الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
Republique algerinn democratique et populaire

التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج
- البويرة-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

Ministére de l'ensignemenent superieur
et de la recherche scientifique
UnivérsitéAkli Mohand Oulhadj – Bouira
TasdawitAkliMohandUlhadj –Tubirett –
Faculté des sciences humaines et sociales

قسم: تاريخ

تخصص: إعلام واتصال

دوافع استخدام طلبة الاتصال بجامعة – البويرة - لمواقع التواصل الاجتماعي .

- الفايسبوك نموذجا -

مشروع تمهيدي مقدم لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال

إعداد:
- أمينة حجام
- زينب محمودي

إشراف:
فضيلة سبع

العام الجامعي: 2019 - 2020

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

لا بد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في رحاب الحياة الجامعية التي ربما يكون لنا فيها عودة أم لا يكون، لا بد لنا من وقفة نسترجع بها ذكريات قضيناها في ذلك الصرح العلمي مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين جهودا كبيرة في بناء جيل الغد.

وقبل أن أمضي أقدم أسمى آيات الشكر والامتنان والمحبة إلى الذين جمعوا أقدس رسالة في الحياة إلى شيوخي وأساتذة التعليم القرآني.

إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة،إلى جميع أساتذتنا الأفاضل بقسم علوم الإعلام والاتصال، وأخص بالشكر والتقدير للأستاذة فضيلة سبع من خلال إشرافها ومساعدتنا على إتمام هذا العمل.

كما لا أنسى أن أشكر كل من له يد أو سابقة في أنجاز هذا العمل فشكرا لكم جميعا.

اهداء

إلى من أوصى بهما رسول الله ثلاثا، فكان في رضاها فلاحا، وفي الدنيا صلاحا، وبالجنة نجاحا، يا من كنت لي درعا واقيا، وترياقا شافيا ودمت لي كنزا باقيا، إلى من ربتني على أن القرآن حياتي، وجعلت طلب العلم منبع اشتياقي لك أقدم وسام استحقاقي أجمل حواء رأتها مآقي....أمي فتيحة.

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار، إلى الذي أثقلت السنون كاهليه وذاق المرار، إلى أمني ومأمني وقرة عيني، إلى الذي أحمل اسمه بكل افتخار،

تاج رأسي يا أبي محمد.... دمت لي فخرا وذخرا أسموا وأعلوا به.

إلى فاتحة الأماني وخاتمة الآمال، إلى أعز ما كنت أملك في صباي ومطلع شبابي، إلى قدوتي في الحياة، فلن تهجري قلبي ولن ينساك خاطري ما دمت لهذا العالم أنتمي .... رحمك الله أختي.

إلى النجوم التي تلوح فوق سمائي أخواتي أجمل شيء في ذكرياتي، فأنتن الدلال و الدر المكنون ... والنعمة الجميلة في الحياة ملؤها إيماني.

إلى سندي وعضداي اللذان يشدان أزري، فالأول على ضلع المراجل ملك، والآخر على ضلع الوسامة أمير.

أمينة

اهداء

إلى اللذان أخذا بيدي ووفرا لي سبيل التعلم وكانا لي عونا في هذه الحياة " والداي الكريمان".

إلى من أسعد بوجودهم في حياتي، إخوتي وأخواتي .

إلى من أفتخر بصداقتهم أصدقائي.

إلى زوجي الكريم وعائلته.

إلى كل من علمني حرفا.

زينب

مقدمة

مقدمة

تعد شبكات التواصل الاجتماعية عبر الانترنت، أثر التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال، والأكثر شعبية وإثارة للعديد من النقاشات والحوارات وردود الأفعال حول تأثيراته وانعكاساتها، وتداعياتها المختلفة سواء بالسلب أو الإيجاب، وبفضله أصبح الفرد يعيش في عالم مفتوح يحتوي على المعلومات والبيانات في جميع المجالات، ومنذ ظهورها تطورت هذه الشبكات وبشكل ملحوظ سواء في الخدمات أو الوظائف التي تقدمها للأفراد أو في التقنيات العلمية الكبيرة، حيث أصبحت مصدرا مهما جدا للباحثين،والأكاديميين وكذلك الطلبة ومختلف شرائح المجتمع، ويرجع الاهتمام الكبير بتلك الشبكة إلى التفاعلية والمعلومات الغزيرة كما تتميز الشبكة بغرض التواصل بين العديد من مستعمليها، وتوفر لهم خدمات عديدة تساهم في إشباع العديد من احتياجاتهم كالحصول على المعلومات والأخبار، وكذلك إشباع رغبة التسلية والهروب من الواقع والتفاعل الاجتماعي.

وكان لظهور شبكات التواصل الاجتماعي على خلاف مواقعها كالفايسبوك، توتير يوتيوب، أنستغرام، ...وغيرها فرصة جديدة لتبادل الصور، ومقاطع الفيديو، وإجراء محادثات مباشرة، مما أتاح للطلبة التفاعل مع ما تنتجه هذه المواقع باعتباره فئة مستهدفة ، وهذه المواقع لم تكتفي بتوفير خيارات المحادثة والدردشة وعرض الصور والسير الشخصية بل إلى تغطية الأخبار عبر العالم، وأضحت وسائل الإعلام مجبرة على الاعتماد عليها لمسايرة التكنولوجيا والتماشي مع خيارات الطلبة في استفتاء مختلف الأخبار عبر هاته الشبكات.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي:

1- مشكلة الدراسة

إن ما يميز النظريات المعاصرة، هو قدرتها الدائمة على بعث التساؤلات التي تستدعي البحث المتواصل، إلا أنه لا توجد نظرية في حقل الإعلام حازت على الاتفاق الكامل حول كيفية عملها، وإنما تقدم هذه النظريات تصورات مختلفة حول آلية الإعلام وتأثيره وتأثره بالجمهور، ودور الجمهور في كم ونوع تعاطيه مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام والتغيرات الاجتماعية المحتمل حدوثها مستقبلا بسبب تأثر الجمهور بالوسائل الإعلامية أو الرسائل التي تصل إليها من خلالها.

ومن نظريات الإعلام المتعلقة بالجمهور، نظرية الاستخدامات والإشباعات التي تقوم على أن المتلقي يستخدم وسائل الإعلام المختلفة لإشباع رغباته الكامنة لديه، وتلبية دوافعه النفسية الاجتماعية أو المعرفية، وبالتالي يعتبر استخدامه لوسائل الإعلام وفقا لفروض النظرية عن حاجته التي يستطيع دائما تحديدها ويشارك بفعالية من خلالها في عملية الإعلام الجماهيري.

وتعدُّ مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنيت (فيسبوك، توتير، انستغرام....الخ) من الوسائل الإعلامية التي اجتاحت العالم بأسره، وبات الجميع من مختلف الأعمار يستخدمونها، وتختلف الآراء حول دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المختلفة منها، ولذلك تعد هذه الدراسة لمعرفة طلبة الإعلام والاتصال وأسباب تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي، والاشباعات المحققة من استخدامها.

2 – تساؤلات الدراسة:

انطلاقا من نظرية الاستخدامات والإشباعات فإن هذه الدراسة تسعى للإجابة عن التساؤلات الآتية:

1- ما الدافع الذي يسعى إليه طالب الإعلام والاتصال لتلبيته من خلال استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي ؟.

2- هل الاشباعات المحققة لجمهور الطلبة من خلال استخدام هاته المواقع تغنيهم عن استخدام وسائل الإعلام الأخرى؟.

- بالإضافة إلى طرح تساؤل أخر عن العلاقة بين الاستخدامات والاشباعات، وبعض متغيرات البيانات الشخصية وذلك على النحو الآتى:

3- هل هناك فروق دالة أخصائيا بين الاستخدامات والاشباعات وفق متغيري الجنس؟ التخصص ؟.

