتماعي، وبما أن هذه الشبكات حديثة العهد، فإن الباحث يأمل أن تفتح هذه الدراسة الباب واسعاً أمام الدارسين والباحثين، للخوض أكثر في غمار شبكات التواصل الاجتماعية .

وتبرز أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على القيم الاجتماعية وتأثيرها باستخدام الشبكات الافتراضية مما يخلق بعض النقاط المهمة التي توضح الاستخدام الأمثل لما تتيحه التكنولوجيا الحديثة نظراً لقلّة الدراسات التي تتناول مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تكون هذه الدراسة بمثابة إثراء للدراسات الإعلامية والاجتماعية.

أهداف الدراسة:

✓ هناك مجموعة من الأهداف نصبوا من أجل تحقيقها تتمثل فيما يلي:

معرفة الخصائص أو الصفات العامة لمستخدمي الفيس بوك والتي توجه سلوكهم.

معرفة الضوابط الأخلاقية التي تحدد سلوك مستخدمي الفيس بوك.

معرفة اختلافات القيم من شخص إلى آخر بالنسبة لمستخدمي الفيس بوك.

إفساح المجال لإهتمام متزايد بموضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودراسة آثاره على القيم الاجتماعية، من خلال طرح هذا الموضوع أمام الباحثين ومتخذي القرار للسياسات الاجتماعية، حيث يؤمل أن يلقى مزيداً من الإهتمام والدراسات الميدانية في جوانب مختلفة منه.

تحليل واقع القيم الاجتماعية ، من حيث إبراز تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مستعمليه خاصة فئة الشباب الجامعي من وجهة نظر عينة من المبحوثين، وبأسلوب الدراسة الميدانية.

الكشف عن أهم الخصائص العامة لسلوك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، من حيث معرفة مدى إقبال الشباب الجامعي على استخدام الفيس بوك وأوقات وعدد ساعات الاستخدام، ومواضيع البرامج، ومجالات المواقع، والتطبيقات الأكثر استخداماً له.

الإستفادة من نتائج هذه الدراسة، وفتح الطريق أمام إجراء دراسات أخرى في بيئات مشابهة للبيئة الجزائرية.

تحديد طبيعة الدراسة:

تحاول الدراسة إعطاء تفسير علمي لظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها ،

(Social informatics) و يمكن لهذه الدراسة أن تدرج ضمن " المجال المعرفي الجديد نسبيا والذي يعرف بالمعلوماتية الاجتماعية؛ و هي البحوث و الدراسات التي تتناول تأثير تطبيق استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على النسق الاجتماعي، أو التغيرات الناتجة عن تطبيق وإستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. (1)

كما يمكن أن تدرج كذلك ضمن البحوث المعروفة بإختصارا ب (CMC)

(computer-mediated- communication)

وبالفرنسية (CMO) (la communication médiatisée par ordinateur) أو الإتصال

بإستخدام الحاسوب وهو المجال المعرفي الذي يهتم بدراسة التفاعلات والاتصالات عبر الحاسوب والظواهر المتعلقة بها. (2)

1) أحمد محمد الصالح، حياة على شاشة الإنترنت ، مجلة العربي، عدد155، 2001، ص 22.

2) Rancois Magenot analyse semio.pragmatique des forums pédagogiques sur Internet, hyperlectures, cybertextes et méta, 2004, p 103.123.

] http://w3.ugrenoble3.fr/espace_pedagogique/Chap6-defis.pdf

أسباب اختيار الموضوع:

من أصعب مراحل اختيار البحث هو اختيار الباحث لموضوع بحث يساهم في إثراء المجال المعرفي، وهناك مجموعة من الأسباب دفعتنا للخوض في هذا الموضوع:

✓ الأسباب الذاتية:

- 1) محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد.
- 2) الرغبة في معرفة مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية خاصة موقع الفيس بوك.
- 3) الرغبة في التعرف على ما يبرزه الفيس بوك من قيم سلبية وإيجابية والذي نجح في استمالة عدد كبير جدا من المستخدمين.

✓ الأسباب الموضوعية:

- 1) يعتبر موضوع الدراسة حيوي وحديث إلى جانب قلة الدراسات العربية عموما والجزائرية خصوصا التي تدرس تأثير مواقع التواصل الاجتماعي .
- 2) انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف الفئات في الجزائر سيما موقع "الفيس بوك".

منهج البحث وأدواته :

المنهج المستعمل هو مجموعة من الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الإلتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة.

و يعرفه محمد طلعت بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة .

ويرتبط إختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها ، وبما أن هذه الدراسة نسعى إلى جمع معلومات حول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي و أثر هذا الاستخدام على القيم لدى الطالب الجامعي ، فإن هذه الدراسة تصنف ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث و الوقائع، كما نحاول تحليل و تفسير الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث بقصد الوصول إلى نتائج منطقية ، تساهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يغطي بعض الظواهر ، من أجل تطوير الواقع وإستحداث أفكار ومعلومات ونماذج سلوك جديدة.

ويستهدف هذا المنهج تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية ويهتم في مجال دراسة جمهور المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الدوافع والحاجات والمعايير الثقافية والاجتماعية وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها ومستويات الإهتمام والتفضيل ويمثل الوصف في هذا الإطار الإجابة على السؤال : لمن؟ أي جمهور المتلقين .

والمنهج الوصفي يتناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته ، وذلك في جانبه المتصل بطريقة الدراسات المسحية التي أثبتت نجاحها في دراسة مواقف الناس و اتجاهاتهم وآرائهم بشأن مختلف القضايا والموضوعات والظواهر التي يعايشونها في حياتهم اليومية. (1)

وإعتماد منهج المسح الوصفي في الدراسة يعود بالدرجة الأولى إلى إعتباره أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم وإدراكهم ومشاعرهم وإتجاهاتهم ، كما يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الإتصال بمفرداتها ، وهو ما نحتاجه في هذه الدراسة " أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية" حيث يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة والاجتماعية والنفسية وكذلك أنماط السلوك الإتصالي وبالتالي فهو يتيح لنا معرفة درجات التأثير وكيفية التأثير وحجمه على القيم الاجتماعية.

(1) الجمال راسم محمد، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، الفصل السادس، كلية الإعلام ،جامعة القاهرة،

مصر، 1999، ص، ص143_144.

أدوات جمع البيانات:

أما فيما يخص أدوات جمع البيانات ، و التي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع فقد اعتمدنا على الملاحظة والاستبيان كأداة رئيسية ، وتم اعتماد هذه الأدوات باعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح بجمع معلومات عن المبحوثين في شكل معمق.

✓ الملاحظة:

هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب ، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية ، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تفاعلات المبحوثين .⁽¹⁾

وحسب Frey فإن الملاحظة تعتبر من بين أكثر الأدوات استخداما في دراسات الإتصال ، لما توفره من ميزة جمع عدد كبير من البيانات والمعلومات .⁽²⁾

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الملاحظة من خلال ملاحظتنا لتصرفات وتفاعلات الأفراد في المجتمع الافتراضي الذي يتيح موقع "الفايسبوك" من خلال متابعة المشاركات التي يضعونها على صفحاتهم وطبيعة التفاعل الذي يتجسد في التعليقات والمشاركات في صفحات الأصدقاء إلى جانب المعلومات الشخصية التي يحتويها.

✓ الاستبيان:

تعتبر الإستمارة أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة ، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة ، ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أداة الإستبيان التي وزعت على عينة من

(1) مصطفى السيد أحمد،،. البحث الإعلامي : مفهومه وإجراءاته ومناهجه ، دار الفلاح للطباعة والنشر، ط 2 ، العين ، 2003، ص33.

(2) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي ، دار القصة، ط 2، الجزائر 2006، ص 107.

مستخدمي موقع "الفايسبوك" كنموذج باعتباره من أكثر المواقع استخداما حسب ما أفادت به العديد من الإحصائيات.

ويعتبر الاستبيان أكثر أدوات جمع البيانات استخداما لإمكانية جمع المعلومات من خلاله عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعين أو غير مجتمعين في مكان واحد. (1)

وتم اعتماد هذه الأداة في دراسة "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لعينة من طلبة مستخدمي الفيس بوك بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة ، للأسباب التالية:

الجمهور المستهدف باعتباره طلبة إعلام واتصال واستخدامهم الواسع للتكنولوجيا الحديثة يتميز بكبر العدد واختلاف المستويات بالشكل الذي يحد من إمكانية استخدام أساليب أخرى كالمقابلة لهذا العدد الكبير في حين يستطيع الاستبيان تغطية عدد كبير من الأفراد حسب العينة المختارة وفي أماكن جغرافية متباعدة.

استهدفت الدراسة دراسة تأثير الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية وهي المعلومات

التي يمكن الوصول إليها من خلال الإستمارة بحيث تم تقسيمها إلى ثلاث محاور أساسية وهي كالآتي:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام "الفايسبوك" لدى الجزائريين، ويضم 10 أسئلة. (1 - 10)

المحور الثاني: القيم الشخصية لدى الطلبة الجامعيين ، ويحوي (25) عبارة مقسمة على أنواع القيم (دينية، إجتماعية، اقتصادية، سياسية، نظرية و جمالية).

المحور الثالث: العلاقة بين الفيس بوك والقيم الاجتماعية ويضم (22) سؤالا.

(1) احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية،

ط2، لجزائر 2005، ص 225.

✓ صدق وثبات الاستبيان :

قبل إعداد شكل الاستمارة النهائي ، عرضنا الاستمارة على عدد من الأساتذة المحكمين¹ ، واستنادا للأراء والملاحظات التي تم تقديمها قمنا بإجراء التعديلات اللازمة واخراج الإستمارة بشكلها الأخير المقدمة للعينة بعد إعادة صياغة فقراتها وفقا لتوجيهاتهم ، وبما يضمن دقة أكبر في القياس .

- تم حساب معامل الثبات ألفا كرو نباخ ، اذ نجد أن معامل الصدق الكلي لأداة البحث بلغ (3,99) وهو معامل مرتفع جدا، وقيمة التجزئة النصفية قبل التعديل (0,97) وقيمة التجزئة بعد التعديل (0,98) ومناسب لأغراض وأهداف البحث ، كما لاحظنا أن جميع معاملات الصدق لمحاور البحث أبعادها كبيرة جدا ومناسبة لأهداف هذا البحث ، وبهذا يمكننا القول أن جميع عبارات أداة البحث هي صادقة لما وضعت لقياسه ، وبهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة البحث مما يجعلنا على ثقة تامة بصلاحيته لتحليل النتائج .

- ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على مقياس الدلالة الإحصائية كا² وذلك لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين استخدامات أفراد العينة حسب متغير الجنس (ذكور ، اناث) بالنسبة لمحور عادات وأنماط استخدام الفيس بوك ، ثم بعدها نقوم بمقارنة كا² المحسوبة مع كا² الجدولية بالرجوع الى الجدول الذي أعده (كارل بيرسون) والذي حدد فيه توزيع القيم المختلفة عندما تكون الصدفة هي العامل الوحيد المسبب للفرق المعنوي ، وهذا من خلال مقارنة قيمة درجة الحرية المحصل عليها بتوزيع القيم المختلفة التي تقابلها في الجدول مع أخذ نسبة احتمال الصدفة .

- إذا كانت كا² المحسوبة أكبر من كا² الجدولية عند درجة حرية معينة ومستوى ثقة (0.05) فهذا يعني فروق ذات دلالة إحصائية بين الظاهرتين.

- تم الإعتماد على مقياس (ليكرث) الخماسي في تحويل إجابات أفراد العينة بالنسبة لجميع عبارات المحور الثالث ، إذ تأخذ الإجابة غير مواقف بشدة (درجة واحدة) والإجابة غير موافق تأخذ

⁽¹⁾ أ. عبد القادر بودريالة أستاذ بكلية العلوم الاجتماعية و الانسانية ،قسم علوم الاعلام والاتصال ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
⁽²⁾ أ. محرز حمایمی أستاذ بكلية العلوم الاجتماعية و الانسانية ،قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة، قاصدي مرباح ورقلة.

(درجتين) ، وإجابة محايد (3 درجات) ، وإجابة موافق تأخذ (4 درجات) وإجابة موافق بشدة تأخذ (5 درجات).

عينة الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه.

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا باختيار أسلوب العينة، ونظرا لإقتصار عينتنا على مستخدمي موقع " الفيس بوك " في الجزائر، دون غيرهم فقد تم اختيار العينة الطبقية وهي التي يقوم فيها الباحث باختيار عينة تمثل المجموعات الفرعية في مجتمع الدراسة بنفس نسبها في ذلك المجتمع ويمكن أيضا ان تستخدم في اختيار عينات متساوية من كل المجموعات الفرعية، والهدف من اختيار هذه العينة طبقيا هو لضمان التمثيل المرغوب فيه للمجموعات الفرعية. (1)

تم تحديد عدد مفردات مجتمع البحث التي يتم إخضاعها للإستبيان على ضوء إحصاء عدد من مستخدمي الفيس بوك من طلبة الاعلام والاتصال الذين وزعت عليهم 85 إستمارة . ينصب البحث حول مستخدمي الفيس بوك البالغين من الأعمار ما فوق الثامنة عشر عاما، قامت الباحثتان بعمل صيغة عامة للإستبيان ، وقامت باستخدام عدد من الأدوات الإحصائية للوصول الى النتائج المطلوبة بمساعدة البرمجيات الجاهزة لنظام (spss) لمعرفة علاقة وأثر مواقع التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية.

(1) احمد خليل ، مجلة العلوم ، <http://al3loom.com/?p=1001>

صعوبات الدراسة:

لا تخلو أي دراسات من صعوبات تعترض الباحث في البحث العلمي وخاصة في مجال الدراسات الإنسانية التي تتفاعل مع السلوك البشري الذي يتميز بالتعقيد والصعوبة ومن أهم هذه الصعوبات التي اعترضتنا أثناء القيام بالبحث:

- 1) ندرة المراجع التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي من ناحية تأثيرها وأبعادها.
- 2) قلة الدراسات التي تناولت موضوع تأثير الفيس بوك في الوطن العربي وبالخصوص في الجزائر.
- 3) صعوبة التعامل مع الطلبة الجامعيين وهذا لعدم تعامل المبحوث بشفافية والصراحة اللازمة.

تحديد المصطلحات:

1) الأثر:

استخدمنا في دراستنا مفهوم الأثر خلافا عن مفهوم التأثير الذي ما زال يطرح مشكلا في بحوث الإعلام وهذا راجع لصعوبة قياس طبيعته ودرجته وتحديد مصدره بشكل مضبوط بالرغم من استخدام مصطلح التأثير منذ مدة زمنية طويلة ، وعلى هذا الأساس استخدمنا الأثر. ونقصد بالأثر علاقة تفاعل أفراد الجمهور بوسائل الإعلام حيث تحاول وسائل الإعلام تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي توجه إليه الرسالة بهدف استمالاته واستمرار تعرضه لمحتوياتها. (1)، وليس بالضرورة التأثير عليه لتغيير شيء ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي ، وبالنسبة للجمهور فهم يتعرضون لوسائل الإعلام لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية، الاقتصادية، النفسية، الثقافية..... وفقا للقيمة التي يحملها محتوى الوسيلة ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم .

(1) يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، طاكسيج للدراسات و النشر و التوزيع،

الجزائر 2007، ص 21.

(2) القيم الاجتماعية:

القيم " ظاهرة ديناميية متطورة لذلك لابد من النظر إليها من خلال الوسط الذي تنشأ فيه والحكم عليها حكماً موقفياً وذلك بنسبتها إلى المعايير التي يضعها المجتمع في زمن معين وإرجاعها إلى الظروف المحيطة بثقافة المجتمع (1)

القيم هي مجموعة المبادئ والتعاليم والضوابط الأخلاقية التي تحدد سلوك الفرد، وترسم له الطريق السليم الذي يقوده إلى أداء واجباته الحياتية ودوره في المجتمع التي ينتمي إليها، وهي إلى جانب ذلك السياج المنيع الذي يحميه من الوقوع في الذنب، وبحول بينه وبين ارتكاب أي عمل يخالف ضميره، أو يتنافى مع مبادئه وأخلاقه. والقيم هي التي تؤثر في بناءنا العميق، فهي مرجعية حكمنا لما هو منكر أو فاضل، صح أو خطأ، وهي لاواعية. وتختلف القيم من مجتمع إلى مجتمع، كما تختلف من شخص إلى آخر، لكنها بالإجماع شيء أساسي لكل إنسان ولكل مجتمع تسعى لبناء نفسها وتطوير بنيتها الاجتماعية والاقتصادية، وتنشئة أجيال مخصصة لوطنها. (2)

وتعرف إجرائياً بأنها الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطالب على مقياس القيم الاجتماعية والذي يشتمل على مجموعة من المحاور التي تقيس القيم الاجتماعية.

(2) مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت :

يعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبية إجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة - Node)، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم. وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقاً كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.

1) تأليف نخبة من أساتذة علم الاجتماع، المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، بدون تاريخ، ص 504.

(2) علي سعيد إسماعيل، الأصول الفلسفية للتربية، جامعة عين شمس، دار الفكر العربي. القاهرة 2000، ص 87.

"تصنف تلك المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني للويب (ويب 2.0)، وتسمى (مواقع الشبكات الإجتماعية). تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى وإتاحة التواصل بينهم سواء أكانوا أصدقاء تعرفهم على أرض الواقع أو كانوا أصدقاء عرفتهم في العالم الافتراضي".

وتعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "مواقع التواصل الإجتماعي هي شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الإجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الإتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توحد العلاقة الإجتماعية بينهم".

وتعرفها الباحثتان إجرائياً بأنها: "شبكات إجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت أسمها الإجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الإجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية وإحتجاجية، وأبرز شبكات التواصل الإجتماعي هي (الفييس بوك، تويتر، واليوتيوب) وأهمها هي شبكة (الفييس بوك)، التي بلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص من كافة أنحاء العالم".⁽¹⁾

3) الفيس بوك:

الفيس بوك: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في عام (2004)، في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (الفيس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء (زوكربيرج)، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقيه له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة. والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرج): "لقد أضحي كل منا يتكلم عن الفيس بوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك. وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد".⁽²⁾

1) عامر، فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك،، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 2011، ص 187.

2) مزري تش بن، قصة فيس بوك: ثورة وثروة، ترجمة الهلالي، وائل محمود محمد، إصدارات سطور الجديدة، الطبعة الأولى، القاهرة 2011، ص 132.

وترى الباحثان أن الفيس بوك هو موقع تواصل إجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وكما هو معروف في الكثير من الوسائل الإعلامية ووسائل التواصل الإجتماعية، أن هناك من إستغله في الجانب السيئ، وهناك من إستفاد منه للتواصل بالصور والتعليقات مع أصدقائه في شتى أنحاء العالم حيث أن هذه الشبكة مفتوحة للجميع: أساتذة جامعات وأدباء وكتاب وفنانين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية.

الدراسات السابقة:

(1) دراسة السعيد بومعيزة (2006/2005):²

تناول في هذه الدراسة إشكالية أثر وسائل الإعلام في تشكل القيم أو تعزيزها وتغيير السلوكيات لدى الشباب الجزائري وهذا من خلال طرح التساؤل التالي : ما هو اثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري ؟

كما تطرق في هذه الدراسة الى مدى ارتباط الشباب الجزائري للقيم وتأثرهم بالأفكار المستحدثة الوافدة عن طريق وسائل الإعلام وبصفة رئيسية ، فهل حافظو على قيمهم الأصلية ؟ هل تخلو عنها ؟ هل تبدو بعض الأفكار المستحدثة والسلوكيات التي أبعدهم عن القيم وحققتم لهم بعض الغايات النفعية وفقفا لبعض أشكال الاستجابة والتفاعل ؟

فخلصت نتائج الدراسة الى :

أن التلفزيون هو الوسيلة الأكثر استعمالا من طرف الشباب في هذه الدراسة ويشاهدونه بنسبة (94.9 %) وهذه النتيجة تتطابق مع نتائج اتجاه معظم الأبحاث سواء في الجزائر أو في بلدان أخرى وهذا يؤكد الفرضية التي صاغها الباحث في هذا الشأن .

(1) السعيد بومعيزة ، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ، دراسة استطلاعية لمنطقة البليدة أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2006/2005.

أغلبية أفراد العينة اختاروا محتويات الخيال المتمثلة في الأفلام والمسلسلات والرياضة في المقام الأول كبرامج يتعرضون لها ، وتليها بعض برامج الواقع مثل البرامج الدينية والإخبارية والعلمية وهذا يدل على أن أغلبية المبحوثين يستعملون التلفزيون أساسا من أجل الترفيه .

أغلبية الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الاعلام والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم ، وهذا ينفي فرضية الدراسة التي تقول بأن وسائل الاعلام لا تقوم بنشر القيم ولا تعزيزها لدى الشباب .

أغلبية المبحوثين لا يعتقدون بأن استعمالهم لوسائل الاعلام والتعرض لمحتوياتها يساعدهم على تجاوز القيام بالسلوكيات موضوع الدراسة ، وهذا بإستثناء سلوك واحد وهو سلوك التوتر الداخلي الذي وافق عليه المبحوثين بنسبة (44.6%).

وكاستنتاج من هذه الدراسة أن المحدد الأول لقيم الشباب ليس وسائل الاعلام وانما هي مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي غرست فيهم هذه القيم في المقام الأول وتواصل تعزيزها يوميا ، بمعنى آخر أن الشباب يتفاعلون في علاقاتهم الاجتماعية وفقا لما تمليه عليهم البيئة الاجتماعية التي يعيشون فيها.

(2) دراسة الدر محمد 2011: (1)

حاول الباحث أن يتعرف على أثر الإنترنت على قيم طلاب الجامعة ، أي الأثر المترتب عن استخدام خدمات الإنترنت سواء كانت سلبية أم ايجابيات، ومعرفة القيم العلمية والخلقية التي تتأثر سلبا و إيجابا من جراء استخدام خدمات الإنترنت من طرف طلاب الجامعة ومن هذا المنطلق حاول أن يتعرف على تأثير الأنترنت في قيم طلاب الجامعة، وركزت الدراسة على الاشكالية التالية :هل تردد الطلبة الجامعيين على شبكة الإنترنت من أجل التحصيل العلمي يؤثر في قيمهم التعليمية وقيمهم الخلقية لدى طلاب الجامعة أي نتبين الآثار السلبية والإيجابية التي تؤثر فيها خدمات هذه التقنية على قيم طلاب الجامعة ،

(1) محمد الدر، آليات الأنترنت ومسألة أزمة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة، دراسة ميدانية بجامعة عمّار تليجي الأغواط، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع تخص سوسيولوجيا التنظيمات، جامعة قاصدي مرياح، ورقة 2010/2009، ص، ص 7_8.

كما يهدف البحث إلى توضيح طبيعة القيم التي يحتويها البناء المعياري لهذه الفئة من المجتمع ومدى تأثرها بالقيم الوافدة والناجمة عن استخدام خدمات الإنترنت والتي انسجمت داخل هذه الشريحة من المجتمع.

يهدف هذا البحث أيضا إلى معرفة شدة المقاومة أو الانجذاب أو الصراع لهذه الشريحة من المجتمع للقيم الوافدة عن طريق استخدامهم لخدمات الإنترنت .

- إبراز أهم المصادر التي ينبعث منها التأثير وما يحمله من قيم وافدة والتي ليس لها علاقة بقيمتنا الأصيلة والمتوارثة ، والتدرب على إجراء البحث العلمي والميداني لتطبيق القواعد المنهجية من خلال دراسته وهذا لفسح المجال لدراسات مستقبلية لهذا الموضوع من زوايا أخرى).

و تنطلق هذه الدراسة من التساؤلات التالية:

هل تردد الطلبة الجامعيين على شبكة الإنترنت يؤثر في قيمهم العلمية ؟

هل تردد الطلبة الجامعيين على شبكة الإنترنت يؤثر في قيمهم الأخلاقية ؟

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لأنه يناسب موضوع الدراسة والذي يتناول الوصف التحليلي في المجال الكيفي ويعطيها وصفا دقيقا ورقميا في المجال الكمي ، خاصة ان المنهج الوصفي يعتمد على دراسة الوقائع كما هي فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة كما هي ويوضح مقارها، وقد استخدمت تقنية

المقابلة والاستمارة والتي كان عدد أسئلتها (33) ، والمقابلة التي جرت مع بعض الطلبة الجامعيين، اما العينة المتواجدة بجامعة عمار ثلجي بولاية الأغواط حيث تتوفر على الإنترنت هي 84 طالبا جامعيًا، ومن بين النتائج المتوصل إليها:

(1) أكدت الدراسة أنّ أكثر الطلبة لا يستخدمون الأنترنت بصورة منتظمة ، وهذا راجع لعدم توفر الوقت اللازم لهم ، خاصّة الجنس الأنثوي.

(2) بيّنت الدراسة أنّ المكان الأكثر استخدامًا للطلبة الذكور هو مقاهي الأنترنت ، وهذا ممّا يفسّر أنّ الجنس الذكري يتميّز بشيء من الحرّيّة أكثر من الجنس الأنثوي الأكثر استخدامًا للأنترنت في البيت.

- (3) بيّنت الدّراسة أنّ صفة استخدام الطّلبة للأنترنت لا تتأثّر بالمستوى التعليمي لديهم ، بل بالأداء وكثرة الاستخدام والمداومة.
- (4) أثبتت الدّراسة أنّ المجالات الأكثر تردّدًا للطلبة على الأنترنت كانت في معظمها بين الثقافية والعلمية تمثّل لديهم أهمّ مصدر إشعاع علمي وان اللغة الأكثر استخدامًا من طرف الطلبة على الأنترنت من أجل التحصيل العلمي هي اللغة الفرنسية. (1)
- (5) أكّدت الدّراسة أنّ غالبية الطّلبة لا يتقنون في المادة العلمية المتوقّرة في المواقع العربية ويتقنون في المادة العلمية المتوقّرة في المواقع الأجنبيّة.
- (6) أكّدت الدّراسة أنّ غالبية الطلبة ومن كلا الجنسين ، ليس بمقدورهم الاستغناء عن الأنترنت في تحصيل المادة العلمية وهنا تتجلى الهيمنة والسيطرة ، واحتكار المعلومات في هذه المواقع الأجنبيّة.
- (7) أكّد معظم الطلبة أنّ الأنترنت تؤثر بصفة إيجابية على القيم العلمية.
- (3) دراسة مريم نريمان نومان 2012/2011: (2)

قامت من خلال هذه الدراسة بالبحث في أثر استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية على المستخدمين

الجزائريين من خلال دراسة عينة منهم لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لمواقع الشبكات الإجتماعية التي تسمح بنسج علاقات إجتماعية إفتراضية، مبنية على التشارك وتقاسم مجموعة من التطبيقات والفيديوهات والصور بطريقة لافته تستدعي الإهتمام، مما يؤدي إلى نوع من العزلة الإجتماعية عن الآخرين ، و الذي قد يقود الى تأثيرات سلبية فتم طرح الإشكالية التالية:

ما أثر استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية على العلاقات الإجتماعية ؟

طرحت التساؤلات الفرعية التالية:

(1) ما هي عادات وأنماط استخدام موقع التواصل الإجتماعي "فيس بوك" لدى الجزائريين؟

(2) ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع "الفيس بوك"؟

(1) محمد الدرّ، المرجع نفسه ، نفس الصفحة.

(2) مريم نريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفاييبوك في الجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر -باتنة 2012/2011.

3) كيف يؤثر استخدام "الفييس بوك" على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

وتتدرج تحت هذه التساؤلات الفرضيات التالية:

1) تختلف طرق استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فييس بوك" لدى الجزائريين من مستخدم إلى آخر تبعاً لمتغيري الجنس والسن.

2) يلجأ مستخدمو موقع "الفييس بوك" في الجزائر إليه بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي.

استخدام " فييس بوك " يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية ويقلل من اتصال المستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه.

إختارت عينة تتكون من 280 مفردة وقد تمت عملية توزيع الإستمارة في جانفي إلى بداية فيفري 2012 على عينة من مستخدمي "الفييس بوك" بالولايات التالية: (باتنة، مستغانم، الجزائر، ورقلة).

واعتماد منهج المسح الوصفي في الدراسة يعود بالدرجة الأولى إلى إعتبره أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم و إدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم.

فخلصت نتائج الدراسة الميدانية عمّا يلي:

-بالنسبة لعادات وأنماط استخدام "الفييس بوك" فقد تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاث سنوات (52.07 %) ويقضي 27.16 % منهم أكثر من ثلاث ساعات في استخدامهم للموقع، وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم ويفضل 61.50 % منهم الفترة الليلية لاستخدامه، ويميل 87.92 % منهم إلى الاستخدام الفردي للموقع.

. يفضل 25.18 % من المبحوثين خدمة التعليقات في "الفايسبوك" ثم الدردشة (22.17 %) تليها مشاركة الصور (15.38 %) ثم مشاركة الروابط (15.23 %).

وبالنسبة للدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفييس بوك" فلقد تبين من إجابات أفراد العينة

أن أغلبهم يستخدمونه بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف بنفس النسبة 14.75 %، ثم زيادة المعلومات والمعارف بنسبة 13.84 % يليه الترفيه والتسلية.

كما توصلت الدراسة أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع "الفيس بوك" بهويتهم الحقيقية أما مستخدمو الهوية المستعارة فأغلبهم يستخدموا بدافع التصرف بكل حرية في الموقع، بحيث يلبي "الفيس بوك" للمبحوثين العديد من الحاجات تتقدمها حاجة التواصل والتفاعل مع الآخرين يليها التنفيس والتعبير بكل حرية وإشباع الفضول والحصول على معلومات. (1)

دراسة موقع "بيت.كوم" (2011):

"غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للدرشة"، أظهرت دراسة حديثة إن غالبية مستخدمي الإنترنت في الدول العربية يلجأون إلى الشبكة الإلكترونية للدرشة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، مقارنة بمستخدمي الإنترنت لأغراض أخرى، مثل التعلم عبر الإنترنت أو التسوق الإلكتروني أو البحث عن وظيفة .

وذكرت الدراسة المتخصصة التي أجراها موقع "بيت.كوم" أحد أكبر مواقع التوظيف في الشرق الأوسط، إن السبب الرئيسي لاستخدام الإنترنت في المنطقة العربية، يعود إلى المشاركة في النشاطات الاجتماعية على الشبكة الإلكترونية، بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصفة يومية، وكشفت النتائج إن (67%) ممن شملتهم الدراسة، يستخدمون الإنترنت في التواصل الاجتماعي، بينما ذكر (36%) منهم إنهم يتواصلون يومياً مع أصدقائهم عبر البريد الإلكتروني، فيما يتواصل (31%) مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل (فيس بوك) و(تويتر) وغيرها.

وأضافت إن مشاهدة الفيديو والاستماع إلى الموسيقى من الأمور التي تحظى بشعبية ضمن النشاطات اليومية للاتصال بشبكة الإنترنت، فيما تأتي نسبة ملحوظة من هذه النشاطات اليومية على الإنترنت من غرض البحث عن عمل، في ظل وجود نسبة (36%) من المشاركين يستخدمون الإنترنت لإيجاد وظيفة، ومن النشاطات (الأقل شعبية) لمستخدمي الإنترنت تحميل (البودكاست) وتحظى بنسبة (47%)، والمشاركة في دورات تعليمية إلكترونية بنسبة (42%)، والألعاب الإلكترونية (40%) ورفع مقاطع فيديو إلى مواقع مشاركة الفيديو (37%)، وتحميل الصور بنسبة (32%)، كما بينت الدراسة إن (43%)، قالوا

(1) مريم نريمان نومار، المرجع السابق.

(1) إنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مكان العمل، فيما كان السبب الرئيسي في عدم استخدام تلك المواقع في مكان العمل "عدم توفر الوقت الكافي" لدى (63%)، مقابل (16%) قالوا إن تلك المواقع "محبوبة" في أماكن عملهم

✓ مجال الاستفادة من الدراسات السابقة :

من خلال استعراض الدراسات السابقة اتضح لنا ما يلي :

1- إهتمت الدراسات السابقة بعرفة أثر تكنولوجيا الإتصال كل من الأنترنت ، مواقع التواصل الاجتماعي على الأفراد ،أي المترتب عن استخدام خدمات الأنترنت من طرف طلاب الجامعة.

