



جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

الرقم التسلسلي:/2020

استخدام الشباب لصفحات الجرائد على مواقع التواصل
الاجتماعي (الفيسبوك نموذجا)
دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال.

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطلبة:

* سويح وفاء

إشراف:

د. رقاد حنان

السنة الدراسية 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرّفان

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله.

أتقدم بالشكر والعرّفان لكل من قدم لي يد العون في إنجاز هذا العمل،
وأخص بالذكر الأستاذة المشرفة رقاد حنان على ما أحاطتني به من حسن
توجيه وإرشاد ونصح، كما أتقدم بشكري إلى الاساتذة الكرام الذين
سيتفضلون بمناقشة هذا البحث المتواضع، وأشكر كل من وقف بجانبني
في اعداد هذه الرسالة، سواء كان بدعاء أو بتقديم معلومة.

الطالبة: وفاء

إهداء

الى الذي رعاني، ومن فيض الحنان والعناية سقاني، إلى الذي رباني وقادني لطريق العلم وحثني عليه، إلى أبي العزيز حفظه الله وأطال في عمره.

إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها، ريحانة حياتي التي غمرتني بعطفها وحنانها وأنارت لي درب حياتي وكانت لي عوناً، إلى التي تعجز الكلمات عن وصف فضلها وتضحيتها من أجلي، إلى سر نجاحي وتوفيقي بعد الله، أمي الغالية حفظها الله وأطال في عمرها.

إلى أعلى من امتزجت روعي بروحهم، إلى من حبهم يجري في عروقي، إلى من أشد بهم أزرى إخوتي وأخواتي.

إلى القلب الطاهر الرقيق والنفس الصافية إلى جدتي عائشة أطال الله في عمرها.

إلى بنات خالاتي الغاليات سهام، ريما، خلود، نجاه، نادية، وئام.

إلى براعم الحياة وصفاء الوجود إسراء، سيرين، سجود، آدم، روفيا، دعاء، الياس، اياد.

إلى من أحبوني وأحبتهم صديقاتي العزيزات كنزة، بسمة، راوية، أحلام، عائشة، ميمونة، أمينة.

إلى كل من أهدى ثمرة هذا الجهد المتواضع.



فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

شكر وعران

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

ملخص باللغة العربية

ملخص باللغة الإنجليزية

مقدمة أ

الفصل التمهيدي: الإطار العام للدراسة

- 1- الاشكالية 6
- 2- أسباب اختيار الموضوع 7
- 3- اهداف الدراسة 7
- 4- اهمية الدراسة 8
- 5- مدخل للإطار النظري للدراسة 8
- 6- نوع الدراسة ومنهجها 13
- 7- المنهج المستخدم 14
- 8- أدوات جمع البيانات 16
- 9- مجالات الدراسة 18
- 10- مجتمع البحث وعينة الدراسة 19
- 11- تحديد المفاهيم والمصطلحات 21
- 12- الدراسات السابقة 27

الفصل الأول: الصحافة الإلكترونية

- تمهيد 35
- 1- مفهوم الصحافة الإلكترونية 36
- 2- نشأة وتطور الصحف الإلكترونية 38
- 3- أنواع الصحف الإلكترونية 39
- 4- خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية 41
- 5- الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية 44

- 45-8-5- خدمة خريطة الموقع.....
- 45-6- الصعوبات التي تواجه الصحافة الالكترونية
- 46-7- ايجابيات الصحافة الالكترونية
- 47-8- سلبيات الصحافة الالكترونية
- 48- خلاصة

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي والفيس بوك

- 50- تمهيد
- 51- أولاً - مواقع التواصل الاجتماعي
- 51-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
- 53-2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- 54-3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
- 56-4- خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي
- 59- ثانيا- الفيس بوك
- 59-1- مفهوم الفيس بوك
- 61-2- نشأة الفيس بوك
- 63-3- سمات الفيس بوك
- 64-4- ايجابيات وسلبيات موقع الفيس بوك
- 68- خلاصة

الفصل الثالث: عرض ومناقشة النتائج

- 70- تمهيد
- 71-1- عرض ومناقشة نتائج محور البيانات الشخصية
- 71-2- عرض ومناقشة نتائج محور عادات وأنماط استخدام الشباب صفحات الجرائد عبر الفيس بوك
- 74-3- عرض ومناقشة نتائج محور دوافع الشباب لصفحات الجرائد عبر موقع الفيسبوك
- 79-4- عرض ومناقشة نتائج محور الإشباعات المحققة لجمهور الشباب على صفحات الجرائد عبر الفيسبوك
- 86-5- مناقشة النتائج على ضوء التساؤلات
- 90-6- النتائج العامة للدراسة
- 93-6- النتائج العامة للدراسة

94.....	7- توصيات الدراسة
96.....	خاتمة
99.....	قائمة المراجع
110	الملاحق



فهرس الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
71	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
72	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.	02
73	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
74	يبين مدة استخدام الشباب موقع الفيس بوك.	04
74	يبين الوقت المناسب لتصفح الشباب موقع الفيس بوك.	05
75	يمثل المدة التي يستغرقها افراد العينة في تصفح موقع الفيس بوك.	06
76	يبين وتيرة متابعة الشباب صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك.	07
77	يبين عدد مرات تصفح الجرائد عبر الفيس بوك.	08
77	يبين ما إذا كان الشباب يقومون بالتعليق على المواضيع الصحفية التي يتم تنزيلها على الفيس بوك أم لا.	09
78	يبين ما إذا يقومون بالنقر على رابط المقال لإكمال قراءته على قوقل أم لا.	10
79	يبين إذا كان الشباب أعضاء في إحدى الصفحات الخاصة بالجرائد.	11
79	يبين الصحف التي يتابعها الشباب.	12
80	يبين ما إذا كانت صفحات الجرائد تتيح فرصة للتفاعل والمشاركة	13
81	جدول يبين ما اذا كانت صفحات الجرائد على الفيس بوك غيرت تفضيلاتك في اختيار الجرائد.	14
81	يبين كيفية التفاعل مع صفحات الجرائد عبر الفيس بوك.	15
82	يبين نوعية صفحات الجرائد التي تتابعها على الفيس بوك.	16
83	يبين المواضيع التي يهتم بها الشباب بكثرة على الفيس بوك.	17
84	يبين دوافع اطلاع الشباب على صفحات الجرائد من خلال الفيس بوك.	18
85	يبين أسباب تصفح الشباب الجرائد عبر موقع الفيس بوك.	19
86	يبين ما إذا كانت صفحات الجرائد تحقق الأهداف من التصفح.	20
86	يبين ما إذا كانت صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك تشبع رغبات الشباب.	21
87	يبين ما إذا كان الشباب يفضلون استخدام الجرائد عبر الفيس بوك أم لا.	22
87	يبين لماذا يفضل أغلب أفراد العينة متابعة الجرائد عبر موقع الفيس بوك.	23
88	يبين الخصائص المتوفرة على صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك وتلبي رغباتك.	24
89	يبين ما إذا كانت سرعة تقديم المعلومات تزيد أو تقلل من المصداقية أو ليس لها	25

	علاقة بذلك.	
89	يبين ما إذا تعرضت إلى أخبار كاذبة من صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك.	26

المخلص:

حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف على استخدام الشباب ل صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك، ومعرفة الاشباعات المحققة من هذا الاستخدام وقمنا من خلاله بطرح التساؤل الرئيسي: كيف يستخدم الشباب صفحات الجرائد على موقع الفيس بوك؟

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دوافع وأنماط استخدام الشباب صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك والاشباعات المحققة منه وكذلك معرفة إن كان الشباب يفضلون متابعة الجرائد عبر موقع الفيس بوك أم لا، حيث اعتمدنا في الاطار النظري على فصلين: فصل خاص بالصحافة الالكترونية والفصل الثاني تحدثت فيه عن مواقع التواصل الاجتماعي والفيس بوك.

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، ولقد طبقنا المنهج المسحي باعتباره أكثر ملائمة لدراسة مثل هذه المواضيع، كما استدعت الدراسة على استخدام نظرية الاستخدامات والاشباعات لمعرفة ما اذا كان أفراد العينة من مستخدمي صفحات الجرائد عبر الفيس بوك والاشباعات المحققة منها، وبما أن هذه الدراسة تنتمي الى الدراسات الوصفية فقد اعتمدنا على أداة الاستبيان لجمع معلومات المبحوثين باعتبارها أفضل الأدوات، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى أربعة محاور تتضمن 24 سؤال.

ووزعت الاستمارة على عينة قصدية خصت فئة الشباب تمثلت في 80 مفردة (ذكور واناث) بمدينة المسيلة لموسم 2019_2020، وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

_ أظهرت لنا الدراسة أن معظم أفراد العينة يفضلون استخدام الجرائد عبر موقع الفيس بوك وبرروا اجاباتهم أنها متاحة على الفيس بوك بشكل مستمر وكذلك سهولة الوصول اليها.

_ كشفت الدراسة أن أغلب المبحوثين لا يتابعون صفحات الجرائد بشكل دائم، كما أنهم في الغالب يكتفون بقراءة الموضوع وتسجيل الاعجاب دون التفاعل على المقال.

_ تبين لنا أن المواضيع التي يفضلها أفراد العينة هي المواضيع الاجتماعية.

_ من خلال الدراسة تبين لنا انه من بين الخصائص التي تلبي الرغبة لأفراد العينة هي خاصة مشاركة الفيديوهات والصور.

_ كشفت لنا الدراسة أن الدافع الذي دفعهم للاطلاع عليها عبر موقع الفيس بوك هو الاطلاع على اخر المستجدات وحب الاطلاع ومعرفة الاخبار الوطنية.

الكلمات المفتاحية: الشباب، صفحات الجرائد، مواقع التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، الاستخدام.

Abstract:

We tried through this study to identify young people's use of newspaper pages on Facebook, and to know the satisfaction achieved from this use, and through it we asked the main question: How do young people use newspaper pages on Facebook?

This study aimed at knowing the motives and patterns of youth using newspaper pages on Facebook and the verified reports from it, as well as knowing whether young people prefer to follow newspapers on Facebook or not, as we relied in the theoretical framework on two chapters: a chapter on electronic journalism and the second chapter in which I talked about Social networking sites and Facebook.

This study falls within the descriptive studies, and we have applied the survey method as it is more appropriate to study such topics, and the study called for the use of the theory of uses and gratifications to find out whether the sample members are users of newspaper pages via Facebook and the verified complaints from them, and since this study belongs to Descriptive studies, we relied on the questionnaire tool to collect the respondents' information as it is the best tool. The questionnaire was divided into four axes containing 24 questions.

The questionnaire was distributed to an intentional sample of the youth group represented by 80 items (males and females) in the city of M'sila for the 2019-2020 season, and through this study we have reached a set of results, the most important of which are:

_ The study showed us that most of the sample members prefer to use newspapers on Facebook and justify their answers that they are available on Facebook continuously, as well as easy access to them.

_ The study revealed that most of the respondents do not follow the pages of newspapers permanently, and they are usually content with reading the topic and recording the likes without interacting with the article.

_ It turns out that the subjects preferred by the sample members are social topics.

_ Through the study, we found that among the characteristics that meet the desire of the sample members is the feature of sharing videos and images.

_ The study revealed to us that the motivation that prompted them to view it on Facebook is to see the latest developments, love to be informed, and to know national news.

Key words: youth, newspaper pages, social networking sites, Facebook, use.



مقدمة



مقدمة:

شهد العالم في الآونة الأخيرة انتشارا سريعا في تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي رافقت التطور الحاصل في مختلف المجالات التي أحدثتها ثورة التكنولوجيا، ومع هذا التطور السريع والمتلاحق لتكنولوجيا المعلومات أصبح من أهم سمات العصر نظرا لما تتميز به من قدرة هائلة وسرعة فائقة تنعكس على فرص زيادة المعرفة وتعزيز مرحلة التفجر المعرفي، ومن أبرز تكنولوجيا الاتصال وأشهرها "الانترنت" التي أصبحت من المصادر المهمة في نقل المعلومات والأخبار وتحقيق الاتصال والتواصل بين البشر.

ومن المعروف أن شبكة الأنترنت تعتبر موسوعة علمية غنية بالمعلومات التي تقدمها لمستخدميها من تواصل وتفاعل بين الناس بمختلف المجالات وكل الفئات بمختلف ثقافتهم ومعارفهم ومستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية، أدى ذلك إلى التطور عبر الأنترنت من خلال ظهور وسائل أخرى أكثر تخصصا ابتكرت نتيجة للاهتمام المتزايد باستخدام محركات البحث ومن بينها: مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد ونقل الأخبار وعلى رأسها موقع الفيس بوك الذي يشهد اقبالا وشهرة واسعة بين باقي المواقع الأخرى من خلال استحواده على مكانة كبيرة وبارزة في الفضاء الإلكتروني، إذ عرف اقبالا متزايدا وطلبا كبيرا من شرائح المجتمع المختلفة، وفي ظل هذا الانتشار الذي جلبه موقع الفيس فرضت الصحافة الإلكترونية نفسها على الساحة الإعلامية والتي تعتبر كوسيلة حديثة لنقل الأخبار والمعلومات لكل أنحاء العالم حيث اتجهت العديد من الصحف إلى نشر صفحاتها رقميا على هذه الشبكة، فجعلتنا التكنولوجيا الحديثة نعيش عصر الصحافة الإلكترونية، هذه الصحافة التي فرضت وجودها في الواقع الافتراضي لرصد الأحداث وصناعة الخبر، وهذا جنبنا إلى تجنب الصحافة التقليدية ولتجاوز القيود الجغرافية والسياسية التي تعاني منها نظيرتها الورقية، كما شكل انطلاق الصحف عبر موقع الفيس بوك ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة

بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وأصبح المشهد الاعلامي أقرب لأن يكون في متناول الجميع بطريقة سهلة وذلك من خلال حجز الصحف المكتوبة نسخ تنشر على الفيس بوك عبر انشاء صفحات خاصة بهذه الجرائد والانضمام إلى عالم التكنولوجيا، وبذلك تكون هذه الصفحات قد سهلت وأصبحت أقرب في الوصول الى قراءة ومتابعة الجريدة التي يفضلها الشباب من خلال المصادر الاخبارية والتي تتناول شتي المواضيع ، كما أصبح بإمكان القارئ المتصفح أن يشارك بآرائه وتعليقاته حول المضامين الاعلامية المقدمة، أي أنه لا يكتفي بتلقي الرسالة وقبولها كما هي بل سمحت هذه الخصائص الاتصالية المتطورة التي تتميز بها صفحات الجريدة عبر الفيس بوك بالمشاركة في صناعة الخبر من خلال الخدمات المتاحة، بل واستطاع أن يشارك في عملية صنع انتاج الصحيفة الالكترونية بكتابة المقالات وتقديم رأيه ومناقشة المحرر وغيرها.