3- أسباب اختيار الموضوع:

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

1- محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للطلبة.

2- الرغبة في معرفة مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

3- حجم الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة.

4- التعرف على أكثر أنواع مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها طلبة جامعة البويرة تخصص اتصال، وما هو الدافع لذلك؟.

الأسباب الموضوعية

1- تعتبر موضوع دراسة حيوي وحديث، إلى جانب قلة الدراسات الجزائرية خصوصا التي تدرس تأثير واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

2- الانتشار الواسع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف الفئات والهدف منه.

3- الاستفادة التي ينالها طلبة الاتصال من هاته المواقع باعتبارهم أصحاب مهنة إعلام.

4 – أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية التواصل الاجتماعي للأفراد والمجتمعات كمصدر لا ينضب من المعلومات في عصر تكنولوجيا الاتصال، ويزداد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل غزارة المعلومات توفرها هذه المواقع وحدوث تأثيرات كثيرة ولهذا تزداد أهمية الدراسة باعتبار الطلبة هم النخبة، وهم الجماعة التي تقود المجتمع وتعكس طبيعتها وفلسفتها عليه، فالطلبة هم رأس هرم المجتمع، وطليعة الشرائح الاجتماعية وأكثرها دراية بالمستجدات التكنولوجية والمعلوماتية والاتصالية، لهذه الدراسة أهمية كبيرة في ظل الكم الهائل من المعلومات المتدفقة والمستمرة في النمو، والتي تصيب المستخدم بالحيرة والشك وعدم الثقة ومصداقية القضايا المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي لاحظنا ندرة البحوث والدراسات الإعلامية المطبقة على الاتصال في الجزائر عموما في ظل الاستخدامات والاشباعات، في وقت يزداد فيه الحاجة إلى الوسائل التواصلية الاجتماعية كما تسعى الدراسة إلى تبيان الجديد من سبب استخدام ودوافع طلبة الاتصال لوسائل التواصل الاجتماعي.

كما يمكن تحديد أهمية الدراسة في ضوء الاعتبارات التالية:

الأهمية النظرية:

1- يستمد الموضوع أهميته من أهمية فئة الطلبة داخل المجتمع ودوره فيه، كونه تعدُّ طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع.

2- الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة التي تؤثر في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة الاتصال ودرجة استيعابها لحاجاتهم.

3- تمهيد الطريق أمام إجراء عدد من الدراسات التي تتناول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، واشباعاتها بصورة علمية، بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.

الأهمية العلمية

1- التعرف على استخدامات طلبة الجامعة تخصص اتصال لهاته المواقع، ومحاولة توضيح الاستخدام الأمثل لها في ظل ما يرمون إليه.

2- التعرف على دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل، الاشباعات المطلوبة من هذا التعرض.

3- يتوقع إن يستفيد من هذه الدراسة طلبة الجامعات الجزائرية(إعلام واتصال).

5- أهداف الدراسة:

تسعد الدراسة الحالية للتعرف على ما يلي:

- معدل استخدام الشباب أو الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعية.
- أهم المواضيع التي يتعرض لها الطلبة ومناقشتها على مواقع الشبكات الاجتماعية.
- أشكال المشاركة مثل: إبداء رأي، التعليق، أخذ معلومة...الخ.
- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما وسط طلبة الاتصال.
- الاشباعات المحققة من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- إفساح المجال لاهتمام متزايد بموضوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مع أمل أن يلقى مزيدا من الاهتمام والدراسات الميدانية في جوانب مختلفة منه.
- الكشف عن أهم الخصائص العامة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، من حيث معرفة مدى إقبال الطلبة الجامعيين على استخدام هاته الأخيرة وأوقات، وعدد ساعات الاستخدام، ومواضيع البرامج، والتطبيقات الأكثر استخداما له مع معرفة الغاية من ذلك.

6- منهج وأدوات الدراسة:

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

ويرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناءا على الإشكالية التي تم تحديدها، وبما أن هذه الدراسة نسعى من خلالها إلى جمع المعلومات حول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

ودوافع هذا الاستخدام لدى الطلبة الجامعيين، فإن هذه الدراسة تصنف ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث، والمواقف المختلفة، كما نحاول تحليل وتفسير الأسباب الظاهرية لتلك الميولات، بقصد الوصول إلى نتائج منطقية، من أجل تطوير الواقع واستحداث أفكار ومعلومات ونماذج سلوك جديدة، كما يعتبر هذا المنهج الوصفي أو(المسح الميداني بالعينة) جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة في موضوع البحث، ويهتم في مجال دراسة الجمهور (الطلبة) المتلقي بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الحاجات والدوافع والمستويات الاهتمام والتفضيل.

إن الأداة التي استخدمناها لجمع البيانات الميدانية في هذه الدراسة هي الاستمارة، لأنها تناسب غرض الدراسة أولا، ولما تتميز به من خصائص تسهل على الباحث والمبحوث اقتصاد الوقت والجهد، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة وبحث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة، ولقد اعتمدنا على أداة الاستبيان التي وزعت على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لطلبة الاتصال.

7- الدراسات السابقة:

1- دراسة باديس لونيس(2008): بعنوان "جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت"دراسة في استخدامات واشباعات طلبة جامعة منتوري –قسنطينة-.

2- دراسة عمر عطلاوي (2017): تحت عنوان " أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة في الحصول على المعلومة الرياضية"الفيسبوك كنموذج – دراسة ميدانية لطلبة الإعلام والاتصال الرياضي بجامعة المسيلة، وهدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الجمهور ومواقع التواصل الاجتماعي (طلبة الإعلام والاتصال الرياضي بجامعة المسيلة)، من خلال تلبية وإشباع حاجياته الإعلامية، خاصة في خضم الزخم الهائل الذي تشهده الساحة الإعلامية أين أصبحت المعلومة تصل إلى جميع أصقاع العالم في لحظة واحدة، مهما بعدت المسافات وكثرت الحواجز.

3- دراسة مصطفى حسين (2018): الموسومة باستخدام النخبة الأكاديمية العراقية لوسائل التواصل الاجتماعي، والاشباعات المتحققة منها وهدفت إلى التعرف على الأسباب التي ترفع أساتذة الجامعات العراقية إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، واستعمل استبيانه موزع على الكليات العلمية والإنسانية احتوت على 28 سؤال مقسمين إلى محورين: المحور الأول استخدام وسائل التواصل الاجتماعية، والمحور الثاني الغرض من هذا الاستخدام.

4- دراسة وسام طايل البشابشة (2013) : والتي كانت " دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها(فيسبوك ، تويتر) هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتوتير) واشباعاتها بالتطبيق على عينة من طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا ومن أجل تحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الوصفي، حيث صمم استبانة لقياس دوافع استخدام طلبة الجامعة لهاته المواقع واشباعاتها.

8- تحديد المفاهيم:

الدوافع لغة: جمع دافع، حافز وسبب، وما يعمل الفعل من غرائز وميول فهو وجداني.

اصطلاحا: يشار إلى مفهوم الدافع في اللغة الانجليزية بكلمة(MOTIVE) ومعناها يحرك فالدافع عبارة عن أي شيء مادي أو معنوي، يعمل على تحفيز وتوجيه الأداء والتصرفات أي أن أي كلمة دافع مأخوذ من الفعل الثلاثي (دفع) أي حرك الشيء من مكانه إلى مكان آخر في اتجاه معين.

وكتعريف إجرائي يمكن القول أن: الدافع هو القوة التي تدفع الفرد لأن يقوم بسلوك من أجل إشباع وتحقيق حاجة أو هدف، كما أنه يعتبر شكلا من أشكال الاستثارة الملحة التي تخلق نوعا من النشاط أو الفعالية.

استخدام: لغة: مصدر استخدام آلة: استعملها، واستخدام كل الإمكانات: استغلالها.