2- كلتا الدراستين الثانية والثالثة ذات أهمية بالغة حيث ساعدتنا في صياغة التساؤلات الخاصة بالدراسة ، نظرا لأنها من البحوث الوصفية واعتمدت على العينة العشوائية بحيث الدراسة الثانية تقترب إلى دراستنا من حيث دراسة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة ،وتقترب الثالثة في الشق المتعلق بعادات وأنماط استخدام الفيس بوك لدى الطلبة الجامعيين ، في حين الدراسة الأولى ساعدتنا في دراسة أثر وسائل الإعلام على نشر القيم لدى الشباب الجزائري عامة ، ومعرفة مدى ارتباط الشباب بالقيم .

الدراسة الأجنبية لا تقل أهمية عن نظيراتها العربية في مجال دراسة استخدام الأنترنت بحيث أكدت أن غالبية مستخدمي الأنترنت في الدول العربية يلجؤون إلى الشبة الإلكترونية للدردشة وهذا ما يتوافق مع نتائج دراستنا الحالية لأن أغلبية الطلبة يستخدمون الفيس بوك للدردشة والتعبير عن أفكارهم ، ويمكن القول أن الدراسات السابقة ساعدت الباحثان في التعرف على العديد من النتائج الواضحة عند استخدام تكنولوجيا الاتصال بالإضافة إلى المساهمة في إعداد وتأسيس الجانب النظري للبحث والتعرف على مختلف الأساليب الإحصائية المناسبة لمثل هذه الدراسة .

(1) موقع (CNN) العربية، غالبية العرب يستخدمون الأنترنت للدردشة، في 02 أكتوبر 2014..

<http://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.arab/index.html>



الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (مواقع او شبكات التواصل الاجتماعي)، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها: (الفييس بوك، تويتر، واليوتيوب).

المبحث الاول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

يُعرّف التواصل باعتباره « فعل لإيصال شيء ما: رأي، رسالة، معلومة » ويُضيف على أن « المصطلح في علم النفس يشير إلى نقل الخبر داخل مجموعة ما، والنظر إليه في علاقاته مع بنية هذه المجموعة⁽¹⁾».

تعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي، هي البداية الحقيقية لظهور المواقع الاجتماعية، أو التي تسمى مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت، حين صمم (راندي كونرادز) موقعاً اجتماعياً للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام (1995)، وأطلق عليه أسم (Classmates.com)، وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس. ومن هنا يأتي السؤال: ما هي المواقع الاجتماعية؟.

وبإجابة أولية يمكننا القول "إنها مواقع إلكترونية إجتماعية على الإنترنت، وإنها الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، عندما عز التواصل في الواقع الحقيقي".

وتتعدد تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي وتختلف من باحث إلى آخر حيث يعرفها (بالاس Balas) على أنها "برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت اين يمكن للأفراد ان يتصلوا ببعضهم

1) Le Petit Larouss 1974 p 232

البعض لعدد من الأسباب المتنوعة"، وبالمثل يعرف (بريس Preece و مالوني كريشمار) (1) مواقع التواصل الاجتماعي على أنها "مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج" وتعرف أيضا على انها مواقع الكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم امام جمهور عريض او محدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال؛ مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة، علما أن طبيعة وتسمية هذه الروابط تختلف وتتنوع من موقع إلى آخر. (2)

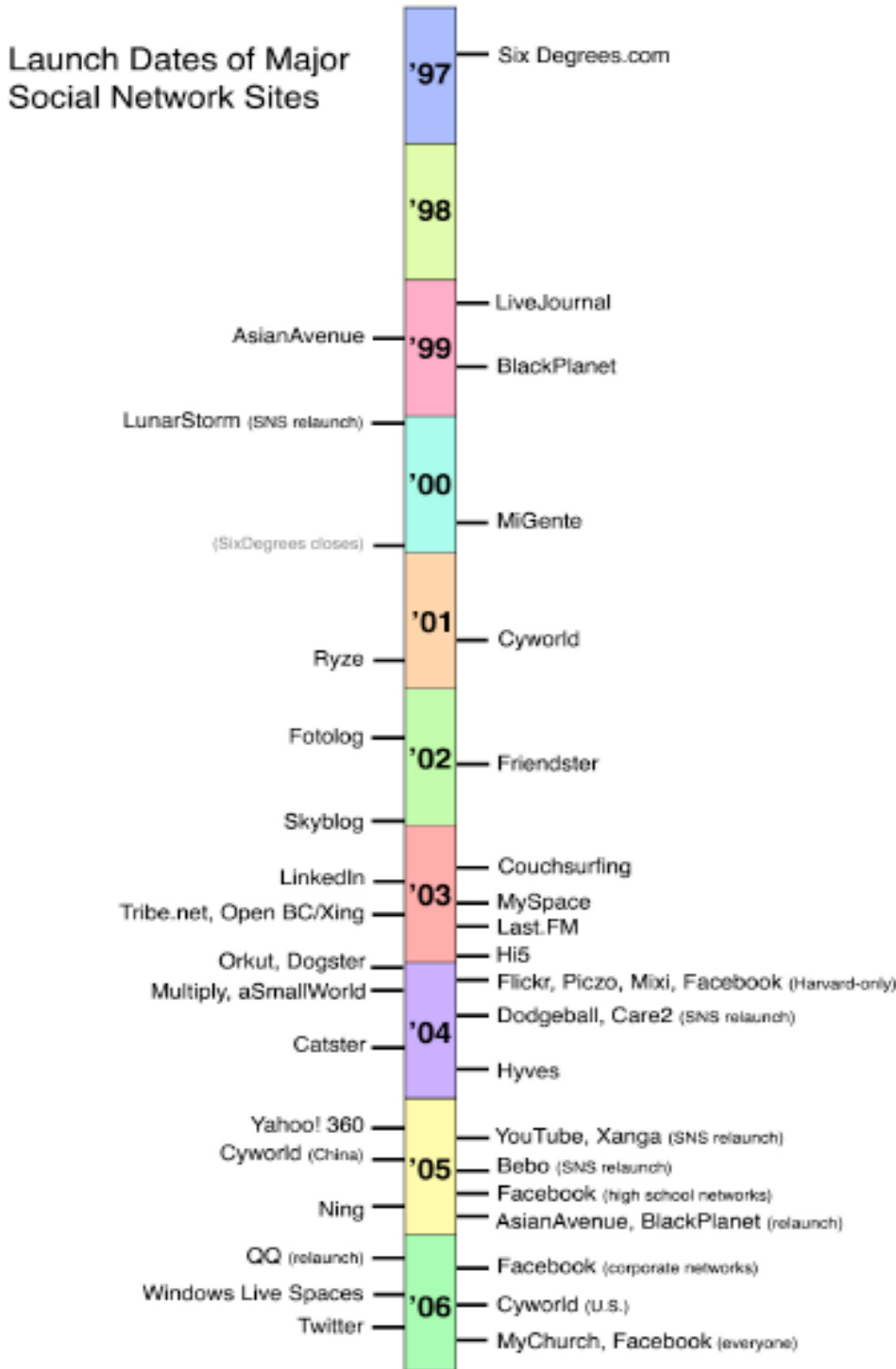
وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم .

وكذلك عرفت الشبكات الاجتماعية بأنها "مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة... الخ) . يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي اتاحوها للعرض وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية. (3)

1_Wasinee Kittiwongvivat, Pimonpha Rakkangka nfacebooking your dream, Master Thesis. 2010;p20.

2_Danah m Boyd Nicole B Ellison, **Social Network Sites; Definition, History and Scholarship**, Journal of computer Mediated Communication 2010, vol (13). <http://icmc.indiana.edu/vol13issue1/boyd.ellison.html> 16-02-2015 15:22.

3_بخوش مرزوقي، الويب 2، الشبكات الاجتماعية و إعلام الجديد، جامعة باجي، الجزائر 2009، ص:47.



شكل (1) يوضح تطور الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت .

(2) مريم نريمان نومان، المرجع السابق، ص 51.

ويتحدث "Paul. Levinson" في كتابه "New Media" عن قصة ظهور الإعلام الجديد وماذا يعني لنا كأناس عاديين أن يكون هناك إعلاماً جديداً).⁽¹⁾ لقد أتاحت المواقع الاجتماعية لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي: الفيس بوك وتويتر وموقع مقاطع الفيديو اليوتيوب. ونتيجة لتنامي وتطور هذه المواقع الاجتماعية، فقد أقبل عليها ما يزيد عن ثلثي مستخدمي شبكة الإنترنت، ولعبت الكوارث الطبيعية كالفيضانات والزلازل والتسونامي، والأحداث السياسية وحركة الجماهير الشعبية الواسعة وخصوصاً الشباب منهم، ممن يرتادون مواقع التواصل الاجتماعي، دوراً هاماً في شعبية هذه الشبكات، وأصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

وحول أهمية الإعلام الجديد يقول (محمد ناصر أحمد) عن العرب والإعلام الجديد: "أصبح مصطلح (الإعلام الجديد) واحداً من أهم المصطلحات التي تثار في العديد من المنتديات والمؤتمرات فهو الصناعة التي حققت المليارات السريعة لـ (مارك زوكربيرج) مؤسس الـ (facebook) كما أنه و بأدواته المميزة استطاع أن يفجر قضايا عديدة على مستوى العالم وينقل المشاهد من المتابعة إلى المشاركة الفاعلة في كافة مراحل إعداد مادة الخبر وحتى ظهوره على شاشتنا ولا يوجد مثال أقوى على ذلك من الاستخدام السياسي لـ (twitter) من قبل نشطاء سياسيين سواء من مصر أو إيران".⁽²⁾

هذه المواقع ظهرت تباعاً في منتصف التسعينات من القرن الماضي، واستمر ظهورها حتى أوائل القرن الواحد والعشرين، لكنها لم يكتب لها النجاح بالرغم من التشابه الكبير في الخدمات التي تقدمها، حتى ظهرت مواقع جديدة سجلت نجاحات ملموسة مثل: (ماي سبيس وتويتر وفيس بوك)، التي استطاعت أن تستقطب أعداداً كبيرة من متصفح الإنترنت، وتعاضم دورها في السنوات الأخيرة وخصوصاً: (الفيس بوك وتويتر واليوتيوب).

لم يرتد متصفح الإنترنت هذه المواقع الاجتماعية لغرض التسلية وإنشاء الصداقات فقط، وإنما هناك دوافع رئيسية وراء هذا الإقبال الواسع على شبكات التواصل الاجتماعي، وهي دوافع مهنية واجتماعية،

1) Levinson Paul, **New Media**, 1 edition, Allyn & Bacon, USA 2009, p5 .

2) أحمد محمد ناصر، **العرب والإعلام الجديد** ، موقع عالم الإبداع، في 6 أبريل 2015 09:00 .

<http://www.ibda3world.com/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8->

بهذا التصنيف يرى كل من: (ماثيور فريزر وسوميترا دوتا)، إن هذه الدوافع عبارة عن حوافز تقسم مستخدمي هذه الشبكات إلى فئتين واسعتين وهي:

"الحوافز المهنية والحوافز الاجتماعية: المهنيون الذين يشتركون بمواقع مثل: لينكد إن (LinkedIn)، يفعلون ذلك بالدرجة الأولى بناءً على حسابات عقلية مرتبطة باهتماماتهم الخاصة بحياتهم المهنية. من جانب آخر، معظم المراهقين الذي يجمعون (الأصدقاء) على موقع (ماي سبيس)، لا يسعون لتحسين آفاق حياتهم المهنية، الحافز الرئيس وراء تفاعلهم الاجتماعي هو إحساس غريزي غير عقلائي لعقد روابط إجتماعية تقوم على القيم والمعتقدات والأحاسيس المشتركة وما إلى ذلك. في بعض البلدان التي تضع فيها الحكومات قيوداً على حرية التعبير السياسي، أصبحت مواقع مثل: فيس بوك مجتمعات مدنية (افتراضية)، يزدهر فيها الحوار والجدل في شبكات إجتماعية أفقية. باختصار يمكن استخدام الشبكات الإجتماعية على الإنترنت لبناء رأس المال الاجتماعي بعدة أشكال".⁽¹⁾

المبحث الثاني : خدمات مواقع التواصل الاجتماعي.

تقدم مواقع التواصل الاجتماعي أو صفحات الويب خدمات عديدة لمتصفحها، فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون في المشاركة معهم في اهتماماتهم، وبظهور هذه المواقع مثل الفيس بوك وغيره، توسعت الخدمات المرجوة من هذه الشبكات ومنحت متصفحها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة وغيرها. وهذه الشبكات هي عبارة عن مواقع إلكترونية إجتماعية.

"وهي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولازالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع فهي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه، كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا

(1) ماثيور فريزر وسوميترا دوتا، ثورة الجيل الثاني بلغت مرحلة الانقلاب الاجتماعي ويتحمس لها الشباب في الشرق الأوسط، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، قوة الروابط الضعيفة، موقع الاقتصادية الإلكترونية، العدد 530، الاثنين 01 ديسمبر 2015.

http://www.aleqt.com/2008/12/01/article_169885.html

يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع. أما أشهر تلك المواقع فهما : "فيس بوك وتويتر". (1)

ومن خلال هذه الخدمات فإن الباحث يرى أن: "الزوار لهذه المواقع تربطهم علاقات معينة واهتمامات مشتركة ومنها ما يتعلق بالتعليم، حيث يتوفر في هذه المواقع الاجتماعية ومن خلال المشاركين فيها، كما كبيراً من المعلومات والأبحاث والمواد الدراسية، التي تهتم الطلبة بشكل أساسي، يضاف إلى ذلك أن التعليم عبر الإنترنت أخذ طابعاً حيويًا وتفاعلياً، قياساً بالتعليم الكلاسيكي الذي يخيم عليه الجمود والرتابة، وقد أطلق على هذا النوع الجديد من التعليم أسم (التعليم الإلكتروني)، الذي يحظى باهتمام قطاعات واسعة من الطلبة والشباب، وكذلك العديد من الفئات العمرية الأخرى التي لم تتاح لها فرصة مواصلة تعليمها لأسباب عديدة منها: سياسية واقتصادية واجتماعية".

يقول: "Hawker .Mark. D" في كتابه "Developer's Guide to Social Programming" إن هذا الكتاب هو بمثابة دليل لأولئك الذين يريدون التواصل من خلال الشبكات الاجتماعية، وكل ما يحتاجون إليه لاستخدام "فيس بوك، وتويتر، غوغل" للبرمجة الاجتماعية. (1)

ومن الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات هي: إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم، ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة. وتنقسم المواقع الاجتماعية إلى قسمين رئيسيين هما: القسم الأول: هي مواقع تضم أفراد أو مجاميع من الناس تربطهم إشارات مهنية أو إجتماعية محددة، وتعتبر هذه المواقع مغلقة ولا يسمح بالدخول إليها من عامة الناس، عدا من هم أعضاء في هذه المواقع التي تتحكم فيها شركات أو مؤسسات معينة، وهي من تقوم بدعوات المنتسبين إليها. القسم الثاني: هي مواقع التواصل الإجتماعي المفتوحة للجميع ويحق لمن لديه حساب

(1) عمر عبد الله ،موقع ثورة الويب، أنماط المواقع الإلكترونية، نشر بتاريخ 21 / 01 / 2011 . 18:22

2015/03/ 12 <http://thawratalweb.com/web/20>

1) Hawker Mark ، **Developer's Guide to Social Programming: Building Social Context Using Face book, Google Friend Connect, and the Twitter API**. 1 edition: Addison .Wesley Professional , Canada 2010 ,p 5.

على الإنترنت، الانضمام إليها واختيار أصدقائه والتشبيك معهم وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها، ومن هذه المواقع شبكة الفيس بوك. (2)

(يسلط "Grusin Richard. & Bolter .Jay David" الضوء على أهمية فهم وسائل الإعلام الجديدة في كتابهما "Remediation: Understanding New Media").

المبحث الثالث: ميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص وميزات كثيرة جعلت منها مقصداً لمتصفح الإنترنت في جميع أنحاء العالم، و أهم تلك الخصائص والميزات:

✓ **المشاركة:** فهي تشجع على المساهمات و ردود الفعل (التعليقات) من أي مهتم، وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و المتلقين.

تتيح هذه المواقع الإمكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة، تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة، ففي كل المواقع الاجتماعية تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شيء عنهم كالمهنة والاختصاص والاهتمام.

هناك مواقع إجتماعية متخصصة بمجالات محددة مثل: منتديات إعلامية أو ثقافية أو تربية وغيرها تهم مجموعة محددة من الناس، كما توجد مواقع إجتماعية خاصة بالتجارة والتسوق، وهي أيضاً تهم شريحة معينة من الناس يرتادونها ويتفاعلون معها، يضاف إلى ذلك نوع جديد من المواقع الإجتماعية، التي يتواصل فيها مرتاديها من خلال الهواتف النقالة، وتكوين صداقات وإجراء محادثات ونقاشات وتبادل المعلومات عبر شاشات الهواتف النقالة.

✓ **المحادثة:** تتيح المحادثة باتجاهين، بعكس وسائل الإعلام التقليدي التي تعتمد مبدأ بث المعلومات و نشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين.

2) Bolter Jay David ، Grusin Richard, Remediation Understanding New Media, 1st edition. The MIT Pres USA ، 2000,p56.

- ✓ **التجمع:** تتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة و التواصل بشكل فعال و يربط تلك التجمعات اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي القضايا السياسية و غيره⁽¹⁾
- ✓ **العالمية:** حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة التفاعلية، فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغى السلبية المقيتة في الإعلام القديم - التلفاز والصحف الورقية - وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.
- ✓ **التنوع وتعدد الاستعمالات:** فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبحث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا.
- ✓ **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
- التوفير والاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، و ليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى.
- ✓ **تشكيل المجتمع بطرق جديدة:** على الرغم من أن المفاهيم المجتمعية الوهمية منذ بداية التطبيقات الإلكترونية، إلا أن مواقع الشبكات الاجتماعية وفرت سبلا جديدة للاتصال، فقد ينضم المستخدمون لمجموعات قراء الكتب و الاتصال من خلال التبادل و قراءة الكتب التي يحبون .
- ✓ **تخريج البيانات:** تسمح غالبية شبكات التواصل الاجتماعي لأعضائها باستعراض شبكات أصدقائهم
- ✓ **العاطفة من خلال المحتوى:** المشاركة العاطفية إحدى الدوافع الرئيسية لاستخدام التدوين المصغر، وترتبط قوة وخصائص الشبكات الاجتماعية مع ما يعرف بالمشاركة أو التبديل العاطفي، و يظهر ذلك بشكل واضح في تيارات الوعي الاجتماعي، التي تسمح خصائصها

1)What is Social media, e-book, iCrossing.com, United Kingdom , .Available2010,p61

<http://www.pdfio.com/k-75620.html>

للمستخدم بالتفكير في كيفية المشاركة العاطفية، والناس مجبرون على المشاركة العواطف في فترة

زمنية قصيرة وبشكل خفيف في شبكات التواصل الاجتماعي. (1)

(يطرح: "Keen Andrew". في كتابه "The Cult of the Amateur" العديد من الأسئلة منها: هل وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة هي طريقة ناجعة تساعد العالم على النمو والتقدم؟، أو أنها وسيلة لتدمير اقتصادنا وثقافتنا وقيمنا؟، وهل حقاً وسائل الإعلام الاجتماعية دمرتنا؟).

والتي وصلت إلى حد الإدمان كما يراها الدكتور شريف درويش اللبان في كتابه (تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية)، بالقول: "إن الإفراط في استخدام التليفون المحمول لم يعد شكلاً من أشكال الوجهة الاجتماعية، بل صار ضرباً من ضروب الإدمان، حيث ذهبت دراسة بريطانية حديثة إلى أن مستخدمي التليفون المحمول من الرجال والنساء يصابون بنوع من الإدمان، بحيث يجدون أنفسهم مدفوعين لاستخدامه دون وعي منهم. والسبب في ذلك - كما تقول الدراسة - إن الموجات الكهرومغناطيسية التي يولدها التليفون المحمول، والتي تتسرب إلى المخ، تسبب إفراز نوع من (الأندومورفينات) يشبه مخدر المورفين ويسبب الإدمان، بحيث يسعى الشخص إلى النشوة على طريقه دون وعي". (1)

(يطرح: "D. Wittkower E." في كتابه "Face book and Philosophy" عدة أسئلة من بينها: ماذا يدور في عقلك؟، كيف أثر الفيس بوك علينا؟، هل الفيس بوك جزء من حياتنا اليومية؟، أم نحن جزء من الفيس بوك؟). (2)

فهناك الكثير من الشبكات المتخصصة في مجالات معينة ولها مشتركها، وبالتأكيد أن من يشاركون في هذه المواقع، هم من يعطونها صفة المواقع الحسنة أو السيئة، فمن يشاركون في مواقع علمية معرفية سياسية إجتماعية ثقافية سيزدادون وعياً وعلماً ومعرفة، وبنفس الوقت سيسهمون بإثراء تلك المواقع بما

1) Keen Andrew ,The Cult of the Amateur How blogs, MySpace, YouTube, and the rest of today's user generated media are destroying our economy, our culture, and our values: Crown Business; Reprint edition, USA 2008,p153.

(1) اللبان شريف درويش، تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2008، ص 41 .

2) Wittkower D E, Face book and Philosophy ,What's on Your Mind?. USA Open Cour October 1, 2010

يمتلكونه من معرفة يستفيد منها الآخرون، ويرى المتابع من هذه المواقع الكثير وهي مزدهرة في شبكة الإنترنت لفعالها الحسن. وهناك مواقع أخرى لها مرتاديه ممن يرتضون لأنفسهم الدخول فيها والتفاعل معها مثل: المواقع الجنسية والمواقع التي تحث على العنف والجريمة، وتلك المواقع التي تدعو إلى تفكيك النسيج الاجتماعي، لزرع الطائفية المقيتة والترويج للإرهاب، وهي بالفعل مواقع سيئة.

(تقدم في كتابها "Social Network Analysis: History, Theory and Methodology" الكاتبة "Christina. Prell" تحليلاً شاملاً عن وسائل الإعلام الاجتماعية، وكل ما نحتاج إلى معرفته عن هذه الأشياء الموجود في كل مكان، ألا وهي وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة).⁽¹⁾

وهناك بعض الكتاب والباحثين الذين ينظرون إلى هذه الشبكات الاجتماعية بتوجس وحذر، ويعتبرونها تقلل من (أدمية البشر) كما تقول عالمة الاجتماع (شيرلي تركل) الأستاذة في معهد (ماساتشوستس) للتكنولوجيا إن: "السلوك الذي أصبح نمطياً قد لا يزال يعبر عن المشاكل التي جعلتنا في السابق نراها على أنها مرضية".⁽²⁾

وفي تفسيرها لما سبق من قولها، ترى (شيرلي تركل) بان الناس ينعزلون عن الواقع المعاش، ويتيهون في واقع افتراضي، ليس له صلة بحياتهم الحقيقية مما يقلل من آدميتهم وتقول: "إننا ابتكرنا تقنيات ملهمة ومعززة ومع ذلك فقد سمحنا لها بأن تحط من قيمتنا".

1) Prell Christina, **Social Network Analysis ، History, Theory and Methodology** ، Sage Publications ،USA/Australia 2011,p62.

2) جريدة بريس تطوان، مواقع شبكات التواصل الاجتماعية تجعلنا أقل آدمية، أضيف في 14 فبراير 2011، ص

المبحث الرابع: أنواع مواقع الشبكات الاجتماعية

المطلب الأول: الفيس بوك

يعتبر الفيس بوك إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني، تملكه شركة الفيس بوك المساهمة العامة. تتعدد الجهات التي تستخدم الفيس بوك في الوقت الحالي وتتعدد الأغراض أيضاً، فقد يستخدم الفيس بوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهية أو للعلاقات الاجتماعية أو للتجارة والدعاية والإعلان، فقد ارتبط موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في كافة مناحي وأمور الحياة ومتطلباتها. لما وفره من سهولة في تكوين القاعدة الجماهيرية المطلوبة لأي عمل من هذه الأعمال، ولما وفره أيضاً من سهولة في نشر الآراء والأفكار والأنشطة التي تصل إلى مختلف الناس مهما كانت شرائحهم وفي أسرع وقت ممكن.

يعد مارك زوكربيرغ هو من أسس هذه الشبكة التي تهدف إلى زيادة اتصال الناس معاً وتفاعلهم اتجاه ما يدور من قضايا، وقد تم تأسيس الفيس بوك في بدايات العقد الماضي، إلا أنه انطلق وتم فتحه أمام جميع المستخدمين وكل من يمتلك بريدًا إلكترونيًا خاصاً به في العام 2006، أما العام 2008 فهو العام الذي شهد إعلان إيرلندا وتحديداً العاصمة دبلين مقراً رسمياً لشركة الفيس بوك.

تتيح شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك للمستخدمين، التعرف على بعضهم عن قرب أكثر عن طريق نشر الصور الملتقطة لهم في المناسبات ونشر ما يدور في خاطر من أفكار وتتيح لهم نشر مقاطع الفيديو كما ويستطيع المستخدم التفاعل مع ما ينشر عن طريق الأيقونات المتاحة مثل أيقونة " أعجبنى " كما ويستطيع مشاهد الصورة أو المنشور إعادة نشره على صفحته الخاصة به ل يتيح لمن هم في قائمة أصدقائه أن يشاهدوا ما تم نشره، إلى ذلك يتيح الفيس بوك للمستخدمين إنشاء المجموعات الخاصة لزيادة التفاعل بين المستخدمين و يتيح أيضاً إمكانية لعب الألعاب المختلفة. وتتفاعل العديد من المواقع الإلكترونية الأخرى مع الفيس بوك بشكل جديد، فتتيح لزوارها أن ينشروا ما يتم نشره على الموقع الإلكتروني على صفحات مستخدمي الفيس بوك والذين يدخلون إلى هذا الموقع الإلكتروني وذلك طبعاً لأسباب ترويجية.

(يتحدث: "Kirkpatrick .David" في كتابه "The Facebook Effect" عن هذه الشبكة التي ربطت بين أجزاء العالم المترامية وغيرت معالمه، ويلقي الضوء على كيفية تأثير الفيس بوك على كل العالم وعلى الناس جميعاً). (1)

وتحتل شبكة الفيس بوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت)، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص، وأصبح مؤسس الفيس بوك أصغر ملياردير في العالم، وهو في السادسة والعشرين من عمره، وتقدر قيمة الفيس بوك أكثر من (خمسة عشر) مليار دولار، وهناك تقدير تشير إلى أن قيمته ارتفعت - ارتباطاً بأحداث العالم الأخيرة وخصوصاً ثورات (الربيع العربي) الآن - إلى (خمسة وستين) مليار دولار أمريكي.

ونتيجة للشهرة والدور والمكانة التي احتلها (الفيس بوك)، فقد قامت إحدى شركات الإنتاج السينمائي، بإنتاج فيلم يحمل اسم (الشبكة الاجتماعية The Social Network)، يروي قصة الفيس بوك، ويتحدث عن الصراع الذي دار بين مؤسس الفيس بوك وزملائه الثلاث، الذين أسسوا في نفس الجامعة موقعاً للتواصل الاجتماعي، ووجهوا الاتهام لـ (زوكربيرج) بسرقة أفكارهم ونقض اتفاقات شفوية كانت بينهم في المراحل الأولى للتأسيس. غير أن الكثير من الآراء ترى أن هذا الإدعاء ما هو إلا محاولة للحصول على حصة معينة من ثروة الفيس بوك الطائلة، ولا يتعدى كونه ابتزاز صريح، لن يكتب له النجاح في المحاكم الأمريكية.

ويؤكد هذا الرأي (بن مزري تش)، في روايته الشهيرة (مليارديرات بالصدفة)، أو حسب عنوان الكتاب الذي وضعه المترجم: (قصة فيس بوك: ثورة وثروة) (2)

بالقول: "لم تبطئ الخطوات الخاطئة التي حظيت مؤخراً باهتمام عالمي، وثار حولها الجدل الذي تناول مسائل ملكية محتوى مستخدمي الموقع وإساءة استخدام المعلومات الشخصية لأغراض إعلانية، كلها لم تبطئ الثورة الاجتماعية بإطلاقه، ويبدو أن فيس بوك سوف يستمر في تحسين حياة عدد لا متناهي من البشر لسنوات كثيرة قادمة.. لقد نمت إنتاج (مارك زوكربيرج) الذي بدأه من عنبر نوم صغير في هارفارد ليصبح واحداً من أكثر الشركات تأثيراً في الإنترنت. وبالرغم من أنه من غير المعروف مقدار ثورة (مارك

1) Kirkpatrick David, The Face book Effect ,The Inside Story of the Company That Is Connecting the World , Simon & Schuster , USA,2011.

(2) مزري تشبن، وائل محمود محمد، قصة فيس بوك ثورة وثروة "ترجمة الهلالي"، مرجع سابق، ص 132.

زوكربيرج) اليوم، فهو بالتأكيد واحد من أثري أثرياء أبناء جيله في هذا الكوكب، وقد تم وصفه كأصغر ملياردير عصامي على مر التاريخ".

(يوصف: "Ben Mezrich" في كتابه "The Accidental Billionaires" قصة الرحلة التي تبدأ من فكرة لأحدى كبرى الشركات، مروراً بما ما تحتويه فصولها من قصص للجنس والخيانة، وتنتهي بأفكار عبقرية وكثير من المال).⁽¹⁾

بالرغم من أن (زوكربيرج) لم يفضل فكرة إنتاج فيلم سينمائي عنه إلا بعد وفاته، لكنه تجاوز اعتراضه الشخصي واستساغ الفكرة وقبل بها. وقد واجهت مخرج الفيلم (ديفيد فيشر) صعوبات عديدة في تنفيذ وإكمال هذا الفيلم، وفي مقدمة هذه الصعوبات أن جامعة (هارفارد) رفضت التصوير في أروقة الحرم الجامعي. لقد استند الكاتب (أرون سوركين) في تأليف سيناريو الفيلم على كتاب (مليونيرات بالصدفة)، وقد جسد بطولة الفيلم كل من (جيسي إيزنبرج وجوستين تيمبرلاك)، وبالرغم من خيال الكاتب ورؤية المخرج، إلا أن الفيلم استند على بعض الحقائق التي تلازم شخصية مؤسس الفيس بوك (زوكربيرج)، حيث يعرف عنه بأنه انطوائي وعبقري مهووس في التفاعل الاجتماعي عبر الإنترنت، الأمر الذي تسبب في حياته العامة بفقدان أقرب الأصدقاء.

إن "فيلم (The Social Network) يحكي قصة حياة مارك زوكربيرج مؤسس الموقع الاجتماعي الشهير (فيس بوك)، وتدور أحداثه حول مارك الشاب المنطوي، الذي يهوي التكنولوجيا بمختلف أنواعها، واستطاع أن يصمم موقع للتواصل مع أصدقائه في الجامعة، وتنقلب حياته رأساً على عقب بعدما يتحول الموقع لشبكة عالمية تضم أكثر من 500 مليون شخص ويصبح من أثرياء العالم، بعدما كان يعيش في منزل متواضع لا يمك فيه جهاز تليفزيون، والفيلم مأخوذ من الرواية الشهيرة (مليارديرات بالصدفة) (Billionaires The Accidental) للكاتب (بن مزري تش)".⁽²⁾

1) Mezrich Ben, The Accidental Billionaire The Founding of Face book A Tale of Sex, Money, Genius and Betrayal, 2 edition Anchor, USA 2010,p86.

2 موقع ساتي تو يو، مؤسس (الفيس بوك) على قمة الإيرادات الأمريكية، اطلع عليها بتاريخ الاثنين 04 مارس

2015.

. <http://www.alsati2u.com/t1604-topic>

وترى الباحثان أن الفيس بوك هو موقع تواصل إجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد ست سنوات من عمره، أكثر من (1600) مليون مشترك من كافة أنحاء العالم، وكما هو معروف في الكثير من الوسائل الإعلامية ووسائل التواصل الإجتماعية، أن هناك من استغله في الجانب السيئ، وهناك من استفاد منه للتواصل بالصور والتعليقات مع أصدقائه في شتى أنحاء العالم.

فإذا طرحنا تساؤل من يرتاد الفيسبوك؟

إن الاعتقاد السائد بأن الفيس بوك هو شبكة إجتماعية يرتادها الشباب فقط، إلا أن واقع الحال يثبت خلاف ذلك، حيث أن هذه الشبكة مفتوحة للجميع: أساتذة جامعات وأدباء وكتاب وفنانين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية، ويرى بهذا الصدد الأديب النمساوي (روبرت مينا سه Menasse)، بأن الفيس بوك هي شبكة لمن يريد أن يشارك، ويتعرف على الجديد فيها، والوصول إلى أكبر عدد من القراء بقوله: "يريد الفنان أن يكون وحيداً، غير أن الفنان لا يطيق الوحدة!".