وفي هذا السياق نرى أن للصحف الالكترونية سمات عديدة منها السرعة وامكانية استخدام مختلف الاشارات سواء كانت ب الكتابة أو الصوت أو الالوان أو الصور المتحركة والمشاهد الحية من موقع الحدث، وأنه بإمكان القارئ أن يتصفح الجريدة بأي وقت وكذلك امكانية العودة إلى ارشيف الصحيفة والاطلاع على مزيد من المعلومات ومعرفة آخر الاخبار، كلها أمور لم يكن باستطاعته فعلها وهو يقرأ الصحيفة الورقية فبعد ظهور الصحف التي تنشر الكترونيا وخاصة عبر موقع الفيس بوك أصبح باستطاعته أن يتابعها في الوقت الذي يريد والرجوع اليها متى يستطيع، فنلاحظ أن الفيس بوك أنشا هذه الصفحات المتخصصة بالأخبار الالكترونية وأفرز فضاء اعلاميا واتصاليا كما أعطى فرصا عديدة للصحفيين والمستخدمين الالكترونيين في استخدام صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك.

ومن هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة بهدف السعي الى دراسة استخدام الشباب لصفحات الجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) نموذجا، وما تقتضيه

هذه الدراسة من النزول إلى الافراد المستخدمين من فئة الشباب لأجل الاستطلاع عن استخداماتهم ورغباتهم وميولاتهم، ومعرفة عادات وأنماط الاستعمال، وكذا الدوافع والحاجات التي يسعى الشباب إلى اشباعها من وراء هذا الاستخدام من خلال التعرف على دواعي استخدام الشباب للوصول إلى الاشباعات المختلفة التي تحققها صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك.

وقد قسمنا دراستنا إلى فصلين نظريين إضافة إلى الاطار المنهجي والاطار التطبيقي للدراسة سنلخصها فيما يلي:

الاطار المنهجي: تطرقنا فيه إلى (الإشكالية، تساؤلات الدراسة ، اسباب اختيار الموضوع، أهداف وأهمية الموضوع، النظرية المستخدمة، نوع الدراسة ومنهجها، أداة جمع البيانات، مجالات الدراسة، مجتمع البحث وعينة الدراسة، تحديد المفاهيم، دراسات سابقة).

ثم الاطار النظري: وتناولنا فيه الفصل الأول: الصحافة الالكترونية وتعرضنا فيه إلى (مفهوم الصحافة الالكترونية، نشأة وتطور الصحف الالكترونية، أنواع الصحف الالكترونية، خصائص وسمات الصحافة الالكترونية، الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الالكترونية، الصعوبات التي تواجه الصحافة الالكترونية، ايجابيات وسلبيات الصحافة الالكترونية).

أما الفصل الثاني: تطرقنا فيه إلى مواقع التواصل الاجتماعي والفيس بوك من خلال (ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، نشأة مواقع التواصل، أنواعها، خصائص ومميزات مواقع التواصل، كما تحدثنا عن مفهوم الفيس بوك، نشأته، سماته، ايجابيات وسلبيات الفيس بوك).

وفي الاخير يشمل **الاطار التطبيقي** للدراسة على فصل واحد تناولنا فيه تحليل وتفسير اجابات المبحوثين كميًا وكيفيًا حول محاور الاستمارة والتي تضمنت: البيانات

الشخصية، عادات وأنماط الاستخدام ودوافع التي تكمن وراء الاستخدام والاشباع المحققة للشباب من خلال استخدام صفحات الجرائد عبر الفيس بوك ، وتلخص الدراسة باستنتاج مختلف النتائج التي توصلت إليها الدراسة بشقيها النظري والميداني.

من خلال دراستنا هذه واجهت العديد من الصعوبات أثناء انجاز البحث سواء على المستوى النظري أو المستوى الميداني وذلك بسبب الحجر مما ادى بي ل عدم الحصول على كل المعلومات ونقص المراجع وكذلك صعوبة في توزيع الاستمارة واسترجاعها وعدم اكمالها فاضطر بي إلى توزيع نصفها عبر الفيس بوك.

ولكن يجدر بنا الذكر أن هذه الصعوبات لا يجب أن تنقص من حتمية البحث العلمي وعزيمة الباحث، انما تزيد من قيمته، كما آمل أن تكون دراستي بوابة علمية لمن يريد الخوض في مثل هذه المواضيع.



الفصل التمهيدي

الإطار المنهجي للدراسة

1 - الإشكالية:

يشهد العالم في وقتنا الحالي ثورة هائلة وتطورات سريعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، ومع اتساع دائرة هذه التطورات المتلاحقة وتنامي حجم مصادر المعلومات جاءت شبكة الانترنت، والتي تعتبر وسيلة اتصالية لم تعرف البشرية مثلها من قبل ، سواء من حيث تطبيقاتها واستخداماتها أو من تأثيرها وانعكاساتها.

قامت الانترنت باختزال كل الوسائل الاتصالية التي سبقتها أو على الأقل باحتوائها، فمثلا نجد كل من التلفزيون والهاتف والاذاعة والصحف وغيرها من الوسائل الاعلامية قد اصبحت متاحة على شبكة الانترنت، وبالموازاة مع كل هذه التطورات استفادت الصحف المكتوبة من ظهورها الى يومنا هذا من ثورة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات الحديثة، حيث حجزت هذه الاخيرة مكانتها على شبكة الانترنت واصبح لديها نسخ تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي للمؤسسات الصحفية ونجد لديها العديد من الصفحات التي تنشط عبر هذا الموقع من اهمها: الفيس بوك ، كما سهلت للقارئ من متابعة الاخبار الخاصة بهذه الصفحات ووفرت للجمهور فرصة التعليق والمشاركة بأرائه حول القضايا التي تهمة عن طريق التواصل بين المرسل والمستقبل واستطاعت هذه الصفحات من انتاج وصنع المادة الاعلامية من خلال المقالات المؤيدة أو المعارضة لوجهة النظر في المقال ومناقشة الآراء بصفة مباشرة وفورية وذلك باختصار الوقت ونقل الحدث لحظة وقوعه بالإضافة الى سهولة التعرض للمضامين والمحتويات.

كل هذه الميزات دفعت بالشباب الى استخدام والاطلاع على صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك الذي يعد من اشهر المواقع الاجتماعية على مستوى العالم كما يقبلون عليه من مختلف المجتمعات بهدف متابعة الاخبار والتطورات الحاصلة في العالم.

ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يستخدم الشباب صفحات الجرائد على موقع الفيس بوك؟

✓ **تساؤلات الدراسة:**

- ما مدى استخدام الشباب موقع الفيس بوك للاطلاع على صفحات الجرائد؟
- ماهي عادات وانماط استخدام الشباب صفحات الجرائد عبر الفيس بوك؟
- ماهي دوافع استخدام الشباب صفحات الجرائد على الفيس بوك؟
- ماهي الاشباعات المحققة لجمهور الشباب على صفحات الجرائد عبر الفيس بوك؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

- الرغبة في دراسة هذا الموضوع لحدائته.
- انتشار استخدام موقع الفيس بوك واعتباره مصدر اساسي في الاطلاع على الاخبار، مما زاد اهتمامي لهذه الدراسة.
- الرغبة في معرفة مدى تأثير الشباب باستخدام صفحات الجرائد عبر الفيس بوك.

الأسباب الموضوعية:

- الرغبة في معرفة عادات وانماط استخدام الشباب لصفحات الجرائد على موقع الفيس بوك.
- التعرف على اسباب استخدام الشباب صفحات الجرائد من خلال موقع الفيس بوك.
- الانتشار الواسع لصفحات الجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي.
- اعتماد الكثير من القراء على صفحات الجرائد الالكترونية كبديل للصحف الورقية.

3- اهداف الدراسة:

تتلخص اهداف الدراسة فيما يلي:

- التعرف على صفحات الجرائد الاكثر استخداما من طرف الشباب.
- التعرف على اسباب استخدام الشباب لصفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك.
- الكشف على مدى اقبال الشباب في استخدام صفحات الجرائد.

- التعرف على الأشباعات المحققة من استخدام الشباب لهذه الصفحات.

4- أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في:

- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي {الفييس بوك} في متابعة صفحات الجرائد.
- أهمية صفحات الجرائد بالنسبة للشباب والأشباعات المحققة من وراء استخدامها.
- ارتفاع معدلات اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيس بوك كمصدر اول في الحصول على الاخبار.

5- مدخل للإطار النظري للدراسية (نظرية الاستخدامات والأشباعات)

إن أي نظرية بشكل عام عبارة عن مجموعة من القواعد والمفاهيم التجريدية التي يتم تطبيقها على جزئية من العالم الحقيقي، وهي وسيلة لربط بعض الأحداث في العالم واستخلاص جوهر الأمور، ويجب عند اختيار نظرية لتطبيقها على دراسة ظاهرة ما تتناسب مع موضوع الدراسة حتى يتم الاستفادة منها¹، ونظرا الى ان موضوع دراستنا يدور حول استخدام الشباب لصفحات الجرائد على مواقع التواصل الاجتماعي {الفييسبوك نموذجاً}، فإننا رأينا من الأنسب أن نستند على نظرية الاستخدامات والأشباعات التي توجهنا الى نتائج أكثر شمولاً لخدمة موضوعنا، ومعرفة الأشباعات المحققة منه.

¹ - حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 241.

5-1 - مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات:

هي دراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، تتحصر رؤيتها للجمهور على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام.¹ وتعرف أيضا: هي استخدام الجمهور لوسائل الإعلام للبحث عن إشباعات في الرسالة الإعلامية ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية بين الجمهور. وهذا المفهوم يتضمن العناصر الأساسية التي بنيت عليها الدراسات الإعلامية التي تناولتها النظرية وهي:

أ. الاستخدام: ويعني ذلك أن الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية، وليس العكس فهو يشاهد المضمون الإعلامي أو يقرأه أو يسمعه وكل ذلك يتم بإرادته واختياره .
ب. الفروق الفردية: وهي الاختلافات التي تكون بين الجمهور، قد تكون فروقا شخصية مثل: العمر، السن، المستوى التعليمي والتفاوت الاقتصادي والتباين التعليمي، وإما تكون فروقا في الميول والاتجاهات بين الجمهور، كالفروق السياسية، الثقافية، والرياضية والترفيهية وغيرها.

ج. الاشباعات: وهي النتيجة التي يتلقاها الجمهور من مضمون وسائل الإعلام استجابة لحاجاته ودوافعه من التعرض لهذه الوسائل، إذ الجمهور له دوافع وحاجات من تعرضه الانتقائي لوسائل الإعلام ويبحث عن إشباعات لهذه الدوافع وتلك الحاجات.²

5-2 - أصول ونشأة هذه النظرية:

يرجع اهتمام بالاشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري إلى بداية بحوث الاتصال الجماهيري بالرغم من أن هذه البحوث اهتمت بالأصل بدراسة التأثيرات قصيرة المدى تحت مسميات أخرى منذ بداية الأربعينات وفي مجالات قليلة من علم الاجتماع التي

¹ - مرزوق عبد الحكيم العادلي: الاعلانات الصحفية " دراسة في استخدامات والاشباعات "، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص 109 .

² - محمد بن سعود البشر: نظريات التأثير الاعلامي، ط1، العبيكان للنشر والتوزيع، السعودية، 2014، ص 123.

تتعلق بالاتصال الجماهيري التجريبي، على دراسة مضمون وسائل الإعلام بشكل أكثر من تركيزها على اختلافات إشباع الفرد، كما يقول عالم الإعلام والاتصال الجماهيري كاتنز. ومن هذا المنطلق نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات استخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمة الاتصال "هيرتا هيرتزوج" وجود خمسة احتمالات للجمهور من برامج المسابقات وهي:

1/ تنافسية؛

2/ تربوية؛

3/ التقدير الذاتي؛

4/ الرياضة؛

5/ اشباع مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرر العاطفي، التفكير المبني على الرغبة والنصح.¹

ومن ناحية ثانية استنتج الباحث "ستثمان" دوافع الاهتمام بالاستماع للموسيقى الجادة والراديو، ولأزارسفيد وولوف فيسك عن تطور الطفل بالفكاهة بينما لاحظ بيرسلون استخدامات عديدة للصحيفة من أجل الأخبار وتفسير الشؤون العامة كأداة من أدوات الحياة، الراحة، الاعتبار والاتصال الاجتماعي، وقد كان لهذه النظرية أول ظهور على يد الياهو كاتنز وليمر في كتابيهما استخدام وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري حيث تناولت مواضيع الكتاب حول وظائف وسائل الإعلام من جهة ودوافع استخدام الفرد من جهة أخرى.²

¹ - بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 84.

² - نفس المرجع السابق، ص 85

5-3- بناء العلاقة بين الاستخدام والاشباع:

اهتم كاتز وزملاؤه بصياغة العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية لاشباعها من بين البدائل المختلفة ومنها وسائل الإعلام ومحتواها، وفي استعادتهم للبحوث السابقة ركزوا على بحث أجرى في السويد عام 1968، اهتم فيه الباحثان بثلاثة عوامل فرضية اساسية تتمثل في الآتي:

✓ ان جوهر الفرض الخاص بالاستخدام هو اعتبار المتلقي ايجابيا ونشطا في سلوكه الاتصالي مع وسائل الاعلام.

✓ الاختيار يكون في يد الافراد من المتلقين بناء على الحاجة إلى الاشباع.

✓ تتنافس وسائل الاعلام مع المصادر الأخرى لاشباع الحاجات.

الثقافية الأخرى وبناء على نتائج العديد من البحوث صاغ كاتز وزملاؤه نموذجا للعلاقة بين استخدام الافراد لوسائل الاعلام وما يمكن ان تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الافراد، مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي قد يتجه اليها الفرد لتلبية الحاجات مثل: الأنشطة.¹

5-4- الافتراضات التي تستند عليها نظرية الاستخدامات والاشباع:

تستند هذه النظرية على الافتراضات التالية:

- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الاعلام يحقق لهم اهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في اشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة اعلامية محددة يرجع الى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

¹ - محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، دار الكتب، القاهرة، 2004، ص 283.

- التأكد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.¹
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه فعليه استخدامه لوسائل الإعلام.
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.²

5-5 - أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

يركز مدخل الاستخدامات والاشباعات على الاهداف التالية:

- السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الافراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم لوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري ويربط "آلان روبن" الاهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكد على نمط السلوك الفردي، حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل، وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء structure، ويكون ملاحظة سلوك الافراد عند استخدامهم لوسائل الاتصال هو الانشطة activities، وتكون نتائج نمط السلوك

¹ - محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، دار العالمية للنشر والتوزيع، السعودية، 2003، ص 254.

² - عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الاعلام، ط1، دار العالمية للنشر والتوزيع، 2014، ص 146.

الفردى فى علاقتة مع كل من: وسائل الاتصال، والمحتوى، والاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف functions¹.

5-6- أهم الانتقادات الموجة لنظرية الاستخدامات والاشباع:

- ان هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل: الدوافع والاشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن ان تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.
- ان الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد انماط التعرض لوسائل الاعلام واختيار المحتوى.
- تقوم النظرية على افتراض ان استخدام الفرد لوسائل الاعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في احيان كثيرة عن ذلك فهناك ايضا استخدام غير هادف.
- تنظر البحوث التي تستند الى نظرية الاستخدامات والاشباع الى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الافراد وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر.²

6- نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا، وتحديد خصائصها تحديدا كينيا أو كنيا وكما تقوم بالكشف عن الحالة

¹ - حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 241.

² - مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص

السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل، وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها.¹

حيث يرى محمد زيان عمر: أن البحوث الوصفية تقوم على تقرير وتحليل الحقائق تحليلًا دقيقًا، وهي تتميز بكونها تنصب على الوقت الحاضر أي أنها تتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة.²

ويتوجه البحث الوصفي إلى تحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع وكذا تحديد الممارسات الشائعة والتعرف على المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات. ويتم من خلال هذه الدراسة وصف استخدامات الشباب واختبار معارفهم وتقييماتهم للمعالم والمهام الخاصة بصفحات الجرائد من خلال صفحاتها عبر موقع الفيسبوك.

7- المنهج المستخدم:

يعرف المنهج على أنه: عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية، إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي يرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي في حاجة إلى تغيير وتقييم شامل، فهو في مجمله أداة لتوضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة أو الأوضاع الاجتماعية وتحليل تلك الأوضاع والوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة على ظهورها.³

¹ - مروان عبد المجيد ابراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 40.

² - منال قذواح: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري بقسنطينة، 2008، ص28.

³ - عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ص29.

كما عرفه الدكتور عبد الرحمان بدوي بأنه: الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.¹

وعليه فإن اختيار المنهج يتوقف على الموضوع أو الظاهرة المدروسة، وبما أن اشكالية الدراسة تتمثل في كيف يستخدم الشباب لصفحات الجرائد عبر مواقع التواصل الاجتماعي {الفيسبوك نموذجاً}، استدعت الاعتماد على المنهج المسحي باعتبار أكثر ملائمة لدراسة مثل هذه المواضيع، كما يعتبر المنهج المسحي من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الاعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها.

ويعرف هذا المنهج بأنه مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية، بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها.²

كما عرف Berges منهج المسح بأنه: دراسة علمية لظروف مجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الاجتماعي.

وعرفه بولين بينج بأنه: دراسة للجوانب المرضية للأوضاع الاجتماعية القائمة في منطقة جغرافية محددة وموازنتها بأوضاع أخرى نقبلها كنماذج.³

¹ - بلخير سديد: منهجية البحث العلمي واصالتها عند المسلمين، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 101.

² - سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث العلمي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2017، ص 163.

³ - مروان عبد المجيد ابراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 129.

8- أدوات جمع البيانات:

هي مجموعة من الوسائل والطرق والأساليب المختلفة التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة في إنجاز البحث، وإذا كانت أدوات البحث متعددة ومتنوعة، فإن طبيعة الموضوع هي التي تحدد أداة البحث التي يجب استخدامها الباحث في إنجاز وإتمام عمله، كما أن براعة الباحث وعبقريته تلعب دورا هاما في تحديد كيفية استخدام أدوات البحث العلمي.¹

وفي دراستنا هذه استخدمنا أداة البحث المتمثلة في استمارة الاستبيان باعتبارها افضل الأدوات وأقلها تكلفة وأكثرها فعالية في البحوث الوصفية.

ويعرف الاستبيان بأنه: أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجرى تعبئتها من قبل المستجيب، وقد وجدنا أنه في حالتي الملاحظة والمقابلة فإن الباحث يكون سيد الموقف لأنه يعد الاستمارة وي طرح الاسئلة ويقوم بجمع وتدوين المعلومات بنفسه، بينما في حالة الإجابة عن أسئلة الاستبيان فإن المستجيب يكون سيد الموقف فهو يعبئ الاستمارة بكلماته ويخط يده حسب فهمه للأسئلة ومدى رغبته للاستجابة.²

ويعرف كذلك بأنه: أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع على الظروف والاحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء تساعد الملاحظة ويكملها وهو في بعض الأحيان الوسيلة الوحيدة للقيام بالدراسة العلمية.³

حيث تعتبر الاستمارة من الأدوات المنهجية الهامة التي تستعمل في جمع البيانات المختلفة بموضوع الدراسة، ولقد اعتمدنا على هذه الاداة في دراستنا للجمهور المستهدف من

¹ - ماثيو جيبير: منهجية البحث العلمي، ترجمة من الفرنسية ملكة الابيض، دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، ص 28.

² - دكتور فوزي غرابية وآخرون: اساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية، الاردن، 1977، ص 53.

³ - رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط1، دار الفكر بدمشق، سوريا، 2002، ص

الشباب الضخم عدديا والمتشتت ف سهلت علينا تغطية عدد كبير حسب العينة المختارة وتمثلت في شباب مدينة المسيلة، وقد استهدفت الدراسة بحث استخدام الشباب لصفحات الجرائد عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفييس بوك نموذجاً) وهي المعلومات التي يمكن الوصول اليها عن طريق الاستمارة، هذا وقد مرت بمراحل عدة أولها النظر الى الاطار النظري للدراسة ومعاينة الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة للاستفادة منها ثم صياغة أسئلة الاستمارة وتقسيمها إلى محاور رئيسية وحتى يحقق الاستبيان الهدف المرجو منه يجب أن يتضمن مجموعة من الاسئلة الواضحة والمعبرة عن اشكالية الدراسة وتساؤلاتها، ولهذا اعتمدنا على صياغة استمارة استبيان والمكونة من 4 محاور تتضمن 24 سؤال موزعا كالآتي:

المحور الأول: وهو محور خاص بالبيانات الشخصية، يحتوي على: الجنس، السن، المستوى التعليمي.

المحور الثاني: وهو محور خاص بعادات وأنماط استخدام الشباب صفحات الجرائد عبر الفييس بوك ويضم 7 أسئلة.

المحور الثالث: خاص بدوافع استخدام الشباب صفحات الجرائد عبر موقع الفييس بوك ويضم 8 أسئلة.

المحور الرابع: خاص بالاشباع المحققة لجمهور الشباب على صفحات الجرائد عبر الفييس بوك ويضم 6 أسئلة.

عرضنا الاستمارة على ثلاثة أساتذة لتحكيمها، ومن خلال آراء وملاحظات هؤلاء المحكمين قمنا بإجراء التعديلات اللازمة على الاستمارة وإخراجها في الشكل النهائي.

9- مجالات الدراسة:

9-1- المجال المكاني: قمت بإجراء هذه الدراسة بمدينة المسيلة، والتي تعتبر نقطة وصل بين الشرق والغرب والشمال والجنوب، يحدها من الشمال كل من ولايتي برج بوعرييج والبويرة ومن الشمال الشرقي ولاية سطيف ومن الشمال الغربي ولاية المدية أما من الشرق ولاية باتنة ، من الغرب والجنوب الغربي ولاية الجلفة، مناخها قاري وهي مركز وسط بين التل والصحراء، تلقب بعاصمة الحضنة تبلغ مساحتها 18075 كم2 وتعداد سكانها 1029447 نسمة.

9-2- المجال البشري: يمثل المجال البشري في مجموع الشباب لمدينة المسيلة والمشكلة من فئة البالغ عمرهم 16 إلى 35 سنة ذكورا وإناثا ومن مستويات تعليمية مختلفة. المجال الزمني: وهي المدة الزمنية التي يستغرقها الباحث لإجراء دراسته وخروجه الى الميدان لجمع المعلومات، ثم الانتقال إلى تفريغ البيانات في الجداول وتحليلها. حيث كانت عبر مرحلتين:

المرحلة الاولى: وهي التي تم فيها قبولنا لإجراء دراستنا وكان ذلك في ديسمبر 2019 والانتقال مباشرة إلى تحرير الفصل الاول الخاص بإشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية.

المرحلة الثانية: والتي تم فيها البدء في جمع المراجع للإطار النظري، كما تم فيها جمع بيانات من خلالها استمارة الاستبيان، بداية بالإجراءات المنهجية المتعلقة بإعدادها وصولا إلى توزيعها واسترجاعها والتي كانت مدة توزيع الاستمارة في أواخر فيفري كما استغرقت فيها مدة نظرا للظروف المعيقة التي مررنا بها بسبب الوباء مما أدى بنا الى المكوث في البيت وعدم الحصول على المعلومات و المراجع الكافية وكذلك صعوبة في استرجاع الاستمارات ، وفي الاخير تأتي مرحلة تفريغ النتائج وتحليلها كانت خلال شهر جوان 2020.

10- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

10-1- مجتمع البحث:

يعرف الباحثون مجتمع البحث على أنه: "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث"¹.

ويعرف أيضا بأنه: يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة².
ومن هذه التعريفات فإن مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في مجموع شباب مدينة المسيلة الذين يستخدمون صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك، حيث يتراوح سنهم بين 16 سنة و 27 فاكتر من مختلف المستويات الدراسية، ذكورا وإناثا.

10-2- عينة الدراسة:

تعد عملية اختيار العينة من أهم المراحل لهذه الدراسة وبدون تحديد العينة لا يمكن التوصل إلى نتيجة.

والعينة هي مجموعة جزئية من مفردات المجتمع ويعرف عدد المفردات التي تتكون منها العينة بحجم العينة.³

وهي عبارة ن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة واجراء الدراسة عليها وثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الاصيلي.⁴
وعلى هذا الاساس تمثلت عينة هذه الدراسة في العينة القصدية وهي العينة الغير احتمالية "العمدية" سميت بهذا الاسم لان الباحث يقوم باختيارها طبقا للغرض الذي تهدف

¹ - أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 166.

² - ربحي مصطفى عليان: مناهج واساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 137 .

³ - طه عبد العاطي نجم: مناهج البحث الاعلامي، ط1، دار كلمة للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2015، ص 124.

⁴ - محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، 1999، ص 84.

لتحقيقه من البحث، فالباحث هنا له الحرية في اختيار مفردات العينة حسب الاهداف التي يسعى لتحقيقها فهي تعتمد على توجه الباحث نحو مفردات معينة يقصدها ببحثه.¹

وتعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة مثل: العينة الغرضية أو العينة العمدية أو العينة المنطقية وهي أسماء تشير كلها إلى العينة، التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة. بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة، التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة. مثلا: اذا قام الباحث بتحليل موضوع إعلامي معين في دورية معينة خلال فترة محددة وبعد الدراسة الجيدة لمجتمع البحث تبين له أن الجريدة تناولت هذا الموضوع في أعدادها بكيفية وافية معمقة، وهي بالنسبة للجوانب المستهدفة بالبحث أكثر تمثيلا من المفردات الأخرى الصادرة خلال الفترة نفسها. لذا يقوم باقتناء هذه الاعداد مباشرة لتشكل العينة القصدية للدراسة.²

وتعرف أيضا: أنها تلك العينة التي يقرر الباحث مقدما مفرداتها، فقد تتوفر لدى الباحث معلومات حول مجتمع معين وتتضمن هذه المعلومات ما يفيد بأن وحدات معينة أو أفراد معينين من المجتمع تمثل أو يمثلون المجتمع بالنسبة لصفة معينة تمثيلا جيدا.³

وتعتبر العينة القصدية كذلك بأنها: اختيار كيفي من قبل الباحث للمسحوبين أو المستخدمين استنادا إلى أهداف بحثه ولا يتم اختيار المبحوثين من خلال الجدول العشوائي

¹ - نادية عيشور وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017، ص 261.

² - احمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 197.

³ - عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2008، ص 221.

أو القرعة، وهذا يعني أن هذه العينة لا تعطي الفرص المتكافئة لكل وحدة اجتماعية لأن تكون ضمنها.¹

وعليه اخترنا العينة القصدية المتمثلة في شباب مدينة المسيلة، مكونة من 80 فردا وهو عدد كافي لإجراء الدراسة، منها 41 ذكرا و39 أنثى وذلك من مختلف المستويات متوسط، ثانوي، جامعي.

11- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

11-1- الاستخدام:

لغة: استخدم، يستخدم "الرجل غيره" استخدامه: أي اتخذ خادما كطلب منه أن يخدمه، استخدم الانسان الآلة أو السيارة أي استعمالها في خدمة نفسه.²

اصطلاحا: إن مفهوم الاستخدام usage في وسط معاني هو: الطريقة الخاصة بالفرد أو الجماعة في استخدامه لممارسة الفعل على التكنولوجيا والتي تدخل في سياق ممارسة ما [استهلاك، اتصال، عمل تسلية] كما أنه استعمال لشيء طبيعي أو رمزي لغايات معينة بمعنى إعطاء بعد زمني ثقافي كجهاز مادي أو رمزي.³

ويعرف أيضا: إن مفهوم الاستخدام usage الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 19 يشير من ذلك الحين إلى يومنا هذا إلى نشاط اجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره ويتمثل في استخدام شيء ما والاستفادة منه لغاية محددة أو تطبيقية لتلبية حاجة ما، وفي دراسات الاستخدامات، فإن موضوع الاستخدام يحيل إلى ممارسة كما يحيل أيضا إلى تصرفات أو عادات أو اتجاهات.⁴

¹ - معن خليل العمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2004، ص 208.

² - عصام نور الدين: معجم نور الدين الوسيط عربي عربي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص 102.

³ - كمل فتيحة: الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011، ص 11.

⁴ - عبد الوهاب بوخنوفة: المدرسة، التلميذ، المعلم وتكنولوجيا الاعلام والاتصال: التمثيل والاستخدامات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2007، ص 51.

اجرائيا:

نقصد بالاستخدام في دراستنا هذه هي عبارة عن عملية التصفح التي يقوم بها الشباب عبر موقع الفيس بوك ومعرفة عادات وانماط التصفح لصفحات الجرائد والتفاعل مع مضامينها المختلفة.

11-2- الشباب:

لغة: يقصد به: الفتاء والحدائث، شب، يشيب، شابا وشيبة وفي حديث: تجوز شهادة الصبيان على الكبار، يستشبون أي يستشهد من شب منهم وكبر إذا بلغ، والشباب جمع شاب وكذلك الشبان.¹

في معجم الوسيط: هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة والشباب هو الحدائث وشباب الشيء: أوله، يقال: لقيته في شباب النهار.²

ويعرف أيضا: هو جمع شاب بمعنى الحدائث، وفي معاجم أخرى مصطلح الشباب مشتق من شب أي صار فتيا، وتعرف بعض المعاجم بأنه مرحلة النشاط والقوة والسرعة.³ اصطلاحا: يعرف "محمد علي محمد" الشباب بأنه: ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة، وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة.⁴

كما يبين "harrelan": ان التعريف الحقيقي لفترة الشباب هي مرحلة خاصة لا يجوز وضع حدود ثابتة للعمر فيها، لأنها تختلف من مجتمع لآخر ومن ثقافة لأخرى. وهي فترة يتم فيها دمج الفرد في مؤسسات المجتمع وتكوين شخصيته وتحديد مكانته الاجتماعية

¹ - أبو الفضل جمال الدين ابن منظور : لسان العرب ، دار بيروت ، 1990، ص 480.

² - مذکور ابراهيم وآخرون : معجم الوسيط ، ط2 ، المكتبة الاسلامية للطباعة والنشر والتوزيع ، تركيا ، 1972، ص 470.

³ - مدحت أبو نصر: الشباب وصناعة المستقبل، ط1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2019، ص 25 .

⁴ - محمد علي محمد : الشباب العربي والتغيير الاجتماعي ، ط1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان ، 1985، ص 9.