اصطلاحا: يعرف بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحيثما يصبح الاستعمال متكررا ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذٍ الحديث عن الاستخدام.

إجرائيا: نقصد بالاستخدام في دراستنا هو استعمال الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال عملية التصفح التي يقوم بها كل فرد في هاته المواقع .

الطالب الجامعي لغة: الطالب جمعه طلاب، وطلبة، وطالب العلم أي الراغب في تحصيل العلم، وطالب في المعهد بمعنى من يتابع دراسته في سلك أعلى، وطالب في الجامعة.

اصطلاحا: هو ليس الشخص الذي يسعى فقط للحصول على الشهادة الجامعية، وإنما هو الذي يمتلك العقلية الواعية المدركة لواقعه، المنفتح على العالم الآخر المطلع على تجاربه واختراعاته، المتمتع بالقدرة العلمية التي تساعده على مواكبة التطور العلمي والتقني والأدبي والثقافي، في هذا العصر الذي يتميز بالتطور السريع جدا، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية الفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ أنه يمثل النسبة الغالبة في المؤسسة الجامعية.

إجرائيا: يقصد بالطالب في هذه الدراسة جميع الطلبة المنتمون إلى قسم علوم الإعلام والاتصال وبالتحديد طلبة الاتصال والعلاقات العامة، الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم الجامعية والدراسية.

مواقع التواصل الاجتماعي لغة: هو الإبلاغ والإخبار والاطلاع وجاء في لسان العرب كلمة وصال ما يلي: إلى الشيء وصولا وتوصلا إليه وبلغه وهذا معناه فعل وصل، وأوصل يفيدان علاقة توصيل وربط.

اصطلاحا: يعرف على أنها تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات كما تتيح للمشاركين إنشاء مواقع خاصة بهم ومن ثم ربطه من خلال نظام

اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الميول والهوايات نفسها ، أو جمعه من أصدقاء الجامعة.

إجرائيا: نقصد بها مواقع تكنولوجية فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية لمستخدميها بهدف الحصول على المعلومة والاتصال والتواصل بين مجموعة من المعارف والأصدقاء وهي تقوم على المستخدمين بالدرجة الأولى من خلال التواصل والقدرة أيضا على التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور، وهي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم.

الإشباع لغة: التوفية وبلوغ حد الاكتمال.

اصطلاحا: هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل الكلمة أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض تنبيه، أو التخلص من التوتر، فالتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة.

أما في التعريف الجزائي: نقصد به تلبية رغبة وتحقيق هدف والدافع الذي يسعى إليه الطلبة الجامعيين(اتصال) من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على نتائج تشبع فضولهم وتجيب على تساؤلاتهم.

وبذلك يرتبط مفهوم الاشباعات بمفاهيم أخرى هي الحاجة أو الرغبة.

الحاجة والرغبة

تعرف الحاجة على أنها " عبارة عن توليفة من النقص في المتطلبات الجسمية والمتعلمة فهي تظهر مثلا حينما تحرم خلية في الجسم من الغذاء أو الماء أو غيره، أو حينما يتم حرمان الشخصية الإنسانية من الأشخاص المقربين، وبهذا يستخدم مفهوم الحاجة للدلالة على الحالة الفيزيولوجية للخلايا الناجمة عن الحرمان، أي أن الحاجة عبارة عن جانب فيزيولوجي.

وتعرف في مجال علم النفس على أنها " حالة من التوتر أو عدم الإشباع يشعر بها فرد معين وتدفعه إلى التصرف متجها نحو الهدف الذي يعتقد أنه سوف يحقق له الإشباع.

وهناك فرق بين الحاجة والرغبة، فالرغبة هي شعور بالميل نحو أشخاص أو أشياء معينة كرغبة الطفل في تقبيل أمه مثلا، لا تنشأ من حالة نقص أو اضطراب كما هي الحال في الحاجة، بل تنشأ من تفكير الفرد فيها أو تذكره إياها، أو إدراكه لأشياء مرغوبة، فالرغبة تستهدف التماس اللذة، بينما الحاجة تستهدف تجنب الألم .

الفصل الثاني

الإطارالنظري

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1- نشأة وتاريخ مواقع التواصل الاجتماعي.

إذا كان العصر الحالي يشهد اتصالات والمعلومات في كامل المجالات، وبوتيرة متسارعة فليس من الغريب أن يمتد تأثيرها إلى مجال التواصل، من حيث عملية نقل واستقبال المعلومات بين طرفين أو أكثر تدور عبر قنوات غير مباشرة وضمن شبكات اجتماعية للتواصل الالكتروني، حيث يرى أبو العطاء أن ثورة الكمبيوترات الكبيرة انطلقت مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين، ثم ظهرت الحاسبات الشخصية PCs في بداية الثمانينات، وظهرت الانترنت في بداية التسعينات، واعتبرها البعض ثورة ثالثة، أما الرابعة وأخر صيحات في عالم الكمبيوتر فكان ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل: Classmates.com عام 1995 لتربط زملاء الدراسة وموقعSix Degess.Com عام 1997 وركزت تلك المواقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة الرسائل الخطية لمجموعة من الأصدقاء وبالرغم من تشابهها مع الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكيها، وتم إغلاقها، وبعدها ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية والتي لم تستطع تحقيق النجاح بين 1999/ 2001 وفي السنوات اللاحقة كان الميلاد الفعلي للشيكات الاجتماعية فمع بداية Loot ظهرت Friedster التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ[1].

[1]- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان ،الأردن 2015، ص 200-201.

ومع بداية عام 2005 حصلت نقلة نوعية في شبكات التواصل، حيث تنافس موقعان ناشأن على استقطاب وجذب الجماهير هما موقع مي سبيس الأمريكي الشهير، ومنافسة ذائع الصيت اليوم فيس بوك ، الذي تضاعفت أعداد مستخدميه بشكل رهيب حيث وصل عدد المشاركين فيه بعد ستة سنوات من عمره أكثر من 800 مليون مشترك من كافة أنحاء العالم[1] .

2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

وسائل التواصل الاجتماعي هي منصات إعلامية أو مجموعة من قنوات الاتصال المباشر المتخصصة في النشر والتفاعل ومشاركة المحتوى، والتعاون على مستوى المجتمع والأفراد[2] .

ويحدد مفهوم مواقع الاجتماعية على انها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء حساب خاص به، ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية، وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء مجتمعات بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الانترنت والتعرف على[3]

[1]- عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوفي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، لاستكمال الحصول على درجة الماجيستير جامعة نزوى، 2015، ص 10.

[2]- حسان أحمد قميحة، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة، ط1، مصر20017، ص 23.

[3]- - عباسيني سارة/ عليم زهرة ، اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك على العلاقات الأسرية-صلة الرحم- دراسة ميدانية على طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، مذكرة لنيل شهادة الماستر 2015، ص 54-55.

المزيد من المواقع الاجتماعية على قواعد بيانات علاقة تؤمن التواصل بين مختلف

المستخدمين تتيح تبادل الملفات وإجراء المحادثات الفورية، بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى[1].

ويشكل عام من خلال التعاريف التي سبقت فان خدمات الشبكات الاجتماعية هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين ومن الواضح أن تلك الشبكات قد أحدثت تغير الكبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات، وتنقسم حسب الأعراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا فيس بوك، ماي سبيس تويتر، وجوجل بلس...الخ.

3- أهم الشبكات الاجتماعية وأهميتها:

أولا أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

حظيت مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت بانتشار كبير على الصعيد العالمي بل وقد باتت بعض مواقع التواصل من أكثر المواقع زيادة في العالم، بما في ذلك فيس بوك، يوتيوب، تويتر، وغيرها.