ويرى (مينا سه) أن الفيس بوك وسيلة يمكن من خلالها الوصول إلى القراء وتبادل الآراء معهم، ويعتبر الفيس بوك موقعاً ساحراً بقوله: "من ناحية أستطيع أن أغلق الفيس بوك ببساطة، ومن ناحية أخرى أستطيع من خلاله الوصول إلى ألف إنسان في جزء من الثانية. هذا شيء ساحر!" (133)، إلا أن ما يلفت الانتباه قول (مينا سه): "لست مشهوراً كشاعر، غير أنني جربت قلمي في الشعر، ونشرت بعض القصائد على الفيس بوك، وسألت الأصدقاء أن يبدوا رأيهم فيما أكتب. وفي الحقيقة لقد تعلمت من ردود الفعل كثيراً جداً، كما اكتسبت الشجاعة على مواصلة الكتابة في هذا الجنس الأدبي". (1)

إن الفيس بوك: هذا الوليد الجديد، الذي ما زال يافعاً، قد استحوذ على اهتمام الكثير من الأدباء والفنانين وعموم المثقفين والباحثين والمفكرين، إلى جانب المجاميع العديدة من الشباب بمختلف فئاتهم العمرية، وقد أثار حوله الكاتب (مهلب نصر) العديد من الأسئلة وطرحها على عدد من الكتاب والشعراء ليسجلوا آرائهم بهذا الوليد (الفيس بوك)، في جريدة (القبس الكويتية) منها رأي للشاعرة الدكتورة عالية شعيب التي ترى:

(1) مارسيليا دروم "س ج"، مراجعة طارق أنكاي، الأدب والفيس بوك "والتويتر"، هل من علاقة؟ موقع دويتشه فيله. في

"أن المثقف يشعر بوحشة وكآبة أحياناً بسبب فقر التواصل في النطاق العربي وتوزع المثقفين والكتاب والأصدقاء في الدول العربية والغربية. أيضاً بسبب ضالة مساحة النقد إن لم نقل انعدامها. لذلك يجعل الفيس بوك النقد والتواصل والتبادل والتفاعل متاحاً، كما يتيح مساحات رحبة للعثور على أصدقاء فقدوا بسبب الدراسة أو السفر" ..

وترى الدكتورة شعيب في الفيس بوك: "أنه يعتبر مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كمهرجان ملون مضيء للحياة الفكرية والأدبية. يجب ألا يكون الكاتب أو المثقف منعزلاً أو وحيداً أو مغترباً في ذاته أو في محيطه أو في مجتمعه، بل يجب أن يخلق في فضاء التواصل محاطاً بالمحبة حتى يبدع أكثر، وحتى يزيد التفاؤل لديه وبذلك ينعكس هذا على إبداعه وحياته عامة.. واللغة المتداولة تتأرجح بين الشخصي والأدبي والنقدي، لكن الجو العام مرح وتسوده روح الصداقة وحب الحياة، فالكل يمد أذرعته لكل، ما عدا بعض الأمور السلبية البسيطة التي يمكن التعامل معها بحزم وفق قوانين وضوابط الفيس بوك. فالبعض يعتبر دخيلاً لا يفقه أدب الحوار أو الأخوة، والبعض يمزج الشخصي بالمهني، وهكذا يتم التعامل مع هؤلاء بصرامة وحزم حتى لا يتشوه أو يتأثر الجو العام ولا تقل نسبة الإحترام والإيجابية وهذا أمر مهم". (1)

وترى الباحثان أن: "فكرة الفيس بوك تتلخص في إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى وكذلك الأصدقاء الجدد، وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم، بالإضافة إلى الميزات الأخرى كتبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها، وبالاستطاعة القول أن الفيس بوك يقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لزواره، تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل: وهي خاصية يتيحها الفيس بوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء، كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفيس بوك أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته، ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها. وتثار كثيراً مسألة الأصدقاء الجدد وكذلك السيئين، الذين يحتلون صفحة المستخدم وهي لا تستحق الإثارة، فبإمكان صاحب الصفحة أن يضيف من يريد ويحذف من لا يريد من القائمة، وبذلك لا تكون هناك أية مشكلة".

1 مهذب نصر، "الفيس بوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيس بوك هل تعيد إنتاج صورته أم

تصنع أفقا مغايراً؟ موقع محيط "شبكة الإعلام العربية"، العدد 13446 الصفحة الرئيسية / ثقافة، 3 / 11 / 2014/ 14:10.

<http://www.alqabas.com.kw/Article.aspx?id=649044&date=03112010>

(يوضح الكاتبان: "Nicholas A. Christakis, & James H. Fowler" في كتابهما بعنوان "التواصل Connected" الكيفية التي تقوم بها وسائل الإعلام الإجتماعية في تغيير حياتنا، أو مصيرنا، في ضوء ما يكتبه أصدقاء، أصدقاء، أصدقاؤك على الفيس بوك).⁽¹⁾ ومن الخدمات التي يقدمها الفيس بوك هي إمكانية تكوين ألبومات صور خاصة بالمشارك وعائلته وأصدقائه، ويكون متاح للأصدقاء الآخرين الإطلاع عليها. ومن يرغب في التسلية فتوجد في شبكة الفيس بوك الآلاف من الألعاب المسلية، وبالإمكان اللعب فيها منفرداً أو ضمن مجاميع من الأصدقاء. ولم تغفل صفحة الفيس بوك قضايا الإعلانات، لأنها مهمة للكثير من الناس، فكيف إذا كانت تعرض بشكل شيق ومتطور، وهذا ما يتيح الفيس بوك لمستخدميه. وقدمت الفيس بوك دليلاً خاصاً بها، يتضمن الملايين من التطبيقات لأغراض كثيرة ومتنوعة. ويقدم الفيس بوك خدمات أخرى أيضاً وهي، إمكانية إضافة روابط مهمة للمستخدم مثل: مواقع الفيديو المفضلة، ومواقع مهنية وثقافية ربما تستهوي المستخدم وتسترعي انتباهه.

ويخلص الباحث إلى القول: إن خدمات الفيس بوك كثيرة جداً، ولا يمكن التوقف عندها جميعاً، ولكن يمكن في نهاية الحديث التوقف عند خدمة الملاحظات، فهي فكرة جديدة تفتقر إليها الكثير من المواقع، ويكاد ينفرد بها الفيس بوك، حيث تكون هذه الخاصية بمثابة مفكرة يسجل فيها صاحب الصفحة الشخصية أهم مواعيده وارتباطاته. والفيس بوك الذي كان يعني في بداية ظهوره (الدفتري الورقي)، أصبح اليوم من أضخم المؤسسات التجارية، وأكبر مواقع التواصل الإجتماعية، ولا يمكن في الوقت الحاضر الاستغناء عنه، خاصة وأنه أصبح سلاحاً فعالاً للتواصل والتجمع والتحرير، وبت الأفكار الثورية، وفضح الأنظمة الدكتاتورية، ليس في العالم العربي فقط، وإنما في جميع أنحاء العالم، وأصبح الفيس بوك أحد ألد الأعداء وأهم المعالم، التي يوجه إليها الحكام الطغاة حقدهم وغضبهم عن طريق حجبهم في بلدانهم، ومنعه من أداء دوره الكبير والمتميز في فضح أنظمتهم المستبدة والفاصلة.

1) Christakis Nicholas, مرجع سبق ذكره , p86.

المطلب الثاني: تويتر

كما نراه : "هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية، لعبت دوراً مهماً جداً في أحداث ما يسمى بثورات (الربيع العربي) وهي: (فيس بوك - تويتر - يوتيوب). وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة".

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحدث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام (2006)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام (2007).

(تقول الكاتبة Claire. Diaz-Ortiz في كتابها "Twitter for Good: Change the World One Tweet at a Time" أو "تويتر للأبد"، إن هذا دليل عن كيفية تغيير العالم مع تويتر خطوة، خطوة، تغريده، تغريده، في آن واحد).⁽¹⁾

وترى الباحثتان: "أن تويتر هو موقع تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن الفيس بوك ويعتبر المنافس الأكبر له، ويقدم خدمة مصغرة لمستخدميه من المغردين، تمكنهم من إرسال تحديثاتهم برسالة لا تزيد

1) Diaz-Ortiz, Claire, **Twitter for Good Change the World One Tweet at a Time**, Jossey-Bass, 1 edition, USA 2011, p123.

على (140) حرفاً للرسالة الواحدة إلى صفحاتهم الخاصة، ويمكن للزوار قراءتها وكتابة الردود عليها، ويتميز تويتر بسرعة إيصال المعلومات خصوصاً الإخبارية".

✓ كيف يعمل موقع تويتر:

يورد موقع (أكبر مجمع للأخبار التقنية) في مقال له عن كيفية عمل (موقع تويتر) بالقول إنه: "يمكن للمستخدمين الاشتراك في موقع تويتر بشكل مباشر عن طريق التسجيل من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني. تدور التحديثات حول السؤال "ماذا تفعل الآن؟ (What are you doing)، والتي لا تتجاوز الـ (140) حرفاً. وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل تلك التحديثات إلى الأصدقاء".⁽¹⁾

ومن الأمور اللافتة للنظر أن اللغة الإنكليزية، التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة تويتر قد تطورت، حيث أنه في عام (2008) ظهر الموقع باللغة اليابانية، وتزايدت بشكل ملفت أعداد المستخدمين من المواطنين اليابانيين، بحيث تفوق التويتر الياباني على التويتر الإنكليزي، واستطاع اليابانيون تطوير نسخهم، وذلك من خلال إضافة الإعلانات إليها، وهذا ما لم يكن متوفراً باللغة الإنكليزية، ومن ثم تعددت لغات التويتر حتى وصلت في نهاية عام (2010) إلى سبع لغات هي: (الإنكليزية، الفرنسية، الألمانية، الإيطالية، اليابانية، الأسبانية، والكورية).

حتى نهاية عام (2010) وصل عدد المغردون الذين يستخدمون تويتر إلى أكثر من (200) مليون مغرد، وذلك لسهولة الاشتراك في هذه المدونة المصغرة، حيث لا يتطلب الأمر سوى فتح حساب على الموقع الرئيسي في تويتر، ويصبح للمستخدم بعد ذلك ملف بحسابه الشخصي، وتبدأ التحديثات بالظهور على

(1) أكبر مجمع للأخبار التقنية، تويتر 2015/1/20 08:35.

<http://www.vip4soft.com/news/%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1>

صفحته الخاصة، بترتيب زمني تتمحور حول سؤال محدد (ماذا تفعل الآن)، ضمن (140) حرفاً، وكلما حدث المستخدم صفحته كلما تلقى تحديثات جديدة من الأصدقاء.

بالرغم من أن الإنترنت والإعلام الحديث والتطورات التكنولوجية تطرح دائماً العديد من المواقع المنافسة إلى تويتر، إلا أن مستخدمي هذه المدونة ارتبطوا بها ارتباطاً وثيقاً، بحيث لا يمكنهم الاستغناء عن التغريد في تويتر.

وفي تويتر يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عنوانات ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعاً من مجموعة أصدقاء في كافة أنحاء العالم، يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة فيما بينهم، ولا يهمهم إن كان هؤلاء الأصدقاء قريبون أم بعيدون، هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن أصدقاء، بهدف التعارف والصدقة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة، غير أن المدونين يرون في تويتر أداة تدوين مصغرة تساعد في ردف مدوناتهم بالأخبار والأحداث الموجزة والآنية. (1)

ويعتبر المطورون أن تويتر يمتلك إمكانيات لا حدود لها، ويستفيدون من هذه المدونة في البرمجة والتطبيقات، خصوصاً وإن تويتر يقدم خدماته التدوينية المصغرة مجاناً لكافة المستخدمين شأنه شأن شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى. ومن الأمور اللافتة للنظر أن تويتر دأب دائماً على إضافة إمكانيات جديدة لمستخدميه ومنها مثلاً: هناك الكثير من يتابعونك على صفحاتك الشخصية (Followers)، ولكن ليس بالضرورة أن تقوم بمتابعتهم والعكس صحيح، فهناك من تتابعهم (Following)، ولا يعني ذلك أنهم سوف يتابعونك.

(1) محمد إبراهيم، ما هو تويتر؟ كل ما تحتاج معرفته عن العصفورة التي حرّكت العالم،

بتاريخ 2 مارس 2015 23:00.

<http://www.ibda3world.com/%D8%AA%D9%88%D9%8A%D8%AA%D8%B1-twitter/>

يقول الكاتب إبراهيم محمد: "أصبحت كلمة تويتر واحدة من الكلمات المميزة التي نسمعها كثيراً، كلما تصاعدت الأحداث في مكان ما من العالم، فكان تويتر هو الوسيلة التي اخترقت الحجب في إيران وتونس ومصر وغيرها، لتروي للعالم ما يحدث هناك بعيداً عن مقص الرقيب، وكان تويتر هو الوسيلة التي طافت العالم بسرعة خاطفة، لتروي ما يحدث في كارثة (هايتي وتشيلي وسيول جدة) وغيرها من الكوارث لحظة وقوعها" ..

ويضيف: "لا يوجد قيود على عدد من تتابع أو من يتابعوك أو عدد الرسائل التي ترسلها، لكن القيد الوحيد هو عدد الحروف التي تكتبها في الرسالة الواحدة، حيث يسمح لك تويتر في كل رسالة بـ (140) حرف فقط. قد تضمنونها عيب كبير في تويتر لكن عندما تتفاعلون معه ستكتشفون أنها ميزة رائعة، ⁽¹⁾ لأنها تجبر المتحدث على أن يكون كلامه مركز، مباشر، وذو معنى. وكما يقول المثل: (خير الكلام ما قل ودل)".

✓ فوائد تويتر: (2)

يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائماً وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة والمحيطة به كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جداً. وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقاؤه ومعارفه الذين يهيمه أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم. ويقدم موقع تويتر تعريفاً مقتضباً له بأنه: "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الإتصال بعضاً ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟"

مما لا شك فيه أن تويتر قد أثبت بأنه الأفضل في سرعة نقل الأخبار والأحداث ساعة وقوعها ومن موقع الحدث، مثال على ذلك الخبر الذي تداوله العالم أجمع في مطلع عام (2009)، الذي أرسله أحد

(1) محمد، إبراهيم، المرجع نفسه.

(2) أيمن حماد، كيف صنعت شبكة الإنترنت ثورة 25 يناير؟، الخميس 26 مارس 2015 12:55.

<http://www.tahrironline.net/Pages/NewsDetails.aspx?NewsID=11138>

مستخدمي تويتر مرفقاً بصورة للخبر عن: "حادث الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأميركية على سطح نهر (الهد سون) يوم 18 يناير/ كانون الثاني".

لقد أصبحت كبرى المؤسسات الإعلامية العالمية تعتمد على تويتر في تغطية الأحداث وتطور الأخبار الآنية والعنوانات الرئيسية، ويستعين بتويتر العديد من الصحفيين في الحصول على مادتهم الإعلامية وما يهمهم من القراء واهتماماتهم، فقد يوجهون لهم الأسئلة ويتلقون إجابات مفيدة عليها تساعدهم في إنجاز تقاريرهم الإخبارية ويستفيد أيضاً من يعمل في (صحافة المواطن) من إمكانيات تويتر العديدة.

كما توضح ذلك شبكة الصحافة العربية بالقول: "يشكل تويتر وسيلة لتزويد مستخدميه بتحديثات في الزمن الحقيقي تقريباً حول أخبار جارية ونامية، ويمكن للمرسلين من موقع الخبر إبقاء جمهورهم مطلعاً على ما يجري أولاً بأول، بدلاً من التقييد بالوقت الذي تقتضيه وسائل إعلامية أخرى".⁽¹⁾

ولكن مع هذه الخدمة المميزة التي يقدمها تويتر، فإن هناك من يسيء استخدامها، حيث يرسل معلومات قد تكون خاطئة أو غير موثوقة، مما يلزم المؤسسة الإعلامية التراجع عنها أو تصحيحها.

في ضوء ما تقدم يخلص الباحث إلى "أن لشبكة (تويتر) ميزات وعيوب واضحة، فمن ميزاته يعلمك بالخبر حال وقوعه ومن موقع الحدث، كما أنه يضعك في معرفة دائمة عن أخبار الذين تهتم بهم، وتستطيع من خلاله الحصول على الاستشارة والاستفادة من تجارب الأصدقاء، ويتيح أيضاً إقامة علاقات صداقة جديدة وإجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهتمك، إضافة إلى إمكانية الحصول على خلاصة وافية لما تنتشره المواقع الإلكترونية، التي ترتبط بها مباشرة أو من خلال أصدقائك. ومع كل ذلك فإن تويتر لا يخلو من النواقص والعيوب العديدة، يأتي في مقدمتها الترويج السريع للشائعات، والإدعاءات الكاذبة بانتحال شخصيات وهمية، وقد يحتوي تويتر في بعض الأحيان على صور خاصة لا تليق بالذوق العام، كما وأن البعض يلجأ في استخدام تويتر في أمور ضارة وغير مفيدة".

1 شبكة الصحافة العربية، ألف باء التوتير، 20 ديسمبر 2014.

<http://www.arabpressnetwork.org/articlesv2.php?id=3303&lang=ar>

المطلب الثالث: اليوتيوب

هو أحد المواقع الإجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الإجتماعي، وخصوصاً في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها: الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية. إذن فما هو موقع اليوتيوب؟.

ترى الباحثة أن اليوتيوب هو: موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويوزره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيس بوك، ويعتبر اليوتيوب من شبكات التواصل الإجتماعية الهامة. (تحدث: "Rebecca. Rowell" في كتابها "YouTube: The Company and Its Founders" عن ظاهرة اليوتيوب والعقول اللامعة وراء تلك الظاهرة، وكيف بدأ اليوتيوب من فكرة بسيطة إلى أن أصبح شركة كبرى ومن أهم شبكات التواصل الإجتماعي).⁽¹⁾

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال "PayPal") عام (2005) في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى. وقامت (غوغل) عام (2006) بشراء الموقع مقابل (1,65) مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0)، وأصبح اليوتيوب عام (2006) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية.

(1) هبة محمد خليفة، ما هي مواقع الشبكات الإجتماعية ؟ ، منتديات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات، اطلع عليها

بتاريخ 19 جانفي 2014 15:45

<http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>

2) Burgess Jean, , YouTube Online 2Video and Participatory Culture, 1 edition UK Polity, 2009.,p555.

(تقول الكاتبة "Jean. Burgess" " إن هناك قصة تتحدث عن ثقافة المشاركة، وكيف أصبح العالم على ألفت على شكل مقطع فيديو) في كتابها الأخير بعنوان: " You Tube: Online Video and Participatory Culture"

بينما درس تشن وكريم علوم الحاسوب في جامعة (إيلينوي) بولاية (بنسلفانيا)، أصبح النطاق (YouTube.com) نشطاً في (15) فبراير (2005)، ومن ثم تم العمل على تصميم الموقع لوضع أشهر. أفتتح الموقع كتجربة في مايو (2005)، وافتتح رسمياً بعد ستة أشهر "حول تاريخ الموقع" تأسس موقع يوتيوب عن طريق (تشاد هرلي، وستيف تشن، وجاود كريم)، وهم موظفون سابقون في شركة (PayPal). قبل ذلك درس هرلي التصميم في جامعة إنديانا.

وأن أول فيديو وضع على اليوتيوب كان من (جاود كريم)، يحمل عنوان: (أنا في حديقة الحيوان " Me at the zoo") في (23) أبريل (2005)، وتستند موسوعة (ويكيبيديا) إلى موقع (Alexa) في إحصائية حول اليوتوب بأنه أصبح: "حالياً ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد ياهو وغوجل. في يوليو (2006) صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى (100) مليون يومياً. في شهر يناير (2008) فقط (79) مليون مستخدم شاهد أكثر من (3) مليارات فيلم. في أغسطس 2006 ذكرت (الوول ستريت جورنال) بأن الموقع يستضيف (6.1) مليون فيلم بسعة (600) تيرابايت. في (2007) استهلك الموقع قدرًا من حجم تدفق البيانات (bandwidth) مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام (2000). يتم رفع (13) ساعة تقريباً من الأفلام في كل دقيقة. في مارس (2008) قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يومياً". (1)

هناك قواعد ملزمة للنشر تعتمد على اليوتيوب، فهي لا تسمح بوضع المقاطع الفيلمية التي تشجع على الإرهاب والإجرام والأفلام الخلاعية، أو تلك التي تسيء إلى الديانات والمذاهب والشخصيات. ويستخدم اليوتيوب (51) لغة من لغات العالم وأهمها هي: (الإنجليزية، العربية، الروسية، الفرنسية، البولونية، الإيطالية، البرتغالية، الأسبانية، الألمانية، الهولندية، الكورية، الصينية، واليابانية). واليوتيوب مسموح به

(1) بكار عمار، الإعلام الجديد واليوتيوب واحة الحاسب، في 20:12 26 مارس 2014.

<http://walhaseb.com/2011/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85->

في كافة بلدان العالم، ما عدا بعض الدول التي أقدمت على حظر استخدامه وهي: (المغرب، تونس، اليمن، السعودية، الإمارات، سوريا، تركيا، إيران، باكستان، تايلاند، والبرازيل).⁽¹⁾

يشهد موقع اليوتيوب إقبالاً كبيراً من الشباب والمراهقين خصوصاً ومن الجنسين، ويعتبر موقع اليوتيوب موقعاً غير ربحياً لخلوه تقريباً من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسباً كبيراً لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه، بحيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، وأصبح يتردد اسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، والتي تحتل موقعاً مهماً على شبكة الإنترنت.

(يتساءل: "Patrick. Vonderau" في كتابه "The YouTube Reader" ما هو اليوتيوب؟، ومن يستخدمه؟، وهل هناك صورة عن مستخدميه؟، ولماذا يستخدمونه؟).^(1&&&1)

يقول الدكتور عمار بكار: "إن نجاح (يوتيوب) له سبب آخر أكثر أهمية، وهو أن الجمهور صار من سرعة الإيقاع وتشتيت الانتباه وتعدد المهام، بحيث صار للفيديو القصير قيمته الأساسية مقابل المادة التلفزيونية الطويلة، التي تستغرق نصف ساعة أو أكثر على شاشة التلفزيون. البرهان على أن قصر الفيديو هو أهم من مسألة المحتوى الشخصي، أن الإحصاءات تثبت بلا شك أن الفيديو القصير الذي تتوفر فيه الإنتاج الحرفي (بروفيشنال) له شعبية أكبر من الفيديو الشخصي بشكل عام".⁽²⁾

ويرى الباحث بأن: "موقع اليوتيوب واسع الانتشار، لم يعد حكراً على مؤسسات إعلامية أو قنوات تلفزيونية فضائية، أو أشخاص مهتمين من الصحفيين وغيرهم، بل أصبح متاحاً لكل من يرغب بالحصول على موقع خاص به، ابتداءً من كبار القادة والمسؤولين في العالم، إلى عامة الناس بمختلف فئاتهم العمرية وخصوصاً الشباب منهم، لما يقوم به هذا الموقع من خدمات مميزة خصوصاً دوره البارز في أحداث العالم الأخيرة. لقد أصبح اليوتيوب جزء لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس على اختلاف أعمارهم وبمختلف اهتماماتهم، كما وأنه أضاف خدمة كبيرة وفاعلة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الحديثة".

(1) موقع كنان أون لاين، ما هو الموقع الإلكتروني "المصدر داتا تكنولوجي"، في 22 مارس 2015 22:23.

<http://kenanaonline.com/users/MST/topics/61250/posts/102134>

(2) بكار عمار، الإعلام الجديد واليوتيوب، مرجع سابق .

المبحث الخامس: دور شبكات التواصل الاجتماعي

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أدواراً عديدة، أهمها سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم، ويات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة: "نظراً لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات، وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحاً مشيراً إلى أن الرئيس (أوباما) نجح في انتخابات الرئاسة الأخيرة من خلال القاعدة الكبيرة التي حصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي". كما يقول المدير الإقليمي لمايكروسوفت محمد حمودي في تحقيق نشره موقع الراية القطرية.

لقد أصبح بإمكان أي فرد أن ينشأ موقعه الخاص على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، ويأتي هذا من إدراك الناس لأهمية هذه الشبكات، بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة، لأن الهدف واحد من إنشاء هذه الشبكات، مع الأخذ بنظر الاعتبار الاستخدام السيئ لبعض الناس في هذه الشبكات.

بحسب لشبكات التواصل الاجتماعي إنها تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة، فإنها ولو قدمت الخبر تحت مسمى (عاجل أو مباشر)، فإنها تقوم فقط بدور المرسل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفضائيات مثلاً، ولم تتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحداث، إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الأخبار قد نشرت على موقعها الإلكتروني، وبهذه الحالة يمكن لمتصفح تلك المواقع للقنوات الفضائية أن يرد أو يعلق على تلك الأخبار. (1)

ويرى أحد المتخصصين في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال (محمد محسن اليهري): "إن الأحداث الأخيرة في كل من تونس ومصر أكدت الدور القوي لتلك الشبكات على الصعيد السياسي، كما أن

(1) خطاب طارق، شبكات التواصل الاجتماعي، تحقيق أظهرت قدرتها في إحداث ثورة 25 يناير مارد القرن 21 أكثر من

(3) مليارات صورة يتم رفعها على "فيس بوك" شهرياً (1.89) مليار شخص عدد مستخدمي البريد الإلكتروني حول العالم

(14 %) نسبة الزيادة في عدد مستخدمي الإنترنت عام 2010 موقع الراية القطرية اطلع عليه بتاريخ 2015 /04/11

الفترات الماضية الخاصة بالاحتجاجات الإيرانية على الانتخابات الماضية شهدت رفض الإدارة الأمريكية، لقيام مؤسسي تويتر عملية صيانة الموقع بهدف مساعدة معارضي الثورة، وبغض النظر عن الهدف من هدف الحكومة الأمريكية فان ذلك يظهر مدى أهمية شبكات التواصل الإجتماعية على الصعيد السياسي". (1)

لم يقتصر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد أو المؤسسات بأشكالها المختلفة فقط، ولا استخدامها من قبل بعض المسؤولين والسياسيين في دول عديدة في العالم فحسب، وإنما أصبحت الكثير من الجامعات والمعاهد العلمية في العالم أجمع تتواصل مع طلابها عبر الشبكات الإجتماعية والمواقع الإلكترونية، ونتيجة لإقبال الناس على التسوق الإلكتروني، فقد زادت نسبة الإعلانات على المواقع الإلكترونية، مما حقق بالتالي ارتفاعاً خيالياً في أرباحها.

المبحث السادس: مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل المجتمع الافتراضي

إثرت تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في جميع مناحي الحياة حيث أتاحت للفرد المعاصر أنماط اتصالية جديدة ، هذه التغيرات أحدثت تأثيرات عميقة في بنية المجتمعات المعاصرة (كتغيير أنماط الاتصال السائدة ، وتغيير في القيم ، وفي أساليب التربية والتعليم) ، وساهمت في خلق فضاءات اجتماعية جديدةً التقاء الأفراد كمنتديات النقاش والمدونات ، فأعدت تشكيل بنية المجتمع إذ عملت على تهديم عادات اجتماعية كانت سائدة كالتواصل الطبيعي بين الأفراد¹ .

وبالتالي يجب التطرق الى مفهوم المجتمع الافتراضي انطلاقاً من مفهوم المجتمع ، الذي يتكون من العناصر الأساسية التالية : مجموعة من الأفراد يتفاعلون في علاقات اجتماعية يتميز بكيان ذاتي وثقافة متميزة ، يتقيدون بقواعد أو بنى للأدوار والسلوك والقيم ، ومن خلال ما سبق يمكننا تعريف المجتمع الافتراضي الذي يعرفه قاموس الإعلام والاتصال Dictionqr of على أنه (مجموعة من الأشخاص

(1) المرجع نفسه

<http://www.raya.com/economy/enews/pages/2011-2-6-835.aspx>

(2) ياسين بودهان ، تحولات الاعلام المعاصر ، دار البازوري ، عمان 2012 ، ص 12.

يتفاعلون في الأنترنت مثل غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام² ، ويعرفه سيرج برو لكس بأنه (مجموعة من أفراد يستخدمون منتديات المحادثة ، حلقات النقاش أو مجموعات الحوار ، والذين تنشئ بينهم علاقة انتماء الى جماعة واحدة ويتقاسمون نفس الأذواق ، القيم ، الاهتمامات ولهم أهداف مشتركة)³ . وتختص هذه المجتمعات بمجموعة من الخصائص منها (الاتصال والتفاعل ، التعبير عن المشاعر ..) وقد يجادل البعض في أن المجتمع الافتراضي لا ولن يكون بديلا فعليا للمجتمع الفعلي فالحاجات والفيزيولوجية الفطرية وغير الفطرية لن يتم وإشباعها من خلال المجتمع الافتراضي كحاجة الفرد للغذاء والكساء والزواج والتناسل وكذا الصراع⁴ .

المجتمع الطبيعي	المجتمع الافتراضي	
دائم	مهدد بالزوال	البقاء
محصور بمجال جغرافي	غير محصور بمجال جغرافي	المكان
محلية	العالمية والكونية	المحلية/العالمية
من خلال الحواس الخمس	من خلال الأفكار والآراء ، المفاهيم	الادراك
مواجهي	وسيطي	الاتصال
حقيقية	افتراضية	العلاقات

جدول رقم (01) أهم الفروق بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الطبيعي

وأما انتشار الاستخدام المفرط ومواقع التواصل الاجتماعي أصبح الأفراد يميلون الى قضاء وقتهم في عالم يوازي عالمه الفيزيائي الأمر الذي دفعهم الى الانقطاع عن العديد من النشاطات الاجتماعية ، بحيث يقوم

²) Marcel danesi, **dictionary of media and communication**, Library of Congress Cataloging in Publication Data, United States of America 2009, p:300.

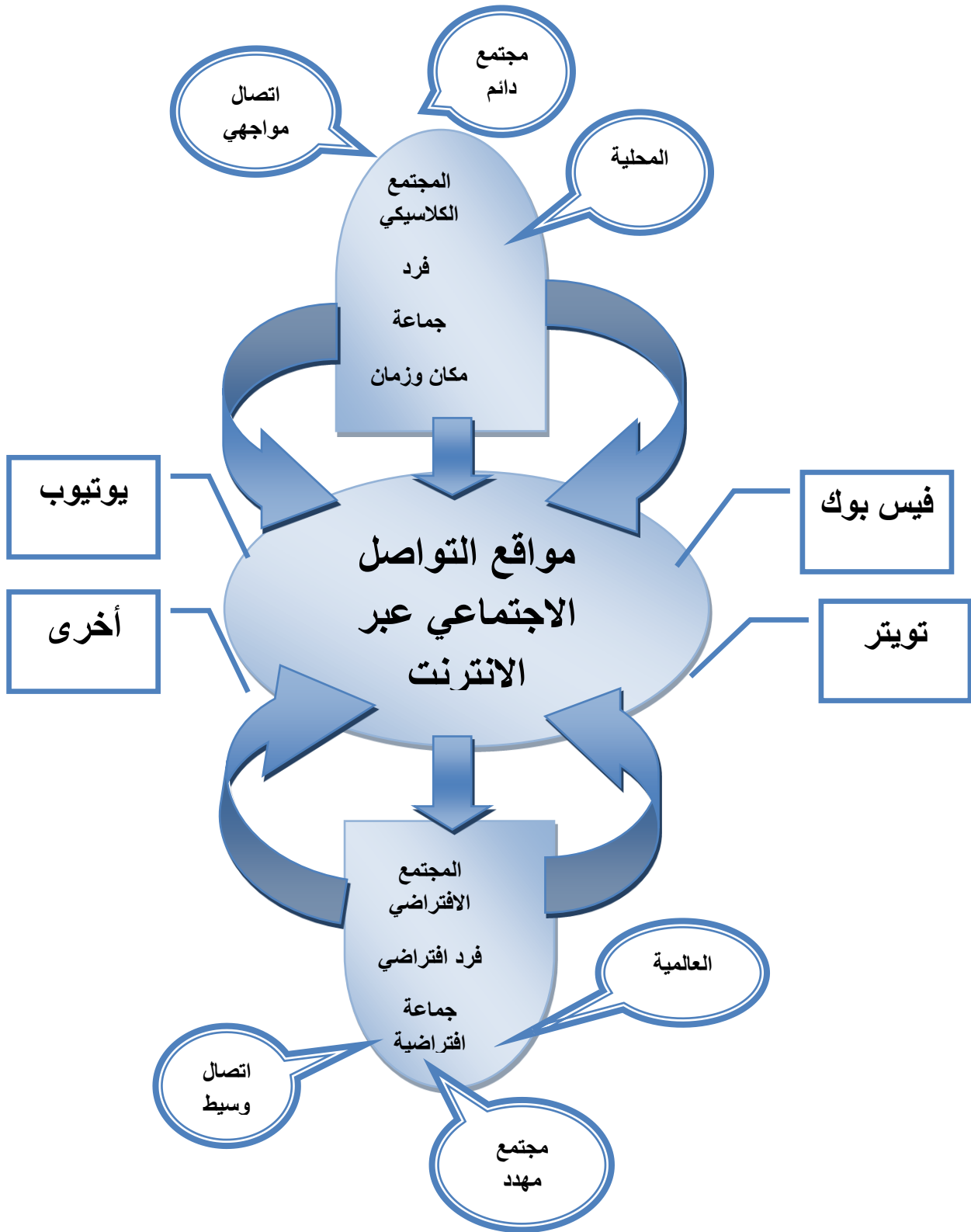
³) Serge Proulx, **les communautés virtuelles, construisent-elles du lien social**, colloque international: l'organisation media, dispositifs médiatiques, sémiotiques et des médiations de l'organisation, université Jean moulin, Lyon 2004 .