داخله، فمتغير السن لا يمكن تحديده بصورة قطيعة وهذا نظرا لعدة عوامل على غرار الجانب النفسي حيث يمكن أن يتأخر أو يتقدم في بعض الأحيان سن الشباب.¹ الاتجاه البيولوجي: أكد على الحتمية البيولوجية لاعتبارها مرحلة عمرية وطور من أطوار الحياة فيرى أن الشباب يبدأ من 15 إلى 25 ومنهم من يرى أن هذه الفئة تبدأ من سن 13 إلى 30.

الاتجاه السيكولوجي: جمع بين النمو البيولوجي وثقافة المجتمع في تحديد الفئة العمرية حيث حددها في سن البلوغ إلى دخول الفرد عالم الراشدين الكبار. الاتجاه السوسولوجي: {الاجتماعي} عرف الشباب انطلاقا من اعتباره حقيقة اجتماعية وليس ظاهرة بيولوجية فقط ورفض هذا الاتجاه تقديم عمر محدود لمرحلة الشباب لتبدأ الشيخوخة، فالفئات العمرية نتائج اجتماعية تتغير بتطور التاريخ.² اجرائيا: نقصد بالشباب في هذه الدراسة بشباب مدينة المسيلة البالغ من العمر سن 16 إلى 35 وهذا حسب ما حددته الامم المتحدة والاتحاد الاوروبي وبرامج الاورو متوسطي وذلك باعتبارهم الفئة التي تتميز بالنشاط والحيوية في المجتمع والتي بإمكانها أن تخدم دراستنا وتساعدنا بكافة جوانبها.

11-3- صفحات الفيس بوك:

الفيس بوك: هو شبكة تواصل اجتماعية مجانية منتشرة على الانترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية، وتحميل الصور والفيديو، وإرسال الرسائل الى العائلة والزملاء بهدف التواصل.³

¹ - حنان مجاهد : السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الاحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ، 2015 ، ص 10.

² - كاتب فارس وعقون دنيا: اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهدي ، ام البواقي ، 2016، ص 36.

³ - حسان احمد قميحة، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار الكتب المصرية، مصر، 2017، ص 24.

صفحات الفيس بوك: تقوم فكرة الصفحات على انشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم ان وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

وتعرف أيضا بأنها الشخصيات العامة والشركات والمنظمات والكيانات الأخرى من انشاء وجود حقيقي وعام على الفيس بوك، على عكس الملف الشخصي تكون صفحات الفيس بوك مرئية للجميع على شبكة الانترنت تلقائيا، انت وكل شخص في الفيس بوك يمكنك الاتصال مع هذه الصفحات بأن تصبح من معجبيها ومن ثم تتلقى التحديثات الخاصة بها في الاخبار الواردة ويمكنك التفاعل معها.¹

اجرائيا:

وهي عبارة عن صفحات ثابتة تحتوي على معلومات عامة واخبار واعلانات عن تلك المؤسسة ونشاطاته، فيها نصوص وصور وفيديوهات وغيرها من الوسائل طبقا لمحتوى الصفحة والهدف الذي أنشأت من أجله، تكون متاحة لجميع المتصفحين على شبكة الانترنت بمجرد الاعجاب بهذه الصفحة.

11-4- الجريدة:

اصطلاحا: مطبوعة دورية متنوعة تنتج آليا، وملتزمة بموعد صدور ثابت وبشكل مستمر، لفترة طويلة دون انقطاع أو توقف، ويكون صدورها عن مؤسسة مستقرة، وهي متاحة للجميع بثمنها. كما تتميز الجرائد بتنوع مضامينها وكثرة قرائها وسرعة انتشارها، وانخفاض ثمنها مقارنة بالوسائل الأخرى التي تعتمد على الكلمة المطبوعة.²

¹ - رحو حياة: مضامين صفحات الجامعات على الفيس بوك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015، ص7.

² - خضير شعبان: مصطلحات في الاعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، الجزائر، ص73.

هي النشرة المطبوعة التي تصدر يوميا وتشمل موضوعات متنوعة أهمها الاخبار وفي مقدمتها الاخبار التي يراعي فيها السبق الصحفي والوقوف على آخر الانباء إلى جانب الموضوعات المتغيرة والابواب الثابتة ولكن قد يتوسع في المعنى فيقصد بها المجلة الاسبوعية أو دورية تقدم تقريرا عن الاحداث.¹

وهناك تعريف آخر: هي احدى المنشورات الدورية التي تصدر يوميا لتغطية مختلف الوقائع والاحداث.²

يقول أديب اسحق صاحب جريدة مصر في القاهرة: الجريدة لفظ أطلق اصطلاحا على الصحيفة التي تطبع في أوقات معينة مشتملة على أنباء وآراء ومباحث في السياسة أو الادب أو العلم أو منهن معا.³

اجرائيا:

نقصد بالجرائد في دراستنا: أنها عبارة عن مجموعة من الجرائد تنشر الكترونيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تحتوي على الاخبار بكافة أنواعها.

11-5- مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا: يعرفها مهدي الحوساني بأنها مواقع تصنف ضمن مواقع الجيل الثاني (2.0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء المجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الانترنت والتعرف على

¹ - محمد منير حجاب: المعجم الاعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 197.

² - رابح طيبي: الهجرة غير الشرعية في الجزائر من خلال الصحافة المكتوبة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر، 2009، ص15.

³ - محمد فريد محمود عزت: مدخل الى الصحافة، ط1، 1993، ص 53.

المزيد من المواقع في المجالات التي تهمة، وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه.¹

ويعرفها الباحث محمد عواد في أطروحة للماجستير: بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية من أفراد وجماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة node بحيث يتم إيصال العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات لتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما. أو حمل جنسية بلد ما في هذا العالم، وقد فصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.²

هي عبارة عن مواقع اكتسبت صفة مواقع الشبكة الاجتماعية، التي تجمع بين العديد من أدوات الانترنت المختلفة، وذات شعبية كبيرة، وعلى سبيل المثال الفيس بوك تعمل كأداة للاتصال الشخصي والتفاعلي الذاتي مثله مثل ما يعرف ب البلوق أو موقع على شبكة الانترنت الشخصية، يتيح خدمة الرسائل الفورية ويمكن استخدامه كمنتدى للنقاش... الخ.³

وتعرف كذلك أنها مواقع إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقا لنظام معين، يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يشاركون في الاتصال مع امكانية الاطلاع على صحفهم الخاصة والمعلومات المتاحة على الموقع، علما أن طبيعة تسمية هذه الروابط تختلف وتتنوع من

¹ - جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمن الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص21.

² - علي خليل شقرة: الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار اسامه للنشر والتوزيع، الاردن - عمان، 2014، ص 59.

³ - ماهر عوده الشمالية وآخرون: الاعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان - الاردن، 2015، ص 200.

موقع لآخر. وتتكون من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم البعض ضمن علاقات محددة مثل: صداقات، أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها.¹ أو هي عبارة عن صفحات ويب تعتمد على خدمات تسمح للأفراد بالتعبير عن أنفسهم وتتيح لهم اختيار الافراد المشاركين بين الاشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات، وهناك من يطلق على هذه المواقع بالإعلام الاجتماعي الذي يعد نسق فكري وعملي يبحث عن الرقمي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتصال.²

اجرائيا:

نقصد بمواقع التواصل في دراستنا هذه بأنه شبكة اجتماعية من خلالها يتواصل ويتبادل الافراد الملفات والصور والآراء والمعلومات خاصة فئة الشباب باعتبارهم الفئة الأكثر تفاعلا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

12- الدراسات السابقة:

12-1- الدراسة الاولى: لطالب علي بوخاتم تحت عنوان اعتماد الشباب الجامعي على موقع الفايسبوك كمصدر للأخبار (مذكرة لنيل شهادة الماستر في وسائل الاعلام والمجتمع)، سنة 2017_2018، بجامعة الجيلالي بونعامة _ خميس مليانة.

تمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في: ما مدى اعتماد طلبة جامعة الجيلالي بونعامة على موقع فيس بوك كمصدر للأخبار؟ كما تليه مجموعة من التساؤلات الفرعية المتمثلة في:

ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجزائريين لموقع الفيس بوك؟

ماهي دوافع اعتماد طلبة جامعة الجيلالي بونعامة على موقع الفيس بوك؟

¹ - محمد خيره: استخدام صحفي الجرائد المطبوعة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الجزائر، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، 2018، ص 18.

² - ماطر عبد الله حمدي: اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الشرق الاوسط بالسعودية، 2018، ص 17.

ماهي أهم الاخبار التي يعتمد عليها الطلبة في هذا الموقع؟

ما مدى مصداقية الاخبار التي يتطلع عليها طلبة جامعة خميس مليانة من خلال موقع الفيس بوك؟

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى اعتماد الشباب الجامعي على موقع الفيس بوك كمصدر للمعلومات من خلال رصد مدى اهتمام متابعة الشباب الجامعي للمضامين الاخبارية على موقع الفيس بوك، وتحديد الصفحات الاخبارية المفضلة لدى الشباب الجامعي حول ما يقدمه لهم هذا الموقع من أخبار وأفكار.

حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي تبعا لطبيعة الموضوع المدروس باعتباره أكثر ملائمة لدراسة مثل هذه المواضيع، واستخدم أداة البحث المتمثلة في استمارة الاستبيان نظرا أنها افضل الادوات وأقلها تكلفة وأكثر فعالية في البحوث الوصفية.

كما تمثلت عينة دراسته في العينة العشوائية من طلبة جامعة الجيلاي بونعامة بخميس مليانة (ذكور واناث)، واحتوت على 70 مفردة لمختلف الأطوار والشعب وتم تحكيم الاستمارة من خلال ارسالها إلى 3 أساتذة محكمين من قسم علوم الاعلام والاتصال.

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

أن موقع الفيس بوك يعتبر مصدر مهم من مصادر استقاء الأخبار للطلبة، حيث أن معظمهم يعتمدون عليه اعتمادا مباشرا وبصفة مستمرة في الحصول على الأخبار بشتى أنواعه. وأنه في المقابل يتيح لمستخدميه فرصة للتعبير عن رأيه بكل حرية وللتواصل مع القائم بالاتصال وتقديم رجوع رسدي فوري ومنبرا ليصبح قائما بالاتصال ومنتجا للمحتوى بنفسه.

12-2- الدراسة الثانية: دراسة من اعداد الطالبتين: بورصاص فاطمة، كاملي هدى تحت عنوان استخدام الطلبة الجامعين للصحافة الالكترونية من خلال صفحاتها على الفيس بوك،

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، سنة 2015_2016 بجامعة العربي بن مهيدي _ أم البواقي.

تمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في: ما هو واقع استخدام الطلبة الجامعيين للصحافة الالكترونية عبر صفحاتها على الفيس بوك؟ وتليه مجموعة من التساؤلات الفرعية المتمثلة في:

ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للصحف الالكترونية عبر صفحاتها على الفيس بوك؟

ماهي الاشباعات المحققة لجمهور الطلبة الجامعيين للصحف الالكترونية عبر صفحاتها على الفيس بوك؟

هل هناك علاقة بين الاستخدامات والاشباعات وفق متغير الجنس والتخصص؟

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع استخدام الطلبة الجامعيين للصحافة الالكترونية من خلال صفحاتها على الفيس بوك، وكذلك معرفة ما إن كان الطلبة الجامعيين يقبلون على المواضيع الاجتماعية للصحف الالكترونية عبر صفحاتها على الفيس بوك أكثر من باقي المواضيع.

واندرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى الى معرفة عادات وأنماط الاستخدام وكذا الاشباعات المحققة منه، طبقت الطالبتين منهج المسح والذي يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الاعلام، كما اعتمدوا على الملاحظة واستمارة الاستبيان كأدوات لجمع البيانات باعتبارها أفضل الادوات وأقلها تكلفة وفعالية في البحوث الوصفية.

تم اختيار العينة القصدية والتي تمثلت في الطلبة الجامعيين المستخدمين للصحافة الالكترونية والذين لديهم ميول لهذا النوع من الصحف، حيث تم توزيعها على عينة قدرت ب 93 مفردة.

وفي الاخير توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- يتصفح معظم أفراد الصحف الالكترونية عبر صفحاتها على الفيس بوك في المنزل عبر الهاتف المحمول لأقل من ساعة.
- جل أفراد العينة يهتمون بالمواضيع الاجتماعية بكثرة على غرار المواضيع الاخرى المنزلة عبر صفحات الفيس بوك.

أغلب المبحوثين يميلون ويتفاعلون مع مضامين الصحف الالكترونية بالقراءة بالدرجة الاولى.

12-3- الدراسة الثالثة: دراسة الطالب: حماد غريب تحت عنوان اتجاهات الشباب الجامعي نحو الصحافة الالكترونية والصحافة الورقية، مذكرة للحصول على درجة الماجستير في الاعلام، سنة 2011 بجامعة الشرق الاوسط _ الكويت.

حيث جاءت تساؤلات الدراسة في:

ما أنماط وعادات قراءة الصحف الورقية وتصفح الصحافة الالكترونية بالنسبة لفئة شباب مجتمع العينة؟

- ما اتجاهات أفراد العينة نحو الصحافة الورقية والالكترونية؟
- ما اتجاهات الشباب نحو مستقبل الصحافة الالكترونية والورقية؟
- ما التحديات التي تواجه الصحافة الورقية في ظل انتشار الصحافة الالكترونية؟

كما هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على مدى اقبال الشباب الجامعي الكويتي نحو مطالعة الصحافة الالكترونية والصحافة الورقية في الكويت ومعرفة اتجاهاتهم نحوها. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي المقارن الذي يلائم ويحقق أهداف الدراسة، وقد تم اختيار العينة من المجتمع بطريقة العينة العشوائية حيث تكونت عينة الدراسة من 420 طالبا من جامعتي الكويت وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا.

وفي الاخير توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- يرى أن نسبة 76,7 من الشباب الجامعي الكويتي أن المنزل هو المكان المفضل للاطلاع على الصحف الورقية بحيث توفر له الراحة والهدوء والوقت الكافي للمطالعة، بينما بلغت نسبة من يطلع على الصحف الالكترونية في المنزل بنسبة 54,8 وقد يغزي ذلك لوجود الاشتراكات في خدمة الانترنت في المنزل.
- يرى أفراد العينة أن مستوى مستقبل الصحافة الالكترونية كان متوسط.

12-4- الدراسة الرابعة: دراسة الطالبة منال قدواح تحت عنوان اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، سنة 2008، بجامعة منتوري قسنطينة.

تمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في:

ماهي اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية بشتى أنواعها المحلية والعربية والغربية؟

هدفت الدراسة إلى ابراز التحديات التي تواجه الصحافة المطبوعة في ظل التطورات التي حملتها ثورة التكنولوجيا في جلب ما يسمى بالصحافة الالكترونية، وتقديم صورة عامة عن وضع الصحف الجزائرية المطبوعة، واندرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى دراسة واقع الاحداث والظواهر وتحاول تحليلها وتفسيرها من أجل تصحيح هذا الواقع.