- موقع فيس بوك : أنشأ هذا الموقع عام 2004 على يد "ماك روكريج' الذي كان طالبا في جامعة هارفارد، وسمي بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بـ'كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض خاصة بعد الانتهاء من مرحلة الدراسة والتخرج فكان الهدف تأسيس موقع الكتروني ليقوم بعمل "كتب الوجوه" بطريقة أسهل وأوسع انتشار أو أكثر فعالية.

[1]- عباسيني سارة، المرجع السابق، ص 55.

هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة "فيس بوك" محدودية المسؤولية كملكية خاصة لها، وقد قام مارك روكربيدج بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من داستين هوسكو فيترو كريس هيوز الذين تخصصا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالبا في هارفرد، كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى ومدن أخرى[1]

ويشكل المتواصلون على موقع الفيس بوك مجتمعا افتراضيا أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية، ففي هذا المجتمع الافتراضي لا يشعر المتواصل بما يشعر به الإنسان في المجتمع الحقيقي من ضغوط وصعوبات، حيث لا يجد نفسه مرغما على قبول أي شيء لا يريده من أصدقاء أو مكان أو قراءة...الخ[2]، وتحتل هذه الأخيرة من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي، " جوجل، ومايكرو سوفت" ولا يقتصر دور الفايس بوك في الدردشة والبحث عن الأصدقاء والترفيه وقتل الفراغ، بل يسهم في تبادل المعلومات، والتشارك والتشاور بشأن القضايا والإسهام بحلها، واتخاذ القرارات المناسبة إزاءها فضلا عن التدريب والتعليم، و تبادل الأفكار والآراء ،وتلقي النصح والإرشاد عبر نصوص مجردة، وصور مرفقة مع نصوص أو فديوهات تتعلق بحدث معين يهم الجمهور أو يهدف المستخدم عن طريقه إلى إيصال فكرة إلى الآخرين وإقناعهم بها[3].

[1]- وسام طايل البشابشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها-فايس بوك توتير - رسالة لنيل شهادة الماجيستير،جامعة البتراء الاردن، 2013، ص 31.

[2]- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد، دار أسامة للنشر، ط1، الأردن، 2014، ص 64،65.

[3]- غالب كاظم جياد الدعمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2017، ص 83.

وعند استخدام معظم التطبيقات يتم تنبيهك بأن تنفيذ هذا التطبيق يتطلب الدخول إلى بياناتك الشخصية ولا يمكن إجراء التطبيق من دون هذه الخطوة، ولا يعرف اسم المستخدم مستوى البيانات الشخصية التي يتطلبها للمشاركة فيه[1].

- **توتير** : أخذ اسمه من مصطلح " تويت" الذي يعني التغريد واتخذ من العصفورة رمزا له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفا للرسالة الواحدة ، كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة أوائل عام 2006 عندما أقدمت شركة Obvious الامريكية على إجراء بحث تطويري لخدمت التدوين، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام[2]، ويمكن لمن لديه حساب في موقع توتير أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات "التويتات" من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة ويتنافس مستخدمو صفحات التوتير بعدد المتابعين لهم، كما تتيح شبكة توتير خدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الالكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة RSS عبر رسائل نصية " SMS". [3]

-**اليوتيوب** : وسيلة تواصل اجتماعية، تم إطلاقها في فبراير 2005، وأُطلق من قبل ثلاث موظفين سابقين وهم: ستيف تشين STEVE CHEN، جاود كريم JUDD CREAM، شادهيرلي SHAD HURLEY، بعد أن صوروا مقاطع فيديو ونشروها بين الزملاء في حفلة لهم في أمريكا، يسمح للمستخدمين بتحميل ومشاركة الفيديو على القناة المخصصة، والتي تسرد قائمة بالفيديوهات الخاصة بكل مستخدم، ومن أهم مزايا اليوتيوب

---

[1]- عباسيني سارة، المرجع السابق، ص 60.

[2]- السعيدي حنان، ضيف عائشة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي–فايس بوك- نموذجا، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماسترن جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015، ص 39.

[3]- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2015، ص64.

هي التعليقات على قناتك، والفيديوهات التي تديرها، والتي تسمح للمشتركين بتتبعك على الاشتراك الخاص بالقناة، ويمكن للمستخدم الترويج عن منتجات وخدمات صفحته أو شركته، [1] وقد اختلفت الآراء حول موقع "اليوتيوب" ما إذا كان الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو SHARING VIDEON، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظرا لاشتراكه معها في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع.[2]

لينكدان: موقع لينكدان هو شبكة اجتماعية مهنية، ففي الوقت الذي ترتكز فيه مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى على العلاقات الشخصية الاجتماعية، يسمح لينكدان للمهنيين بإنشاء ومن ثم الحفاظ على علاقات في المجال العلمي، وكذا تعزيز خدماتهم ومهاراتهم المهنية ورغم بداياته في 2002 إلا أنه أصبح اليوم من بين أهم الشبكات الاجتماعية المهنية،[3] حيث يقوم بتسهيل عملية الحصول على الموظفين المرشحين للعمل، حيث يتيح موقع لينكدان للأشخاص عرض سيرتهم الذاتية المفصلة، وتستطيع الشركات إجراء البحث عن هؤلاء عبر كلمات مفتاحية، كما أتاح الموقع في تحديثات جديدة تمت عام 2010 للمهتمين خدمة التفاعل ومتابعة أخبار الشركات من حيث فرص العمل الجديدة، ومتابعة أي تغيرات تطرأ على المستخدمين لدى الشركة، ولكن مقابل هذه الفوائد لهذا الموقع بعض السلبيات فإنه يعاني مما تعاني منه بعض المواقع الأخرى، من إمكانية اختراق حساب مستخدميه، فعلى سبيل المثال تمكن هاكر روسي من اختراق موقع لينكدان وسرقة أكثر من ستة ملايين

[1]-مصطفى حسين، استخدام النخبة الأكاديمية العراقية لوسائل التواصل الاجتماعية والاشباعات المتحققة منها، 2018، ص 113-114.

[2]-قواسمية حنان، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي التبسي- تبسة- 2016، ص 34.

[3]-عيساوي لأكرم، اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر جامعة العربي التبسي 2016، ص 48.

ونصف رقم سري، مما أثار تساؤلات عديدة عن مدى الأمن والحماية التي يقع بها رجال الأعمال والشركات التي تستخدم هذا الموقع.[1]

- **الانستقرام**: يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليق عليها، أو تسجيل الإعجاب وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والأنستقرام تطبيق متاح لتبادل الصور وإضافة إلى انها شبكة اجتماعية، كانت بداية الأنستقرام عام 2010 حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية .[2]

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

مما لاشك فيه أن مواقع التواصل الاجتماعي تزداد أهميتها في حياتنا اليومية خاصة بعد التطور الكبير الذي شهدته الفترة الأخيرة، وبطبيعة التطور التكنولوجي الحاصل وظهور العديد من التقنيات الحديثة، تلعب هذه المواقع أهمية جد بالغة سواء كانت اجتماعية، علمية أو حتى تعليمية، فعادة ما يتم استخدامها للتواصل مع الأهل والأصدقاء أو لتعقب الأهم من ذلك، للترفيه عن النفس، كما تحقق التواصل المستمر ومشاركة الأفكار والآراء والخبرات، ومتابعة الأحداث الجارية وقراءة القصص، والتفاعل مع جميع المنشورات على صفحات الأفراد والشخصيات العامة، والتسويق للمنتجات المختلفة، وتقديم المساعدات ودعم العمل التطوعي، لذا يمكننا القول أنها تهدف إلى تحقيق الرفاهية للبشرية وجعل الحياة أكثر سهولة ويسر.[3]

[1]-علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 83.

[2]- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، المرجع السابق، ص 66.

[3] -مجلة رواد الأعمال ، 14:05، 2020/10/26، WWW. ROWAD ALA AMAL.COM.