⁴ علي محمد رحومة ، علم الاجتماع الألي ، علم المعرفة ، العدد 347 ، 2008 ، ص 65 .

الأفراد الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لإقامة روابط فيما بينهم ، ويجتمعون في جماعات مختلفة وتتميز هذه الجماعات بديناميكية من حيث تغير عدد أعضائها وطريقة تكوينها (1) ولقد نجحت مواقع التواصل الاجتماعي من خلال خصائصها التي تتيح التفاعل بين مختلف مكونات المجتمع أن تجسد بشكل واضح معايير المجتمع الافتراضي ، الذي ينمو مع مختلف المحددات التي تتيحها هذه المواقع ، حيث يقتضي التحليل الموضوعي القول أن العلاقات الافتراضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو أمر يمكن أن يقدم وسيلة ممتازة لمتابعة هذه الهويات وتأسيس الصداقات الجديدة وتعزيز تلك المكونة أصلا ، وممارسة الألعاب والتشارك بالأفكار⁵ .

(1) الصادق رايح ، التكنولوجيات الاتصالية الحديثة وإشكالية الروابط الاجتماعية ، شؤون اجتماعية ، عدد99، الشارقة ، الإمارات العربية المتحدة ، 2008 ، ص 3 .

(2) إبراهيم إسماعيل عبده، العلاقات الاجتماعية عبر الأنترنت" دراسة في الفرص الكامنة والمخاطر المستترة"، مركز أسبار للبحوث.



الشكل رقم (02) يوضح مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل المجتمعات الافتراضية. (1)

ملخص الفصل:

تقدم شبكات التواصل الاجتماعي خدمات عديدة لمستخدميها ممن لديهم اهتمامات متشابهة سواء أكانوا زملاء دراسة أو عمل أو أصدقاء جدد، تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.

ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات. وتلك الشبكات الاجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض، فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً: (فيس بوك وماي سبيس وتويتر ولايف بوون وهاي فايف وأوركت والشبكة العربية عربيز).

وتخلص الباحثان إلى أن: "المواقع الاجتماعية تساعد متصفحها على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في مجالات عديدة، بتبادل الأخبار والمعلومات وتطور الأحداث الطبيعية والسياسية والاجتماعية. وإن هذه المواقع هي نتاج للثورة التكنولوجية، وضعت أساساً لخدمة مستخدميها، ولا يمكن أن تفقد جماعة أو أفراداً دون رغبتهم أو إرادتهم إلى عوالم أخرى، تؤثر سلباً على الواقع الاجتماعي لهؤلاء الناس، فهي كأداة صالحة للاستخدام يقرر مستخدميها الفعل الذي ستؤديه، فإما أن يكون فعلاً حسناً يستفيد منه الفاعل ومن حوله، أو فعلاً سيئاً يضر بالفاعل وبمن حوله، وهذا ما ينطبق بالفعل على شبكات التواصل الاجتماعي، وسر انتشارها يكمن في حيوية وفاعلية مستخدميها والهدف من استخدامها".

الفصل الثالث

نظرة الاستعدادات والإشباع

تمهيد

هذه النظرية من النظريات الهامة في عالم الدراسات الإعلامية الحديثة على أساس أنها تحاول فهم عملية الإعلام، وكذلك تحاول أن تستكشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وما دوافع تعرضهم التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون أو شراء وقراءة الصحف أو سماع برامج الإذاعة أو التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي، و حتى لا ننطلق من فراغ في دراستنا هذه ، نعتقد أنه ومن الأنسب لنا أن نستند على نظرية محددة، الأمر الذي من شأنه أن يقدم نسبيا صفة العمق والشمول لدراستنا، وذلك من خلال الاستفادة من التراكم المعرفي ومن ثم توجيه مسارنا في العمل التطبيقي من خلال تحديد التساؤلات تحديدا واضحا، ونظرا إلى أن موضوعنا حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واثره علي القيم الاجتماعية فإننا رأينا أنه من الأنسب أن نستند على نظرية الاستخدامات والإشباعات أملا في الوصول إلى نتائج أكثر دقة ووضوحا .

المبحث الاول : مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات

نظرية الاستخدامات والإشباعات هي النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وتتحصر رؤيتها للجمهور على أنه فعال في انتقاء الرسالة ومضمون الوسيلة الإعلامية خلافا للنظريات السابقة لها مثل الرصاصة السحرية التي ترى الجمهور عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة وتتصرف بناء على نسق واحد ، فأسلوب الأفراد أمام وسائل الاعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية¹

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة ، فخلال الأربعينيات من القرن (20)، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام ،إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام² إذ صار الاهتمام منصبا على "رضا المستخدمين." وذلك بطرح تساؤل جديد هو: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ من خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات والإشباعات على أنقاض السؤال القديم الذي كان سائدا قبل ذلك وهو ماذا تفعل وسائل الإعلام بجمهورها؟ ، يمكننا أن ندرك بأن محور العملية الاتصالية حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية³

¹-محمد منير حجاب ، **المعجم الاعلامي**، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة، ص 584.

²- باديس لوئيس ، **جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت** ، ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة ، الجزائر، 2008 ، ص31.

³- محمد عبد الحميد، **نظريات الاعلام واتجاهات التأثير** ، الطبعة 2، عالم الكتب ، القاهرة، مصر ، 2000 ، ص 46.

فمن خلال منظور الاستخدامات لاتعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة .
هذه النظرية محتواها يحاول الإجابة على سؤال: لماذا يتصل الناس بالإعلام وما الاحتياجات التي تجعل الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام وما الوظائف التي تقوم بها عند الناس، وبعبارة أخرى ماذا يفعل الإعلام بالناس؟.

قضية أهداف المستقبل من تعرضه لوسائل الإعلام من القضايا التي شغلت المهنيين والعاملين في وسائل الإعلام فترة طويلة ، لذا فإن القائم بالاتصال في وسائل الإعلام كان دائماً يسأل نفسه ماذا يحتاج الجمهور وما الفائدة التي تعود عليه من تعرضه لوسائل الإعلام.

هذه النظرية جاءت من خلال نشاط دؤوب للعلماء (كاتز، وبلومر)، وكانت بداية أفكار النظرية من خلال كتابهما "استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري" ، قد يعتقد البعض أن الإجابة سهلة عن تساؤلات النظرية على أساس أن الناس يتواصلون مع وسائل الإعلام لحاجات تتمثل في معرفة الأخبار وتفسير الأحداث والتسلية والترفيه ، والتعلم والتعليم والتعارف والتفاعل الاجتماعي وغيرها من الوظائف المتعارف عليها ، إلا أن هذه الاحتياجات شديدة التعقيد عندما يتعلق بمكونات الإنسان النفسية والاجتماعية وهو أبرز ما يميز تفسيرات النظرية ، لذا النظرية تعتمد على أن الأفراد مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية وثقافية تجعلهم محتاجون للإعلام والاتصال.¹

المبحث الثاني: فروض نظرية الاستخدامات والإشباع

وضع (كاتز) وزملاؤه من علماء الاتصال خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباع التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام. وقد نقل عن (كاتز) عدد كبير من علماء الاتصال العرب والأجانب هذه الفروض دون إضافة وهي²:

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

¹ - محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، الطبعة 2 ، عالم الكتب ، القاهرة، مصر ، 2004 ، ص95.

² عبد الرحمن محمد سعد الشامي ، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية الدوافع والإشباع ، رسالة دكتوراه ، غير منشورة، جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، 2002، ص72.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

3- إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم ، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.

4- إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتواها فقط.

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباع من خلال الفروض السابقة إلى تحقيق الأهداف التالية¹:

- 1- الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
- 2- الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة.
- 3- الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.
- 4- الكشف عن "الإشباع المطلوبة" التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال "والإشباع المختلفة" من وراء هذا الاستخدام.
- 5- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة عن ذلك.

6- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها. وبشكل عام يمكن وصف علاقات الجمهور بوسائل الإعلام بأنها علاقات ذات طبيعة "حدثية" إن صح التعبير، بمعنى أنها تخضع ويتحكم فيها حدث ما له أهمية بحيث يفرض على الجمهور متابعته وبشدة

¹ - يوسف سليمان سعد ، استخدامات الجمهور البيني لوسائل الإعلام أثناء الحملات الانتخابية والإشباع المحققة منها، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، 2000، ص60.

من خلال وسيلة ما هي الأكثر إشباعاً لحاجته في معرفة تفاصيل حول هذا الحدث عن غيرها من باقي الوسائل. فقد يعتمد الفرد بشدة على التلفزيون في متابعة الأحداث والبرامج الإخبارية لمعرفة ما يدور حوله بشكل أكثر تفصيلاً، "أي أن الفرد يكون نظام وسائل الإعلام الخاصة به، والذي يخدم أهدافه في الظروف الطارئة أو في الأزمات بصورة أفضل والتي يعتبرها أكثر أهمية في هذا الوقت، وعندما ينتهي فإنه يعود إلى نظم وسائل الإعلام اليومية".

فعلى سبيل المثال أثناء فترة الانتخابات قد يعتمد الفرد في الحصول على المعلومات لاتخاذ قرار التصويت لمرشح ما دون غيره على القنوات الشخصية، فإذا ما انتهت الانتخابات فإنه يعود إلى وسائل الإعلام الجماهيرية، أو بمعنى أدق فإنه يعود إلى استخدامه اليومي والطبيعي المعتاد للوسائل حتى إذا ما جد حدث آخر له نفس الأهمية .. وهكذا تدور علاقة الفرد بوسائل الإعلام في نفس الدائرة.

المبحث الثالث: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع

من خلال العرض السابق لنشأة المدخل، والفروض التي يقوم عليها، والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها تبرز أمامنا مجموعة من العناصر تشكل أهم الملامح والأسس التي يقوم عليها، بالنسبة لعناصر نظرية الاستخدامات والإشباع، فهناك ستة عناصر أساسية وهامة تمكننا من فهم أبعاد النظرية، كما أنها مترابطة ببعضها ومتداخلة في الواقع العلمي:

1- افتراض الجمهور النشط :

تعتبر النظرية أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال مرتبط بحاجاته وأهدافه، بالإضافة إلى أن الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل تنبع من وعي يتمتع به في اختيار أي وسيلة من وسائل الإعلام.

و تؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات و الإشباع أن مفهوم الجمهور النشط لا يتعلق باختيار الوسيلة التي تشبع رغباته فحسب، أي أن هذا المفهوم لا يقتصر على الرسالة الاعلامية فقط وإنما يخص المعاني التي تفسر هذه الرسائل، وبالتالي فتفسير الرسائل الاعلامية يتحدد على ضوء الاستعداد

الذهني لأفراد الجمهور الذي تحققه الاستخدامات النفسية والعلاقات الاجتماعية و المحيط الذي يعيش فيه الفرد فضلا عن نوعية الرسائل الإعلامية و مدى توافقها أو تعارضها مع اتجاهات الجمهور¹.

يتعارض هذا المفهوم مع النظريات القديمة كنظرية الطلقة السحرية التي ترى أن الجمهور عبارة عن كائنات سلبية منفصلة تتصرف بناء على نسق واحد و عاجزة أمام المضامين الإعلامية التي تمتصها دون أي اعتبار لمرجعيتها النفسية و الاجتماعية².

أصبح هذا الجمهور أكثر نشاطا و مشاركة في العملية الاتصالية، بفضل التكنولوجيات الإعلامية و الاتصالية المتطورة، لأنها تقدم للجمهور فرص أوسع للاختيارات و عددا أكبر من الاستخدامات³، و يتشكل هذا النشاط الذي يتميز به الجمهور عند استخدامه لوسائل الإعلام في ثلاث مستويات وهي⁴:

✓ **الانتقائية** : حيث أن أفراد الجمهور يختارون نوع الوسيلة قبل التعرض لها .

✓ **الاستغراق أو الاندماج** : فتعرض أفراد الجمهور لا يكون بصفة اعتباطية ، لأن التكنولوجيات .

الحديثة أتاحت للمستخدمين إمكانية الحصول على ملايين المعلومات في ظرف زمني قياسي و هو ما يتطلب الاندماج مع الوسيلة.

✓ **الإيجابية** : تتحدد الايجابية بعد تعرض الفرد لوسائل الاتصال والإحساسات التي تلبي هذا

التعرض وتشمل كذلك استجابة أفراد الجمهور للرسالة الإعلامية .

2- الأصول الاجتماعية و النفسية لاستخدام وسائل الاتصال:

أ - **الأصول الاجتماعية** : يتميز جمهور وسائل الإعلام بوجوده داخل بيئة اجتماعية معينة و من خلال تفاعله مع هذه البيئة، تتولد لديه مجموعة من الحاجات تسهم وسائل الاتصال في إشباع جزء منها، كما أن

¹ - حسن حمدي، مرجع سبق ذكره، ص 1 .

² - EiC Maigret , op. cit , p 80 .

³ - بيسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سبق ذكره، ص 134 .

⁴ - رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2007 .

انتماء جمهور وسائل الإعلام إلى المحيط الاجتماعي يؤثر في جميع سلوكياته الاتصالية والطرق التي يستخدمها لتفسير معاني الرسائل¹.

في دراسة جون جونستون J. W. Gohnston عن استخدام المراهقين لوسائل الإعلام و التكامل الاجتماعي توصل إلى أن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي، إنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة.

وقدمت عديد من الدراسات الدليل على دور العوامل الديموغرافية و الاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع والعمر ، المهنة ، المستوى التعليمي ، المستوى الاجتماعي والاقتصادي².

ب- الأصول النفسية : تؤكد الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والإشباع أن الفرد عندما يفتقر إلى إحدى الحاجات النفسية أو الثانوية تدفعه بطريقة حتمية إلى تبني سلوك إيجابي مع وسائل الإعلام التي يتعرض إليها بهدف اكتساب المعلومات و المعارف التي تسهم في إشباع هذه الحاجات وهو ما يجعل الفرد يشعر بالراحة و الاتزان النفسي³.

ولقد اقترح (ماكويل Mc Quail) أربع فئات للحجبات و الدوافع و هي دعم العلاقات الشخصية ، التسلية ، الهروب من الروتين ومعرفة الأمور التي تحدث ، و قام (كاتز katz) بتصنيف الحاجات إلى خمس فئات رئيسية هي الحاجات المعرفية مثل المعلومات و المعرفة و الفهم.. ، و الحاجات الوجدانية التي تتمثل في السيادة و الرضا و العاطفة..، ثم الحاجات الشخصية المتكاملة التي تتمثل في القوة، المصادقية، الثقة، التوازن المركز.. وكذلك الحاجات الاجتماعية التي تتمثل في الانتماء إلى الأسرة أو الأصدقاء أو الجماعات..، و أخيرا الحاجة إلى التخلص من التوتر من خلال الهروب والتسلية⁴.

¹ حسن حمدي ، مرجع سبق ذكره، ص22 .

² - حسن عماد مكايي، ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، الطبعة الثالثة، مرجع سبق ذكره، ص244

² - حسن عماد مكايي، ليلي حسن السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، الطبعة السابعة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص244 .

⁴ - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص281 .

3- دوافع الجمهور و حاجاته من وسائل الاتصال:

تختلف وجهات نظر الباحثين في دراسة دوافع التعرض لوسائل الإعلام ، فيرى البعض أن الدوافع هي حالات داخلية يدركها الجمهور مباشرة و ترتبط هذه الطريقة بالقيمة المتوقعة و التي تفترض أن دوافع التعرض لوسائل الاعلام يعبر عن سلوك ايجابي وله قيمة أو اتجاهات إيجابية نحو وسائل الاتصال، كذلك تقرر أن الجمهور ذو قدرة على التعبير عن اتجاهاته ، بشكل مباشر و يحاول إشباع دوافعه عن طريق التعرض لوسائل الاتصال.

بالمقابل هناك وجهة نظر أخرى ترى أنه لا يمكن إدراك أو فهم دوافع الجمهور بشكل مباشر لكن يمكن استنباطها من خلال نماذج السلوك و طرق التفكير .

و ترى وجهة نظر أخرى أن للجمهور احتياجات تؤثر على تعرضه و لكن لا يدرك أنها وراء التعرض، وأنها الدوافع المحركة للمشاهدة أو الاستماع لوسائل الاتصال¹.

أما وجهة النظر الأخيرة فيتبناها (أوستن بارو Barrow) و الذي يرى أن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له أي دافع ، و يتفق ذلك مع النظر للسلوك الإنساني على أنه مرتبط بالتعود و لا يعتمد على وجود حاجات داخلية كامنة داخل الفرد و التي تدفعه بدورها لسلوك التعرض²

بوجه عام معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما الدوافع المنفعية والطقوسية.

4- التوقعات من وسائل الاعلام :

وتعد التوقعات من أهم جوانب نظرية الاستخدامات والإشباع ، وهي تنتج عن دوافع الجمهور للتعرض ويعتمد التعرض لوسائل الاعلام على توقعات الجمهور والتي تتنوع تبعا للفروق الفردية ، أيضا للاختلافات الموجودة بين الثقافات واختلاف التوقعات يعكس في معظم الأحيان الثقافة السائدة في المجتمع³.

¹ - أماني عمر الحسيني، مرجع سبق ذكره، ص 82 .

² - Jean pierre meunier ,op.cit,p49.

³ - أماني عمر الحسيني ، الدراما التلفزيونية وأثرها على حياة أطفالنا ، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، مصر ، 2005 ، ص 82.

5- التعرض لوسائل الاتصال :

تؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والإشباع على أن هناك علاقة ارتباط بين البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الاعلام ، بالإضافة الى سلوك التعرض الذي يعبر عن قدرة أفراد الجمهور على اختيار نوع المعلومات التي تلبي احتياجاتهم¹.

6- الإشباع المكتسبة من وسائل الاتصال :

وفق نظرية الاستخدامات والإشباع يتم وصف الأفراد الجمهور بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال بغية الحصول على الإشباع ، كما ترتبط نتائج هذا الاشباع بسلوك التعرض لوسائل الاتصال أو أي مصدر آخر يلجئ اليه الفرد لإشباع حاجاته .

انطلاقات من هذه النظرية حاول الباحثون التمييز بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الاعلام والإشباع التي تتحقق بالفعل².

المبحث الرابع: أهم القضايا التي تركز عليها النظرية

أولاً: الدوافع والحاجات:

- ✓ **الحاجة:** تعني "شعور الإنسان بنقص معين من الناحية النفسية والاجتماعية وعند حصوله عليه يشعر بحالة من الرضا والسعادة والإشباع.
 - ✓ **الدافع :** يعني مثير داخلي أو حالة نفسية أو فسيولوجية داخلية تدفع الإنسان إلى سلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما يشبع ويلبي حاجته.
- تقاس عادة درجة الدافع بعدة صفات منها الطاقة المبذولة والاستمرار والتنوع.
- حسب النظرية: إشباع الحاجات وتلبية الرغبات والدوافع ضرورة نفسية واجتماعية عند الأفراد، يستقم بها الاتزان النفسي والتكيف الاجتماعي مع البيئة .

¹ - محمود حسن اسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الطبعة الثانية ، دار العالمية للنشر والتوزيع ، مصر ، 2003 ، ص 289.

² - حسن عماد مكوي، ليلي حسن السيد ، مرجع سبق ذكره، ص248 .

في هذا المجال تتعدد حاجات الإنسان بشكل واسع لذا نجدها تدور في سياق "الأمن -السعادة -الانتماء -الارتقاء -الاحترام -المعرفة -الحق -الخير -الجمال - الأسرة - الأصدقاء - الجماعة - الرضا - المتعة - الراحة - الفهم - المشاركة - تأكيد الهوية - الشخصية الاجتماعية".

الإعلام في ظل النظرية يقوم بدور الملبي لحاجات الإنسان النفسية والاجتماعية على أساس أن الحاجات تيسر استخدام الإعلام والحاجات تجعل الجمهور يفسر محتوى الإعلام بطريقة مختلفة.

ثانيا: دوافع التعرض للإعلام:

حسب الدراسات الإعلامية فإن دوافع التعرض لوسائل الإعلام تكون حسب (الأفراد - الوسيلة - المضمون - ظروف التعرض).

ومن ناحية علمية يمكن إجمال دوافع تعرض الإنسان للإعلام في الآتي:

1. الحصول على المعرفة والأخبار والنصائح والتواصل مع المجتمع المحلي والخارجي.
2. الهروب من المشاكل والاختلافات والاضطرابات والبحث عن عالم المتعة والراحة والخيال الخصب.
3. التعايش والتواصل مع الآخرين وإيجاد قاعدة من الاحتكاك والانتماء الاجتماعي.
4. البعد عن العزلة والهروب من الروتين اليومي وضغط الحياة.
5. إيجاد دعم للقيم الفردية ودعم الهوية الفردية للأفراد.
6. يقسم العلماء الدوافع إلى قسمين:

أ. دوافع منهجية:

وهي التي تحقق منفعة ذاتية مثل الخبرات المعارف - المعلومات عن العالم وهي تبدو أكثر وضوحا في (البرامج - النشرات الإخبارية ذات الوظيفة الإعلامية والتفسيرية).

ب. دوافع اعتبارية طقوسية.

وهي التي تحقق الاستمتاع والرضا - والصدقة - الاسترخاء - الهروب من الاضطرابات النفسية والعاطفية وتظهر في الأفلام - المسلسلات - برامج التسلية والترفيه).

ثالثا : احتياجات التعرض للإعلام:

يمكن إيجاز تلك الاحتياجات عند جمهور وسائل الإعلام في الآتي:

1. التسلية: من خلال الحصول على المتعة وهذا يؤدي إلى الهروب من الضغوط الروتينية والعاطفية.
2. الإدراك : معرفة المعلومات والأخبار تؤدي إلى إدراك الفرد لذاته والتعلم الذاتي وتعلم الأشياء.
3. الانسحاب: الجمهور يحتاج إلى الهروب من واقعه وضغوط عمله إلى الإعلام حتى يحدث الاسترخاء.
4. الاستخدام الجماعي: البرامج - المقالات - اللقاءات - التقارير، التي تؤدي إلى تقوية الاندماج مع الأسرة والمجتمع والأصدقاء والجماعات المتنوعة وتساعد في القدرة على التعامل مع الآخرين.

رابعا: التوقع والإشباع في وسائل الإعلام:

تتنوع الإشباعات التي يمكن أن يحصل عليها الجمهور من وراء تعرضه لوسائل الإعلام. لذا يرتبط تحقق الإشباع من وسائل الإعلام بتوقعات الجمهور من هذه الوسائل ، فالتوقع / هو عبارة عن الجزاء والاحتمال والخاصية المحددة التي يتوقعها الجمهور من الوسيلة، وكما يقول (مندلسون، وكاتز)، هي مطالب الجمهور من الإعلام، واحتمالات وقوع أحداث معينة لها توقعات معينة.

لذا نجد أن الإشباع يرتبط بالتوقع الإيجابي من وسائل الإعلام.

مثال: عندما يتوقع الفرد حديث شيق وممتع من ضيف في برنامج فسوف ترتفع درجة الإشباع عند مشاهدة هذا البرنامج وهذا الضيف.

أهم الإشباعات :

يمكن أن نضعها كالاتي:

1. إشباعات فورية: تحدث للجمهور بشكل سريع مثل المعرفة السريعة أو الترفيه والضحك.
2. إشباعات بطيئة: تحدث بشكل متأخر على مدى بعيد مثل تكوين الاتجاهات والآراء وتتابع الاعلانات.

3. **إشباع تنفيس:** تحدث من أجل مساعدة الأفراد للحصول على الراحة والتخلص من القلق والاضطراب
4. **إشباع مراقبة البيئة:** تحدث من أجل مساعدة الأفراد في الحصول على المعلومات والمعرفة والتفسير.
5. **إشباع المحتوى:** تحدث بسبب التعرض لمضامين الاعلام (أفلام أخبار، دراما ، صور)
6. **إشباع عملية:** تحدث نتيجة التعود والارتباط بالوسيلة (عادات الناس في التعامل مع الوسائل الاعلامية ، مثل الجلوس لمشاهدة التلفاز مباشرة عند العودة الى المنزل ، أو التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي يوميا أو أثناء العمل ، أو قراءة الصحف في العمل منذ الوصول الى المكتب ، أو قراءة الصحف قبل الخروج من البيت ، أو اثناء الافطار، أو سماع الاخبار أثناء الذهاب الى العمل، أو أثناء ممارسة العمل.
7. **الإشباع المتحققة:** والتي تحدث بفعل التعرض بشكل عام .
8. **الإشباع المطلوبة:** والتي يسعى الافراد لها (مثال بحث المراهقين في الفضائيات أو الانترنت عن قضايا أو برامج تلبي احتياجاتهم في هذا السن)
9. **إشباع ذاتية:** وهي تحدث وتكسب الفرد مهارات تطويرية ذاتية(مهارات - فنون - خبرات - معرفة - تطوير سلوكيات- تطوير انماط - تطوير عادات)
10. **إشباع اجتماعية:** وهي تحدث مع الفرد من أجل التعامل والاندماج مع شبكة العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع.

خامسا: الجمهور النشط والإشباع تبعا للنظرية.

هذه النظرية تقوم على اساس ان الجمهور نشيط وفعال ويختار ما يحتاجه بوسائل مختلفة.

- الجمهور النشط يعني أن الافراد يختارون بانتقائية وطبقا لاهتماماتهم وذواقهم الخاصة
 - الجمهور ليس سلبيا يتلقى ما يقوله الاعلام فقط بل هو مشارك فعال ونشط وعنيد حسب (هوويت Howitt) ولديه القدرة على الفعل ولديه (مناعة) ضد تأثير الاعلام احيانا.
 - لذا الجمهور يختار ويتخذ قراراته في عملية التعرض والفهم في ثلاث مستويات.
1. **الانتقائية** - اختيارات الجمهور غير عشوائية ويختار الوسيلة والمضمون والمعرفة ويحدث الادراك بذاته.
 2. **المنفعة** - يحدث الاعلام للجمهور ليتحقق منفعة .

3. الانشغال- حيث يدرك الفرد وجود صلة بينه وبين الاعلام ومحتواه فينشغل ويتفاعل نفسيا معه هذه العمليات تتم في ثلاث مواقف

قبل التعرض .. أثناء التعرض ... بعد التعرض

توجه الجمهور	قبل التعرض	أثناء التعرض	بعد التعرض
الانتقائية	البحث عن التعرض الانتقائي	الادراك الانتقائي	التذكر الانتقائي
الانشغال	ترقب التعرض	الانتباه - التفاعل الاجتماعي	تقمص ادوار الشخصيات
المنفعة	الاتصال الاجتماعي	استخدام الإشباع التي تحققت	قيادة الراي العام والاستخدام للقضية

الجدول رقم (02) مواقف الجمهور النشط والإشباع تبعا للنظرية

المبحث الخامس: العلاقة بين الاستخدام والإشباع :

هناك عدة اتجاهات لتفسير العلاقة بين الاستخدامات والإشباعات :

اتجاه يرى أن سلوك الفرد المتمثل في التعرض لمضمون معين ، يكون بشكل غير مخطط بدافع العادة .

اتجاه يرى ان الدافع هو شيء داخلي يؤثر مباشرة في الفرد ، لدى من الصعب تحويله الى شيء ما متمثل في سلوك معين .

اتجاه يرى أن الدافع يؤثر بشكل مباشر في الفرد بوصفه حاجة ملحة لا تهدأ إلا بعد أن يتم إشباعها

وبذلك اهتم كاتز وبلومر بتوضيح العلاقة بين حاجات الفرد ودوافعه ومحاولة اشباعها من خلال التعرض لمحتوى وسائل الاعلام، وضع الباحثون ثلاثة فروض أساسية¹:

يعد الجمهور نشط وإيجابي في تعاونه مع وسائل الاتصال المختلفة.

تتنافس وسائل الاتصال الجماهيرية مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجمهور .

الحاجة الى الاشباع تنتج عن اختيارات الأفراد بصفتهم متلقين للرسائل الاعلامية.

وبناء على نتائج عديدة من البحوث صاغ كاتز وزملائه نموذجاً للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الاتصال وما يمكن ان تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الافراد مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي قد يتجه اليها الفرد لتلبيتها.

فمن وجهة نظر الباحثين ،فان كل فرد مدفوع بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التيس تخلق لديه حاجات معينة ، فيبدأ الفرد برسم توقعات عن المصدر الذي يمكن أن يلبي ويشبع حاجاته ، يتم اشباع بعض الحاجات ولكن في نفس الوقت تتولد لدى الفرد حاجات أخرى ، وهو ما يؤدي الى نشأة توقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالأفراد².

المبحث السادس: النقد الموجه لمدخل الاستخدامات والإشباع.

- 1- هناك خلاف حول تحديد المصطلحات والمفاهيم مثل " الحاجة" و"الاستخدام" و"الإشباع" مما أدى إلى خلق الغموض في الدراسات التي اعتمدت على هذا المدخل ولذلك فإن تطور هذا المدخل وتطبيقاته يحتاج بداية إلى الاتفاق على المصطلحات والمفاهيم وتوظيفها والربط بين النماذج المختلفة للإشباع في علاقتها بالمعاني المستسقاة من المحتوى الذي يتعرض له الفرد بجانب الانتقال من الاهتمام والتركيز على الفرد إلى علاقة الاستخدام والإشباع بالنظم الاجتماعية الأكبر .
- 2- يتجاهل منظرو هذا المدخل الخلفيات الاجتماعية للجمهور وكيفية تفسيره لوسائل الإعلام.

¹ - منى سعيد الحديدي، عاطف العبد، أيمن منصور رندا، استخدام الشباب العربي للقنوات الفضائية العربية و تأثيرها على قيمهم، دراسة حالة لطلاب معهد البحوث و الدراسات العربية، المنظمة العربية للترجمة و الثقافة و العلوم، 2006 ، ص45 .

² - محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره ، ص283 .