حيث طبقت أسلوب المسح الذي يعرف على أنه الطريقة العملية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، كما اعتمدت الطالبة على العينة الحصصية والتي تعتبر أكثر أنواع العينات المستخدمة في استطلاعات الرأي العام، وتمثل حجم العينة ب104 مفردة من إجمالي صحفي لهذه الجرائد والتي تمتلك مواقع الكترونية ووقع الاختيار على صحفي الجزائر العاصمة لأنها تعتبر المركز الرئيسي بمقر الصحف.

وفي الاخير توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

• لاحظت الطالبة أن الاتجاه نحو مؤشر ضعف المهارة التقنية والتثبث بالصحافة الورقية من الفرضية الاولى أن الصحفيون الجزائريون لهم اتجاهات سلبية نحو توسيع استخدام الانترنت في العمل الصحفي وبالتالي لم تحقق كلا من المؤشرين، في حين الاتجاه الايجابي قوي نحو مؤشر هيمنة التسلية وبالتالي فإن السمة الغالبة على الاتجاه نحو الفرضية هي التردد مما يثبت عدم صحة الفرضية الاولى اي أن الصحفيون الجزائريون اتجاهاتهم ليست سلبية نحو توسيع استخدام الانترنت في العمل

12-5- أوجه الاتفاق والاختلاف مع الدراسات السابقة:

• **الدراسة 1:** تناولت الدراسة الأولى اعتماد الشباب الجامعي على موقع الفيس بوك كمصدر للأخبار والتي تشابهت مع موضوع دراستي في كونها تدرس كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومن بينها الفيس بوك الذي يعد من متغيرات الدراسة، واختلفت معهم في الزمان والمكان حيث كانت دراستنا الحالية في سنة 2019-2020 بالمسيلة والدراسة السابقة كانت سنة 2017-2018 بخميس مليانة.

• **الدراسة 2:** والتي كانت تحت عنوان استخدام الطلبة الجامعيين للصحافة الالكترونية من خلال صفحاتها على الفيس بوك حيث تشابهت مع دراستنا في كونها عالجت الصحافة الالكترونية عبر موقع الفيس بوك وفي نفس السياق كان متغير دراستي صفحات الجرائد عبر الفيس بوك، كما ساعدتني هذه الدراسة في تحديد الاشكالية وتحديد المصطلحات والاتفاق على العينة القصدية، واختلفت مع دراستنا من ناحية الزمان والمكان فدراستنا الحالية في سنة 2020 بالمسيلة أما هذه الدراسة السابقة كانت سنة 2015-2016 بأم البواقي.

• **الدراسة 3:** تدرس اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الالكترونية والورقية، تتفق مع دراستنا في كونها تدرس نفس مجتمع البحث وهم الشباب واستخدام المنهج المسحي كما ساعدتني في الاطار النظري، لكنها اختلفت من ناحية المكان حيث هذه الدراسة كانت في الشرق الاوسط _ الكويت اما دراستي ف مدينة المسيلة.

• **الدراسة 4:** تناولت اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية، تتفق مع دراستي من ناحية انها طبقت المنهج المسحي وكذلك استفدت منها في تحديد المصطلحات ومنهجية البحث لكن اختلفت معها من ناحية اختيار العينة والزمان والمكان، فدراستي كانت سنة 2020 بالمسيلة اما هذه الدراسة كانت سنة 2008 بقسنطينة.



الفصل الأول

الصحافة الإلكترونية



تمهيد:

لقد صاحبتنا الصحف في صورها المختلفة لقرون، فقد ظهرت الصحف المطبوعة كوسيلة اتصال مباشرة لنشر الأخبار والمعلومات وبظهور الانترنت ولدت الصحافة الإلكترونية كوسيلة حديثة لنقل الاخبار والمعلومات لكل أنحاء العالم، حين اتجهت العديد من الصحف إلى نشر صفحاتها رقميا على هذه الشبكة.

فجعلتنا التكنولوجيا الحديثة نعيش عصر الصحافة الإلكترونية، هذه الصحافة التي فرضت وجودها في الواقع الافتراضي بدورها في رصد الأحداث وصناعة الخبر، وهذا جنبا إلى جنب الصحافة التقليدية ولتتجاوز القيود الجغرافية والسياسية التي تعاني منها نظيرتها الورقية التي ربما بدأ العد العكسي لأقول نجتمعها مع تقديم عجلة الزمن. وهذا بفضل استخدامها للوسائط المتعددة التي جعلت منها صحافة إلكترونية تفاعلية، ولهذا نستعرض إلى أهم جوانب تطور الصحافة الإلكترونية مروراً بخصائصها وأنواعها وأهم الصعوبات التي تواجهها والخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الإلكترونية.

1- مفهوم الصحافة الالكترونية:

تعرف الصحافة الالكترونية بأنها: الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات الكترونية لصحف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو كالجرائد ومجلات الكترونية ليست لها اصدار عادية ومطبوعة على الورق، وهي تتضمن مزيجا من الرسائل الاخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية حيث يشير تعبير online journalism تحديدا في معظم الكتابات الاجنبية إلى تلك الصحف أو المجلات الالكترونية المستقلة أي التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة.¹

ويقصد بها أيضا هي الصحافة الالكترونية التي تعتمد على نظام الملفات المتتابعة أو المتسلسلة عن طريق الحاسوب، فهي منشور الكتروني دوري أو غير دوري سواء تعلق بموضوع خاص أو عام أو سياسي أو اجتماعي يتم قراءته من خلال جهاز الحاسب الآلي أو من الاجهزة التي ترتبط بالانترنت بما فيها الهاتف النقال ويكون متاحا في شبكة الانترنت.²

يعرفها "زايجن لي" zeigen le : الصحافة الالكترونية بأنها صحيفة الانترنت internet newspaper وهي: منشور متاح على شبكة المعلومات العالمية، ويتم بناء مطالعتها وتصفحها من خلال برنامج التحول navigation software ويتم بناء الموقع الخاص بهذا النوع من الصحف من خلال استخدام لغة ترميز النص الفائق وغيرها من

¹ - عبد الامير مويت الفيصل: الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان - الاردن، 2005، ص 78.

² - يعقوب بن محمد الحارثي: المسؤولية المدنية عن النشر الالكتروني، ط1، دار وائل للنشر، عمان-الاردن، 2014، ص18.

أدوات التصميم المستغنية بالحاسبات الالكترونية لتقديم النص والمواد الجرافيكية التي تحتوي على المعلومات الصحفية على شاشات الحاسب الالكتروني.¹ أو هي تلك الصحف المكتوبة والتي يعاد نسخها على الانترنت وتتميز عن النسخة المكتوبة باستعمال كبير للألوان والصوت والصورة، وأحدثت الصحيفة الالكترونية ثورة في طريقة مطالعتها، وهذا باستعمالها (الخبر الرقمي) بالإضافة إلى تمكين القراء من مشاهدة بعض مقاطع الفيديو، وكل هذا بهدف جعل الأخبار في متناول القراء عبر كمبيوتر مجهز بمودم وذلك عن طريق إعداد نشرة يعاد صياغتها في كل مرة يتم تسجيل تطورات للأحداث، وهناك من يعرفها بأنها الصحافة التي تستعين بالحاسوب في عملية الانتاج والنشر الالكتروني.²

كما هي عبارة عن صحف ومجلات منشورة على شبكة الانترنت من خلال وسائط الكترونية، وتتميز الصحافة الالكترونية بإمكانية عرض النصوص بالشكل والألوان المطلوبة بدقة وبدون أية قيود، حيث يتم تخزين المعلومات والنصوص والعناصر التيبوغرافية وتوضيبيها وإدارتها واستدعائها الكترونياً، سواء تم هذا التخزين والاستخدام من عادة سيق نشرها في صحافة تقليدية (ورقية) أو تم ادخالها مباشرة إلى الكمبيوتر أو التلفزيون التفاعلي.³

وتعرف أيضاً بأنها إحدى أشكال النشر الالكتروني Electronic Publishing ويقصد بالنشر الالكتروني استخدام وسائل التقنية الحديثة في بث أو ارسال أو استقبال أو

¹ - خالد محمد غازي: الصحافة الالكترونية (الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح)، ط1، دار الكتب المصرية فهرسة اثناء للنشر، مصر -الجيزة، 2008، ص107.

² - محمود حامد الخضر: الاعلام والانترنت، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2012، ص134.

³ - مرعى مذكور: المدخل إلى الصحافة، ط1، مكتب آثا جرافيك هاوس للكمبيوتر، مصر، 2005، ص29.

نقل المعلومات المكتوبة والمرئية والمسموعة سواء كانت نصوصا أو مشاهد أو أصوات ثابتة أو متحركة لغرض التداول.¹

2- نشأة وتطور الصحف الالكترونية:

حتى مطلع التسعينات من القرن العشرين كانت الانترنت مجرد شبكة تربط أجهزة الكمبيوتر وتستخدم في نقل وتبادل المعلومات بين الإدارات الحكومية والجامعات ومراكز البحوث، وعندما أصبحت الانترنت ظاهرة وخرجت في اطار الاستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة انفجر ما يسمى بالنشر الالكتروني (الصحف، المجلات، ومواقع المعلومات والاعخبار)، ومن بين كل وسائل الاعلام التقليدية الاخرى فإن الصحافة المطبوعة دخلت عصر النشر الالكتروني، فمنذ نحو خمسين عاما كانت الصحف ترسل عبر موجات الراديو إلى عشرات الآلاف للمنازل عن طريق أجهزة الفاكس وكانت النسخة تكلف من خمسين إلى مائة دولار. وفي بداية الثمانينات بدأت باستخدام خطوط التلفون ليتم استقبالها على شاشات التلفزيون أو شاشات الكمبيوتر في المنازل مقابل اشتراك شهري.²

وبدءا من تسعينات القرن العشرين بدأت الصحف في الخروج إلى الانترنت بدوافع عديدة لعل من أهمها محاولة الاستفادة من التكنولوجيا الجديدة لتعويض الانخفاض المتزايد في عدد قرائها وفي عائدات الاعلان، حيث اتجهت الصحف والمجلات إلى البحث عن وسائل لتوزيع المعلومات الكترونيا. فارتبط بعضها بشركات تقديم خدمات الانترنت مثل: كمبيو سرف وأمريكا أون لاین، وجرب البعض الآخر إرسال نسخ بالفاكس إلى القراء وتقديم نشرات موجزة على أجهزة الكمبيوتر، كما حاولت بعض الصحف إنتاج أقراص ممغنطة CDs تحوي أعدادها السابقة بالإضافة إلى محاولات أخرى لإرسال الخدمة الصحفية

¹ - محمد يونس: الصحافة الورقية والالكترونية في دول الخليج العربية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014، ص267.

² - حسين محمد نصر: الانترنت والاعلام (الصحافة الالكترونية)، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2003، ص

بالأقمار الصناعية والبريد الالكتروني واستمرت المحاولات على هذا النحو حتى حلول عام 1995 وهو عام انفجار الشبكة الالكترونية الدولية (الويب) الذي أدخل الصحافة عصر التوزيع الالكتروني الجماهيري.¹

ويذهب كاواماتو kazmoto إلى أن موقع الصحافة الاول على الانترنت انطلق في تشرين الثاني _ نوفمبر 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة كاليفورنيا وهو موقع بالو آلتون اون لاين وألحق به موقع آخر في كانون الثاني _يناير 1994 هو آلتو بالو ويكلي Alto Palo Weekely لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة، وبخاصة مع توفير خدمة الانترنت مجاناً في الولايات المتحدة الأمريكية وفي العالم المتقدم، بحيث أصبحت الصحافة جزءاً من تطور الشبكة وتوزعها.

وعن أول ظهور للصحافة العربية على شبكة الانترنت، يورد أحد الباحثين أن الصحيفة اليومية العربية التي توافرت الكترونياً لأول مرة عبر شبكة الانترنت هي صحيفة الشرق الأوسط التي نشرت في عددها الصادر في 6 أيلول _سبتمبر 1995.²

3- أنواع الصحف الالكترونية:

3-1- الصحف الالكترونية على شبكة الانترنت:

أ- صحف الكترونية ليس لها نسخ ورقية: وهي صحف قائمة بذاتها، ولها إدارة ومجلس تحرير، وهي تقدم نفس الخدمات الاعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وتحقيقات، وما إلى ذلك. كما تقدم خدمات اضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية أن تقدمها، والمتعلق جزء كبير منها بطبيعة الانترنت وخدماته، مثل:

- تكنولوجيا النص التشعبي.

- خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب.

¹ - حسين محمد نصر، مرجع سبق ذكره، ص92.

² - الشفيق عمر حسنين: الصحافة الالكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، ط1، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الامارات العربية المتحدة، 2011، ص16.

- خدمات تدوير المحتوى وترويجه عبر الشبكات الاجتماعية.

- خدمات الرد الفوري.

- خدمات الوسائط المتعددة.

ب- صحف ورقية لها نسخ الكترونية: ونعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة، والتي تقصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة، مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الاعلانات والربط بالمواقع الاخرى.¹

3-2- الصحف الالكترونية تبعا لمدى استقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية قائمة (المواقع الاعلامية التكميلية):

1. النشر الصحفي الموازي: وفيه يكون النشر الالكتروني موازيا للنشر المطبوع بحيث تكون الصحيفة الالكترونية عبارة عن نسخة كاملة من الصحيفة المطبوعة باستثناء المواد الاعلانية.

2. النشر الصحفي الجزئي: وفيه تقوم الصحف المطبوعة بنشر أجزاء من موادها الصحفية عبر الشبكة الالكترونية، ويعتمد هذا النوع إلى بعض الناشرين بهدف ترويج النسخ المطبوعة من اصداراتهم.²

3. النشر الصحفي الالكتروني الخاص: هذا النوع لا يكون للمادة الصحفية المنشورة الالكترونية أصل مطبوع بحيث تظهر الصحيفة بشكل مباشر من خلال النشر عبر الانترنت فقط، وهو ما يصدق على الصحف الالكترونية التي تصدر مستقلة على الشبكة في ادارتها وطرق تنفيذها.³

¹ - علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الالكترونية العربية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص100.

² - ماهر عودة الشمالية وآخرون: الصحافة المتخصصة، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الاردن، 2015، ص198.

³ - ماهر عودة الشمالية وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص199.

3-3- الصحف الالكترونية تبعا لنوع التقنية المستخدمة في الموقع: وتتقسم الى 4 أنواع:

1. الصحف الالكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي للصورة والذي يتيح نقل

صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الانترنت.

2. الصحف الالكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول وهو نمط قريب من النمط

السابق، ويتيح نقل النصوص والاشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من

الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية.¹

3. الصحف الالكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق وهو النمط الذي يتيح موضوع

نصوص الصحيفة الالكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية.

4. صحف الكترونية تجمع بين النمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين حيث النص

الفائق يوفر الميزات التفاعلية، وعرض الموضوع من خلال الوسائط المتعددة والنص

المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صحيفة الجريدة.²

4- خصائص وسمات الصحافة الالكترونية:

كتب الكثير عن خصائص أو سمات بيئة عمل الصحافة الالكترونية، لكن من جانبنا

نرى أن هناك مجموعة مترابطة ومتكاملة من الخصائص أو السمات السائدة في بيئة عمل

الصحافة الالكترونية كالتالي:

¹ - منال هلال المزاهرة: تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان- الاردن،

ص332.