4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

أصبحت هذه المواقع موجودة في كل مكان، ولم يعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية مجرد تسلية أو الترفيه، بل أصبحت أسلوب حياة لما تتمتع به من خصائص ومميزات والتي نلخص منها ما يلي:

-سهولة الاستخدام: حيث لا يحتاج التعامل مع موقع شبكة الانترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية، حتى يتم التفاعل مع محتواها، كما لا يحتاج رواد الشبكات إلى خبرات وتدريبات علمية وعملية معقدة، وإنما إلى مجرد مقدمة ومبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط، حيث تتطلب عملية التسجيل (اسم ورقم سري، وبطاقة تعريف العضو)، والموافقة على الشروط العضوية وبنود العقد المحدد بموجبه الحقوق والواجبات الرقمية، وبمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحصل على هوية رقمية، يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بحرية تامة.

- التدفق الحر للمعلومات: فقد وفرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسبن بل باستخدام الوسائط المتعددة من: صوت، صورة، الفيديو والموسيقى، مما يحقق فورية تشارك المعلومات المحدثة وبث الوقائع والأحداث لحظة بلحظة.

- السرعة: سمحت مواقع التواصل الاجتماعي بتبادل المعلومات بطريقة سريعة، كما يشار في ظل هذا السياق إلى الاتصال أو الترابط غير العادي، الذي يعني في فحواه عدم التأكد من المصدر ومعالجة المعلومات بطريقة غير كافية، مما قد يؤثر في النتائج المترتبة.[1]

- التفاعلية والتشاركية: يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية، إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء مما يتعلق بشخصيته (رياضة، أزياء، أو

[1]-مرزاقة بلبالة، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، جامعة محمد خيضر بسكرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، 2019، ص 40-41.

موسيقى)، أو ما يتعلق بموطنه (أحداث، سياسة...) التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين وتسمح شبكات التواصل للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو إبداء الإعجاب بها ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين، ومدى تفاعلهم، والرد عليهم مباشرة، وقد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل، ومشاركة المضامين مع الآخرين.

- **الحضور الدائم غير المادي:** إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الأخر عن طريق ترك رسالة نصية، أو صور أو معلومات عن أفلام، أو موسيقى، أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر، الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من غير أن يلتقيا في وقت متزامن.

- **المرونة**: إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة، فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات، بل إن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعية.[1]

5- ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

أضفت تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغيرات ثقافية، اجتماعية، سياسية، واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها ومن أهم المزايا والايجابيات نذكر:

- أتاحت هذه الشبكات لمستخدميها تبادل الخبرات والاهتمامات والآراء فيما بينهم، وإطلاق إبداعاتهم ومواهبهم الكامنة، حيث أصبحت هذه الشبكات تمثل النوافذ التي يطل الشباب من خلالها على العالم الخارجي.

[1]-حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، ط1، 2015، ص 85-87.

- أصبحت الشبكات الاجتماعية وسيلة أخبار مهمة للأحداث بعينها، وخاصة الأحداث السياسية ومجرياتها.

- الشبكات الاجتماعية هي اليوم وسيلة يمكن من خلالها استطلاع آراء فئات مجتمعية معينة مثل: استطلاع آراء الشباب عبر الفيسبوك، تويتر وغيرها.

- مثلت هذه الشبكات منتديات افتراضية، حيث تم تكوين من الملتقيات الاجتماعية عبر هذه الشبكات.

- تحفز على التفكير الإبداعي وبطرق وأنماط مختلفة وقد يكون سبب التواصل مع أشخاص مثقفين.

أما سلبيات هذه المواقع فنجد منها:

- ضياع الوقت بسبب الإبحار والاستغراق في هذه الشبكات الأخطر، الذي أدى إلى التلاشي التدريجي لعملية التواصل المجتمعي على أرض الواقع.
- استخدام البيانات والمعلومات الشخصية قد يؤدي في بعض الأحيان للاستخدام المضاد والسيء لهذه المعلومات.
- أن استخدام هذه الشبكات من خلال الملفات الخاصة قد أدى إلى انعدام الخصوصية، فليس هناك رقابة ولا توجد قوانين عقابية لمن يقتحم خصوصية الأشخاص من خلال هذه المواقع.[1]
- النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.
- ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها.[2]

[1]-كاتب فارس، عقون دنيا، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي- 2016، ص 53-54.

[2]-عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 69.

المبحث الثاني: المفاهيم المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي.

1- التواصل والاتصال.

يعد الاتصال من أقدم أوجه العمليات الاجتماعية، والتي ظهرت مع بداية حياة الإنسان ويعد تمهيد لكل ما تقوم به من أفعال، فهو ضرورة من الناحية الاجتماعية لا تقل أهميته عن حاجياتنا للأمن والغذاء والكساء والمأوى، وبه يحدث الترابط والتواصل بين الآخرين، والتعبير عن إحساسه اتجاههم، ومحاولة التأثير والتأثر.

كما يعرف الاتصال على أنه يقوم على تبادل المعاني المبنية في الرسائل، والتي من خلالها يحدث التفاعل بين الأفراد، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لتوصيل المعنى وفهم الرسالة، فقيام الأفراد بالاتصال مع الآخرين يقصد بها إمكانية التفاهم، واتفاق حول موضوع أو أفكار معينة، ومهمة للطرفين بصورة متفاوتة أو متساوية، وذلك حسب نوعية الاتصال وأهميته، والاتصال في اللغة العربية كلمة مأخوذة من المصدر (وصل) أي (البلوغ) فيقال (وصل إليه وصولا: أي بلغه وانتهى إليه) هذا ما ورد في مختار الصحاح ومن ثم فإن كلمة "اتصال" مشتقة من "وصل" ونقول أيضا "وصل شيئا بشيء " أي تم ربطهما معا، والاتصال أيضا يصل الناس بعضهم ببعض من خلال أدوات الاتصال ورموزه وأشكاله [1].

كما يعرف التواصل اصطلاحا على أنه مجموعة من المعاني التي تعبر عن جوهر العملية، حيث أن التواصل ليس مجرد اتصال بين طرفين أحدهما مؤثر والأخر متأثر وإنما هو علاقة بين فردين على الأقل، كل منهما يمثل ذاتا نشيطا، وهذا يعني أن كل طرف في العملية يفترض نشاط الطرف الآخر ويتعين على كل من الطرفين أن يمثل الأهداف [2]

[1]- كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1 2001، عمان، ص 53.

[2]- كمال خورشيد مراد، المرجع نفسه، ص 54.

والمجهودات الخاصة به والخاصة بالطرف الأخر، ولا يقتصر الأمر على تبادل المعاني والدلالات فقط بل يسعى كل طرف إلى صياغة معنى عام في سياق ذلك، وهذا يتطلب فهم المعلومات لا قبولها فحسب ولذلك تكون كل عملية تواصل عبارة عن وحدة من النشاط والمعرفة[1].

ويتبين مما سبق أن الاتصال مرتبط بالنشاط البشري، وضرورة إنسانية واجتماعية لتحقيق التواصل والتفاعل بين الأفراد والمؤسسات، وتحقيق الأهداف عن طريق نقل الأفكار والمشاعر والمعلومات وأن مهارات النجاح في مختلف أوجه الحياة ترتبط ارتباطا وثيقا بالقدرة على التواصل الفعال مع الآخرين.

2- الفرق بين الاتصال والتواصل:

إن حياتنا المعاصرة قائمة على الاتصال لا التواصل، وأن اصطلاح" التواصل" يرتبط بمجموعة من المعاني التي تعبر عن جوهر العملية، والتي لها مجموعة من المعاني التي ارتبطت تاريخا بالمصطلح السابق الاتصال، ومن بين هذه المعاني:

- أن الاتصال مصطلح يستخدم للإشارة إلى عملية نقل المعلومات، بينما يقتصر مصطلح التواصل على وصف حدوث هذه العملية بين البشر فقط.