- 3- إن نتائج بحوث الاستخدامات والإشباع ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط ، خصوصاً عندما يرى بعض الباحثين أنه يلبي حاجات أعضاء المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب من روتين الحياة.
- 4- إن تطبيق هذا المدخل يطرح تساؤلاً حول قياس الاستخدام فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لوسائل الإعلام أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام

✓ الرد على الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباع

- دافع باحثو الاستخدامات والإشباع عن المدخل بأنه ليس مدخلاً وظيفياً بطبيعته ، وأن مصادر التغيير قائمة سواء في سلوك الجمهور تجاه وسائل الإعلام أو في تنظيم محتوى هذه الوسائل. فالتناقض بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور وبين ما يحصل عليه بالفعل؛ يمكن أن يؤدي إلى تغيير في محتوى وتنظيم وسائل الإعلام في أي نظام إعلامي حريص على الاستجابة للواقع الذي يعمل فيه. أما بالنسبة لقضية غموض افتراض الجمهور النشط .
- فقد تم التغلب عليها من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاث مراحل تتمثل في الانتقاء قبل التعرض ، والاحترام أثناء التعرض ، وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض. وأخيراً وبالنسبة لغموض مفهومي الاستخدامات والإشباع ، فقد أشار منظرو هذا المدخل إلى أنه لا يمكن تناول عناصر هذين المفهومين بطريقة منفصلة وإنما بطريقة متكاملة تختلف باختلاف العوامل الديموغرافية

أثار حوله الكاتب (مهذب نصر) العديد من الأسئلة وطرحها على عدد من الكتاب والشعراء ليسجلوا آرائهم بهذا الوليد (الفييس بوك)، في جريدة (القبس الكويتية) منها رأي للشاعرة الدكتورة عالية شعيب التي ترى : "أن المثقف يشعر بوحشة وكآبة أحياناً بسبب فقر التواصل في النطاق العربي وتوزع المثقفين والكتاب والأصدقاء في الدول العربية والغربية. أيضاً بسبب ضالة مساحة النقد إن لم نقل انعدامها. لذلك يجعل

¹مرسلة بواسطة الأستاذ الدكتور طه نجم في 11:47 ، 2015/04/12.

http://drtahanegm.blogspot.com/2011/11/blog-post_6558.html

الفيس بوك النقد والتواصل والتبادل والتفاعل متاحاً ، كما يتيح مساحات رحبة للثور على أصدقاء فقدوا بسبب الدراسة أو السفر" ..

وترى الدكتورة شعيب في الفيس بوك: "أنه يعتبر مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كمهرجان ملون مضيء للحياة الفكرية والأدبية. يجب ألا يكون الكاتب أو المثقف منعزلاً أو وحيداً أو مغترباً في ذاته أو في محيطه أو في مجتمعه، بل يجب أن يخلق في فضاء التواصل محاطاً بالمحبة حتى يبدع أكثر، وحتى يزيد التفاؤل لديه وبذلك ينعكس هذا على إبداعه وحياته عامة.. واللغة المتداولة تتأرجح بين الشخصي والأدبي والنقدي، لكن الجو العام مرح وتسوده روح الصداقة وحب الحياة، فالكل يمد أذرعهم للكل، ما عدا بعض الأمور السلبية البسيطة التي يمكن التعامل معها بحزم وفق قوانين وضوابط الفيس بوك. فالبعض يعتبر دخيلاً لا يفقه أدب الحوار أو الأخوة، والبعض يمزج الشخصي بالمهني، وهكذا يتم التعامل مع هؤلاء بصرامة وحزم حتى لا يتشوه أو يتأثر الجو العام ولا تقل نسبة الاحترام والإيجابية وهذا أمر مهم". (1)

وترى الباحثان أن: "فكرة الفيس بوك تتلخص في إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى وكذلك الأصدقاء الجدد، وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم، بالإضافة إلى الميزات الأخرى كتبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها، وبالاستطاعة القول أن الفيس بوك يقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لزواره، تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل: وهي خاصية يتيحها الفيس بوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء، كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفيس بوك أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته، ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها. وتثار كثيراً مسألة الأصدقاء الجديدين وكذلك السيئين، الذين يحتلون صفحة المستخدم وهي لا تستحق الإثارة، فبإمكان صاحب الصفحة أن يضيف من يريد ويحذف من لا يريد من القائمة، وبذلك لا تكون هناك أية مشكلة".

(يوضح الكاتبان: "Nicholas A. Christakis, & James H. Fowler" في كتابهما بعنوان التواصل "Connected" الكيفية التي تقوم بها وسائل الإعلام الاجتماعية في تغيير حياتنا، أو مصيرنا،

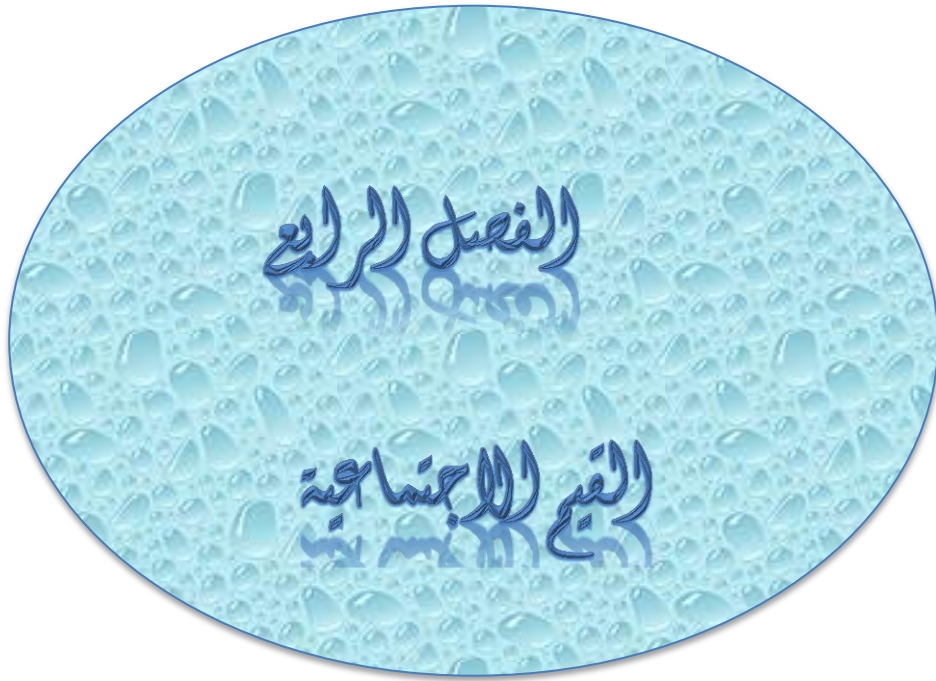
1 - مهذب نصر، "الفيس بوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيس بوك هل تعد إنتاج صورته أم تصنع أفقا مغايرا؟، موقع محيط شبكة الإعلام العربية، العدد 13446، الصفحة الرئيسية ثقافة، 3 / 11 / 2014 ، 17:02.

<http://www.alqabas.com.kw/Article.aspx?id=649044&date03112010>

في ضوء ما يكتبه أصدقاء، أصدقاء، أصدقاءك على الفيس بوك). (1) . ومن الخدمات التي يقدمها الفيس بوك هي إمكانية تكوين ألبومات صور خاصة بالمشارك وعائلته وأصدقائه، ويكون متاح للأصدقاء الآخرين الاطلاع عليها. ومن يرغب في التسلية فتوجد في شبكة الفيس بوك الآلاف من الألعاب المسلية، وبالإمكان اللعب فيها منفرداً أو ضمن مجاميع من الأصدقاء. ولم تغفل صفحة الفيس بوك قضايا الإعلانات، لأنها مهمة للكثير من الناس، فكيف إذا كانت تعرض بشكل شيق ومتطور، وهذا ما يتيح الفيس بوك لمستخدميه. وقدمت الفيس بوك دليلاً خاصاً بها، يتضمن الملايين من التطبيقات لأغراض كثيرة ومتنوعة. ويقدم الفيس بوك خدمات أخرى أيضاً وهي، إمكانية إضافة روابط مهمة للمستخدم مثل: مواقع الفيديو المفضلة، ومواقع مهنية وثقافية ربما تستهوي المستخدم وتسترعي انتباهه.

ويخلص الباحث إلى القول: إن خدمات الفيس بوك كثيرة جداً، ولا يمكن التوقف عندها جميعاً، ولكن يمكن في نهاية الحديث التوقف عند خدمة الملاحظات، فهي فكرة جديدة تفتقر إليها الكثير من المواقع، ويكاد ينفرد بها الفيس بوك، حيث تكون هذه الخاصية بمثابة مفكرة يسجل فيها صاحب الصفحة الشخصية أهم مواعيده وارتباطاته. والفيس بوك الذي كان يعني في بداية ظهوره (الدفتن الورقي)، أصبح اليوم من أضخم المؤسسات التجارية، وأكبر مواقع التواصل الاجتماعية، ولا يمكن في الوقت الحاضر الاستغناء عنه، خاصة وأنه أصبح سلاحاً فعالاً للتواصل والتجمع والتحريض، وبيت الأفكار الثورية، وفضح الأنظمة الدكتاتورية، ليس في العالم العربي فقط، وإنما في جميع أنحاء العالم، وأصبح الفيس بوك أحد ألد الأعداء وأهم المعالم التي يواجه إليها الحكام الطغاة حقدهم وغضبهم عن طريق حجبهم في بلدانهم، ومنعه من أداء دوره الكبير والتميز في فضح أنظمتهم المستبدة والفسادة.

1) Christakis, Nicholas .مرجع سبق ذكره



تمهيد:

لا يختلف الباحثون فيما بينهم على أن القيم شأنها شأن بقية الظواهر الاجتماعية الأخرى تتعرض للتغير، حيث أنها ظاهرة متطورة دائما متغيرة أبداً و حتى لو بقيت هذه بألفاظها فإن معانيها في ضوء الظروف الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية في المجتمع تتطور و تتغير نظرا إلى أن العالم يشهد تغيرات قيمية واسعة في شتى مجالات الحياة الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و الدينية و أن هذه التغيرات الواسعة النطاق يترتب عليها ما يسميه (كارسون) صراع القيم ، و ذلك بين معايير اجتماعية و أخلاقية و اقتصادية قديمة ، و بين تلك القيم المستحدثة نتيجة للتطورات الأخيرة خاصة التطورات التكنولوجية و العلمية في مجال الإعلام و الاتصال و ما يترتب عنها من تغير و صراع قيمي بين مختلف الحضارات و الثقافات المختلفة سواء داخل البلد أو بين مختلف بلدان العالم.

و قد تتخلى جماعة عن بعض القيم في المجتمع في حين أنها تحتفظ بغيرها من قيم مجتمعها و أحيانا تقاوم تغير بعض القيم رغم وطأة الظروف و قوة عوامل التغير التكنولوجي و هكذا فإن من القيم ما يعم انتشاره في المجتمع كله بغض النظر عن ريفه و حضره و طبقاته و فئاته المختلفة و فيها ما ينتشر بعض الفئات أو القطاعات الاجتماعية دون غيرها و منها ما يقاوم التغير رغم عوامل التطور الكبير التي يتعرض لها المجتمع و منها ما يسهل تغييره نسبيا إذا اقتضت ظروف الحياة لذلك يتوقف مدى التجانس في قيم مجتمع ما على التجانس في أحواله الاقتصادية و ظروفه المعيشية ،ومن هنا فبقدر وحدة القيم في المجتمع يكون تماسكه و بقدر التفاوت و التباين في القيم و تناقضها يكون تفكك المجتمع بالنسبة للمواقف الهامة في الحياة، و بقدر التفاوت و الاختلاف في ظروف الحياة و في مشكلاتها يكون الاختلاف كذلك في القيم.

المبحث الاول: مفهوم القيمة في علم الاجتماع

إن علماء الاجتماع يرون أن تحديد معنى القيمة يقوم على أساس وجود مقياس وإيضاحات في ضوء مصالح الشخص من جانب ، وفي ضوء ما يتجه له المجتمع من وسائل وإمكانات لتحقيق هذه المصالح من جانب آخر ، ففي القيم عملية انتقاء مشروط بالظروف المجتمعية المتاحة ، فالقيم كما يعرفها العديد من علماء الاجتماع مستوى أو معيار أو انتقاء من بين بدائل أو إمكانات اجتماعية متاحة أمام الشخص في الموقف الاجتماعي.

فالمستوى أو المعيار يعني وجود مقياس يقيس به الشخص ويضاهي من خلاله بين الأشياء من حيث فاعليتها ودورها في تحقيق مصالحه ، وهذا المقياس الذي يقيمه الشخص يرتبط بوعيه الاجتماعي وإدراكه للأمور ، وما تؤثر فيه من مؤثرات اجتماعية واقتصادية تحيط بالشخص أو بالطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها وبالمجتمع أو ما يعايشه من ظروف تاريخية واقتصادية واجتماعية¹ .

القيم في الدين:

تتفق الأديان جميعا على استنادها إلى موقف معين من القيم ولعلها هي نفسها موقف قيمي صريح لأن عقائدها لا تعني بتغيير الكون بقدر ما يجد الإنسان ما ينبغي أن يقوم به إزاء هذا الكون و يعد الدين قيمة من القيم شأنه شأن النفس أو المال أو العقل أو النسل و هو قيمة ضرورية للحياة الإنسانية ، و يتعامل مع القيم كقوة عليا مستمدة من الله و ليس عنصرا خاصا منفردا للقيمة بل هو يعمل كإطار لكل القيم فلأديان السماوية المنزلة إلى الإنسانية في إطار نظرية أو عقيدة التوحيد جاءت كلها لتؤكد حرية الإنسان و كرامته و عزته و قاست الظلم و العدوان و أعلنت حقوقه² .

أما بالنسبة للقيم في المنظور الإسلامي فهي مجموعة من المثل العليا و الغايات و المعتقدات و التشريعات و الرسائل و الضوابط و المعايير لسلوك الأفراد و الجماعات مصدر الله عز و جل و تتميز القيم في المنظور الإسلامي من حيث المصدر، فالقرآن الكريم و السنة النبوية هما مصدر القيم و الأخلاق في الإسلام ، و تحدد هذه القيم علاقة الإنسان و توجهه إجمالا و تفصيلا مع الله (الالتزام

¹ - زكريا عبد العزيز محمد ، التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين ، ط1 ، مركز الاسكندرية للكتاب " شركة الجلال للطباعة" ، 2002 ، ص29

² - محمد عبد البديع السيد ، أثر الفتوات على القيم الأسرية ، ط 1 ، العربي للنشر والتوزيع ، 2009 ، ص95 .

بمنهج الله) و مع نفسه ، و مع الآخرين من البشر ، و مع الكون و تتضمن هذه القيم غايات و وسائل و يؤكد الإسلام على أهمية الجانب القيمي و الأخلاقي في بناء الشخصية المسلمة بما منحها الله سبحانه و تعالى من إمكانيات و مقومات خلقية فالطبيعة الإنسانية تمتلك في ذاتها مقوما نحوها أخلاقي¹ .

المبحث الثاني: أبعاد القيم.

تبرر فوزيه دياب مشكلة تصنيف القيم قائلة : يقول سورلي Sorley من المستحيل أن تكون هناك قاعدة يمكن على أساسها تحديد كل أنواع القيم و لذا نجد كثير من أبحاث العلماء تتجنب كلية أية محاولة لتطبيق القيم أو تميز بعضها عن عض و قد أضافت فوزية دياب القيم على أساس أبعادها كالتالي:

(1 بعد المحتوى Dimension Of Content :

و تورد الكاتبة هنا تصنيف سبرنجر Springer باعتباره أحسن تصنيف ظهر للقيم من ناحية محتواها ، و قد تكلمن أنماط ستة من القيم هي:

- -القيم النظرية: و يقصد بها اهتمام الفرد و ميله إلى اكتشاف الحقيقة ، و هو في سبيل ذلك الهدف يتخذ اتجاهها معرفيا من العالم المحيط به فهو يوازن بين الأشياء على أساس ماهيتها.
- -القيم الاقتصادية: و يقصد بها اهتمام الفرد و ميله إلى ما هو نافع و هو في سبيل ذلك الهدف يتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة و زيادتها عن طريق الإنتاج و التسويق واستهلاك البضائع و استثمار الأموال.
- .القيم الجمالية: و يقصد بها اهتمام الفرد و ميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق وهو لذلك ينظر الى العالم المحيط به نظرة تقدير له من ناحية التكوين و التنسيق و التوافق الشكلي.

¹ - ماجد الزبيد ، الشباب والقيم في عالم متغير ، الإصدار الأول ، الطبعة العربية الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، 2006 ، ص 30.

➤ القيم الاجتماعية :

و يقصد بها اهتمام الفرد و ميله إلى غيره من الناس فهو يحبهم و يميل إلى مساعدتهم و يجد في ذلك إشباعا له و هو ينظر على أنهم غايات و ليسوا وسائل لغايات أخرى¹

"ولمن يتأمل واقع المجتمع الجزائري اليوم يلحظ بكل سهولة ، أن الجزائر انقسمت بالفعل إلى قسمين ، بشعبين مختلفين كل الاختلاف ، من جهة جزائر المتمسكين بالثقافة الغربية والمسيطرين على المناصب الحساسة في الدولة ، والمهمشين للبقية ، المتكبرين للغتهم وأصالتهم ، وديمقراطية بلا أساس ، وتعددية سياسية شكلية ، ولبرالية اقتصادية فوضوية ، أم الجزائر الثانية فهي الأصالة ، وهي الجزائر التي بشرت باسترجاعها جبهة التحرير الوطني ليلة أول نوفمبر 1954 ، وقد صيغ ذلك في عدد من الوثائق التاريخية²

حيث بعد الاستقلال الوطني ، وجدت الجزائر نفسها أمام وضع كارثي اجتماعي واقتصادي موروث عن الاستعمار الفرنسي ، وتمّ من طرف النخبة الحاكمة اعتماد مشاريع اجتماعية واقتصادية غريبة ، وسياسات غير مدروسة ، مع محاولة تطبيقها دون تمهيد ولا متابعة وبلا تفكير في كل جوانب المجتمع وكانت النتيجة فشلها لأنها استندت على أسس مبنية على قيم وثقافات اجتماعية لشعوب أخرى ، لها ماضيها وتاريخها وإسهاماتها وتقاليدها وبلورتها في مشاريع اجتماعية ، واقتصادية ، تصلح للتطبيق على مجتمعاتها ، لأنها نابعة من تاريخ شعوبها ومن قناعاتهم ، ولا تصلح لمجتمعنا لأنها وبكل بساطة غير نابعة من روافد ثقافته وقناعاته ، وقيمه الأصيلة ، وإذا ما تظاهر في أحيان عديدة بالعمل بها فإنما ذلك يتمّ بمجاراة ومسايرة سطحية تهدف الى قضاء مصلحة ظرفية ، دون اقتناع فعلي أو عن سذاجة عابرة سرعان ما يكتشف زيفها بمرور الزمن³ .

¹ - رشدي أحمد طعمية ، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية " مفهوم أساسية استخداماته " ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2004 ، ص 310 .

² - Djamel Guerid ، L' expection Algérienne · La modernisation à l'épreuve de la société ، édition ; Casbah ، Alger 2007 ، P 127

³ - Mohammed Harbi ، FLN mirage et réalité des origines à la prise du pouvoir ، NAQD . ENA. Alger , 1993, P327 .

➤ القيم السياسية :

و يقصد بها اهتمام الفرد و ميله للحصول على القوة ، فهو شخص يهدف إلى السيطرة والتحكم في الأشياء أو الأشخاص.

➤ القيم الدينية :

ويقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهري فهو يرغب في معرفة أصل الإنسان ومصيره و يرى أن هناك قوة تسيطر على العالم الذي يعيش فيه و هو يحاول أن يربط نفسه بهذه القوة بصورة ما.

(2) بعد المقصد Dimension of Content:

و تنقسم القيم من ناحية مقصدها إلى قسمين:

➤ القيم الو سائلية وهي تلك التي ينظر إليها الأفراد و الجماعات على أنها وسائل لغايات أبعد

➤ القيم الغائية أو النهائية و هي الأهداف و الفضائل التي تضعها الجماعات و الأفراد لنفسها و الواقع أن التمييز بين القيم الو سائلية و الغائية.

(3) بعد الشدة Dimension of Intensity:

تقدر شدة القيم بدرجة الإلزام التي تفرطها ، و بنوع الجزاء الذي تقرره و توقعه على من يخالفها و يمكن التمييز بين ثلاثة مستويات لشدة القيم و إلزامها.

➤ ما ينبغي أن يكون (أي القيم الملزمة أو الأمرة النهائية).

➤ ما يفضل أن يكون (أي القيم التفضيلية).

➤ ما يرجى أن يكون (أي القيم المثالية).

(4) بعد العمومية Dimension of generality:

و تنقسم القيم من حيث شيوعها و انتشارها إلى قسمين:

➤ القيم العامة : هي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله بغض النظر عن ريفه و حضره وطبقاته و فئاته المختلفة.

➤ القيم الخاصة : هي القيم المتعلقة بمواقف أو بمناسبات اجتماعية معينة أو بمناطق محددة

أو بطبقته وفئاته المختلفة.

(5) بعد الوضوح Dimension of explicitness:

تنقسم القيم من ناحية وضوحها إلى قسمين:

- قيم ظاهرة أو صريحة: وهي التي يصرح بها و يعبر عنها بالكلام.
- قيم ضمنية: وهي تلك القيم التي تستخلص و يستدل على وجودها من ملاحظة الاختيارات و الاتجاهات التي تتكرر في سلوك الأفراد بصفة منتظمة لا بصفة عشوائية فإذا لاحظنا في سلوك الشخص اتجاها معينا أو اختيارا معينا يتكرر بصفة منتظمة يمكننا أن نأخذ هذا الاتجاه أو هذا الاختيار دليلا على تمسك الشخص بقيم معينة .

(6) بعد الدوام Dimension of Permanency:

وتنقسم القيم من ناحية دوامها إلى قسمين :

- قيم عابرة: وهي القيم الوقتية العارضة القصيرة الدوام السريعة الزوال مثل القيم المرتبطة بالموضات و البدع و النزوات.
- قيم دائمة: وهي القيم التي تبقى زمنا طويلا مستقرة في نفوس الناس يتناولها جيل عن جيل كالقيم المرتبطة بالعرق والتقاليد¹.

المبحث الثالث: تصنيف القيم.

تعكس محاولات تصنيف القيم في تراث علم الاجتماع تيارات فكرية و نظرية متعددة بحيث أن كل دراسة تعتمد لنفسها التصنيف الذي يلائم طبيعتها و يتفق مع الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها في طريق دراسة القيم كما نجد أن موضوع تصنيف القيم في مجموعات وفقا لأبعادها على الرغم من صعوبة تصنيف القيم نذكر أهم المنظرين لهذه التصنيفات كما نذكر بعدها أهم التصنيفات في مجال القيم عامة.

¹ - رشدي أحمد طعمية ، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية ، مرجع سابق، ص، ص310 - 313.

(1) تصنيف ود روف:

كشفت عن القيم السائدة لدى الأفراد فوجد أنها تنقسم إلى عدة أقسام منها:

القيمة المتعلقة بالمركز الاجتماعي، القيمة المتعلقة بالأمن المادي والاجتماعي، القيمة المتعلقة بالمادة، القيمة المتعلقة بالحياة الأسرية، القيمة المتعلقة بالحياة السياسية، القيمة المتعلقة بالراحة القيمة المتعلقة بالناحية الدينية، القيمة المتعلقة بالخدمة الاجتماعية.

(2) تصنيف كلايد كلاهون:

يقوم تصنيفه على أساس أكثر من بعد مرتكزا على ما يلي:

على أساس عموميتها و من ثم ميز بين قيم عامة و قيم خاصة، على أساس شدتها أو إلزامها فميز بين القيم الإلزامية و القيم التفضيلية، بعد الوضوح إذ تميز بين قيم واضحة و قيم ضمنية، بعد الانتشار أو الاتساع و من ثم ميز بين قيم فردية و قيم جماعية بعد العمومية و ميز فيه بين قيم خاصة و قيم عامة، بعد المقصد و ميز فيه بين قيم وسيلية و قيم غائية.

(3) تصنيف نيكولاس ريشر:

قام ' ريشر ' بمحاولة لعرض مختلف أسس تصنيف في ضوء موضوعات القيم على النحو التالي¹:

التصنيف على أساس القيم، التصنيف في ضوء موضوعات القيم (قيم الأشياء، قيم سيئة، قيم فردية، قيم جماعية) (التصنيف على أساس الفائدة أو المنفعة) قيم اقتصادية، قيم سياسية، قيم جماعية، قيم فكرية، قيم عاطفية قيم مهنية، قيم دينية، قيم اجتماعية.

التصنيف على أساس العلاقة بين محتضني القيمة و بين الفائدة: يلاحظ أن الشخص يحتضن قيمة معينة لأنه يرى في وجودها فائدة ما بالنسبة له أو بالنسبة للآخرين، و يمكن في هذه الحالة تصنيف القيم على النحو التالي:

قيم ذوات توجيه شخص ذاتي مثل النجاح و الراحة، و قيم ذوات نحو الآخرين و منها قيم أسرية و قيم مهنية و قيم قومية، و قيم جمالية و قيم إنسانية عامة.

¹ - محمد عبد البديع السيد، أثر القنوتات على القيم الأسرية، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، 2009، ص، 98 - 99.

4) تصنيف رالف هويت:

ميز (رالف هويت) في تصنيفه بين مائة قيمة عامة و خمس و عشرين قيمة سياسية و قد اشتق محمد إبراهيم كاظم من قائمة هويت قائمة تتضمن عددا من مجموعات القيمة هي القيمة الأخلاقية و القيمة الاجتماعية و القيمة الذاتية والقيمة العلمية ، و القيمة المعرفية و قيم الأمن و الترويح

و هناك من صنفها حسب المحتوى فقد صنفها) سبرا نجر (Spranger) في كتابه أنماط الرجال إلى ستة أنواع : هي قيم نظرية (Theoretical values

و تعبر عن اهتمام الفرد الزائد و ميله لاكتشاف الحقائق والمعارف من أجل تحقيقها ، و قيم اقتصادية (Economical values) و تعبر عن الاهتمامات العملية ذات الفائدة و النفع و الثروة و العمل ، و قيم جمالية (Aesthetic values) و التي تعبر عن اهتمام الفرد و ميله إلى ما هو جميل من حيث الشكل و الانسجام ، و قيم سياسية Political values تهتم بالسلطة و القوة والسيطرة و العمل السياسي ، و قيم اجتماعية (Social values) و تعبر عن اهتمام الفرد بحب الناس و التضحية من أجلهم ، و قيم دينية (Religions values) و هي تعبر عن اهتمام الفرد بالمسائل الدينية و ميله إلى معرفة ما وراء الطبيعة¹.

وحاول روكاتش Rokeach تصنيف القيم حسب المعتقد من خلال مقصدها إلى:

القيم الوسيالية و التي ينظر إليها الأفراد و الجماعات على أنها وسائل لغايات أبعد ، كالقيم الأخلاقية والكفاءة و القيم الغائية و هي الأهداف التي تضعها الجماعات و الأفراد لأنفسها كالقيم الشخصية و الاجتماعية.

و هناك من يصنف القيم حسب شدتها و هي قيم إلزامية ، تكون ملزمة للجميع من الضروري تنفيذها بالقوة كالقيم الدينية ، و قيم مفضلة يشجع جميع أفرادها على التمسك بها، و لكنه لا يلزمهم بمراعاتها ، وقيم مثالية و هي التي يحس الفرد بصعوبة تحقيقها بصورة كاملة ، كالدعوة إلى مقابلة الإساءة بالإحسان.

¹ - ماجد الزبيد ، الشباب و القيم في عالم متغير ، مرجع سابق ، ص، ص 25-26.

و تصنف القيم حسب ديمومتها كالقيم العابرة التي تزول بسرعة مثل الموضات والبدع والنزوات و يقبل عليها المراهقون بالدرجة الأولى ويعتقد أنها ترتبط بالقيم المادية والقيم الدائمة التي تدوم زمنا طويلا ، و تمتد جذورها في أعماق التاريخ و يعتقد أنها ترتبط بالقيم الروحية.

و القيم أيضا تصنف حسب تاريخها و حسب وظائفها فحسب تاريخها تقسم إلى قيم تقليدية (أصيلة) وتتواجد لدى الشباب ذوي الشخصيات الموجهة نحو الآخرين و الشخصيات التقليدية ، و قيم منبثقة و عصرية و تتواجد لدى الشباب ذوي الشخصيات الموجهة في الذات و أما تصنيف القيم حسب وظائفها كالقيم الاقتصادية ، و السياسية و الدينية. . . الخ فهو بمعنى ربط كل قيمة بنظام اجتماعي معين كما فعل إميل دوركايم¹ .

المبحث الرابع: خصائص القيم

تميز القيم مجموعة من الخصائص عن باقي المفاهيم الأخرى كالاتجاه و السلوك و من بين أهم الخصائص التي تميزها ما يلي:

- ✓ تقيم القيم أنها نسبية ليست مطلقة فهي ثابتة نسبيا وتختلف من مجتمع لآخر تبعا لعوامل المكان والزمان والثقافة والجغرافيا والأيدولوجية.
- ✓ القيم إنسانية خاصة بالبشر دون غيرهم و هذا ما يميزها عن الحاجات التي تخص البشر وغيرهم.
- ✓ القيم معيارية فهي تعتبر بمثابة معيار ولإصدار الأحكام تقيس وتقيم وتفسر وتعلل من خلالها السلوك الإنساني.
- ✓ القيم متعلقة أي أنها مكتسبة من خلال البيئة و ليست وراثية بمعنى أنه يتم تعلمها و اكتسابها عن طريق مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة.
- ✓ -القيم تمتلك صفة الضدية فكل قيمة ضدها مما يجعل لها قطبا إيجابيا وقطبا سلبيا و القطب الإيجابي وحده الذي يشكل القيمة في حين يمثل القطب السالب ما يمكن أن نسميه (ضد القيمة أو عكس القيمة).
- ✓ -القيم ذاتية فوزن القيمة و أهميتها يختلف من فرد لآخر² .

¹ - ماجد الزيود ، مرجع سابق ، ص ، ص 25 - 26.

² - ماجد الزيود ، الشباب و القيم في العالم متغير ، مرجع سابق ، ص 24.

حيث أكتشف علماء الاجتماع أن كل ثقافة لها النسق من القيم المتميز يعبر عنه شعوريا أو سلوك لا شعوري ، و هذا يعني أن علماء الاجتماع لا يستغلون أنفسهم بقيم الفرد، بل ينظرون إلى القيم على أنها عناصر الثقافة و المعاني المشتركة للمجتمع.

إلى أن التقييمات توضع أساسا من جانب الجماعات الذي يحمل ثقافة معينة و قد أشار كارل مانهايم K. Mannheim و يذكر أنه كلما رجعنا بعمق إلى فترات تاريخية مضت تزداد ثقتنا في أن الحاصل الحقيقي للمعايير ليس الفرد و لكنه الجماعة ، فالتقييم كما يدعي (مانهايم) ليس فعلا سيكولوجيا منعزلا للفرد ، فإنه لا يمكننا عزل تجربة الفرد عن الخلفية الاجتماعية و التاريخية و التي تعتبر مصدرا أساسيا للفعل الاجتماعي ، و هكذا يمكن القول بأن القيم لها درجة من العمومية فالقيم لا يمكن أن تعبر عن تجربة مفردة أو موقف مفرد ، فالقيم دائما معاني عامة أو معايير أو تنسيقات مع بعض البناء الداخلي.

وخاصية أخرى للقيم هي أنها دائما موضوعات مرغوبة ، فالقيم ليست أشياء يرغبها الناس ولكنها ما يريده الناس ليشكلوا رغباتهم وأي هجوم على القيم يثير الغضب لدى من يتمكنون بها ، كما اكتشف علماء الاجتماع أيضا أنه ليست كل القيم ظاهرة أو واضحة و عمومية أو حتى شعورية.

كما أن القيم هي اجتماعية في أصلها لذا فهي تساعد على إعطاء توجيه و تنظيم للفعل و خاصية أخرى بالنسبة للقيم هو أنها لها درجات مختلفة من التأثير على الفعل ، و يرجع هذا إلى أن القيم ليست متساوية في الأهمية فهي تقع في ترتيبات هرمية¹ .

وتمثل القيم والمعايير كل المبادئ والأحكام والاختبارات التي اكتسبت معاني اجتماعية خاصة خلال التجربة الإنسانية ، والقيم في ضوء ذلك بمثابة الموجات التي تميز في ما هو مرغوب فيه وما هو مرفوض كما تتميز القيم بأنا نسبية ، كذلك تندرج القيم الاجتماعية في مجتمع معين وفقا لمدى سيطرتها على الأنساق الاجتماعية المختلفة ، ومعنى ذلك أننا نستطيع أن نميز في كل ثقافة بين قيم لها الغلبة والسيطرة، وقيم أخرى فرعية ليست لها هذه الخاصية ، وأهم ما يميز الأولى أنها واسعة الانتشار أي يتبناها معظم سكان المجتمع ولها أيضا تاريخ طويل وأنها استمرت عبر فترة طويلة من الزمن ، كما أن

¹ - محمد أحمد بيومي ، علم اجتماع القيم ، الطبعة الأولى ، دار المعرفة الجامعية، 2002 م، ص، 116- 119 .

كل من يحمل هذه القيمة يحظى بهيمنة ومكانة اجتماعية عالية ، وللقيم والمعايير وظائف هامة بالنسبة للثقافة إذ هي إحدى مقومات التكامل الثقافي¹ .