² - نفس المرجع، ص333.

4-1- تعدد الوسائط:

إذا كان الراديو يقدم الصوت، والتلفزيون يقدم الصوت والصورة والصحافة المطبوعة تقدم الثلاثة معا بشكل مترابط وفي قمة الانسجام والافادة على التعامل مع المحتوى المخزن رقميا، الذي يتم فيه جمع وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات ويعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كان صوتا أو صورة أو نص، ومن ثم يجعل من السهل أن تضع ملفا رقميا على حاسب أو موقعا بالإنترنت بداخله نص أو صوت أو صورة.¹

4-2- التفاعل والمشاركة:

في الصحافة المطبوعة يكون التفاعل الوحيد بين القارئ والجريدة هو النظر الى المادة التي تستهويه ثم القراءة، وتقليب الصفحات الى الامام لنشر ما، لكن الصحافة الالكترونية تسمح بمستوى غير مسبوق من التفاعل يبدأ بمجرد البحث عن مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها، وينتهي بإمكانية توجيه الأسئلة المباشرة والفورية للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه.

4-3- التمكين:

في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الالكترونية تقبل فكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل. من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي سواء كانت أخبار أو تقارير أو تحليلات، والمصادر المتعددة للقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق.²

4-4- الخدمات المضافة القائمة على السرعة:

¹ - علي عبد الفتح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان - الاردن، 2014، ص27.

² - نفس المرجع، ص28.

لا يمكن للصحيفة المطبوعة أن تقدم شيئاً خارج سطور الحبر المصفوفة على الورق وإذا كانت هناك خدمة ما فعلى الجمهور الاتصال بالصحيفة والانتظار للعدد التالي ليبحث عن الخدمة، لكن بيئة عمل الصحافة الالكترونية تقدم للجمهور سلسلة من الخدمات القيمة المضافة القائمة على فكرة السرعة أو الآنية.

4-5- الشخصية

لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حسب احتياجات كل قارئ على حدة، في حين أن الصحافة الالكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع قادراً على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يرى به الأخرى.

4-6- الحدود المفتوحة:

في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودة المساحة المخصصة للنشر، وهذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الالكترونية بسبب خاصة الحدود المفتوحة.

4-7- خصائص أخرى للصحافة

توفر بيئة عمل الصحافة الالكترونية فرص كبيرة للوصول عبر الانترنت الى مختلف أنحاء العالم عكس عدد كبير جدا من وسائل الاعلام التقليدية التي تكون مقيدة في اغلب الاحيان بحدود جغرافية محددة كذلك تتسم الصحافة الالكترونية بالتكلفة الاقل، فتكلفة موقع أقل من تكلفة انشاء صحيفة.¹

¹ - زيد منير سليمان: الصحافة الالكترونية، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن - عمان، ص19.

5- الخدمات التي تقدمها مواقع الصحف الالكترونية:

تقوم الصحافة الالكترونية بتقديم عدد من الخدمات للجمهور المتلقي ومنها:

1-5- خدمة البحث: حيث تتيح الصحيفة الالكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الويب، وبعض الصحف يتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة (سنة أشهر مثلا) أو أقل أو أكثر، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة الى تفاصيل الموضوع.¹

2-5- خدمة البحث في الارشيف: وتتصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الاول، وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تتصب على البحث داخل الصحيفة الالكترونية، وتتفاوت خدمات الارشيف التي تقدمها الصحف الالكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يريد المتصفح الوصول اليها.

3-5- خدمة قراءة عدد اليوم أو الامس من النسخة المطبوعة: وتقتضي هذه الخدمة على الصحف الالكترونية الكاملة (المختلفة عن الصحيفة الورقية) اذ يتيح الموقع للمستخدم امكانية مطالعة النسخة الورقية وما بها من موضوعات مختلفة الى حد كبير عن محتويات الصحيفة الالكترونية.²

4-5- خدمة تقديم الاعلانات الى الصحيفة المطبوعة: من خلال نشر أسعار الاعلانات في الصحيفة الورقية، وطبيعة الخدمات الاعلانية التي تقدمها بالإضافة الى سبل الاتصال بقسم الاعلانات وطلب نموذج نشر اعلان بالصحيفة كما تفعل جريدة الاهرام المصرية.

5-5- خدمة البريد الالكتروني: وتختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى اخرى، فالصحف الصغيرة يقتصر الامر على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل الكترونية الى

¹ - حسني محمد نصر: الانترنت والاعلام والصحافة الالكترونية، ط1، دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2003، ص111.

² - رضا عبد الواحد امين: الصحافة الالكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص103.

المحررين، أما الصحف الالكترونية الكبيرة فإنها توسع من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة انشاء بريد الكتروني شخصي على الموقع.¹

5-6- خدمة مجموعات الحوار: وهي خدمة تقدمها الصحيفة للقراء للتعبير عم آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها، وتنقسم الى مجموعات الحوار الى: حوار حول اهم الموضوعات المنشورة في العدد الاخير، حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم وموزعة وفقا للأقسام الرئيسية للصحيفة.²

5-7- خدمة الارشاد الى الاخبار الحديثة والموضوعات الهامة: وتقدم للمستخدم عناوين اهم الاخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن ان يطالعها على الفور ودون الدخول في تفاصيل الموقع.

5-8- خدمة خريطة الموقع: وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم، خاصة اذا كان الموقع مزدحما بالتفاصيل والخدمات، مثل مواقع الصحف الالكترونية الكبيرة.³

6- الصعوبات التي تواجه الصحافة الالكترونية:

- صعوبات الحصول على التمويل.
- عدم توفر دخل من وراء موقع الصحافة الالكترونية، وعدم الايمان المطلق للمؤسسات والشركات بالإعلانات على المواقع الالكترونية.
- غياب الانظمة وقانون مشروع من قبل وزارة الاعلام رقابة حكومية.
- المنافسة الشديدة على الانترنت.
- الاعتداء على الصحافيين والقرارات الصحفية.
- منع النشر ومنع التغطية.

¹ - رضا عبد الواجد امين، مرجع سبق ذكره، ص 104.

² - حسني محمد نصر، مرجع سبق ذكره، 112.

³ - رضا عبد الواجد امين، مرجع سبق ذكره، ص 104.

- انتهاك الصحافة والاعتداء عليها والتي تأتي بنتائج سلبية مضافة الى تغييب حرية التعبير والتفكير والاثار السلبية الثاني وهو الغاء دور الصحافة كسلطة رابعة كباقي دول العالم المتحضر، ونحن نتحدث اليوم عن السلطة الخامسة وهي سلطة الانترنت وما ينشر من خلاله.¹

7- ايجابيات الصحافة الالكترونية:

- قدرة على اختصار المسافات، وتجاوز الحدود السياسية.
- قدرة على تجاوز مقص الرقيب.
- سرعة التداول
- تحقق التفاعلية بين الكاتب والقراء، ويجعل القراء ايجابيين في تعاملهم مع المادة الالكترونية.
- تتيح المجال لكل صاحب فكر أو رأي أن يطرح ما لديه.
- أتاحت المجال للمرأة العربية لتتجاوز السلطوية التي تمارس عليها، وما ينتج من ذلك من تقييد حركتها، والتضييق عليها.²
- سرعتها في نقل الخبر بالصور و احيانا نقل الحوار بالصوت أو تصوير الحدث بالفيديو.
- سرعة انتشارها حيث يمكن ان تحصد قراء بالملايين بكل سهولة طالما تقدم خدمة اخبارية جيدة وحقيقية.
- انخفاض تكلفتها المادية بشكل كبير عن الصحافة المطبوعة.
- قدرتها في التغلب على القوانين والتراخيص واللوائح التي تحاصر اصدار صحيفة وخاصة في العالم العربي.¹

¹ - عبد الرزاق محمد الدليمي: مدخل الى وسائل الاعلام الجديد، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان - الاردن، 2012، ص189.

² - عبد الرزاق محمد الدليمي: الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر، الاردن، 2011، ص 239.

8- سلبيات الصحافة الالكترونية:

- مع الايجابيات الكثيرة والمتنامية للصحافة الالكترونية، وقدرة تفاعلها مع الاحداث ومستخدمي الاخبار الا أن هنالك سلبيات رافقت أداء الصحافة الالكترونية وهي:
- الفوضى التي تطبع بها وغياب الرقابة عليها.
 - كثرة الاخبار التي ترد في الصحافة الالكترونية من دون التأكد من مصادرها الحقيقية.
 - التفاوت الحاصل في مستوى التعامل بالصحافة الالكترونية بين المستخدمين من دول متعددة لان بعض الدول النامية لا تتوفر فيها الامكانيات التقنية.
 - سمة السرعة المتوفرة في الاخبار الالكترونية شكلت سلاح ذو حدين قد تدفع المؤسسة للنجاح والتفوق وقد تدفعها للخسارة.
 - كان للصحافة الالكترونية تأثيرا سلبيا على الحياة الاسرية والاجتماعية من خلال انشغال الافراد بأجهزتهم الالكترونية بحثا عما يشبع رغباتهم الشخصية.²

¹ - نزار بشير جديد: الاعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الالكترونية، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الاردن، 2015، ص208.

² - اضل محمد حسني البدراني: اسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والالكتروني، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص214.

خلاصة:

نستنتج في الاخير أن الصحافة الإلكترونية هي نتاج امتزاج الاعلام بالتقنية الرقمية، برغم عمرها القصير حققت في نحو عقد من الزمان ما حققته الصحافة المطبوعة في عشرات السنين، وتمكنت من تقديم مكاسب عديدة إلى المهنة الاعلامية وإلى جمهور القراء.



الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي والفيس بوك

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الاخيرة نوعا من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الالكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس ب (مواقع او شبكات التواصل الاجتماعي)، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الاحداث السياسية والطبيعية في العالم دورا بارزا في التعريف بهذه الشبكات وبالمقابل كان الفضل أيضا لهذه الشبكات في إيصال الاخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الاحداث، الامر الذي ساعد في شهرة هذه الشبكات وأهمها: (الفيس بوك، تويتر، اليوتيوب).

يعتبر الفيس بوك أحد أهم المجتمعات الافتراضية أو التخيلية التي نشأت على الانترنت، كما يعد موقع الويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وهو يجمع الملايين بين المشتركين من مختلف بلاد العالم، فهو يحتوي على الدردشة إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وأن يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم. كما يتيح الفيس بوك الفرصة للاشتراك في العديد من المجموعات والتي يجتمع أفرادها على فكرة ما أو هدف ما، وأصبح أيضا في بعض الاحيان ادمان للكثيرين من رواده فأصبحوا يقضون معظم ساعات اليوم أمامه ولا يستطيعون الاستغناء عنه أبدا ولو ليوم واحد وأحيانا يستغنون عن ساعات النوم الضرورية بسببه، كما أصبح الفيس بوك عالم كبير وجديد ومثير ومتغير ترى فيه الحقيقة والكذب ولكن هو عالم داخل موقع واحد تعرض أفكارك فيه عن أي شيء وفي أي وقت وبأي لغة التواصل بها.

أولا - مواقع التواصل الاجتماعي:

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية (world wide web) تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات.

وجاء تعريف الشبكات الاجتماعية social networking service في قاموس (odlis): هي خدمة الكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين.¹

وتعرف بأنها خدمة متوفرة عبر الانترنت تعمل على ربط عدد كبير من المستخدمين من شتى أرجاء العالم ومشاركتهم وتشبيكهم في موقع الكتروني واحد يتواصلون معا مباشرة ويتبادلون الافكار والمعلومات ويناقشون قضايا لها أهمية مشتركة بينهم ويتمتعون بخدمات الاخبار والمحادثة الفورية والبريد الالكتروني ومشاركة الملفات النصية والمصورة وملفات الفيديو والصوتيات.²

هي عبارة عم مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل: المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الالكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات مع انها تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي.³

أو تعرف أيضا: بأنها خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، وتمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في

¹ - سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الوله، السعودية، 1432، ص9.

² - السيد عبد المولى والسيد ابو خطوة: شبكة التواصل الاجتماعي واثارها على الامن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي، البحرين، 2014، ص192.

³ - مروى عصام صلاح: الاعلام الالكتروني، ط1، دار الاعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص246.

مشاركتهم في الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام.¹

كما تعتبر الشبكات الاجتماعية هي أحدث أدوات الإعلام الجديد وأكثرها استخداما وتأثيرا، لذا علينا استخدامها واستغلالها بطريقة احترافية وذكية ومبنية على أسباب دخول الناس إليها واستخدامها وبناء الثقة مع المجتمع لإيصال الرسالة الإعلامية أو الاعلانية أي كانت بطريقة حديثة تتناسب مع الاداة وذلك عبر بناء وتبني خطوط استراتيجية تتماشى مع أهداف كل من يود استخدامها.²

كما يمكن أن نعرفها على أنها: شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر، وتعددت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، وأبرز شبكات التواصل الاجتماعي هي (الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب) وأهمها هي موقع الفيس بوك، والتي لم يتجاوز عمرها الست سنوات وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص من كافة أنحاء العالم.³

وعرفها شريف اللبان بأنها: خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام.⁴

¹ - احمد الشورى ابو زيد: الاعلام الجديد وادارة الحملات الانتخابية، مكتبة الاسكندرية، مصر، 2015، ص10.

² - عبد الحليم موسى يعقوب: الاعلام الجديد والجريمة الالكترونية، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014، ص11.

³ - عبدة صبطي: الاعلام الجديد والمجتمع، المركز العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص55.

⁴ - حسين محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن،

وتسمى كذلك مواقع التشبيك الاجتماعي وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الافراد، من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشئ صفحته الخاصة، وينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الخاصة، ويكتب مقالات ونصوص وينشر تسجيلات فيديو.¹

2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

كان أول ظهور للمواقع الاجتماعية في أواخر القرن العشرين حيث ظهر موقع classmates.com عام 1995 ثم تلاه موقع six begrees.com، اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى ارسال رسائل لمجموعة من الاصدقاء لكنه تم اغلاقها لأنها لم تأت بأرباح لمالكها.²

خلال سنوات التسعينات راجت صناعة مواقع الانترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع أنترنت (مرسلة) وعدد كبير يعدد بالملايين من متصفحات الانترنت حول العالم تستقبل هذا البث، وبعد ذلك وبالتدريج استطاع مطورو الانترنت أن يستخدموا متصفحات الانترنت لإرسال واستقبال البيانات في نفس الوقت بدلا عن دورها الأصلي كمستقبل أعمى للبيانات، بداية بتطبيقات البريد الالكتروني، الدردشة، ومنتجات الحوار وانتهاء بالتطبيقات الالكترونية الاكثر حداثة وثرية مثل: موسوعة الويكيبيديا.³

ويجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين هما:

المرحلة 1: هي مرحلة الجيل الأول للويب يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية، وقد شهدت هذه المرحلة ظهور مواقع متعددة من أشهرها (cy worled 1999)، (live

¹ - حمزة هوارى: مواقع التواصل الاجتماعي واشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 20، 2015، ص224.

² - وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، السودان، 2011، ص6.

³ - نفس المرجع، ص7.