- أن التواصل يشير إلى عملية شاملة تتجاوز أطرافها النظام الاجتماعي الشامل الذي تتم فيه بعكس الاتصال الذي ارتبط بعملية تجزيئية، ويتغاضى عن السياق الشامل لعملية التواصل.[2]

[1]- كمال خورشيد مراد، المرجع السابق، ص 54.

[2]- عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، المرجع السابق، ص 14.

- أن التواصل في الإنسان متعدد الاتجاهات وليس في اتجاه واحد، فالطرفان يتبادلان دائما دوري المرسل والمستقبل في عملية سريعة مستمرة وإن لم يحدث ذلك نكون بصدد اتصال لا تواصل.

- إن الاتصال أهم من التواصل كما يراها أبو صواوين، فرؤيته تقوم على أن الاتصال أشمل وأهم في المعنى من التواصل، فالتواصل ينشأ أساسا في الكثير من الأحيان نتيجة لعملية اتصال، كما أنه يتميز بالمشاركة بين طرفي عملية الاتصال وانفتاح الذات على الآخرين، مع وجود العلاقة بينهم واستمرارها والمشاركة من كلا الطرفين باتجاه تحقيق الأهداف، فالاتصال هدف متواصل والاتصال يسبق التواصل.

"فالتواصل" إذن عملية تفاعل عاطفية بين المرسل والمستقبل، يتم من خلالها تأثير متبادل، من خلال تبادل الآراء والمعلومات في إطار نسق اجتماعي معين، ولذلك التواصل هو في الواقع جوهر عملية "الاتصال" برمتها.

ويتضح من العرض السابق ارتباط مفهومي الاتصال والتواصل والتداخل الكبير بينهما، وبالتالي صعوبة الفصل الكامل في الأجزاء المكونة لهما، بيد أنه يمكن اعتبار الاتصال قائما على نسق ذو اتجاه واحد، بينما التواصل متعدد الاتجاهات.[1]

3-أهمية التواصل.

إن التواصل عملية اجتماعية تلعب دورا هاما وفعالا في الحياة الإنسانية، والوسيلة التي يستعملها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية، ولا يمكن لجماعة أو منظمة أن تنشأ وتستمر دون اتصال وتواصل يجري بين أعضائها، وهو رحلة استكشافية لا نهاية لها وجزء أساسي من حياتنا، فالتواصل بجميع أنواعه يشكل الجزء الأكبر من ما نقوم به،

[1]-عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، مرجع سابق، ص 15.

فبمجرد قدوم الإنسان إلى هذه الأرض، أصبح التواصل أكبر العوامل التي تحدد العلاقات التي يقيمها مع الآخرين، بل وما سيتعرض له من أحداث مدى الحياة، فالتواصل وظيفة رئيسية في أي بناء متكامل، سواء كان هذا البناء بيولوجيا، سيكولوجيا أم اجتماعيا، ويحقق التواصل أهميته من خلال عاملين رئيسيين هما: زيادة قدرة الأفراد على التوافق المتبادل وزيادة درجة اندماج الذوات في (النحن).[1]

4-خدمات شبكات التواصل الاجتماعي.

بظهور شبكات التواصل الاجتماعي من فايسبوك وغيره، توسعت الخدمات المرجوة من هذه الشبكات، ومنحت متصفحيها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات، في مجالات التعليم، الثقافة، الرياضة وغيرها، وتقدم خدمت التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، بحيث يمكن لأي أحد من المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب أو ما يحدث في العالم.

الملفات الشخصية أو صفحات الويب: هي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية مثل الاسم، السن، البلد، والاهتمامات والصور الشخصية.

الأصدقاء والعلاقات: هي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم بالمواقع أو الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي.

إرسال الرسائل: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء أو إلى غير الأصدقاء.

ألبومات الصور: تتيح للمستخدمين إنشاء عدد لا متناهي من الألبومات، ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها، وتحويلها وتبادلها أيضا.

[1]-عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، مرجع سابق، ص 16.

المجموعات: تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات بهدف معين، ويوفر موقع الشبكات مؤسس المجموعة أو المؤسسين المهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بالمنتدى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء، وكذا دعوة الأعضاء لتلك المجموعات ومعرفة عدد الحاضرين .

الصفحات: تم استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرص عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحددونها.[1]

5-مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل المجتمع الافتراضي.

ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في خلق فضاءات اجتماعية جديدة لالتقاء الأفراد كمنتديات النقاش والمدونات، فأعادت تشكيل بنية المجتمع، إذ عملت على تهديم عادات اجتماعية كانت سائدة كالتواصل الطبيعي بين الأفراد، حيث يعرف قاموس الإعلام والاتصال المجتمع الافتراضي على أنه " مجموعة من الأشخاص يتفاعلون في الإنترنت مثل: غرف الدردشة ويتبادلون الاهتمام "، وتختص هذه المجتمعات بمجموعة من الخصائص منها(الاتصال والتفاعل، التعبير عن المشاعر ... الخ).

[1]-كاتب فارس، مرجع سابق، ص 58-59.

	المجتمع الطبيعي	المجتمع الإفترضي
البقاء	دائم	مهدد بالزوال
المكان	محصور بمجال جغرافي	غير محصور بمجال جغرافي
المحلية/العالمية	محلية	العالمية والكونية
الإدراك	من خلال الحواس الخمس	من خلال الأفكار والآراء والمفاهيم
تبادل	مواجهي	وسطي
العلاقات	حقيقية	افتراضية

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

وأما انتشار الاستخدام المفرط لهذه المواقع، أصبح الأفراد يميلون إلى قضاء وقتهم في عالم يوازي عالمه الفيزيائي، الأمر الذي دفعهم إلى الانقطاع عن العديد من النشاطات الاجتماعية، بحيث يقوم الأفراد الذين يستخدمون مواقع التواصل لإقامة روابط فيما بينهم، ويجتمعون في جماعات مختلفة، وتتميز هذه الجماعات بديناميكية من حيث تغير عدد أعضائها وطريقة تكوينها.[1]

[1]-السعيدي حنان، مرجع سابق، ص 48.

المبحث الثالث: استخدامات واشباعات مواقع التواصل الاجتماعي.

1-مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات وفروضها.

تعتبر نظرية أو مدخل الاستخدامات والاشباعات، إحدى المداخل الوظيفية التي تنظر في العلاقة بين مضمون أجهزة الإعلام والجمهور بنظرة جديدة، تفرض أن قيم الناس واهتماماتهم، ومصالحهم وميولهم وأدوارهم الاجتماعية، وهي الأكثر تأثيرا وفاعلية على سلوكهم الاتصالي، فهو يهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، مركزة على الوظائف الأساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام من وجهة نظر الأفراد المستخدمين لها والمستهلكين لمحتواها. فخلال الأربعينيات من القرن العشرين (20)، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الأعلام.[1]

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 والاشباعات على أنقاض السؤال القديم الذي كان سائدا قبل ذلك، وهو ماذا تفعل وسائل الإعلام بجمهورها؟.

فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجياتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات الترفيهية المتاحة.

[1]-لونيس باديس، جمهور الطلبة الجزائريين والأنترنت، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري-قسنطينة-2008، ص 31.

هذه النظرية جاءت من خلال نشاط دءوب للعلماء (كاتز ويلومر) 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 وظائف المتعارف عليها، إلا أن هده الاحتياجات شديدة التعقيد عندما يتعلق بمكونات الإنسان النفسية والاجتماعية، وهو ابرز ما يميز تفسيرات النظرية، لذا النظرية تعتمد على أن الأفراد مدفوعون بمؤثرات نفسية واجتماعية وثقافية تجعلهم محتاجين للإعلام والاتصال[1] .