المبحث الخامس: أهمية القيم الاجتماعية

و تظهر أهمية القيم الاجتماعية في:

- 1 -تنظيم أفراد المجتمع من خلال تنسيق سلوكهم اليومي مقتضيات مصلحة المجتمع الذي يعيشون فيه.
- 2 - فضلا عن كونها تقوم بخدمة النظام الاجتماعي و استقرار في الحياة الاجتماعية ، و منع زلزله
- 3 - تكون القيم الاجتماعية مقبولة من قبل الأفراد لأنها مكتسبة من خلال الجماعة التي ينتمي إليها ويتفاعل معها فهي بمثابة أحد مفاصل الضبط الاجتماعي التي تحدد و تقيم سلوك الفرد.
- 4 - كما تقوم القيم بتوحيد سلوك الفرد في الجماعة و تعاقب الأفراد الذين يخالفونها أو يخرجون عن تعاليمها .
- 5 - تساعد القيم الأفراد في اختيار نموذج واحد من السلوك و أن قيما مختلفة تعود إلى سلوكيات متباينة بسبب القيم الاجتماعية السائدة داخل المجتمع.
- 6 - النظر إلى القيم كجزء من الهيكل (البناء الاجتماعي) فإن هذه النظرة تمثل متغيرا مستقلا لأنه بسبب سلوك معين .يؤدي إلى إحداث تغير في أجزاء أخرى من الهيكل أو البناء الاجتماعي² .

¹ - محمد السويدي ، مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته ، الطبعة الأولى ، دار التونسية للنشر ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، تونس ، 1991 ، ص، ص 71 - 72.

² - معن خليل عمر ، البناء الاجتماعي ، آفاقه و نظمه، الطبعة العربية الأولى دار الشرق للنشر و التوزيع عمان الأردن ، 1997م ، ص ص 119 . 121 .

المبحث السادس: وظائف القيم

وتتوفر القيم على عدة وظائف تقوم لأجلها و من بين أهم هذه الوظائف ما يلي:

- ✓ الوصول إلى التكامل أو التضامن في المجتمع من خلال نسق القيمة العامة التي تعطي شرعية لمصالح لأهداف الجمعية و تحدد المسؤولية.
 - ✓ تعمل على الحفاظ على هوية المجتمع و ثقافته ، و لكل تجمع هويته الثقافية المميزة التي تعمل القيم على الحفاظ عليها.
 - ✓ تساعد في حل الصراعات و اتخاذ القرارات ، ذلك أن القيم هي مجموعة من المبادئ التي يتعلمها الفرد لتساعده على الاختيار بين البدائل المختلفة ، وحل الصراعات و اتخاذ القرارات في المواقف التي تواجهه.
 - ✓ تعمل لمعيار توجيه القول و الفعل و السلوك الصادر في المواقف المختلفة.
 - ✓ للقيم دور كبير في بناء الشخصية الفردية.
 - ✓ تعمل على تنظيم المجتمع و ضبطه و استمراره و تحافظ على البناء الاجتماعي.
 - ✓ المحافظة على التكيف مع الأوضاع المستجدة للفرد¹. (1)
- كما أن للقيم وظائف أخرى من بينها:
- ✓ ربط أجزاء الثقافة ببعضها.
 - ✓ تزويد أعضاء المجتمع بهدف الحياة و معناها.
 - ✓ تحديد اختيارات الأفراد بين البدائل المختلفة
- ولقد فصل أبو العينين ووظائف القيم ضمن محورين هما:

¹ - ماجد الزيود ، الشباب و القيم في عالم متغير ، مرجع سابق ، ص ص 26 27 .

1- وظائف القيم على المستوى الفردي¹

- ✓ تهيئ للفرد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم ، فهي تلعب دورا هاما في تشكيل الشخصية الفردية و تحديد أهدافها في إطار معياري صحيح.
- ✓ تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه ليكون قادرا على التكيف و التوافق بصورة إيجابية.
- ✓ تعطي للفرد فرصته للتعبير عن نفسه و تأكيد ذاته.
- ✓ تحقق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين بها على مواجهة ضعف نفسه و التحديات التي تواجهه في حياته.
- ✓ تدفع الفرد لتحسين إدراكه و معتقداته لتتضح الرؤيا أمامه و بالتالي تساعده على فهم العالم من حوله و توسع إطاره المرجعي في فهم حياته و علاقاته.
- ✓ تعمل على إصلاح الفرد نفسيا و خلقيا و توجهه نحو الإحسان و الخير .
- ✓ تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله و وجدانه.

2 وظائف القيم على المستوى الاجتماعي:

- ✓ تحافظ على تماسك المجتمع ، فتحدد له أهداف حياته و مثله العليا و مبادئه الثابتة.
- ✓ تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الاختيارات الصحيحة و ذلك يسهل على الناس حياتهم و يحفظ للمجتمع استقراره و كيانه في إطار موحد² .
- ✓ تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها حتى تبدو متناسقة كما أنها تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساسا عقليا يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة.
- ✓ تقي المجتمع من الأناية المفرطة و النزاعات و الشهوات الطائشة فالقيم و المبادئ في أي جماعة هي الهدف الذي يسعى جميع أعضائها للوصول إليه .
- ✓ تزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع العالم و تحدد له أهداف و مبررات وجوده و بالتالي يسلك في ضوءها و تحدد للأفراد سلوكياتهم.

¹ - ماجد الزيود ، مرجع سابق .

² - معن خليل عمر ، مرجع سابق ، ص416 .

خلاصة:

لقد تطرّقنا في هذا الفصل إلى مفاهيم حول القيم من خلال مفهوم القيمة في علم الاجتماع ، ثم في الدين ، ثم تطرّقنا إلى خصائص القيم وأبعادها من حيث بعد المحتوى ، وما يحتويه من قيم نظرية ، قيم اقتصادية ، قيم جمالية ، قيم اجتماعية ، قيم سياسية ، قيم دينية ، ثم وضعنا بعد المقصد وما يحتويه من قيم ، وسائلية وقيم غائية ، أو نهائية ثم بُعد الشدة ، وما يحتويه من قيم مُلزمة وقيم تفضيلية ، ثم بُعد العمومية ، وما يحتويه من قيم عامّة ، وقيم خاصّة ، ثم بُعد الوُضوح ، وما يحتويه من قيم ظاهرة وقيم ضمنية ، ثم بعد الدوام ، وما يحتويه من قيم عابرة ، وقيم دائمة ، ثم حاولنا أن نتطرّق إلى تصنيف القيم.

ثمّ حاولنا أن نوضح أيضا أهمية القيم الاجتماعية ووظائفها على المستوى الفردي والمستوى الاجتماعي.



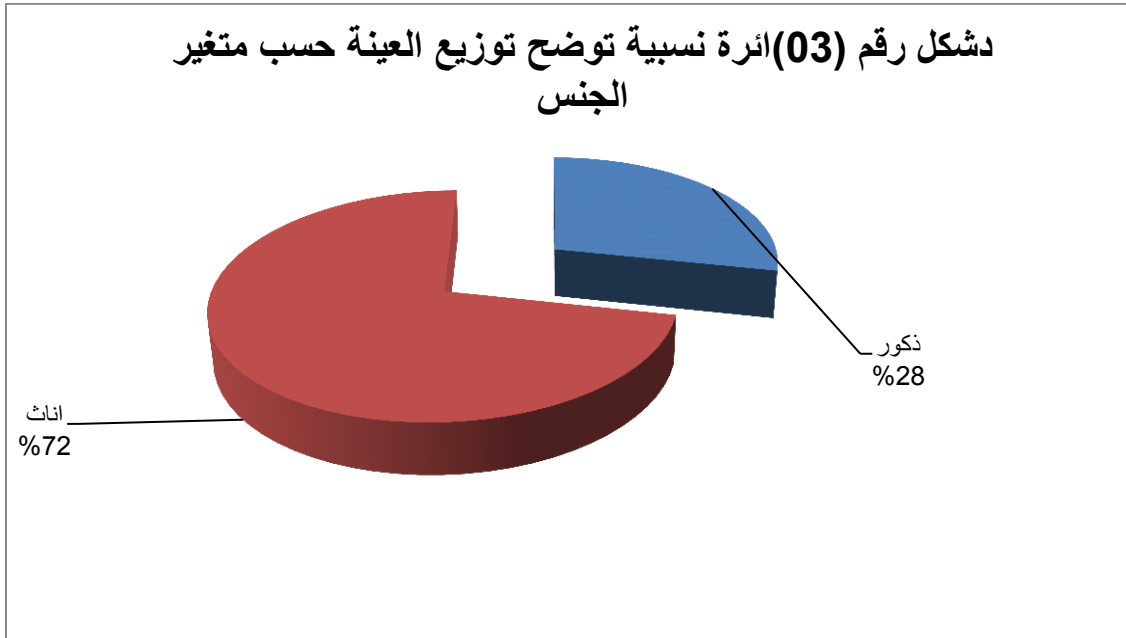
الفصل الثالث: التحليل الاحصائي ومناقشة النتائج.المبحث الاول: التحليل الاحصائي.خصائص عينة الدراسة.

تكونت عينة الدراسة من 85 طالبا وطالبة من اختصاص الاعلام والاتصال، تم اختيارهم بطريقة عشوائية حسب مقتضيات الدراسة.

1) توزيع اجابات افراد العينة تبعا لمتغير الجنس:

النسبة %	التكرار	الجنس
28,23%	24	ذكر
71,76%	61	انثى
100%	85	المجموع

جدول رقم (03) توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس.



يظهر الجدول (03) ان اعلى تكرار قد بلغ للإناث (61) وبنسبة مئوية (71,76%)، بينما بلغ تكرار الذكور (24) بنسبة مئوية (28,23%) وهذا يدل على الإقبال الواسع للإناث على التعليم العالي.

(2) توزيع افراد العينة حسب متغير السن:

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
السن	من 18 الى 25 سنة	63	74,11%
	من 26 الى 36 سنة	16	18,84%
	ما فوق 37 سنة	6	7,05%
المجموع الكلي		85	100%

الجدول رقم (04) توزيع افراد العينة حسب متغير السن (الفئة العمرية).

يظهر من خلال الجدول رقم(04) ان اعلى تكرار كان للفئة العمرية من 18 الى 25 حيث بلغ عددهم (63) طالب وطالبة بنسبة مئوية(74,11%) ثم جاءت الفئة من 26 الى 36 سنة في المرتبة الثانية بتكرار (16) وبنسبة مئوية (18,84%) ، وبلغ ادنى تكرار للفئة ما فوق 37سنة بنسبة مئوية (7,05%).

وهذا ينسجم مع توزيع الطلبة حسب المرحلة الدراسية فطلبة السنوات الاولى هم الاعلى ،والمعتاد في التعليم في الجزائر ان يلتحق الطلبة بالدراسة الجامعية بعد اجتيازهم شهادة التعليم الثانوي مباشرة اي بسن مبكر تكون بين 18 الى 25سنة و الفئة الادنى تكون لسنوات الاخرى.

(3) توزيع افراد العينة حسب المستوى الجامعي لطلبة الاعلام والاتصال:

المتغير	المستوى الجامعي	التكرار	النسبة المئوية
المرحلة الدراسية	ثانية جامعي	22	25,88%
	ثالثة جامعي	28	32,94%
	اولى ماستر	19	22,35%
	ثانية ماستر	16	18,82%
المجموع		85	100%

الجدول رقم(05) توزيع افراد العينة حسب متغير المرحلة الدراسية.

يوضّح الجدول رقم(05) توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي للطلبة الجامعيين ، حيث نلاحظ أنّ النسبة الأكثر تمثيلاً هي النسبة(32,94%) والتي هي بقيمة (28) من مجموع الباحثين بمستوى السنة الثالثة جامعي ، تليها النسبة(25,88%) والتي هي بقيمة (22) من مجموع الباحثين بمستوى الثانية جامعي ، وتليها النسبة(22,35%) والتي هي بقيمة (19) من مجموع الباحثين

بمستوى السنة اولى ماستر ، وبعدها تليها النسبة (18,82%) والتي هي بقيمة (14) من مجموع الباحثين بمستوى السنة الثانية ماستر .

المحور الاول : عادات وانماط استخدام الفيس بوك.

1. السؤال الاول : منذ متى وأنت تستخدم الفيسبوك؟

الجنس		ذكور		اناث	
		التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
اقل من سنة		4	%16,66	16	%26,22
من سنة الى 3 سنوات		4	%16,66	34	%55,7
اكثر من ثلاث سنوات		16	%66,66	11	%18,03
المجموع		24	%100	61	%100
كا ² المحسوبة		كا ² الجدولية		درجة الحرية	
19,37		7,11		02	
				مستوى الدلالة	
				0,01	

الجدول رقم(06) مدة استخدام الطلبة للفيسبوك.

يمثل الجدول اعلاه مدة استخدام العينة لموقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" وتبين نتائج الجدول أن أغلبية الذكور يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من ثلاثة سنوات بنسبة (66,66%) وبتكرار (16) ذكر يليها مدة استخدام الفيس بوك أقل من سنة ومن سنة الى ثلاثة سنوات بنسبة متساوية (16,66%) وبتكرار (04) ذكور . أما بالنسبة للإناث أكثر من نصفهن يستخدمن الفيس بوك من سنة الى ثلاثة سنوات بتكرار (34) وبنسبة مؤية (55,7%) ، تليها مدة استخدام أقل من سنة بتكرار (16) وبنسبة مؤية (26,22%) وأدنى نسبة لأكثر من ثلاثة سنوات بتكرار (11) ونسبة مؤية (18,03%) .

من خلال القراءة الاحصائية للجدول (06) يتضح لنا أن النسبة الأكثر تميلا لعينة الذكور تستخدم الفيس بوك منذ أكثر من ثلاثة سنوات وهذا راجع لإستخدام تقنية الانترنت متقدمة وهذا أيضا ما يعكس المستوى الجامعي للطلبة إذ أنها الفئة الأكثر تعلما ووعيا بالتكنولوجيا الحديثة خاصة وأنهم في اختصاص الاعلام والاتصال وتكنولوجيا الحديثة . حيث ان أغلبية الاناث بدأت استخدام الفيس بوك متأخرة أي من سنة الى ثلاثة سنوات وأقل من سنة ، ويمكن ارجاع تأخر العديد من الطلبة في دخول الفيس بوك الى الاستخدام المحدود له رغم انشائه في منذ 2004 ، والتحاق الاناث به لتتوسع خدماته ما جعل العديد من الشباب

يميلون اليه ، بالإضافة الى تناول وسائل الاعلام والفضائيات لقضايا طرحت في مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات الثلاث الأخيرة .

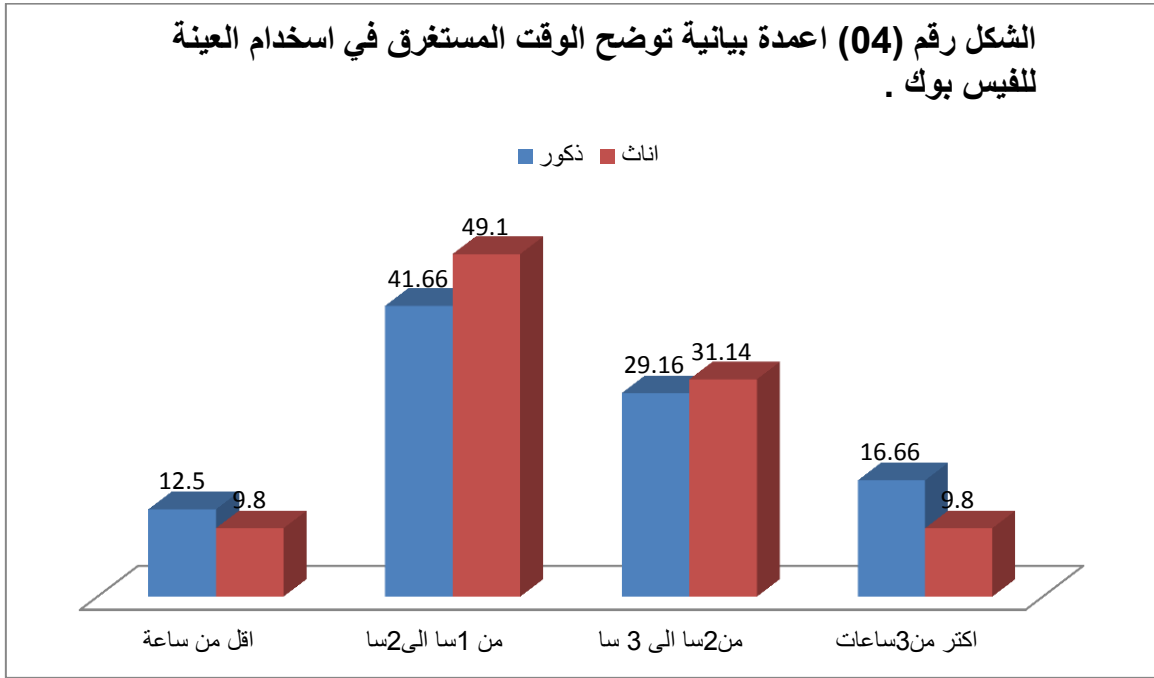
وتبين هذه النتائج أن الإناث أحدثت استخداما لموقع الفيس بوك من الذكور وهذا ما تأكده نتائج اختبار كا² حيث أن كا² المحسوبة قدرت ب(19,37) وهي أكبر من كا² الجدولية المقدر ب(7,11) عند درجة حرية (02) ومستوى الدلالة (0,01) وبالتالي هناك فروق ذات دلالة احصائية بين مدة استخدام الفيس بوك بالنسبة للذكور والاناث .

2. السؤال الثاني: كم ساعة تقضيها على الفيس بوك في اليوم؟

الجدول رقم (07) بوضح الوقت المستغرق للعينة في استخدام الفيس بوك بالنسبة لمتغير الجنس.

الجنس		الساعات	
ذكور	اناث	النسبة	التكرار
3	6	%12,5	6
10	30	%41,66	30
7	19	%29,16	19
4	6	%16,66	6
24	61	%100	61
كا ² المحسوبة		كا ² الجدولية	درجة الحرية
1,027		7,83	03
		مستوى الدلالة	0,79

الشكل رقم (04) اعمدة بيانية توضح الوقت المستغرق في استخدام العينة للفييس بوك .



يمثل الجدول رقم (07) الوقت المستغرق لمفردات العينة في استخدامها للفييس بوك حيث يبين الجدول أن أغلبية الذكور والاناث يقضون فترة زمنية متساوية من ساعة الى ساعتين بنسبة (41,66%) بتكرار (10) للذكور ، و بنسبة (49,1%) بتكرار (30) للاناث يليها الوقت المستغرق من ساعتين الى ثلاثة ساعات بنسبة (29,16%) والتي بقيمة (07) من الذكور ونسبة (31,14%) التي تمثل (19) مفردة من الاناث ، وأدنى قيمة تمثلت في الأقل من ساعة والأكثر من ثلاثة ساعات من مجموع

نلاحظ من خلال التحليل الاحصائي للجدول رقم (05) أن المدة الزمنية التي يستهلكها أفراد العينة في استخدامهم للفييس بوك يوميا متساوية وهي بقيمة (40) من مجموع العينة المتمثلة في (85) مفردة وهي الأكثر تمثيلا لهم ، اذ يستهلكون في استخدامهم مدة زمنية تقدر من ساعتين الى ثلاثة ساعات يوميا وهذا راجع الى أن الفييس بوك يمثل فضاء افتراضيا يعيشه المستخدمون له ، كما يعني هذه النسبة تعتبر مدمنة في استخدامها للفييس بوك وعدم قدرتها على الاستغناء عن هذا الموقع وتعتبر فئة مدمنة في استهلاكها لخدمات الانترنت كما أنها تصرف مصاريف كثيرة على هذه التقنية وهذا ما أثر على صحتهم وقدراتهم العقلية نضرا للتأثيرات الصحية الخطيرة على الأعين وتتضاعف عندما يطيل المستخدم العمل على الحاسوب ، أما النسبة التي تليها أقل من ساعة وهي الأقل تمثيلا وهذا راجع الى أن هذه النسبة من أراد العينة لا تملك الوقت الكافي للإبحار في الفييس بوك

وتشير نتائج كاي² أنه لا توجد فروق واضحة بين الذكور والاناث بالنسبة للوقت المستغرق لاستخدام الفييس بوك خلال اليوم ، حيث أن قيمة كاي² الجدولية (7,83) كانت أكبر من كاي² المحسوبة المقدر ب(1,027) عند درجة حرية (03) ومستوى دلالة (0,79) أكبر من (0,05) ، ما يدل على أن كلا الجنسين يقضون

فترة متساوية في استخدامهم لموقع فيس بوك ولا فرق بينهما في الفترة التي يقضونها في تصفحهم لموقع فيس بوك.

السن الساعات	من 18 إلى 25 سنة		من 26 إلى 36 سنة		أكثر من 37 سنة		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	4	%4,7	3	%3,5	2	%2,35	9	%10,5
من ساعة إلى ساعتين	31	%36,47	9	%10,5	0	%0	40	%47,05
من ساعتين إلى 3 ساعات	21	%24,7	5	%5,88	0	%0	26	%30,58
أكثر من 3 ساعات	7	%8,23	3	%3,5	0	%0	10	%11,76
المجموع	63	%74,11	20	%23,52	2	%2,35	85	%100
كا ² المحسوبة	كا ² الجدولية		درجة الحرية		مستوى الدلالة			
18,96	11,46		6		0,04			

الجدول رقم (08) بوضوح الوقت المستغرق للعينة في استخدام الفيس بوك بالنسبة لمتغير السن.

يتبين من الجدول رقم (08) أن أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم بين (18 _ 25) سنة أكثر استخداماً للفيس بوك وأكثر ادماناً وتعلقاً به مقارنة للفئات العمرية الأخرى ، كونهم في مرحلة من العمر أكثر نشاطاً وحب الاستطلاع والتواصل مع الغير ، بحيث يفوق عددهم أكثر من 50% من المبحوثين ، وهذا ما يظهره اختبار كا² بأن هناك فروق واضحة بين مدة استخدام الفيس بوك ومتغير السن ، فكانت كا² الجدولية (11,46) أقل من كا² المحسوبة (18,96) عند درجة حرية (06) ومستوى دلالة (0,04) الذي يثبت وجود فروق بين هذه المتغيرات .

3. السؤال الثالث : متى تفضل ان تتصفح الفيس بوك؟

الجنس الفترة	ذكور		إناث	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
من 06:00 الى 12:00 صباحا	2	8.33%	3	4.31%
من 12:00 الى 18:00 مساء	4	16.66%	10	16.39%
من 18:00 الى 00:00 مساء	17	70.83%	46	75.40%
من 00:00 الى 06:00 صباحا	1	0.41%	2	3.27%
المجموع	24	100%	61	100%
كا ² المحسوبة	كا ² الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة	
0,42	7,83	03	0,93	

الجدول رقم(09) يوضح اوقات استخدام الفيس بوك بالنسبة لمتغير الجنس.

يبين لنا الجدول رقم (09) أن أغلبية أفراد العينة من اكور واناث يفضلون تصفح الفيس بوك في الفترة المسائية من 18:00 الى غاية 00:00 مساء والك بنسبة (70.83%) بتكرار (17) للذكور ونسبة (75.40%) بتكرار (46) للإناث ، وتليها الفترة من 12:00 الى 18:00 مساء بنسبة (16.66%) بتكرار (4) ذكور ونسبة (16.39%) بتكرار (10) إناث ، حيث أدنى نسبة كانت في الفترة من 06:00 صباحا الى 12:00 زوالا وكذا الفترة من 00:00 الى 06:00 صباحا بنسبة متدنية جدا .

وهذه النتائج تفسر بأن هذه الفترة من الوقت يتفرغ فيها الطلبة ويتسنى لهم الابحار عبر امواج الانترنت خاصا للتفاعل الاجتماعي بين الجماعات حيث يبدو هذا الترتيب منطقيا لأن الفترة المسائية والفترة الليلية هي وقت فراغ أغلبية الطلبة ، وهذا ما يميز الانترنت فهي تسمح باختيار الوقت المناسب لاستخدامها عكس بقية وسائل الاعلام الأخرى .

وما نستنتجه من هذه الملاحظات أنه ليس هناك فروق كبيرة في تحديد الوقت المفضل لاستخدام الفيس بوك بين الذكور والإناث وإجماعهم على التفرغ في الفترتين المسائية والليلية وهذا ما أثبتته اختبار كا² حيث كانت القيم الجدولية للاختبار تقدر ب(7,83) والتي كانت أكبر من كا² المحسوبة بقيمة (0,42) عند درجة حرية (3) عند نسبة دلالة (0,93) وعليه نتوصل من خلال هذه النتائج أن أفراد العينة تفضل الفترة المسائية للإبحار في فضاء الفيس بوك.

4. السؤال الرابع: كم حسابا لديك؟

الجنس		ذكور		اناث	
عدد الحسابات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	النسبة
حساب واحد	13	54,1%	49	80,32%	
حسابين	9	37,5%	10	16,39%	
اكثر حدها	2	8,33%	2	3,2%	
المجموع	24	100%	61	100%	
كا ² المحسوبة	كا ² الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة		
5,98	7,11	02	0,05		

الجدول رقم (10) يبين عدد حسابات الفيس بوك لعينة الدراسة.

يبين لنا الجدول رقم (10) أن المبحوثين من الإناث يملكون حساب واحد وذلك بتكرار (49) مفردة والتي تمثل (80.32%) وتعتبر الأغلبية الساحقة ، في حين نجد أن (54.1%) من الذكور من يملكون حساب واحد بتكرار (13) مفردة ، تليها تفوق الذكور الذين يملكون حسابين عن الاناث بنسبة (37.5%) والتي تمثل (09) من الذكور في حين تمثل نسبة الإناث (16.39%) بتكرار (10) إناث ، وأدنى نسبة قدرت بـ(8.33%) الممثلة لـ(02) من الذكور ولا تتعدى (3.2%) من الإناث والتي كانت بنفس التكرار (02) .

وتشير النتائج السابقة الى أن اهتمام الكثير من الناس غدا مرتكزا على الفيس بوك ، بحيث أصبح نقطة جذب للكثير من الناس على اختلافهم ، فأشار موقع احصائي أن للفيس بوك 67 مليون شخص على الأقل بحسابات وهمية تلك الإحصاءات مؤثرة جدا لكنها لا تمثل بدقة قاعدة المستخدمين للفيس بوك ، أي أنها ممكن أن تكون بأسماء مستعارة أو تمثل حسابات لشركات أو لحيوانات أليفة .

وتفسيرا لتعدد حسابات المشتركين في الفيس بوك يقال أنه من 0,4% الى 1,2% من الحسابات تكون غير مرغوب فيها لأنه تم أنشائها لانتهاك شروط خدمات الفيس بوك .

على سبيل المثال يستخدم إرسال البريد المزعج أو أنواع أخرى من الروابط أو المحتويات الخبيثة ، وهذا يشير الى أن ما بين 5,5% و 11,2% من جميع الحسابات للفيس بوك إما مكررة أو ضارة أو وهمية¹.

¹ - <https://nakedsecurity.sophos.com/ar/2014/02/10/facebook-at-least-67-million-accounts-are-fake>

ويشير عدد من عينة الدراسة الى أن سبب تعدد الحسابات يعود الى أن أول حقيقي (العائلة ، الدراسة) والثاني مستعار (علاقات خارج العائلة) حيث أثبت ذلك من خلال اختبار كا² حيث كانت القيمة الجدولية لها (7,11) أكبر من القيمة المحسوبة (5,98) بدرجة حرية (2) هي دالة عند (0,05).

5. السؤال الخامس: من يرافقك اثناء استخدامك للفييس بوك؟

اناث		ذكور		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
91,8%	56	83,33%	20	بمفردك
6,55%	4	8,33%	2	مع احد افراد العائلة
0,16%	1	8,33%	2	مع اصدقائك
0%	0	0%	0	اشخاص اخرين
100%	61	100%	24	المجموع
كا ² المحسوبة				
مستوى الدلالة		درجة الحرية		كا ² الجدولية
0,069		2		7,11
				5,35

الجدول رقم (11) يوضح طبيعة استخدام المبحوثين للفييس بوك.

يبدو من خلال الجدول رقم (11) أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفيس لوحدهم وذلك بنسبة (91.8%) من الإناث الممثلة لـ(56) تكرر وبنسبة متقاربة للذكور المتمثلة في (83.33%) الممثلة لـ(20) تكرر ، تليها نسبة ضعيفة تقدر بـ(8.33%) بالنسبة للذكور لكل من استخدام الفيس بوك مع أحد أفراد العائلة ومع الأصدقاء والتي كانت بتكرار متساوي أيضا (2) مقدرتين لكل منهما ، في حين كان استخدام الإناث للفيس بوك مع أحد أفراد العائلة بنسبة (6.55%) والتي تمثل (04) مفردات وأدنى قيمة كانت لاستخدام الفيس بوك مع الأصدقاء والتي تمثل (0.16%) فقط .

ويتضح ذلك من خلال كا² الجدولية (7,11) الأكبر من المحسوبة (5,35) بنسبة دلالة (0,06) عند درجة حرية (2) ، ويمكن تفسير ذلك إلى طبيعة الاستخدام الفردي لجهاز الكمبيوتر حيث يتطلب مستخدما واحدا ، صف إلى ذلك انتشار استخدام الكمبيوتر المحمول .

6. السؤال السادس: ماهي الخدمات التي تفضلها في موقع فيس بوك؟

الخدمات المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
نشر الأفكار	73	26,25%
مشاركة الروابط	25	8,99%
التطبيقات	11	3,95%
مشاركة الصور	25	8,99%
الالعاب	24	8.63%
التعليقات	45	16,18%
مشاركة الفيديوهات	17	6,11%
الدرشة	58	20,86%
المجموع	278	100%
كا ² المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة
940,86	7	0,001

الجدول رقم (12) يوضح الخدمات التي يفضلها الطلبة في موقع الفيس بوك.

يوضح لنا الجدول رقم (12) أن أفضل خدمة يفضلها أفراد العينة في نشر الأفكار بنسبة (26.25%) ، تليها خدمة الدردشة التي فضلها (58) طالبا بنسبة (20.86%) ، أما في المرتبة الثالثة فيفضل المبحوثين التعليقات المتمثلة بنسبة (16.18%) ، تليها مشاركة كلا من الروابط والصور بنسبة متساوية قدرت بـ(8.99%) ، ثم الألعاب بنسبة (8.63%) ، وتأتي مشاركة الفيديوهات بنسبة (6.11%) ، وكانت آخر التفضيلات لمشاركة التطبيقات ولا تتعدى (3.95%) ما يقابلها (11) مبحوثا فقط .

يمكن تفسير تفضيل المبحوثين لخدمة نشر الأفكار والتعبير عن توجهاتهم بمختلف المجالات كون العينة من الطلبة الجامعين كما أنهم يمتازون بنشاط ذهني وفكري عالي فيجدون الفيس بوك متنفسا ومساحة نشر الأفكار في مختلف الصفحات والمجموعات التي ينتمون إليها ، فمن هنا نجد أن الفروق واضحة جدا بين مفردات العينة حيث كا² الجدولية (940,86) بدرجة حرية (7) وبنسبة دلالة قوية عند (0,001) .