(journal) حيث ركزت هذه الشبكات الاجتماعية في بدايتها على خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء لكنها لم تستمر طويلا.¹

المرحلة 2: وهي مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية ويمكن التأريخ لهذه المرحلة بالمرحلة الثانية للويب وقد ارتبطت بتطور خدمات الشبكة بحيث انطلق موقع التواصل الاجتماعي friendster وتم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات بين مختلف الفئات وفي عام 2003 ظهر موقع my space وهو أول مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة، كما ظهر موقع linkedin والذي وصل عدد مستخدميه الى 250 مليون مشترك ثم face book حيث انطلق رسميا في فبراير عام 2004.²

3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

يوجد العديد من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، وفي كل يوم يظهر المزيد منها ولكن لتسهيل عملية الاستيعاب سوف نقوم بتصنيفها الى:

3-1- النوع الأول: يختص بالاتصالات وايجاد تبادل المعلومات ومن الامثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعي:

- **مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي:** لعل من أشهر هذه المواقع هو موقع فييس بوك ولينكيدان وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن اصدقاء الدراسة.

- **مواقع الفعاليات events:** هذه نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الاشخاص المدعوين، كما يمكن هذه المواقع استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية (LBS) لتحديد موقع التجمع. مما يميز هذه المواقع الالكترونية امكانية التحديث التلقائي،

¹ - وليد رشاد زاكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايولوجيا الى قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، 2012، ص5.

² - وحيد قدورة: الاتصال العالمي والوصول الحر للمعلومة العلمية، الباحثون والمكاتب الجامعية العربية، المنظمة العربية للثقافة، تونس، 2002، ص17.

فيمكن الداعي للفعالية تغيير الموقع والزمان وبالتالي سيعرف كل المدعويين بهذا التغيير مباشرة دون الحاجة لإبلاغهم كل على حدة.¹

- **المدونات:** تعرف بأنها عبارة عن صفحة ديناميكية تتغير زمنيا تباعا حسب المواضيع المطروحة فيها. حيث تعرض المواضيع في بداية المدونة حسب تاريخ نشرها (حديثا النشر أولا ثم التي تليها وهكذا) والموضوعات التي يتناولها الناشر في مدوناتهم تتراوح ما بين اليومية والخواطر والتعبير المسترسل عن الافكار، والانتاج الادبي والموضوعات المتخصصة في المجال التقني (ويكيبيديا العربية 2008).²

3-2- النوع الثاني: من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون وبناء فريق العمل الويكي (wiki): هي مواقع تمكن العديد من الناس بالاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية، من أفضل الامثلة: موقع ويكيبيديا الموسوعة العالمية والتي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات.

3-3- النوع الثالث: من مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الوسائط المتعددة: وهي مواقع التصوير والفن (photo shoring) يمكنك الاشتراك في العديد من مواقع التخزين وبت الفيديو، باستخدام هذه النوعية من المواقع يمكنك مشاركة الاخرين المقاطع الصوتية والموسيقى ونشر ابداعاتهم والتعرف على رأي الجمهور.³

3-4- النوع الرابع: هي مواقع الرأي والاستعراض (review & opinions)، استعراضات السلع (product reviews).

¹ - علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الاخلاقية والقيمية، ماجستير قسم الدعوة والثقافة الاعلامية، الجامعة الاسلامية، ص3.

² - هند بنت سليمان الخليفة: مقارنة بين المدونات ونظام جسور لإدارة التعلم الالكتروني، المركز الوطني للتعليم الالكتروني والتعليم عن بعد، جامعة الملك سعود، الرياض، ص8.

³ - علي محمد بن فتح محمد، مرجع سبق ذكره، ص4.

تخيل أنك تود شراء سيارة جديدة أو جهاز كمبيوتر حديث يمكنك زيارة مواقع الآراء لمعرفة رأي من اشتروا هذه السلع قبلك وتقييمهم لها، كما يمكنك معرفة جودة المنتج ومدى تحمله لعوامل الزمن والاستخدام اليومي، أما ان أردت فيمكنك زيارة مواقع استعراض مميزات ومواصفات السلع حيث ستحصل على رأي خبراء في المجال، كما أنك ستجد رأي المستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج وعن مميزاته.¹

3-5- النوع الخامس: من مواقع التواصل الاجتماعي هي المواقع الترفيهية والاجتماعية ومن أمثلتها: مواقع مشاركة الالعاب الاجتماعية، مواقع العالم الافتراضي.²

4- خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

1- التعريف بالذات: وهي الخطوة الاولى للدخول لمواقع التواصل الاجتماعي وهي انشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها، ويقوم بالتعريف بنفسه من خلال النص والصورة والتعليقات والفيديوهات وغيرها من الوظائف الاخرى.

2- تكوين مجتمع افتراضي: تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد من تكوين وخلق صدقات يبادلونهم الاهتمام والمحتوى فهي تساهم في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت غير أن مواقع التواصل الاجتماعي دعمت الاتصال وطورته في منظومة شبكية الكترونية عالمية.

3- التفاعلية: من خلال أن المواقع تفاعلت منذ وجودها فهي تبني من خلالها مصلحة مشتركة ذات الاهتمام الواحد مثل: الدين، السياسة، الاقتصاد، الثقافة، فالتفاعلية تمكن المتلقي في المشاركة عكس الاعلام القديم.³

¹ - صفاء زمان: الشبكات الاجتماعية تأثيرها، أنواعها، مجلة رؤيا العلمية، العدد 113. 2011، ص56.

² - موقع الكتروني: <http://mawdoo3.com> تاريخ التصفح 4. 5. 2020، على الساعة 6:30 مساء.

³ - احمد قاسمي وسليم جداي: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، المركز

الديمقراطي العربي، المانيا، 2019، ص20.

4- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية: ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والبلد، والاهتمامات، والصور الشخصية، بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا، ومعرفة من هم أصدقائه وماهي الصور الجديدة التي وضعها، الى غير ذلك من النشاطات.¹

5- الأصدقاء: وهي خدمة تمكن العضو من الاتصال والتواصل مع أصدقائه أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي، وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تتيح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعرف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.²

6- المشاركة: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهمين، حيث تطمس الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والجمهور.

7- الانفتاح: معظم وسائل الاعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الانشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد اية حواجز امام الوصول والاستفادة من المحتوى.³

¹ - ليلي أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012، ص41.

² - محمود طارق هارون: الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2017، ص99.

³ - مقدادي خالد غسان يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن، 2013، ص26.

8- **المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال اتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الحوار أو الخبر أو المعلومة المروضة.¹

¹. محرز مايمي: اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية بورق له، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014، ص30.

ثانيا - الفيس بوك

1- مفهوم الفيس بوك:

هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة (فيس بوك) محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل وذلك من أجل العمل والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم.¹

يعتبر موقع "face book" الذي أسسه مارك زوكربيرغ واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة، بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء ويمنح الموقع لمشركيه ستة أنظمة على الجهة اليسرى للصفحة الرئيسية له وهي: ملف الصور، ملف المذكرات، ملف المجموعات، ملف الاحداث، وملف الرسائل وزاد عليها قبل فترة ملف التسوق وملف آخر حول الفيديو، ومن ضمن ما يتميز به نظام "like" الذي يسمح بالعثور على أشخاص لهم الاهتمامات الموسيقية نفسها.²

الفيس بوك عبارة عن موقع اجتماعي يشير إلى دفتر ورقي يحمل صورا ومعلومات لأفراد في مجموعة معينة، وفي موقع ثورة الويب: هو موقع يجمعك بأصدقائك ويتيح لك قراءة ما كتبوا ومشاهدة الصور التي رفعوا منشورات أصدقائك، وكذلك يتيح لأصدقائك قراءة

¹ - ياسر خضر البياتي: الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص390.

² - عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، 2008، ص218.

ما تكتب ومشاهدة الصور التي ترفع إلى صفحتك في الفيس بوك، الاصدقاء ليسوا بالضرورة هم الاصدقاء الذين تعرفهم على الذين تتعرف عليهم عن طريق موقع الفيس بوك فتصبح حينها صداقة فيسبوكية، اذا الشيء الذي تناقله بين الاصدقاء هو المنشور قد يكون نصا كتابيا أو صورة وعليها تعليق أو مقطع فيديو أو مباشرة إلى معظم أصدقائه وأنت منهم ويصل إلى صفحاتهم، وعندها يمكنك التفاعل مع هذا المنشور.¹

هو شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الانترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء صفحات شخصية، وتحميل الصور والفيديو، وإرسال الرسائل إلى العائلة والزملاء بهدف التواصل، ويهدف موقع الفيس بوك إلى اعطاء الناس القدرة على المشاركة في جعل عالمهم أكثر انفتاحا، ويتيح لهم الفرصة لتواصل أكبر فيما بينهم.²

ويعرف sherry kinkoph Gunter الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك : بأنه واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية، يمثل مجتمع دولي على الانترنت وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأنشطة الفيديو، وغيرها من المعلومات والاتصال بشكل عام مع الاصدقاء والتفاعل حول المصالح المشتركة أو الهويات وإرسال الرسائل والانضمام إلى الجماعات والشبكات الأخرى.³ ويمكن تعريفه أيضا: هو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات كل هذا يتم في

¹ - فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة إلى الفيسبوك، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص203.

² - حسان أحمد قميحة: الفيس بوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة، مصر، 2017، ص24.

³ - مؤيد نصيف جاسم السعدي: الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفيس بوك، ط1، دار ألفا للوثائق، الجزائر، 2016، ص162.

عالم افتراضي، يقطع حاجز الزمن والمكان ويعد موقع الفييس بوك واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية كما أصبح اليوم منبر افتراضي للتعبير.¹

الفييس بوك: هو موقع اجتماعي افتراضي على شبكة الانترنت مصمم لتعزيز التفاعل الاجتماعي ويوفر منصة مفتوحة للمستخدمين للتعبير عن مشاعرهم عن طريق مجموعة واسعة من أدوات التفاعل.²

وتسمية فييس بوك تشير إلى ما معناه دفتر ورقي، يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في مدرسة أو جامعة معينة أو مجموعة أو فئة اجتماعية وبعبارة أوضح هو يعني دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.³

2- نشأة الفييس بوك:

الفييس بوك هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 بجامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى مارك زوكربيرج وكانت مدونته (الفييس بوك) محصورة بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود اصدقاء زوكربيرج، الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر ولم يخطر بباله هو وصديقين له ان هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً.

¹ - صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي (أسس ومفاهيم وقيم)، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2015، ص122.

² - هشام سعيد فتحي عمر البرجي: تأثير استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الاعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2015، ص75.

³ - عامر ابراهيم القندلجي: الاعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ص283.

فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعدا من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرج): لقد أضحى كل منا يتكلم عن الفيس بوك العام، الذي تفكر الجامعة في انشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد.¹

حيث يعد موقع الفيس بوك الاكبر فيما يتعلق بتبادل الصور بين المشتركين فيه حيث تجاوز عدد الصور المنشورة عبره 2700 مليون صورة ومصر في مقدمة الدول المستخدمة، وفي اتجاه الحفاظ على مكانتها العالية وتمكن الموقع من زيادة شعبيته في العالم العربي إلى جانب بعض المواقع الاجتماعية الجانبية الموجهة إلى الرأي العام العربي مثل (D1g.com و Faye3.com) وفيما أوردت مؤسسة (Com Score) لقياس معدلات التردد على مواقع الانترنت أن 5،7 بالمئة فقط من مستخدمي الفيس بوك من الشرق الاوسط فانه يظل واحدا من المواقع الاكثر انتشارا واقبالا في المنطقة. كما أوردت شركة alexa المعنية بالانترنت أن الفيس بوك هو الموقع الاكثر انتشارا في لبنان والرابع من حيث الانتشار في مصر ويندرج الموقع في المرتبة الثامنة من حيث عدد الزوار في سوريا، كما أنه الخامس عشر من حيث الانتشار في السعودية وتأتي مصر في المرتبة الخامسة بالنسبة للمستخدمين النشطين خارج الولايات المتحدة.²

وحسب الدراسة تتضح النسب التالية: أن نسبة اهتمام المستخدمين ب(88 بالمئة)، والمستخدمين على الفيس بوك بشكل دائم ويومي ب(41 بالمئة)، ومستخدمي الفيس بوك عبر الهواتف (30 بالمئة)، والمستخدمين المهتمين بالعلامات التجارية (40 بالمئة)، نسبة

¹ - جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمن الموسوي: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار النهضة للنشر والتوزيع، الاردن، ص37.

² - سامية أبو النصر: الصحافة الالكترونية وثورة الفيس بوك، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص67.

المستخدمين المحدثين لحساباتهم الشخصية بشكل يومي (12 بالمئة) ونسبة المستخدمين خارج الولايات المتحدة (70 بالمئة).¹

أما التسمية face book فمرجعها إلى اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء وصور وزملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالاغتراب من هنا. ومن أهم أسباب ودوافع استخدام الفيس بوك ما يأتي:

الاسترخاء والتسلية، تبادل المعلومات والأفكار، الهروب من الواقع، مجارة الموضة، تكوين صداقات جديدة، التعليم والتطوير المهني، ويحتل موقع فيس بوك حالياً من حيث الشهرة والاقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت) وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من 800 مليون شخص، ومن الخدمات التي يقدمها الفيس بوك هي إمكانية تكوين البومات صور خاصة بالمشترك وعائلته واصدقائه ويكون متاح للأصدقاء الآخرين للاطلاع عليها وكذلك الألعاب المسلية والاعلانات كما يقدم خدمات أخرى وهي إمكانية إضافة روابط مهمة للمستخدم مثل: مواقع الفيديو المضلة ومواقع مهنية وثقافية ربما تستهوي المستخدم وتستدعي انتباهه.²

3- سمات الفيس بوك:

يتضمن الفيس بوك عدداً من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ومن بين هذه السمات:

- سمة wall أو لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

¹ - ماجدة عبد الفتاح الهلباوى: موسوعة الاسس والقواعد الدولية لمنهجية الاعلام، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، 2015، القاهرة، ص34.

² - سعد سلمان المشهداني: الصحافة العربية والدولية (المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات)، ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2014، ص213.

- سمة **Pokes** أو **النكزة**: التي تتيح للمستخدمين ارسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن اشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به)

- سمة **Photos** أو **الصور**: التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى المواقع.

- سمة **Status** أو **الحالة**: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.¹

4- ايجابيات وسلبيات موقع الفيس بوك:

4-1- إيجابيات موقع الفيس بوك:

- سهولة الاستخدام وسهولة التعامل مع الموقع .
- مجانية الاشتراك وإتاحته للجميع بدون تمييز .
- السقف العالي من المصداقية في اتاحة المعلومات.
- امكانية وضع محددات للمعلومات والمستخدمين.²
- يساعد على التواصل مع الاصدقاء القدامى وكذا الاقارب والاهل وتوفير أفضل السبل لذلك.
- يعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين ويعلم أساليب التواصل الفعال.
- انشاء شبكات اتصال خاصة بالفرد تتجاوز الاختلافات الجغرافية والثقافية.
- يساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات والافكار مع الاخرين.
- يساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم.