ويحقق منظور الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:

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

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.[2]

فروض النظرية:

-الجمهور هو جمهور مشارك فاعل في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدم الوسيلة التي تحقق حاجاته.

[1]- السعيدي حنان، المرجع السابق، ص 55.

[2]- حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر،ط1، مصر، ص 241.

-استخدام الوسائل يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور تحقيقها، وتتحكم في ذلك أمور منها: الفروق الفردية والتفاعل الاجتماعي.

-الجمهور الذي يختار الوسيلة، والمضمون الذين يشبعان حاجياته.

-يستطيع الجمهور تحديد حاجاته ودوافعها، ومن ثم يلجأ إلى الوسائل والمضامين التي تشبع حاجياته.

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

وذكر محمد البشر أن (ليتل جون littel jhon)(أكد في هذا المعنى أن هناك ثلاث فروض أساس تنطلق منها هذه النظرية وهي:

-أن جمهور وسائل الإعلام يسعى إلى إشباع حاجة معينة من خلال تعرضه للرسائل التي تقدمها الوسيلة الإعلامية.

-أن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته، فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات، ويحاول إشباعها من خلال استخدام الوسائل الإعلامية المتعددة.

-أن وسائل الإعلام تنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجماهير.[1]

2-عناصر النظرية وأهم القضايا التي ترتكز عليها.

يتكون مدخل الاستخدامات والاشباعات من عدة عناصر على النحو التالي:

[1]-حسين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر، 2014، ص 84.

1- افتراض الجمهور النشط: كانت النظريات القديمة كنظرية الرصاصة والحقنة تحت الجلد، تعتبر أن الجمهور مجرد متلقي سلبي، لكن مع ظهور مدخل الاستخدامات والإشباعات ظهر مفهوم الجمهور النشط، الذي يبحث عن المضمون الإعلامي المناسب بالنسبة له، ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى، ويعرف ذلك(الانتقاء النسبي) أو (توقع المكافأة)، وهو الموازنة بين قدر الإشباع الذي يحصل عليه الفرد مقابل الجهد المبذول للحصول على هذا الإبداع.

ومن الجدير بالذكر أن المضمون الإعلامي الواحد يحقق اشباعات متفاوتة لدى فئات من الجمهور فمثلا برنامج يحتوي مشاهد عنف قد يكون مادة ترفيهية بالنسبة للبعض، ومادة تعليمية بالنسبة للبعض الأخر.

ويتحدد مفهوم نشاط الجمهور في عدة أبعاد أهمها:

الانتقائية: ويتمثل في اختيار وسيلة اتصال معينة واختيار التعرض لمضمون معين بها، ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتي الإدراك والتذكر.

النفعية: فجمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة.

العمدية: يعتمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة معينة لإشباع حاجة ما ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة.

الاستغراق:ويحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، فإن استغراق الجمهور على المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون يعتمد على مدى توحد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية.

مناعة التأثير: هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه، فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء.[1]

[1]-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة 2011، ص 302.

أهم القضايا التي ترتكز عليها النظرية:

أولا: الدوافع والحاجات:

حسب النظرية: إشباع الحاجات وتلبية الرغبات والدوافع ضرورة نفسية واجتماعية عند الأفراد، يستقم بها الاتزان النفسي والتكيف الاجتماعي مع البيئة.

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.

ثانيا: دوافع التعرض للإعلام:

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

ومن ناحية علمية يمكن إجمالا دوافع تعرض الإنسان للمواقع 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.

ثالثا: احتياجات التعرض لمواقع التواصل أو الإعلام :

يمكن إيجاز تلك الاحتياجات عند جمهور وسائل الإعلام في الأتي:

1-**التسلية:** من خلال الحصول على المتعة وهذا يؤدي إلى الهروب من الضغوط الروتينية والعاطفية.[1]

[1]-السعيدي حنان، مرجع سابق، ص 57.

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.[1]

2-العلاقة بين الاستخدام والاشباع.

بناء على نتائج العديد من البحوث صاغ كاتز وزملاؤه نموذجا للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية الحاجات مثل الأنشطة الثقافية الأخرى.

فهو يرى أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد، ومن خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات " الحاجة إلى التسلية والهروب يرسم توقعاته عن إمكانية تحقيق ذلك من خلال مشاهدة التلفزيون أو الذهاب إلى النادي " فيترتب عن ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع العناصر الإجتماعية والنفسية ... وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملا في اشباعها.[2]

4-أسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.

بدا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة بشكل واسع ومن أهم أسباب هذا الاستخدام ما يلي:

---

[1]-السعيدي حنان، مرجع سابق، ص58.

[2]-محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 3، القاهرة 2004، ص 283.

1-تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة التواصل بينهم وبين الأساتذة، حيث تستخدم هذه المواقع لأغراض الدراسة، أو إعداد المشاريع المطلوبة من الطلبة وتبادل المعلومات فيما بينهم.

2-تعد مواقع التواصل وسيلة لنشر ثقافة التقنية.

3-تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على توسيع مدارك الطلاب باطلاعهم على أحدث المستجدات في مجال دراستهم.

4-تعد وسيلة لتعبير الأفراد عن آرائهم بالكتابة، مما قد يساعدهم على الإبداع.

5-يحقق استخدام هذه المواقع فوائد اجتماعية واقتصادية في خفض الانفاق على قاعات الدراسة والأدوات والرسائل التعليمية. [1]

[1]-عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوافي، مرجع سابق، ص 20.

الفصل الثالث

الإطارالتطبيقي

الفصل الثالث:الإطار التطبيقي.

استبيان الدراسة.

المحور الأول: دوافع استخدام طلبة الاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي.

من أهم النتائج المتوصل إليها في الدراسة أن هناك نسبة كبيرة من الطلبة أو ما يقارب(87%) يتابعون موقع Facebook، كما اتضح أن هؤلاء الطلبة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي عبر هواتفهم المحمولة وهذا بنسبة كبيرة أيضا.

ففي المرتبة الأولى كان دافع استخدام طلبة الاتصال لمواقع الاتصال الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل والأصدقاء، وهذا التصور كان بنسبة تقدر ب(88%) تلاها دافع الترفيه والتسلية، ومن بعد ذلك دافع الاستخدام لأغراض دراسية والتعمق أكثر في التخصص، كذلك معرفة آخر المستجدات في الساحة الإعلامية والسياسية، كما أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للقيام ببعض المشاريع المصغرة لهم (كتسجيل فيديوهات، تصوير روبورتاج أو حتى صناعة محتوى...) ومشاركتها عبر صفحات المواقع بغية الحصول على تشجيعات وتحفيزات الآخرين، ومعرفة مستواه في المجال الإعلامي والاتصالي، كذلك فرصة الحصول على اشتراك مع إحدى القنوات التلفزيونية أو الإذاعية، وهذا كله حسب التصور بنسبة(67%)، ومن ثم تلاه دافع نقل انشغالات واهتمامات الطلبة ومعرفة أخبار الجامعة أو الكلية أولا بأول، وهناك دافع معرفة الأخبار السياسية وما يجري في العالم وهذا بتقدير تصوره(50%).

المحور الثاني: الاشباعات المتحققة من خلا استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.