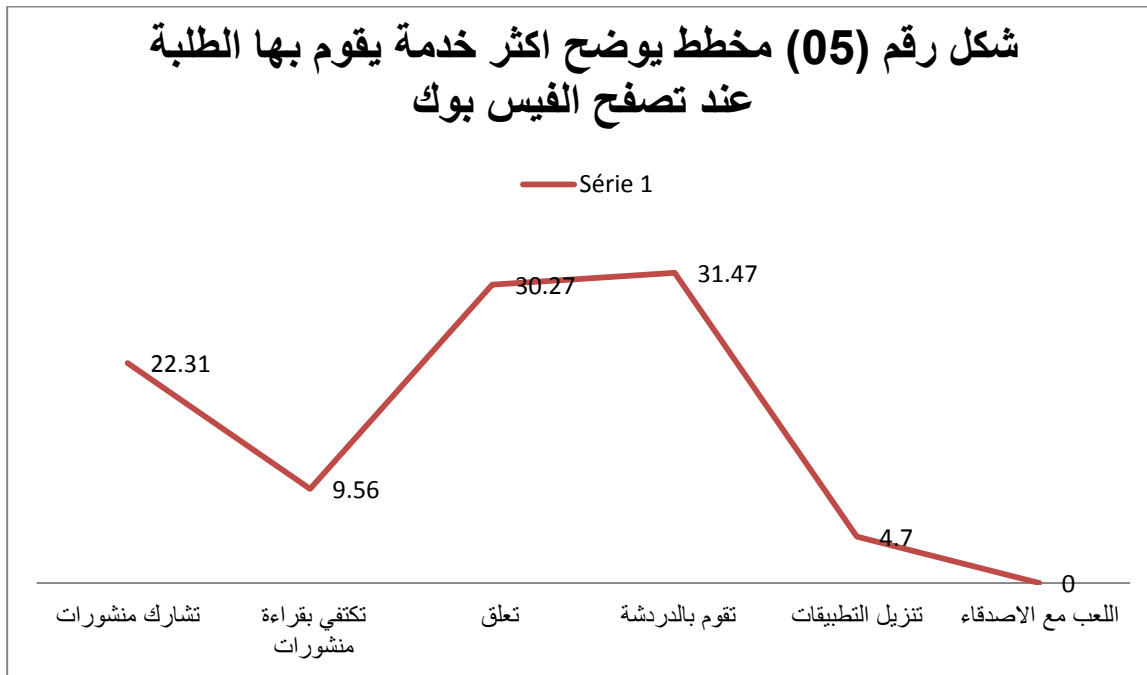
7. السؤال السابع: ما الذي تقوم به عند تصفحك للفيس بوك؟

النسبة	التكرار	
%	56	تشارك منشورات على حائطك
%9,56	24	تكتفي بقراءة منشورات الاصدقاء
%30,27	76	تعلق على منشورات الاصدقاء
%31,47	79	تقوم بالردشة مع الاصدقاء
%4,7	12	تنزيل التطبيقات
%1.59	4	اللعب مع الاصدقاء
%100	251	المجموع

مستوى الدلالة	درجة الحرية	كا ² الجدولية	كا ² المحسوبة
0,01	5	1,14	128,81

الجدول رقم (13) يمثل اكثر خدمة يقوم بها الطلبة لدى تصفحهم للفيس بوك.

شكل رقم (05) مخطط يوضح اكثر خدمة يقوم بها الطلبة عند تصفح الفيس بوك



الجدول أعلاه يبين لنا الخدمة الأكثر استخداماً من طرف المبحوثين وقت تصفحهم للفيس بوك وكانت إجابة أغلبهم منصبة عن الدردشة بنسبة (31.47%) وبنسبة متقاربة جداً كان أفراد العينة يقومون بالتعليق على منشورات الأصدقاء بنسبة (30.27%) ، يليهم (56) مبحوث يضعون مشاركات للمنشورات على حائطهم ، ويكتفي (24) مبحوث بقراءة منشورات الأصدقاء ممثلين نسبة (9.56%) ، في حين

يكتفي (4.7%) بتنزيل التطبيقات ، وكانت أدنى قيمة لـ(4) مفردات تقوم باللعب مع الأصدقاء والتي تمثل (1.59%) .

تعتبر هذه النتائج المتوصل لها أن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام الفيس بوك في الدردشة والتعليق على المنشورات بالمقابل يبتعد المبحوثين عن اللعب مع الاصدقاء وتنزيل التطبيقات المختلفة بالموقع ، وباعتبار أن الفيس بوك يمتاز بالتفاعلية جعل العديد من مستخدميه يفضلون الخدمات التفاعلية أكثر من غيرها من خلال تبادل الحوارات والنقاشات مع الاصدقاء من خلال الدردشة وكتابة التعليقات ومناقشتها والرد عليها .

وعليه ومن خلال الاختبار كا² المحسوبة (128،81) الأكبر من الجدولية بقيمة (1،14) عند درجة حرية (5) بنسبة دلالة على وجود فروق بين المتغيرات عند (0,01)

8. السؤال الثامن: كم صديق لديك على الفيس بوك؟

اناث		ذكور		اقل من 100
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%50,81	31	%16,66	4	من 100 الى 300
%27,86	17	%12,5	3	اكثر من 300
%21,31	13	%70,83	17	المجموع
%100	61	%100	24	
كا ² المحسوبة				
مستوى الدلالة		كا ² الجدولية		درجة الحرية
0,01		7,11		2

الجدول رقم(14) يبين عدد اصدقاء الطلبة على الفيس بوك.

تبين لنا نتائج الجدول أعلاه أن أغلبية الذكور لديهم أكثر من (300) صديق بنسبة (70.83%) وهي تمثل الأغلبية الساحقة ، ثم تليها (16.66%) من المبحوثين يملكون أقل من (100) صديق ، وكانت أدنى قيمة لمن لديهم من (100) إلى (300) صديق بنسبة (12.5%) ، على عكس الإناث فأغليبتهم يملكن أقل من (100) صديق بنسبة (50.81%) ، في حين كانت نسبة (27.86%) لديهم من (100) إلى (300) صديق ، وكانت أدنى قيمة بنسبة (12.31%) لأكثر من (300) صديق .

من أبرز تطبيقات الفيس بوك هي طلبات الصداقة والموافقة على إضافة الأشخاص والتي تعد أهم من أهم الخدمات التي يقدمها هذا الموقع ، فتسمح للمستخدم لفض طلبات الصداقة الموافقة عليها وهذا ما يبرر عدد كبير من الأصدقاء في حسابات الفيس بوك لسعي الطلبة على التعرف بعدد أكبر من الأشخاص ، وحسب إجابات المبحوثين كانت أكبر قيمة لأحد الذكور هي (1200 صديق) ويستعمل الفيس بوك منذ أكثر من ثلاثة سنوات وأقل عدد كان لخمسة أصدقاء لعينة من الإناث الحديثة في استخدام موقع الفيس بوك.

ويتميز موقع فيس بوك بالتفاعلية ويزداد حجم التفاعل في المجتمعات الافتراضية كل ما زاد عدد الأصدقاء وهذا ما يظهره كل من الجدولين (12) و (13) الخاص بالسؤالين السادس والسابع حول أكثر الخدمات والتطبيقات المفضلة وهي الدردشة والتعليق على منشورات الأصدقاء ، وهذا ما يتناسب مع نتائج الجدول أعلاه ما ينتج عنه تعدد وتنوع الأصدقاء واختلاف أرائهم واتجاهاتهم.

توضح هذه النتائج أن الذكور أكثر تفاعلا مع الفيس بوك من الإناث لأن أصدقاء الذكور أكثر من أصدقاء الإناث وهذا ما يبين تفاعل الذكور وميلهم الى خلق تواصل اجتماعي كبير مقارنة مع الإناث ما يدل على وجود فروق بين الذكور والإناث وهو ما يؤكد اختبار كا² الذي يبين أن هناك فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث ، حيث بلغت قيمة كا² الجدولية (7،11) وهي أقل من كا² المحسوبة (18،57) عند مستوى دلالة (0.01) ودرجة حرية (2).

السؤال التاسع: على اي اساس تختار اصدقاءك؟

النسبة المئوية	التكرار	
31,44	50	المستوى المعرفي والثقافي
40,25	64	علاقة القرابة و الصداقة
20,75	33	الاهتمام المشترك
7,54	12	لا يوجد معيار
100	159	المجموع

الجدول رقم(15) معيار اختيار المبحوثين لأصدقائهم على الفيس بوك.

يبين لنا نتائج الجدول(15) ، أن 64 مبحوثا يختارون أصدقاءهم بناء ا على علاقة القرابة والصداقة بنسبة (40,25%) في حين يختار 50 مبحوثا أصدقاءهم حسب المستوى المعرفي والثقافي بنسبة (31,44%) وتليه نسبة (20,75%) يختارون اصدقائهم بمعيار الاهتمام المشترك وهو ما تمثله إجابات

33 فر دا من أفراد العينة ، في حين يقيم 12مبحثا علاقات صداقة مع أشخاص بطريقة عشوائية ودون أي معيار وذلك بنسبة (7,54%) .

وتبين لنا هذه النتائج أن نسبة لا بأس بها من المبحوثين يستخدمون الفيس بوك للتواصل مع أصدقائهم وأقاربهم في حين يسعى البعض للتعلم ورفع المستوى الثقافي وهذا ما يحيلنا على الاتجاهين اللذين تطرقنا لهما في الفصول النظرية والمتعلقة بأثر الفيس بوك ، فهل التواصل مع الأصدقاء والأقارب يجعله يحافظ على القيم التي تجمعهم أو يؤثر سلبا عليها بسبب غياب الاتصال المواجهي؟ هذا ما سنسعى للإجابة عليه من خلال اختبار كا².

المجموع	اناث								ذكور					
	اكثر من 37		من 26الى 36		من 18الى 25		اكثر من 37		من 26الى 36		من 18الى 25			
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
31,44	50	0	0	43,1	22	20,8	10	40	02	32,2	10	25	6	المستوى المعرفي والثقافي
40,25	64	0	0	39,2	20	37,5	18	40	02	48,3	15	37,5	09	علاقة القرابة و الصداقة
20,75	33	0	0	13,7	07	22,9	11	20	01	16,1	05	37,5	09	الاهتمام المشترك
7,54	12	0	0	3,9	02	18,7	09	00	00	3,2	01	00	00	لا يوجد معيار
100	159	0	0	100	51	100	48	100	05	100	31	100	24	المجموع
														كا ² المحسوبة
														كا ² الجدولية
														درجة الحرية
														مستوى الدلالة
														37,95
														4,42
														3
														0,001

الجدول رقم(16) معيار اختيار المبحوثين لأصدقائهم على الفيس بوك حسب متغيري السن والجنس.

من خلال الجدول يتضح لنا أن أفراد العينة الأكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي في استخدامهم للفيس بوك من حيث اختيارهم لأصدقائهم ، بحيث نلاحظ أنهم يكون اختيارهم بدقة وبهدف الاستفادة منهم وهذا ما أثبتته النسبة العالية لكلا الجنسين في اختيارهم أصدقائهم حسب المستوى المعرفي والثقافي ، يليها نسبة الاختيار وفقا للاهتمامات المشتركة في المرتبة الثانية لكلا الجنسين ، وهذا ما تثبته كا² المحسوبة (37,95) الأكبر من الجدولية المقدره ب(4,42) عند درجة حرية (3) بمستوى دلالة قوي

(0,01) أي أنه هناك فروق ذات دلالة احصائية واضحة جدا بين متغير السن ومعايير اختيار الصديق على الفيس بوك ، الذي يحدد طبيعة استخدامنا له .

السؤال العاشر: هل انت عضو في مجموعات معينة؟

النسبة	التكرار	
4.39%	8	سياسية
28,88%	52	اجتماعية
14,44%	26	ترفيهية
26,11%	47	ثقافية
26,66%	48	اعلامية
100%	180	المجموع

جدول رقم (17) يبين نوعية المجموعات التي يشارك فيها افراد العينة.

أكدت لنا نتائج الاستمارة أن أغلبية أفراد العينة أعضاء في مجموعات على "الفيسبوك"، ويوضح لنا نتائج الجدول ان أغلب المبحوثين مشاركون في مجموعات اجتماعية بنسبة (39.57%) أي ما يقابله 129 مبحوثاً، تليها المجموعات الترفيهية بنسبة (28,88%) ، ثم بنسب متقاربة المجموعات الاعلامية (26,66%) ، و الثقافية (26,11%) ، فيما يشارك 26 مبحوثاً بنسبة (14,44%) في مجموعات ترفيهية، وتأتي المجموعات ،السياسية في آخر الاختيارات بنسبة 4.39%.

تشير نتائج الجدول اعلاه أن أغلب أفراد العينة يشاركون في مجموعات اجتماعية كونها تعمل على نشر أفكارهم وتبادل المعلومات والتعاملات الاجتماعية ، حيث أن هذه المجموعات تعمل على تحقيق اشباع لحاجات ورغبات المستخدمين ، وهذا ما يحدد طبيعة المجموعات التي يختارونها سواءا كانت ترفيهية أو ثقافية أو غيرها.. ، وهذا الانتماء للمجموعات من شأنه أن يساعد في توسيع شبكة التعاملات الافتراضية وكسب ثقافات جديدة .

المجموع		اناث				ذكور								
		من 18 الى		من 26 الى		من 37 الى		من 26 الى 36		من 18 الى				
		37		36		25		37		25		25		
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
4.39	8	0	0	10,8	05	0	00	50	2	5,8	01	2,27	01	سياسية
28,5	52	0	0	19,5	09	39,4	28	25	1	23,5	04	22,7	10	اجتماعية
14,2	26	0	0	8,7	4	11,2	08	00	0	17,6	03	25	11	ترفيهية
25,8	47	0	0	26,8	12	22,5	16	25	1	29,4	05	29,5	13	ثقافية
26,3	48	0	0	34,7	16	26,7	19	00	0	23,5	04	20,4	09	اعلامية
100	182	0	0	100	46	100	71	100	04	100	17	100	44	المجموع
مستوى الدلالة		درجة الحرية				كا ² المحسوبة								
0,001		4				40,6								

الجدول رقم (18) يبين نوعية المجموعات التي يشارك فيها افراد العينة حسب متغيري الجنس والسنة.

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين الذكور ذو الفئة العمرية من 18 سنة الى 25 سنة مشاركون في المجموعات الثقافية و الترفيهية بنسب اعلى من المجموعات الاخرى ، حيث نلاحظ بان نفس الفئة العمرية من الاناث تنصب اهتماماتها نحو المجموعات الاجتماعية بنسبة (39,4%) أي ما يقابل (28) مفردة ، تليها المجموعات الاعلامية بنسبة (26,7%).

اما بالنسبة لأفراد العينة ذوي الفئة العمرية من 26 الى 36 يبين لنا الجدول ان ذكور هذه الفئة تهتم وتشارك في المجموعات الثقافية اكثر من غيرها بنسبة (29,4%) ، اما اناث هذه الفئة تولي اهتماماتها للمجموعات الاعلامية بنسبة تفوق (34%) ، اما نصف افراد العينة ما فوق 37 سنة تهتم بالمجموعات السياسية ، لما تحمله من وعي سياسي بحزركم العمر.

نتائج الجدول تبين لنا أن أغلبية المبحوثين على اختلاف الفئات العمرية يميلون إلى المجموعات الاجتماعية و الثقافية الاعلامية بحكم ان عينة الدراسة ضمن تخصص الاعلام والاتصال .

نلاحظ عزوف أغلبية أفراد العينة عن المشاركة في المجموعات السياسية ميل أغلبية مستخدمي "الفيسبوك" من أفراد العينة إلى الاشتراك في المجموعات الثقافية والمجموعات الترفيهية وهذا ما تتطابق فيه النتائج مع نتائج الباحثة مريم نريمان نومار، وقد يكون الهدف من ذلك رفع المستوى الثقافي وكذا

محاولة الاندماج في أمور مسلية يمكن للجماعات الافتراضية أن تتيحها للهروب من مشاكل الواقع و الترفيه .

والمعروف ان موقع " الفايسبوك " يُتيح لمستخدميه اختيار أصدقائهم بدقة وكذا اختيار الصفحات و المجموعات التي يمكنها أن تحقق لهم الإشباعات التي يسعون لتحقيقها من خلال استخدامهم للموقع.

وبالاعتماد على اختبار كا² تبين لنا أن هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين مشاركات الذكور والإناث في. وذلك عند مستوى دلالة (0.01) ودرجة حرية (4).

المحور الثاني: القيم الشخصية لدى الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم(19) يبين اجابات المبحوثين ومدى ارتباطهم بالقيم.

رقم العبارة	نعم		احيانا		لا		المجموع
	ت	%	ت	%	ت	%	
1ع	84	98.82	01	1.17	00	0	85
2ع	06	7.05	22	25.88	57	67.05	85
3ع	62	72.94	19	22.35	04	4.70	85
4ع	57	67.05	25	29.41	03	3.52	85
5ع	15	17.64	33	38.82	37	43.52	85
6ع	09	10.58	21	24.70	55	64.70	85
7ع	56	65.88	26	30.58	03	3.52	85
8ع	82	96.47	01	1.17	02	2.35	85
9ع	56	65.88	26	30.58	03	3.52	85
10ع	58	68.23	25	29.41	02	2.35	85
11ع	59	69.41	14	16.47	12	14.11	85
12ع	55	64.70	23	27.05	07	8.23	85
13ع	60	70.58	24	28.23	01	1.17	85
14ع	45	52.94	34	40	06	7.05	85
15ع	27	31.76	22	25.88	36	42.35	85
16ع	49	57.64	21	24.70	15	17.64	85
17ع	40	47.05	32	37.64	13	15.29	85
18ع	16	18.82	56	65.88	13	15.29	85
19ع	36	42.35	17	20	30	35.29	85

85	14.11	12	31.76	27	54.11	46	20ع
85	9.41	08	31.76	27	58.82	50	21ع
85	17.64	15	38.82	33	43.52	37	22ع
85	34.11	29	45.88	39	20	17	23ع
85	10.58	09	43.52	37	45.88	39	24ع
85	20	17	35.29	30	44.70	38	25ع

من خلال الجدول يتضح لنا أن أغلب أفراد العينة يسعون الى أن تكون علاقتهم طيبة مع الآخرين ، وهذا ما أثبتته النسبة العالية لإجابة المبحوثين على هذه العبارة ب "بنعم" والتي قدرت ب(98،82%) ، كما نجد أن (67،05%) من أفراد العينة أجابوا ب" لا " على العبارة الثانية التي كانت حول القيام بأعمال تعود بالنفع على أنفسهم فقط ، في حين أن أغلبهم وافقوا على أنهم يقومون بأعمال تعود بالفائدة على الآخرين وكانت نسبتهم قدرت ب(94،72%) ، كما أجاب (67،05%) من المبحوثين ب "نعم " على أنهم يهتمون بالتأثير في الجماعة حتى وان لم يكن عضوا رسميا فيها وهذا ما أثبتته العبارة رقم (06) حيث ينفي (64،70%) من المبحوثين أنهم يتجنبون التعامل مع الآخرين ، كما أن (65،88%) من أفراد العينة يملكون روح القيادة وتسيير الجماعة .

وبالنسبة للقيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين نلاحظ أن أغلب المبحوثين يحافظون على أداء الصلاة وهذا ما اتضح من خلال اجابة الأغلبية الساحقة وبنسبة (96،47%) من المبحوثين ب "نعم" ، وكانت نفس الاجابة لـ(95،88%) أنهم يهتمون لمعرفة رأي الدين حول المواقف التي تواجههم في الحياة ، كما أن (65،88%) يحرصون على الصدق مع الآخرين والوفاء بالوعود ولا يمكن اهمال نسبة (30،58%) من المبحوثين التي كانت اجابتهم بأحيانا فهي نسبة معتبرة لا يمكن تجاهلها .

ومن بين القيم الاقتصادية للمبحوثين أجاب (68،23%) منهم على أنهم يحافظون على ملابسهم لفترة طويلة طالما هي صالحة ، كما أن (29،41%) منهم أجابوا بأحيانا في نفس العبارة ، يعمل (69،41%) من أفراد العينة على التوفيق بين توفير المال والتمتع بمباهج الحياة ، في حين بلغت اجابة (16،47%) منهم بأحيانا ، كما نفي (14،11%) منهم هذه العبارة ، وأجمع (64،70%) من المبحوثين على أن التبذير لا يرفع من مكانة المرء إلا أن (27،05%) منهم يرون أن الجانب المادي يرفع من المكانة .

وفيما يخص القيم السياسية نجد أنه من خلال العينة المدروسة يعبر (52،94%) من المبحوثين عن رأيهم بحرية تامة في أي مجال ، في حين نجد أن نسبة (40%) منهم كانت اجابتهم ب " أحيانا " ، ويتضح من العبارة (15) التي كانت فيها الاجابات متقاربة بين كفتين حيث أن أغلب أفراد العينة لا يهتمون لنشاطات الأحزاب حيث بلغت نسبتهم (42،35%) وبالمقابل نجد أن نسبة (31،76%) من

المبحوثين يهتمون بنشاط الاحزاب ،إن النشيد الوطني مفخرة لكل أبناء الوطن وهذا ما تثبته النسبة العالية للمبحوثين بالإجابة بـ " نعم " ، كما أجمع (47,05%) من أفراد العينة أنهم لا يستطيعون التصريح برأيهم وأفكارهم بحرية وكانت نسبة من أجابوا بـ " أحيانا " متقاربة حيث بلغت نسبتهم (37,64%) .

وفيما يخص القيم الجمالية نجد أن أغلب المبحوثين أجابوا بـ " أحيانا " عن اهتمامهم بالشكل وتنسيقه فبلغت نسبتهم (65,85%) ، في حين أن من يهتمون بتسريحة الشعر بلغوا (42,35%) من أفراد العينة ، كما أن (54,11%) منهم يميلون الى سماع الموسيقى الهادئة ، ويسعى (58,82%) على الظهور بشكل متناسق ، وبالنسبة للموسيقى الصاخبة فقد كانت النسب متقاربة بين أفراد العينة حيث يستهوي (43,52%) هذا النوع الموسيقي في المقابل نجد أن نسبة (38,82%) منهم أجابوا بـ " أحيانا " وهي نسبة ليست بقليلة ، كما أن نسبة (45,88%) من أفراد العينة أفكارهم تدور حول موضوعات ذات مرجعية .

الجدول رقم(20) يبين اجابات المبحوثين ومدى ارتباطهم بالقيم بالنسبة لمتغير الجنس.

المجموع	ذكور						اناث						
	لا		احيانا		نعم		لا		احيانا		نعم		
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
ع1	85	0	00	1.17	01	27.05	23	0	00	0	00	71.76	61
ع2	85	21.1	18	4.70	04	2.35	02	45.88	39	21.17	18	4.70	04
ع3	85	4.70	04	8.23	07	15.29	13	0	00	14.11	12	57.64	49
ع4	85	1.17	01	5.88	05	21.17	18	2.35	02	23.52	20	45.88	39
ع5	85	18.8	16	8.23	07	1.17	01	24.70	21	30.58	26	16.47	14
ع6	85	17.6	15	8.23	07	2.35	02	47.05	40	16.47	14	8.23	07
ع7	85	1.17	01	5.88	05	21.17	18	2.35	02	24.70	21	44.70	38
ع8	85	1.17	01	0	00	27.05	23	1.17	01	1.17	01	69.41	59
ع9	85	1.17	01	5.88	05	21.17	18	2.35	02	24.70	21	44.70	38
ع10	85	1.17	01	7.05	06	20	17	1.17	01	22.35	19	48.23	41
ع11	85	0	00	7.05	06	21.17	18	14.11	12	9.41	08	48.23	41
ع12	85	3.52	03	3.52	03	21.17	18	4.70	04	23.52	20	43.52	37
ع13	85	0	00	4.70	04	23.52	20	1.17	01	23.52	20	47.05	40
ع14	85	1.17	01	4.70	04	22.35	19	5.88	05	35.29	30	30.58	26
ع15	85	11.7	10	8.23	07	8.23	07	30.58	26	17.64	15	23.52	20

85	4.70	04	5.88	05	17.64	15	12.94	11	18.82	16	40	34	16ع
85	4.70	04	10.58	09	12.94	11	10.58	09	27.05	23	34.11	29	17ع
85	7.05	06	14.11	12	7.05	06	8.23	07	51.76	44	11.76	10	18ع
85	5.88	05	8.23	07	11.76	10	29.41	25	11.76	10	30.58	26	19ع
85	8.23	07	1.17	01	18.82	16	5.88	05	30.58	26	35.29	30	20ع
85	3.52	03	7.05	06	17.64	15	5.88	05	24.70	21	41.17	35	21ع
85	2.35	02	7.05	06	18.82	16	15.29	13	31.76	27	24.70	21	22ع
85	17.6	15	5.88	05	4.70	04	16.47	14	40	34	15.29	13	23ع
85	4.70	04	18.82	16	4.70	04	5.88	05	24.70	21	41.17	35	24ع
85	1.17	01	12.94	11	14.11	12	18.82	16	22.35	19	30.58	26	25ع

الجدول رقم (21) احصائيات اختبار بيرسون لوجود فروق بين ذكور و اناث العينة.

رقم العبارة	كا ² المحسوبة	كا ² الجدولية	درجة الحرية	مستوى الدلالة	دالة عند	الفروق
1ع	2,57	4,42	1	0,10	/	غير دالة
2ع	1,48	7,11	2	0,47	/	غير دالة
3ع	12,47	7,11	2	0,005	0,05	دالة
4ع	1,19	7,11	2	0,55	/	غير دالة
5ع	8,36	7,11	2	0,01	0,01	دالة
6ع	0,45	7,11	2	0,79	/	غير دالة
7ع	1,50	7,11	2	0,47	/	غير دالة
8ع	0,86	7,11	2	0,65	/	غير دالة
9ع	1,50	7,11	2	0,47	/	غير دالة
10ع	0,72	7,11	2	0,69	/	غير دالة
11ع	6,34	7,11	2	0,04	0,05	دالة
12ع	3,90	7,11	2	0,14	/	غير دالة
13ع	2,74	7,11	2	0,25	/	غير دالة
14ع	9,29	7,11	2	0,01	0,01	دالة
15ع	0,21	7,11	2	0,89	/	غير دالة
16ع	0,28	7,11	2	0,86	/	غير دالة
17ع	0,05	7,11	2	0,97	/	غير دالة
18ع	4,01	7,11	2	0,13	/	غير دالة

غير دالة	/	0,35	2	7,11	2,04	19ع
دالة	0,01	0,001	2	7,11	14,35	20ع
غير دالة	/	0,63	2	7,11	0,89	21ع
دالة	0,05	0,002	2	7,11	7,40	22ع
دالة	0,01	0,002	2	7,11	12,65	23ع
دالة	0,01	0,003	2	7,11	11,50	24ع
غير دالة	/	0,06	2	7,11	5,45	25ع

يتضح من خلال الدراسة للجدولين (20) و(21) أعلاه أن هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين أفراد العينة ، حيث أن كلا الجنسين لهم ميول لقيامهم بأعمال تعود بالفائدة على الآخرين عند مستوى دلالة (0,05) ، كما نجد أنهم يتجنبون التعامل مع الآخرين وكانت نسبة الاناث أعلى من نسبة الذكور بمستوى دلالة (0,01) ، وكلا الجنسين يقومون على توفير بعض من المال والتمتع والحفاض على مباحج الحياة عند مستوى دلالة (0,05) ، وبالنسبة للتعبير عن الرأي في أي مجال فنجد الذكور أكثر من الذكور وبنسبة دلالة (0,01) ، وكلا من الذكور والاناث لهم اهتمامات بتسريحة الشعر وكانت العبارة دالة عند (0,01) ، ونجد أن أفراد العينة من الذكور والاناث أجمعوا على الظهور بشكل متناسق حيث كانت درجة الدلالة عند (0,05) .

وبالنسبة للعبارات التي ليس لها دلالة احصائية على متغير الجنس في هذه الدراسة نجد أن كلا الجنسين لهما نفس التوجهات في الاجابات بالنسبة لكل عبارة ، الا أن هناك اختلافات من حيث النسب المئوية ، حيث ان أغلب الذكور يسعون الى تكوين علاقات طيبة مع الآخرين وبالمثل بالنسبة للإناث ، كما أن كلاهما لا يقوم بأعمال تعود بالفائدة لأنفسهم فقط ، ويهتم كلاهما أن يكون مؤثرا داخل الجماعة حتى وان كانوا مجرد أعضاء فيها ، ودون التخلي عن الرغبة في أن يصلون الى كرسي القيادة من أجل التحكم في الجماعة ، كما يواظب كل من الذكور والاناث في أداء الصلوات ومعرفة رأي الدين في مختلف مواقف الحياة ، بالإضافة الى حرصهم على الصدق والوفاء بالوعود ، ومن الملاحظ أن أفراد العينة ذكورا واناثا وينسب متفاوتة يحافظون على ما يملكونه من ملابس طالما أنها صالحة ، فهم يرون أنه من الضروري التوفيق بين توفير المال والتمتع بمباحج الحياة كونهم من الطلبة الجامعيين وفي فترة من العمر تكثر فيها المتطلبات المادية المختلفة ، كما أنهم يرون أن التبذير في المصاريف لا يرفع بالضرورة من مكانة المرء ، كما أنهم يملكون القدرة على التعبير عن آرائهم بحرية تامة في مختلف المجالات باعتبار العينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال إلا أن كلا الجنسين غير مهتم بنشاط الأحزاب ، ومن الطبيعي شعورهم بالفخر عند سماع النشيد الوطني ، وفي بعض الأحيان لا يتمكن كلا الجنسين من التصريح عن الأفكار بحرية تجاه النشاطات السياسية ، ومن بين القيم الجمالية نجد أن الجنسين لا يبالغون في الاهتمام بتنسيق

الشكل الخارجي والمظهر فجوه المرء في اللب ، ويميل ذكور واناث العينة الى سماع الموسيقى الهادئة بحيث تساعدهم على غربة وترتيب الأفكار التي يتفق كلاهما عند تكوينها على أنها في الغالب حول موضوعات ذات مرجعية .

المحور الثالث: العلاقة بين الفيس بوك والقيم الاجتماعية.

غير موافق جدا		غير موافق		غير متأكد		موافق		موافق جدا		الاتجاه العبارة
21,17	18	43,5	37	12,9	11	14,11	12	8,2	07	1ع
03,5	03	2,3	02	04,7	04	41,17	35	49,14	42	2ع
47,05	40	22,35	19	07,05	06	10,5	09	8,2	07	3ع
15,2	13	30,5	26	10,5	09	30,5	26	12,9	11	4ع
01,17	01	11,76	10	04,7	04	50,5	43	31,7	27	5ع
37,64	32	34,11	29	15,2	13	17,6	06	7,50	06	6ع
10,5	09	16,4	14	21,17	18	12,9	43	12,9	11	7ع
13,8	16	40	34	14,11	12	15,2	15	9,4	08	8ع
27,05	23	42,35	36	08,2	07	7,05	11	9,4	08	9ع
43,5	37	30,5	26	05,8	05	15,29	13	4,7	04	10ع
42,35	36	36,47	31	08,2	07	04,7	06	2,3	02	11ع
5,8	05	17,6	15	05,8	05	38,82	33	31,7	27	12ع
37,64	32	34,11	29	16,4	14	04,7	04	7,8	06	13ع
20	17	22,35	19	04,7	04	45,8	39	30,5	26	14ع
4,7	04	8,2	07	3,5	03	43,5	37	40	34	15ع
3,5	03	8,2	07	5,8	05	42,35	36	30,8	33	16ع
11,76	10	18,82	16	8,7	07	37,63	32	23,5	20	17ع
14,11	12	17,6	15	8,7	07	36,47	31	23,5	20	18ع
47,05	40	35,2	30	8,7	07	09,4	08	2,35	02	19ع
45,8	33	40	34	17,6	15	03,5	03	00	00	20ع
50,5	43	22,35	19	12,9	11	14,11	12	00	00	21ع
40%	34	20	17	8,7	07	22,3	19	9,4	08	22ع

الجدول رقم (22) يبين اجابات المبحوثين لعلاقة الفيسبوك بالقيم الاجتماعية.

يمثل الجدول رقم (22) اجابات افراد العينة المتعلقة بالأثر الذي ينجم عن استخدام الفيس بوك بالنسبة للقيم الاجتماعية ، يحوي الجدول اعلاه على 22 عبارة تتراوح بين عبارات سلبية ، واخرى إجابيه ، قمنا برصد اجاباتهم من خلال الاسئلة المتعلقة بهذا المحور، اي ان استعمالهم للموقع و التعرض لمحتوياته يساعده على القيام بمثل هذه التصرفات وهي كالتالي :

تحليل نتائج العبارات السلبية :

ان اغلبية افراد العينة لا يوافقون على ان تعرضهم لمحتويات الفيس بوك يجعلهم مهملين للدراسة ، حيث تميل الكفة لغير موافقين بنسبة (43,5%) و غير موافقين جدا بنسبة (21,17%) ، وعند جمع النسبتين معا نجدها تفوق (60%) وهذا مقارنة بالذين ابدو موافقتهم على انه سبب لإهمال الدراسة.

اعتبر اغلبية افراد العينة حسب اجابات العبارة الثالثة ان سلوك احترام الاهل قيمة انسانية ، لا تتأثر باستخدام الفيس بوك ، رغم بروز هذه القضية الاجتماعية المعاصرة في مجتمعنا ، خاصة ونحن نعيش عصر متميز بالتحديات الكبيرة و التطورات السريعة ، فأبدى المبحوثون رفضهم بنسبة (47,05%) لغير موافق جدا و (22,35%) لغير موافق ، فقضية احترام الوالدين قضية انسانية اخلاقية بالدرجة الاولى ليس لها علاقة باستعمال التكنولوجيات الحديثة و مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك.