وحسب التصور أرى أن الطلبة بنسبة(86%) تحقق لهم إشباعا اجتماعيا من خلال خلق جو اجتماعي وتواصل بين الزملاء، ويرى حوالي(80%) منهم أنها تحقق إشباعا معرفيا من خلال طرح أفكار جديدة بين الطلبة، أيضا تشبعهم معرفيا من خلال تزويدهم بمعلومات من العالم، والتي منها خاصة في المجال التكنولوجي وتداعياته والمجال السياسي كما يعتقد البعض منهم أنها تشبع رغبة حب الاستطلاع لديهم، وتعزيز معارفهم في مواضيع خارج التخصص، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعا نفسيا وهذا بنسبة(40%) لأنها تساعد في تجاوز الخجل لدى الطلبة الذين يعانون من الانطواء النفسي والعزلة الاجتماعية، حيث تفتح لهم آفاقا جديدة للتواصل مع الآخرين، الأمر الذي يساعدهم في بناء علاقات اجتماعية ولو في العالم الافتراضي، كما تحقق إشباعا روحيا لفئة قليلة من طلبة الدراسة(20%)، وذلك من خلال تزويدهم بمعارف دينية تشبع الجانب الوجداني لهم،كما تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الإشباع النفسي وذلك عبر تقييم الطالب لذاته في عيون الآخرين، بينما يعتقد قرابة (50%) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي قد تحقق إشباعا اقتصاديا، إذ أنها تساعد في البحث عن فرص عمل أفضل.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
جامعة أكلي محند أولحاج – البويرة –
Université Akli Mohand Oulhadj – Bouira –

استبيان الدراسة

بعد التحية والتقدير:

هذه الاستمارة التي بين أيديكم تعتبر أداة مهمة جدا لدراستنا المتعلقة بانجاز مشروع تمهيدي مقدم لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال، تحت عنوان: دوافع استخدام طلبة الاتصال بجامعة – البويرة- لمواقع التواصل الاجتماعي –الفايسبوك نموذجا- " دراسة لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة البويرة.

لهذا نلتمس منكم العون بالإجابة عن الأسئلة بدقة وموضوعية لغرض جمع البيانات الضرورية التي تستوفي أغراض البحث.

ملاحظة:

- اجابتكم تستعمل لفرض علمي محض.

- يرجى الاجابة على كل تساؤلات الاستبيان دون ترك أي واحد منها.

- شكرا جزيلا على تعاونكم.

إعداد الطلبة: **تحت إشراف :**

- حجام أمينة **- فضيلة سبع**

- محمودي زينب

السنة الجامعية: 2020/2019 .

البيانات الشخصية.

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: من 20إلى 22 ☐ من 23إلى 25 ☐ من 26إلى 28 ☐

3- المحيط الاجتماعي: ريفي ☐ حضري ☐

4- المستوى التعليمي: ليسانس ☐ ماستر ☐

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام طلبة الجامعة لمواقع التواصل الاجتماعي.

1- هل لديك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي؟ نعم ☐ لا ☐

2- ماهي المواقع التي تستعملها؟

- فايسبوك ☐
- توتير ☐
- جوجل ☐
- يوتيوب ☐

مواقع أخرى أذكرها.....

3- كم من الوقت تقضيه على مواقع التواصل؟

- في فترة الدراسة: من ساعة إلى 3سا ☐ من 3سا إلى 6ساعات ☐ أكثر من 6 ساعات ☐ .

- في فترة العطلة: من ساعة إلى 3سا ☐ من 3سا إلى 6ساعات ☐ أكثر من 6 ساعات ☐ .

4- ما هي أفضل المواقع في رأيك؟

- فايسبوك ☐
- توتير ☐
- يوتيوب ☐

ولماذا.....

5- ما هي الأجهزة التي تستخدمها للولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- هاتف نقال ذكي ☐
- لوحة الكترونية ☐
- كمبيوتر محمول ☐
- كمبيوتر ثابت ☐

المحور الثاني: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

1- هل تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ضرورية للطالب ؟ نعم ☐ لا ☐

2- هل تستعمل مواقع التواصل الاجتماعي للغرض العلمي؟ نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك نعم:

- لتغطية النقص الحاصل في المعرفة العلمية ☐
- المراجعة وانجاز المشاريع العلمية ☐
- التواصل مع الطلبة والزملاء ☐

أخرى أذكرها:.....

3- ما هي الأسباب التي تدفعك لهذه المواقع كطالب؟

- سهولة تلقي ومشاركة المعلومة ☐
- اعتبارها أداة تحصيل علمية حديثة ☐
- قلة التكلفة وسهولة الاستخدام ☐

4- هل تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي البديل المناسب في التعليم عن بعد؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك نعم كيف ذلك.....

المحور الثالث: الاشباعات المحققة من استخدام هذه المواقع:

الرقم	الإشباع المتحقق	موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	لإقامة علاقات اجتماعية جديدة					
2	للتعبير عن أرائي السياسية بحرية					
3	لمعرفة الأخبار السياسية					
4	لمعرفة أخبار الاقتصاد					
5	لمعرفة أخبار الرياضة					
6	لمعرفة الأخبار الفنية					
7	لنقل الصورة الحقيقية للأوضاع في البلاد					
8	التواصل مع الأقارب والأهل					
9	للبحث عن أصدقاء الطفولة					
10	لغايات التسوق					
11	في شؤون دراستي الجامعية، لأغراض دراسية					

12	بهدف الترفيه والتسلية					
13	لمعرفة أماكن عقد الأنشطة الاجتماعية					

خاتمة

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة التي تناولت موضوع دوافع استخدام طلبة الإعلام والاتصال بجامعة البويرة – الفايسبوك نموذجا - ، وما هي الإشباعات المتحققة منها، والتي هدفت إلى التعرف على الأسباب التي تدفع طلبة جامعة البويرة إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعية ، بتطبيق عينة على جامعة البويرة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- إن عالمية وشهرة الفايسبوك جعلته يحتل أهمية عند الطلبة .

- أثبتت النتائج أن استخدام الهواتف الذكية لدى الطلبة تسهل من تصفح وسائل التواصل الاجتماعية، كون أن الهاتف الذكي أسرع التكنولوجيا متطورة ومحمولة في الجيب.

- رصدت النتائج أن غالبية الطلبة أيدوا استخدام تلك الوسائل .

- كشفت نتائج الدراسة أن الإشباعات التي تحققها وسائل التواصل الاجتماعية هو " الحصول على المعلومات".

قائمة المصادر والمراجع

الكتب

1- الدعمي غالب كاظم جياد ، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2017.

2- هتيمي حسين محمود ، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن، ط1، 2015.

3- حسين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر، 2014.

4- كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1 عمان، 2001.

5- مكاوي حسن عماد ، ليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر،ط1، مصر.

6- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 3، القاهرة 2004.

7- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة 2011.

8- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2015.

9- قميحة حسان أحمد، الفايسبوك تحت المجهر، دار النخبة، ط1، مصر،2017.

10- شقرة علي خليل ، الإعلام الجديد، دار أسامة للنشر، ط1، الأردن، 2014.

11- الشمايلة ماهر عودة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان ،الأردن 2015.

الرسائل الجامعية.

1- البشابشة وسام طايل ، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها-فايس بوك توتير- رسالة لنيل شهادة الماجيستير،جامعة البتراء الاردن، 2013.

2- كاتب فارس، عقون دنيا، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي- 2016.

3- عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوفي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، لاستكمال الحصول على درجة الماجيستير جامعة نزوى، 2015.

4- عباسيني سارة / عليم زهرة ،اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك على العلاقات الأسرية-صلة الرحم- دراسة ميدانية على طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، مذكرة لنيل شهادة الماستر 2015.

5- السعيدي حنان ، ضيف عائشة، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي–فايس بوك- نموذجا، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015.

6- مصطفى حسين، استخدام النخبة الأكاديمية العراقية لوسائل التواصل الاجتماعية والاشباعات المتحققة منها، 2018.

7- قواسمية حنان، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي التبسي- تبسة- 2016.

8- عيساوي لأكرم، اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر جامعة العربي التبسي 2016.

9- مرزاقة بلبالة، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، جامعة محمد خيضر بسكرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، 2019.

10- لونيس باديس، جمهور الطلبة الجزائريين والأنترنت، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري-قسنطينة-2008.

المجلات

1- مجلة رواد الأعمال ، 14:05، 2020/10/26، WWW. ROWAD ALA .AMAL.COM