رفض افراد عينة الدراسة ان يكون للفيس بوك اثر علي الجانب المادي وحثهم على الاسراف والتبذير حسب اجابات العبارة (06)، لأنه سلوك منأفي للقيم السائدة، واعتبروا ان استخدامهم للفيس بوك خو عملية تفرغ نفسي لان المستخدم يعبر عن ما بداخله ، بالإضافة الى كثرة التعامل مع الاشخاص قد يقلل من التوتر و النرفزة كذلك بناء نوع من العلاقات مع اصدقاء افتراضيين حسب اجابات العبارة (08)، ولم يوافقوا على ان استخدامهم للفيس يؤجج عدم الاحساس بالانتماء للوطن بنسبة (30,5%) لغير موافق ونسبة (43,5%) ل غير موافق جدا .

اعتبر اغلبية المبحوثين ان لا علاقة لعدم احترام العلم و العلماء باستخدام الفيس بوك وخذا م تبرزة اجابات افراد العينة ، بحيث وافق اغليبتهم على الفيس بوك ساعدهم على صداقة المجهولين و تضييع الوقت حسب اجابات العبارة رقم (14) و (18) وهي كالتالي موافق جدا (30.5%) و نسبة (45.8%) لموافق جدا ، و اكثر من (60%) لجمع نسبتي موافق وموافق جدا لتضييع الوقت لان الفيس بوك هو اكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما لتكوين الصداقات ومعرفة اصدقاء جدد من جميع انحاء العالم ، ولكن بالرغم من ذلك قد يوجد بعض الاشخاص المجهولين و المزعجين في هذه المواقع والتي لا تظهر لصفحاتهم اي هوية شخصية او اهتمامات فمن الافضل الابتعاد عن الاصدقاء السلبيين لان موقع الفيس بوك موقع للترفيه عن الذات فليسوا بحاجة لشخص سلبي او محبط.

وافق اغلبية افراد عينة على ان استخدامهم للفيس بوك يجعلهم اكثر اهتماما بأخبار المشاهير والنجوم الرياضية والفنية ، وذلك حسب اجابات العبارة رقم (17) ، فعند جمع نسبتي موافق وموافق جدا نتحصل على نسبة تفوق (66%)، وهذا راجع للخدمات التي يقدمها الفيس بوك وانشاء صفحات خاصة بالمشاهير والمؤسسات الفنية فعند ابداء المستخدم للإعجاب بالصفحة يتحصل على كل المنشورات الخاصة بأخبار و يوميات المشاهير .

كما يمكن ان نلاحظ النسبة العالية للذين أجابوا بعبارة غير موافق و غير موافق جدا ، وهي نسبة تراوحت بين (50%) الى (65%)، لكون موقع الفيس بوك لم يؤثر على الجانب الديني مثل اهمال الفرائض الدينية وهذا ما يتوافق مع اجابات الطلبة في الجدول الخاص بالقيم حول اداء الفرائض الدينية ، ومرافقة رفقاء السوء وعدم اتقان العمل ، واستغلال شبكات الاتصال المجاورة دون علمهم، وقد تعود هذه النتائج لبعض العوامل في شخصية المبحوثين ذاتها ومدى اكتمالها لتؤدي دورها في المجتمع وفق القيم الاجتماعية المطلوبة من البيئة الاجتماعية ، ويعود السبب ايضا الى نمط استعمال المبحوث لموقع الفيس بوك ونوع البرامج و الموضوعات التي يتعرض اليها، وتبقي مؤسسات التنشئة الاجتماعية وبصفة خاصة الاسرة والجماعات الاولية.

تحليل نتائج العبارات الإيجابية :

من خلال اجابات افراد العينة ، تظهر موافقة الاغلبية على ان استخدامهم للفيس بوك وفر لهم بعض الخدمات مثل ما احتوته العبارة الثانية انه يكسبهم ثقافات مختلفة ويطلعهم على قيم ثقافية للشعوب الاخرى ، وذلك عند جمع النسبتين موافق وموافق جدا نجدها اكثر من (90%) وهي نسبة مرتفعة ، اما بالنسبة لعبارة تحقيق نتائج اعلى في الدراسة فتناقضت اجابات المبحوثين وتساوت النسبة لكل من موافق وغير موافق ب (30,5%) لكل منهما، هناك من اعتبر ان للفيس بوك اثر على نتائج الدراسة وهناك من ينفي ذلك.

وافق الاغلبية بنسب كبيرة ومقاربة على ان استعمالهم للموقع يساعدهم على تكوين معارف داخل الوطن وخارجه مع مختلف الجامعات والاشترك في المنتديات العلمية بنسبة (30%) لموافق و (42,35%) لموافق جدا، اما بالنسبة لعبارة زيارة الاهل لم يوافق اغلبية افراد العينة بنسبة (42%) ل غير موافق نسبة (27,05%) غير موافق جدا ، هنا ندرك مدى تأثير "الفيس بوك" على التفاعل الاجتماعي في مشاركة المستخدمين في النشاطات الاجتماعية والمناسبات العائلية مثل حفلات الزواج أو العودة من الحج أو حفلات النجاح و كذا العزاء وغيرها، اذا الفيس بوك "يؤثر على التفاعل الاجتماعي لمستخدميه، ويدفعهم إلى ممارسة النشاطات الاجتماعية افتراضيا، كما يجعل المستخدم يستعيز عن التواصل مع

أسرته بالتواصل عبر الفيس بوك"، ويفضل ل التفاعل عبر " الفيس بوك " على التفاعل مع أسرته وأصدقائه وأقاربه.

المبحث الثاني : نتائج الدراسة

من خلال الدراسة النظرية لمواقع التواصل الاجتماعي توصلنا الى أن هذه المواقع لقيت قبولا وتجاوبا كبيرا من قبل الطلبة الجامعين ، كما عملت على طرح العديد من القضايا من خلال فتحها فضاء للتفاعل بين المستخدمين ضمن مجتمع افتراضي يعمل على غرس عادات جديدة افتراضية وقيم افتراضية قد تعمل على تغيير تعاملات الفرد وسلوكه مع أقاربه وأصدقائه في الواقع أو أشخاص يتشارك معهم في نفس الاهتمامات ،ومن المعروف أن موقع "فيس بوك" من أهم مواقع التواصل الاجتماعي الذي يتمحور حول فكرة جمع الأصدقاء القدامى وكذلك تكوين صداقات جديدة والتشارك في الأفكار والمعلومات مع بعضهم البعض حيث تختلف وتتعدد خصائص واستخدامات الموقع كما يختلف الأثر الذي ينجر عن طبيعة الاستخدام على قيم المستخدمين ، ولقد أجمعت نتائج الدراسة على أن :

✚ أغلب المبحوثين من الذكور يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من ثلاثة سنوات ، وبالنسبة للإناث فإن أكثر من نصفهن يستخدمن الفيس بوك من سنة الى ثلاثة سنوات .

✚ الفئة العمرية (18-25) أكثر إدمانا على الموقع وتعلقا به مقارنة مع الفئات العمرية الأخرى حيث تفوق نسبتهم (50%) ، وتشير النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون الموقع خلال الفترة المسائية من 18:00 الى 00:00 وبنسبة (70.83%) .

✚ أغلب المبحوثين يملكون حساب واحد الأغلبية الساحقة للإناث بنسبة (80.32%) مقارنة مع الذكور .

✚ يميل الطلبة للاستخدام الفردي للفيس بوك بالإضافة لتفضيل نشر الأفكار ، ثم تليها الدردشة بنسبة ثم التعليقات بنسبة ، وكانت آخر التفضيلات لمشاركة التطبيقات ولا تتعدى (3.95%) .

✚ وكشفت الدراسة أن (70.83%) من الذكور لديهم أكثر من (300 صديق) حيث يمثلون الأغلبية الساحقة ، على عكس الإناث فأغلبهن يملكن أقل من (100 صديق) ، ويتم اختيارهم بناء على علاقات القرابة والصداقة بالدرجة الأولى ، تليها حسب المستوى المعرفي والثقافي .

✚ كانت النسب متقاربة في مشاركة أفراد العينة في المجموعات حيث كانت في مقدمتها المجموعات الاجتماعية ثم المجموعات الاعلامية تليها المجموعات الثقافية بنسبة وعزوف الطلبة عن المجموعات السياسية.

بالنسبة لمحور القيم الاجتماعية قد تبين من اجابات المبحوثين أن الأغلبية الساحقة يسعون لتكوين علاقات طيبة مع الآخرين ، في حين منهم يرفضون القيام بأعمال تعود بالمنفعة الخاصة ، ونجد أن (72،94%) منهم يقومون بأعمال تعود بالمنفعة العامة .

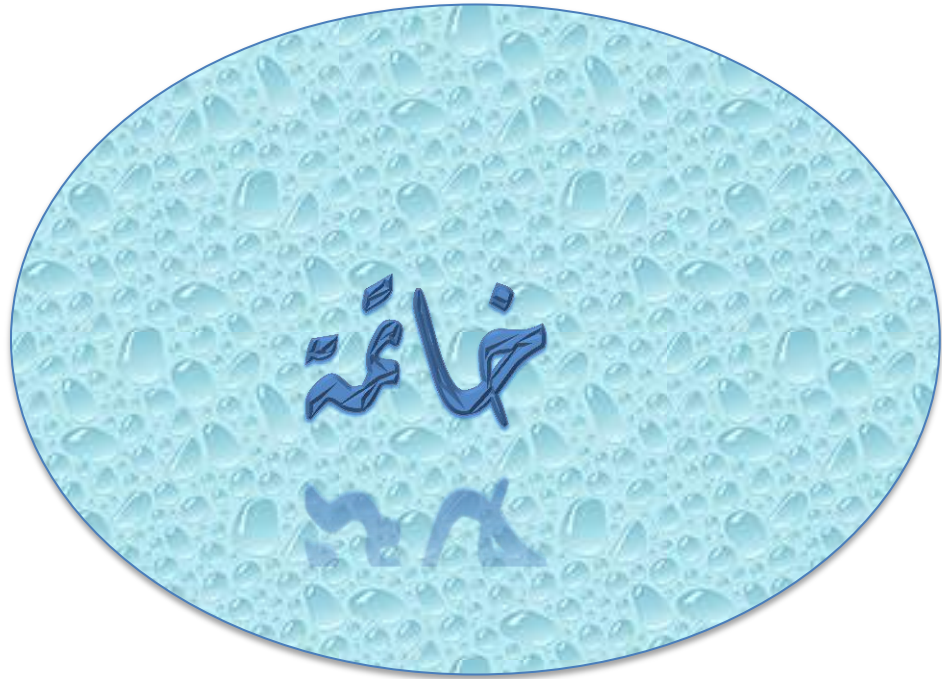
✚ يحافظ اغلبية المبحوثين أداء الصلوات ، ويهتم اغلبهم برأي الدين في مختلف مواقف الحياة ، كما يحرصون على الصدق والوفاء بالوعد .

✚ بالنسبة للقيم السياسية فإن أفراد العينة لهم القدرة على التعبير عن آراءهم بحرية في أي مجال ، ، ونجد أن الأغلبية الساحقة لأفراد العينة يفتخرون بالاستماع للنشيد الوطني ، ومن الجانب الجمالي أجمع (65،85%) أنهم يهتمون أحيانا بالشكل وتنسيقه ، في حين يهتم ما يقارب (42،35%) بتسريحة الشعر ، كما يميل (54،11%) الى سماع الموسيقى الهادئة ، ويسعى (58،82%) من المبحوثين للظهور بشكل متناسق ، ويستهوو (43،52%) منهم الموسيقى الصاخبة ، ونجد أن (45،88%) منهم تتشئ لديهم أفكار حول موضوعات ذات مرجعية .

في ما يخص اثر الفيس بوك على القيم الاجتماعية توصلنا في هذا المحور الذي يدرس العلاقة بين الفيس بوك والقيم الاجتماعية إلى وجود كفتين تحددنا طبيعة هذه العلاقة ، احدهما سالبة والأخرى ايجابية يمكن من ترجيح احدهما عن الأخرى توضيح الأثر الذي ينتج عن هذه العلاقة .

✚ فأوضحت نتائج العبارات السلبية أن أغلب أفراد العينة لا يوافقون على أن التعرض لمحتوى الفيس بوك يجعلهم مهملين للدراسة ، حيث فاقت نسبتهم (60%) ، كما اعتبر (47،05%) من أفراد العينة أن احترام الأهل لا يتأثر باستخدام الفيس بوك ، كما رفضوا فكرة أن للفيس بوك أثر على الجانب المادي ويحثهم على الاسراف والتبذير ، أنهم يعتبرون أن الفيس بوك عبارة عن عملية تفرغ نفسي للتعبير عن ما بداخلهم ، ويمكنهم من كثرة التعامل مع العديد من الاشخاص ويعمل على تقليل التوتر والنفرة ، كما يعمل على بناء علاقات مع اصدقاء افتراضيين ، كما أنه لا علاقة للاستخدام الفيس بوك بعدم احترام العلم والعلماء .

✚ وبالنسبة للعبارات الايجابية فقد واقف الأغلبية على أن استخدام الفيس بوك يساعدهم على تكوين معارف من داخل والوطن وخارجه ، كما انه يكسبهم ثقافات مختلفة ويطلعهم على قيم ثقافية للشعوب الاخرى ، ومن هنا ندرك مدى تأثير "الفيس بوك" على التفاعل الاجتماعي في مشاركة المستخدمين في النشاطات الاجتماعية المختلفة في حياتهم اليومية .



خاتمة

تعتبر تقنية الانترنت أحد أهمّ التقنيات التي غمرت العالم وأصبحت في متناول الجميع دون استثناء حيث اختصرت المسافات وحطّمت الحُدود الجغرافية ، وتحمل كمّ ثقافي هائل وفيض معلوماتي كون هذه التقنية هي الأكثر اطلاعًا على ما تحتويه من ثقافات مختلفة ومتنوّعة ومواقع علميّة وترفيهيّة وغيرها مما لا يستطيع اللسان تعدادها ، هذا كلّه جعلَ منها وسيلة هيمنة وسيطرة أكثر من كلّ الوسائل التكنولوجية الأخرى كما أنّ لهذه التقنية محاسنها التي ذكرناها و أيضًا تُعتبر سلاحًا ذا حدّين ، بمعنى أنها تترتّب عليها مساوئ قد تتجم في أوساط المستخدمين خاصّة الطلبة الجامعيين بحيث تؤثر عليهم من خلال تلك الثقافة العالمية والحاملة لقيم تتنافى مع قيمهم .

لقد أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير قيم الناس الاجتماعية وأشكال تفاعلهم مع بعضهم البعض، فأصبح الفرد يستغنى عن اللقاءات المباشرة ويستسلم لشاشة الكمبيوتر فيقضي وقتًا طويلًا في تفاعل افتراضي من شأنه أن يختزل الوقت المخصص للأشخاص الواقعيين في حياته.

لقد سعينا من خلال هذه الدراسة إلى تناول موضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثر هذا الاستخدام في القيم الاجتماعية. محاولين الكشف عن هذا الأثر انطلاقًا من الدلالات الاجتماعية التي أظهرت الدور الكبير الذي أصبح يقوم به الاتصال الوسائطي في حياة الأفراد من خلال الوقت المخصص له، ومن جانب آخر يلاحظ أن الشباب يتعاملون بسرعة في استعمال الكمبيوتر و مختلف الأجهزة الإلكترونية كما أن المحادثات الإلكترونية و حول الإعلام الآلي أصبحت جزءًا مشكلا للحياة الاجتماعية للشباب شأنها شأن التلفزيون و الراديو، وتقضيهم الانعزال مع التفاعلات الافتراضية التي تتيحها الأنترنت عموما و مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك "

فلذا وكما سبق في استنتاج هذه الدراسة لاحظنا أنّ هذه التقنية ، بالرغم من تأثيراتها الإيجابية المتعدّدة خاصّة على القيم ، وهذا ما أقرّه الطلبة المبحوثون ، إلا أنه لا يمنع من تأثيرها السّلبى على قيمهم الشخصية ، إذ حلّت محلّها هذه الثقافة الشمولية والتي أصبحت القيم فيها بضاعيه ، والذي له خطورته

وتهديده للقيم الاجتماعية للطلبة، وناهيك عن انعكاساتها السلبية على الصحة والذاكرة ، هذا مما يجعلنا نحاط ببعض الاحتياطات التي يجب الأخذ بها حفاظاً على قيمنا ، وحمايتها من مخاطر هذه المواقع، ومحاولة التوجّه لاستغلالها فيما يخدمنا من الناحية الإيجابية ، ولذا يجب الأخذ ببعض الاحتياطات اللازمة التي تساعد في التعامل والتفاعل مع هذه التقنية .

وكشفت الدراسة أيضاً عن بعد اجتماعي مهم من أبعاد الاتصال عن طريق " الفيس بوك " ، حيث تبين أن استخدام هذا الموقع يؤثر على للمستخدم ، ففضاء وقت طويل في تصفح الموقع ووضع المشاركات مع عائلته وأصدقائه ومعارفه والرد على التعليقات يجعل المستخدم ينسى نفسه أما شاشة الكمبيوتر ، فنجد أن تفاعل العديد من المبحوثين مع أسرهم عبر هذا الموقع.

إنّ التحول والتغير عبر التطور التكنولوجي هو جوهر حياة الإعلام والاتصال فالإعلام وأنّ خطورة ما يمكن أن تأتي به هذه المنظومة من تغييرات في صميم البناء والتركيب ، والثقافة والتفكير ، خاصّة القيم ، وفي مجتمعاتنا العربية والإفريقية خصوصاً لا يدعُ أمام المعنّيين بالتنمية المجتمعيّة والبحث العلمي وأصحاب القرار خياراً آخر سوى العمل على وضع أسس وآليات وطنيّة جادّة لبحث هذه المنظومة المعلوماتية والمعرفية الكبرى ، ومحاولة إيجاد درع حصين يحمي قيمنا من التفسّخ والانصهار أمام هذه التقنية ، ليتمكن معرفة كيفية التفاعل والتعامل معها ، يجب تبنيّ الدول العربية خاصّة تفعيلاً للغة العربية الثقافة العربية ، وإذا قلنا الثقافة فهي أكيد تحمل قيمنا العربية والإسلامية ، وهذا لا يتحقّق في مجتمعاتنا العربية إلا إذا كان هناك تخطيطٌ ووعيٌ علميٌّ.



الكتب باللغة العربية:

1. الحسيني أماني عمر ، الدراما التلفزيونية وأثرها على حياة أطفالنا ، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، مصر 2005 .
2. الجمال راسم محمد، مناهج البحث في الدراسات الإعلامية ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مصر، 1999 .
3. الزيود ماجد ، الشباب والقيم في عالم متغير ، الإصدار الأول ، الطبعة العربية الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، الإسكندرية ، 2006 م.
4. السويدي محمد ، مفاهيم علم الاجتماع الثقافي ومصطلحاته ، الطبعة الأولى ، الدار التونسية للنشر ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر، تونس ، 1991.
5. بخوش مرزوقي، الويب 2، الشبكات الاجتماعية و إعلام الجديد ، جامعة باجي، الجزائر 2009
6. بن مرسلي احمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، لجزائر 2005.
7. بيومي محمد أحمد ، علم اجتماع القيم ، الطبعة الأولى ، دار المعرفة الجامعية، 2002.
8. تمار يوسف ، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، طاكسيج للدراسات و النشر و التوزيع، الجزائر 2007
9. زكريا عبد العزيز محمد ، التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين ، ط1، مركز الاسكندرية للكتاب" شركة الجلال للطباعة" ، مصر 2002.
10. عامر، فتحي حسين، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 2011.
11. عبد الواحد أمين رضا ، الصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر 2007.
12. علي سعيد إسماعيل ، الأصول الفلسفية للتربية، جامعة عين شمس ، دار الفكر العربي. القاهرة 2000 .
13. طعمية رشدي أحمد ، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية " مفهوم أساسية استخداماته" ، دار الفكر العربي ، القاهرة 2004.

14. محمد عبد البديع السيد ، أثر القنوات على القيم الأسرية ، ط 1 ، العربي للنشر والتوزيع، مصر 2009.
15. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، الطبعة 2 ، عالم الكتب ، القاهرة، مصر ، 2004.
16. محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، الطبعة 2، عالم الكتب ، القاهرة، مصر ، 2000.
17. محمد منير حجاب ، المعجم الاعلامي، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة.
18. محمود حسن اسماعيل ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الطبعة الثانية ، دار العالمية للنشر والتوزيع ، مصر 2003.
19. مزري تش بن، قصة فيس بوك: ثورة وثروة، ترجمة الهلالي وائل محمود محمد، الطبعة الأولى، إصدارات سطور الجديدة، القاهرة 2011.
20. معن خليل عمر ، البناء الاجتماعي ، آفاقه و نظمه، الطبعة العربية الأولى دار الشرق للنشر و التوزيع عمان الأردن ، 1997 م.
21. مصطفى السيد أحمد، البحث الإعلامي : مفهومه وإجراءاته ومناهجه ، ط 2، دار الفلاح للطباعة والنشر ، العين 2003.
22. مكاوي حسن عماد ، ليلي حسن السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، الطبعة السابعة، مصر، الدار المصرية اللبنانية 2008.
23. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي ط 2 ، دار القصبه ، الجزائر 2006.
24. .
25. تأليف نخبة من أساتذة علم الاجتماع، المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، بدون تاريخ.

الدوريات:

1. أحمد محمد الصالح، حياة على شاشة الإنترنت ، مجلة العربي، عدد4،155،2000.
2. ماثيور فريزر وسوميترا دوتا، ثورة الجيل الثاني بلغت مرحلة الانقلاب الاجتماعي ويتحمس لها الشباب في الشرق الأوسط، العدد 530،الاثنين 01 ديسمبر2008.
3. -Djamel Guerid , L' exeption Algérienne , La modernisation à l'épreuve de la société , édition ; Casbah , Alger 2007 , P 127 ، .،
4. Mohammed Harbi ; FLN mirage et réalité des origines à la prise du pouvoir ; NAQD . ENA. Alger ; 1993 ; P 327

الاطروحات والرسائل:

1. الحديدي منى سعيد ، العبد عاطف ،أيمن منصور رندا، استخدام الشباب العربي للقنوات الفضائية العربية و تأثيرها على قيمهم، دراسة حالة لطلاب معهد البحوث و الدراسات العربية،المنظمة العربية للترجمة و الثقافة و العلوم، 2006.
2. الدرّ محمد ، آليات الأنترنت ومسألة أزمة القيم الاجتماعية لطلاب الجامعة،دراسة ميدانية بجامعة عمّار ثلجي الأغواط،مذكّرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع تخص سوسيولوجيا التنظيمات، جامعة قاصدي مرباح ،ورقلة 2010/2009.
3. الشامي عبد الرحمن محمد سعد ، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية الدوافع والإشباع، رسالة دكتوراه ، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام، 2002.
4. بكوش الجموعي مومن. القيم الاجتماعية وعلاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة الوادي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس 2013/2012.
5. بومعيزة السعيد ، أثر وسائل الاعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب ، دراسة استطلاعية لمنطقة البلدية أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2006/2005.

6. لونيس باديس ، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت ، ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة ، الجزائر ، 2008 .

7. نومار مريم نريمان ، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص الاعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر - باتنة 2011/2012.

8. يوسف سليمان سعد ، استخدامات الجمهور اليمني لوسائل الإعلام أثناء الحملات الانتخابية والإشباع المحققة منها ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، جامعة الأزهر ، كلية اللغة العربية ، 2004

المصادر الإلكترونية باللغة العربية:

1. أحمد محمد ناصر، العرب والإعلام الجديد ، موقع عالم الإبداع،

<http://www.ibda3world.com>

2. أيمن حماد، الإعلام الجديد.. وثورة 25 يناير، مركز الصحافة الإلكترونية

<http://www.tahrironline.net/Pages/NewsDetails.aspx?NewsID=45564>

3. أيمن حماد، كيف صنعت شبكة الإنترنت ثورة 25 يناير؟

<http://www.tahrironline.net/Pages/NewsDetails.aspx?NewsID=11138>

4. بكار عمار، الإعلام الجديد واليوتيوب واحة الحاسب، 2011، <http://walhaseb.com>

5. خطاب طارق، شبكات التواصل الإجتماعي

<http://www.raya.com/economy/enews/pages/2011-2-6-835.aspx>

6. مارسيليا دروم "س ج"، مراجعة طارق أنكاي، الأدب والفييس بوك" والتويتتر" ، هل من

علاقة؟ موقع دويتشه فيله. <http://www.dw-world.de/dw/articl/>

7. محمد إبراهيم، ما هو تويتتر؟ كل ما تحتاج معرفته عن العصفورة التي حرّكت العالم،

<http://www.ibda3world.com>

8. مهاب نصر، "الفييس بوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيس بوك هل تعيد

إنتاج صورته أم تصنع أفقا مغايرا؟ موقع محيط "شبكة الإعلام العربية"، العدد 134 الصفحة الرئيسية

<http://www.alqabas.com.kw/Article.aspx?id=649044&date>

9. هبة محمد خليفة، ما هي مواقع الشبكات الإجتماعية ؟ ، منتديات اليسار للمكتبات وتقنية

المعلومات، <http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775>

10. موقع ثورة الويب، أنماط المواقع الإلكترونية، <http://thawratalweb.com/web/20>

11. موقع ساتي تو يو، مؤسس (الفييس بوك) على قمة الإيرادات الأمريكية،

<http://www.alsati2u.com/t1604-topic>.

12. موقع (CNN) العربية، غالبية العرب يستخدمون الإنترنت للدردشة،

<http://arabic.cnn.com/2011/scitech/9/18/internet.arab/index.html>

13. أكبر مجمع للأخبار التقنية، تويتر <http://www.vip4soft.com/news>.

14. موقع كنان أون لاين، ما هو الموقع الإلكتروني "المصدر داتا تكنولوجي

<http://kenanaonline.com/users/MST/topics/61250/posts/102134>

15. شبكة الصحافة العربية، ألف باء التوتير

<http://www.arabpressnetwork.org/articlesv2.php?id=3303&lang=ar>

الكتب باللغة الاجنبية:

1. Bolter Jay David, **Grusin Richard, Remediation Understanding New Media**, 1st edition, The MIT Pres USA , 2000.
2. Burgess Jean, , **YouTube Online 2Video and Participatory Culture**, 1 edition UK Polity, 2009.
3. Diaz-Ortiz,Claire, **Twitter for Good Change the World One Tweet at a Time**, Jossey-Bass,1 edition, USA 2011.
4. Hawker Mark , **Developer's Guide to Social Programming: Building Social Context Using Face book, Google Friend Connect, and the Twitter API**, 1 edition: Addison, Wesley Professional , Canada 2010 .
5. Levinson Paul, **New Media** , , 1 edition, Allyn & Bacon,USA 2009

6. Keen Andrew ,**The Cult of the Amateur How blogs, MySpace, YouTube**, and the rest of today's user generated media are destroying our economy, our culture, and our values: Crown Business; Reprint edition, USA 2008.
7. Le Petit Larouss 1974
8. Wasinee Kittiwongvivat, **Pimonpha Rakkangka nfacebooking your dream**, Master Thesis. 2010;p20

المصادر الإلكترونية الأجنبية:

1. Danah m Boyd Nicole
http://www.aleqt.com/2008/12/01/article_169885.html1) B
2. Ellison, **Social Network Sites; Definition, History and Scholarship**,Journal of computer Mediated Communication).
<http://icmc.indiana.edu/vol13issue1/boyd.ellison.htm>
3. What is Social media, e-book, iCrossing.com, United Kingdom <http://www.pdfio.com/k-75620.html>.



فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	كلمة الشكر
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الاشكال
أ	مقدمة
الفصل الاول: الاطار المنهجي	
1	تحديد الاشكالية
2	تساؤلات البحث
4	اهمية الدراسة
4	اهداف الدراسة
5	تحديد طبيعة الدراسة
6	اسباب اختيار الموضوع
7	منهج البحث
8	ادوات جمع البيانات
11	عينة الدراسة
12	صعوبات الدراسة
12	تحديد مصطلحات الدراسة
15	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي	
23	المبحث الاول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
27	المبحث الثاني : خدمات مواقع التواصل الاجتماعي
29	المبحث الثالث: ميزات مواقع التواصل الاجتماعي
33	المبحث الرابع: أنواع مواقع الشبكات الاجتماعي
33	المطلب الاول :الفيس بوك
39	المطلب الثاني: التويتر
44	المطلب الثالث :اليوتيوب
47	المبحث الخامس: دور شبكات التواصل الإجتماعي
48	المبحث السادس:مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل المجتمع الافتراضي

الفصل الثالث: نظرية الاستخدامات والإشباع	
54	المبحث الأول: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع
55	المبحث الثاني: فروض نظرية الاستخدامات والإشباع
57	المبحث الثالث: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع
61	المبحث الرابع: أهم القضايا التي تركز عليها النظرية
65	المبحث الخامس: العلاقة بين الاستخدام والإشباع
66	المبحث السادس: النقد الموجه لمدخل الاستخدامات والإشباع
الفصل الرابع: القيم الاجتماعية	
72	المبحث الأول: مفهوم القيمة في علم الاجتماع
73	المبحث الثاني: أبعاد القيم .
76	لمبحث الثالث: تصنيف القيم .
79	المبحث الرابع: خصائص القيم
81	المبحث الخامس: أهمية القيم الاجتماعية
82	المبحث السادس: وظائف القيم
الفصل الخامس : الإطار التطبيقي	
86	المبحث الأول: التحليل الاحصائي.
111	المبحث الثاني : نتائج الدراسة
	خاتمة
	الملاحق

فهرس الجداول

49	جدول رقم (01) أهم الفروق بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الطبيعي
65	الجدول رقم (02) مواقف الجمهور النشيط والإشباع تبعا للنظرية
86	جدول رقم (03) توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس
87	الجدول رقم (04) توزيع افراد العينة حسب متغير السن
87	الجدول رقم(05) توزيع افراد العينة حسب متغير المرحلة الدراسية
88	الجدول رقم(06) مدة استخدام الطلبة للفيسبوك
89	الجدول رقم (07) يوضح الوقت المستغرق للعينة في استخدام الفيس بوك بالنسبة لمتغير الجنس
91	الجدول رقم (08) يوضح الوقت المستغرق للعينة في استخدام الفيس بوك بالنسبة لمتغير

	السن .
92	الجدول رقم(09) يوضح اوقات استخدام الفيس بوك بالنسبة لمتغير الجنس.
93	الجدول رقم(10) يبين عدد حسابات الفيس بوك لعينة الدراسة
94	الجدول رقم(11) يوضح طبيعة استخدام المبحوثين للفيس بوك.
95	الجدول رقم (12) يوضح الخدمات التي يفضلها الطلبة في موقع الفيس بوك.
96	الجدول رقم(13) يمثل اكثر خدمة يقوم بها الطلبة لدى تصفحهم للفيس بوك
97	الجدول رقم(14) يبين عدد اصدقاء الطلبة على الفيس بوك
98	الجدول رقم(15) معيار اختيار المبحوثين لأصدقائهم على الفيس بوك
99	الجدول رقم(16) معيار اختيار المبحوثين لأصدقائهم على الفيس بوك حسب متغيري السن والجنس .
100	الجدول رقم (17) يبين نوعية المجموعات التي يشارك فيها افراد العينة
101	الجدول رقم (18) يبين نوعية المجموعات التي يشارك فيها افراد العينة حسب متغيري الجنس والسن .
102	الجدول رقم(19) يبين اجابات المبحوثين ومدى ارتباطهم بالقيم
104	الجدول رقم(20) يبين اجابات المبحوثين ومدى ارتباطهم بالقيم بالنسبة لمتغير الجنس.
105	الجدول رقم (21) احصائيات اختبار بيرسون لوجود فروق بين ذكور و اناث العينة
107	الجدول رقم (22) يبين اجابات المبحوثين لعلاقة الفايسبوك بالقيم الاجتماعية.

فهرس الاشكال

25	الشكل(01) يوضح تطور الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت
51	الشكل رقم (02) يوضح مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل المجتمعات الافتراضية.
86	الشكل رقم (03) دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير الجنس
90	الشكل رقم(04) اعمدة بيانية توضح الوقت المستغرق لافراد العينة في استخدام الفيس بوك.
96	الشكل رقم (05) مخطط يوضح اكثر خدمة يقوم بها الطلبة عند تصفحهم للفيس بوك