¹ - صلاح محمد عبد الحميد: الاعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص214.

² - حارث عبود ومزهر العاني: الاعلام والهجرة الى العصر الرقمي، ط1، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2014، ص144.

- تفيد رجال الاعمال كأدوات لتعزيز مواقعهم على شبكة الانترنت والمنتجات والخدمات.¹
- يساعد على ازالة الضغوط النفسية والشعور بالوحدة والفرغ حيث يشعر المستخدم انه على تواصل مع الاخرين وأنه معهم في كل مناسباتهم في أي بقعة كانوا من العالم.
- أصبح موقعا لتسويق السلع والبضائع والخدمات
- يقوم الموقع على اضافة مجموعات كمجموعات صحافية أو اعلامية أو طلابية أو غير ذلك وإبلاغهم بكل نشاط وبكل ما يجري من أخبار يخص تلك المجموعة عبر الفيس بوك.
- تفجير الطاقات الابداعية فمن خلال الموقع أصبح الشاعر يقوم بنشر أشعاره وخواتمه وأصبح الرسام يقوم بعرض رسوماته...الخ.
- جعل المستخدم أكثر جرأة وأكثر ثقة في نفسه من خلال مشاركته أما بإبداء إعجابه أو بكتابة تعليق ما للأصدقاء.²

4-2- سلبيات موقع الفيسبوك:

الفيس بوك حاله حال الكثير من الاختراعات والتقنيات التي اثرت في حياة البشر، فالى الجانب المضيء للمجموعات والنشاطات التي ساعدت الشباب على تنفيذ اعمال مفيدة وتحقيق الكثير من الاهداف. هناك الكثير من الآثار السلبية على مستخدميه منها:

¹- أحمد بوشناقة ونفيسة ناصري: الشبكات الاجتماعية أداة التسويق الافتراضي في المجال السياحي، الملتقى العلمي الدولي الخامس: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، 13. 14. مارس 2012، ص9.

²- عبير شفيق الرحباني: الاستعمار الالكتروني والاعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص166.

- **إضاعة الوقت:** بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي فائدة له أو لغيره. فالفيس بوك يهدر الكثير من وقت الشباب دون فائدة تجنى، فهناك اعداد كبيرة من طلاب الجامعات يقضين أكثر من 10 ساعات في تصفح الفيس بوك فقط.
- **الادمان واضعاف مهارة التواصل:** من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية وخصوصا الشباب والمراهقين فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي الى عزلهم عن واقعهم الاسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
- **انتحال الشخصية:** ما زالت عمليات انتحال شخصيات المشاهير تضرب اطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية متخذة منها مكانا خصبا للتشويه والابتزاز وترويج الشائعات وكسب المال وحرف الحقائق عن مسارها.
- **الاعلانات الدعائية المزعجة:** ظهرت في الآونة الاخيرة منذ منتصف عام 2010 الكثير من البوستات الدعائية التي تدعو لكسب المال واخرى تدعوك لزيارة مكان معين واصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في المجموعات التي بها ما يزيد عن الالف عضو.¹
- **إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية:** ان مستخدم الفيس بوطك يخرج من المجتمع الحقيقي إلى المجتمع الافتراضي ما يجعله بعيد عن العلاقة الاسرية إذن فهو مدمر للعلاقة الاسرية ويدعم العزلة وآخر الاحصائيات التي أجريت في المجتمع الغربي تثبت أن الفيس بوك هو الذي ساهم في رفع معدلات الطلاق.

1. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، مدونة شمس النهضة، السودان، 2010 ص25.

- استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية: يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفيس بوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك.¹

¹.كاتب فارس ودينا عقون: اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2016، ص25.

خلاصة:

تعتبر شبكة التواصل الاجتماعي من المواقع التي تتيح للمستخدمين مجموعة من الخدمات والتطبيقات التي لم تكن متوفرة من قبل، كالتواصل والتعبير عن الذات، تشكيل مجتمعات افتراضية لديها نفس الاهتمامات والحاجات التفاعلية التي تتجسد من خلال التعليق على المواد المنشورة عبر صفحات هذه المواقع، وكذا التعارف والصدقة وتخزين البيانات، كما أنها تمثل مصدرا يعتمد عليه في الحصول على الاخبار ولكن استخدام هذه الشبكات كان له انعكاسات لا سيما على العمل الاعلامي، فمن جهة تمثل منصة لكثير من الأفراد من أجل التعبير عن آرائهم، وكذا إثارته للعديد من القضايا التي ربما لم يتناولها الاعلام التقليدي، ولكن في نفس الوقت نجد بأنها تفتقد للمهنية والاحترافية التي يمتاز بها الاعلام التقليدي وهذا ما سينعكس على المضمون الاعلامي.

إذن يمكن القول أن الشبكات الالكترونية والتي تسمح للمشارك بإنشاء حساب خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات، وهي تصنف ضمن شبكات الجيل الثاني (0.2) وتطورت هذه الشبكات شيئاً فشيئاً لتصبح الأشهر استخداماً بين مرتادي الانترنت فذاع صوتها بين المجتمعات والشباب خاصة، ويعد الفيس بوك من أبرز هذه الشبكات وأشهرها والمتخصص في بناء علاقات اجتماعية والتعارف وبناء الصداقات، وبفضل تميزه حيث يعتمد على برمجيات مفتوحة المصدر يمكن لأي مستخدم تطوير تطبيقاته وإتاحتها للمستخدمين العاديين والملاحظ أن عدد مستخدميه يزداد يوماً بعد يوم حتى صار اليوم يصطلح على المجتمع بالمجتمع الفايسبوكي.



الفصل الرابع

عرض ومناقشة النتائج

تمهيد:

تعد عملية عرض البيانات ركيزة أساسية ومهمة تسمح بإعطاء وإضفاء طابع العلمية للبحث العلمي، لأنه من خلالها يمكننا استخراج النتائج التي نسعى الوصول إليها، وبعد تحكيم الاستمارة من طرف 3 أساتذة قمت بتفريغ البيانات وتحويلها إلى جداول احصائية وتحليلية استنادا إلى الأرقام والنسب التي تحصلنا عليها بعد عملية التفريغ، خرجنا بنتائج عامة للدراسة وخاتمة وذلك على ضوء ما جاء في أسئلة محاور الاستمارة المبنية من أجل موضوع البحث وقد قسمت إلى أربع محاور سنتعرض لها فيما بعد.

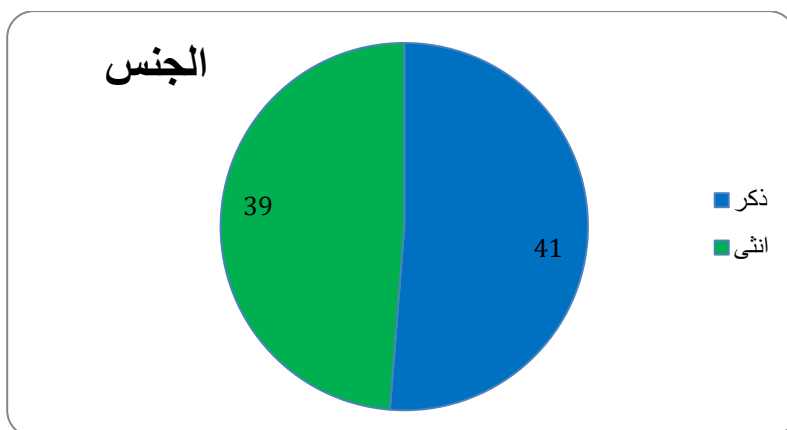
1- عرض ومناقشة نتائج محور البيانات الشخصية.

الجدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
51.25%	41	ذكر
48.75%	39	أنثى
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس وبالنظر إلى التكرارات البالغ حجمهم إجمالاً 80 فرداً، تبين لنا أن 41 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 51.25%، أما حجم الإناث فقد بلغ 39 أنثى بنسبة قدرت بـ 48.75%، كما هو موضح من الشكل رقم (1).

ويتضح من خلال هذه المعطيات أن عدد الذكور يفوق نسبياً عدد الإناث في عينة البحث، ولعل ذلك راجع إلى أن إقبال الشباب بكثرة على صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك تخدم الشباب أكثر من البنات نسبياً وملئ الفراغ لديهم ومعرفة آخر الأخبار الرياضية وغيرها، إضافة إلى ذلك أننا قمنا بتوزيع الاستمارة بشكل عشوائي بحيث أننا لم نراعي التوزيع المتساوي بين الإناث والذكور.

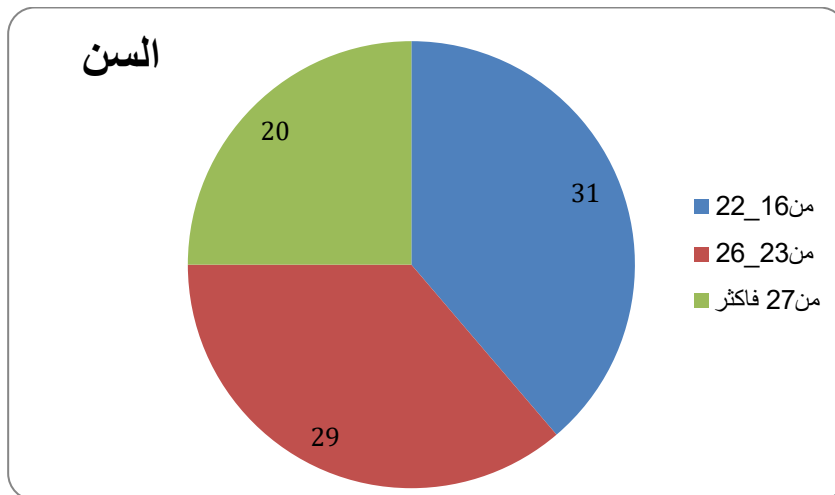


الجدول رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.

النسبة	التكرار	السن
%38.75	31	22-16 سنة
%36.25	29	26-23 سنة
%25.00	20	27 سنة فأكثر
%100	80	المجموع

تبين لنا من خلال قراءة نتائج الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 80 فرداً، نلاحظ أن 31 فرداً بنسبة %38.75 ينتمون إلى الفئة العمرية [22_16] و 29 فرداً بنسبة %36.25 ينتمون إلى الفئة العمرية [26_23]، في حين أن 20 فرداً بنسبة %25.00 ينتمون إلى الفئة العمرية من 27 فأكثر وهذا ما هو موضح من خلال (الشكل رقم 2).

ويرجع ذلك إلى أن المبحوثين المنتمين إلى فئة 22_16 سنة هي الفئة التي صادفناها أكثر على حساب باقي الفئات الأخرى، بالإضافة أن التوزيع كان بطريقة عشوائية ولم نراعي فيه اختيار الفئات قصدياً.



الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
8.75%	7	متوسط
23.75%	19	ثانوي
67.50%	54	جامعي
100%	80	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه والذي يمثل المستوى التعليمي للمبحوثين، تبين لنا أن حجمهم 80 فرداً، ونلاحظ أن 7 أفراد ذوي مستوى متوسط بنسبة بلغت 8.75%، أما الذين لديهم مستوى ثانوي فقد بلغ عددهم 19 بنسبة قدرت بـ 23.75%، في حين أن ذوي مستوى جامعي بلغ عددهم 54 بنسبة قدرت بـ 67.50%، وهذا ما يدل أن الفئة الغالبة في أفراد العينة هي فئة المستوى الجامعي لما عكسه لنا الجدول.

ويرجع ذلك إلى كون أن الفئة ذات المستوى الجامعي الأكثر استخداماً للجراند عبر موقع الفيس بوك، بينما الفئة التي لها مستوى متوسط و ثانوي فهم أقل نسبة، بالإضافة إلى أن التوزيع كان بصفة عشوائية حيث لم نراعي الاختيار القصدي لأفراد العينة.



2- عرض ومناقشة نتائج محور عادات وأنماط استخدام الشباب صفحات الجرائد عبر الفيس بوك

جدول رقم (04): يبين مدة استخدام الشباب موقع الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
10%	8	منذ أقل من سنة
23.75%	19	من سنة إلى 3 سنوات
66.25%	53	منذ أكثر من ثلاث سنوات
100%	80	المجموع

يمثل الجدول أعلاه مدة استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، وتشير نتائج الجدول إلى أن أكثر من نصف العينة بدؤوا يستخدمون الموقع منذ أكثر من 3 سنوات وذلك بنسبة قدرت ب 66.25% تليها 23.75% يستخدمونه من سنة إلى 3 سنوات، في حين يستخدمه 10.00% أقل من سنة .

ويفسر ذلك من خلال شهرة هذا الموقع ومجانيته وتطور خدماته منذ إنشائه، بالإضافة إلى انتشاره الواسع وسهولة التسجيل فيه مما يجذب العديد من الشباب باعتبار أن هذه الفئة الأكثر نشاطاً، كما سهلت كذلك التواصل مع الاصدقاء وأفراد العائلة وغيرهم.

جدول رقم (05): يبين الوقت المناسب لتصفح الشباب موقع الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
3.75%	3	صباحا
3.75%	3	ظهرا
6.25%	5	مساء
23.75%	19	ليلا
62.50%	50	غير محدد
100%	80	المجموع

تبين نتائج الجدول أن 50 مبحوث من أفراد العينة وبنسبة 62.50% يتصفحون موقع الفيس بوك بوقت غير محدد، في حين أن 19 مفردة بنسبة 23.75% يتصفحون الفيس بوك ليلا وأن 5 مفردات بنسبة تقدر ب 06.25% يتصفحونه مساء و 3 أفراد بنسبة 03.75% يتصفحونه ظهرا وكذلك 3 أفراد وبنسبة 03.75% يتصفحونه صباحا.

ويفسر ذلك بأنه لا يوجد وقت محدد لدى المبحوثين للاتصال فيه، حيث يكون اتصالهم بالفيس بوك حسب الظروف الخاصة بهم، فمنهم من لديهم ظروف متعلقة بالدراسة ومنهم من لديهم ظروف متعلقة بالعمل الخ....، بينما يستخدم بعض أفراد العينة ليلا ذلك لكونهم يسهون العمل والدراسة في هذا الوقت إضافة إلى تواجدهم في وقت فراغ، بينما يقل التواصل بالموقع صباحا وظهرا وذلك للانشغال بالدراسة والتواجد في الجامعة أو الثانوية ومكان العمل لذلك يكون معدوما تقريبا في هذا الوقت، ومنه نستنتج أن موقع الفيس بوك غير محدد لدى الشباب وإنما يكون حسب تفرغهم له.

الجدول رقم (06): يمثل المدة التي يستغرقها افراد العينة في تصفح موقع الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
28.75%	23	أقل من ساعة
26.25%	21	من ساعة الى ساعتين
45%	36	اكثر من ساعتين
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن المدة التي يقضيها أفراد العينة في اليوم تتراوح بقوة ل "أكثر من ساعتين" وقد بلغ عددهم 36 بنسبة 45.00%، في حين أجاب 23 فردا وبنسبة تقدر ب 28.75% "أقل من ساعة" وهي نسبة تحيل إلى الاستخدام المتواصل واليومي من طرف الشباب وما تحتمه مقتضيات العصر الحالي والتكيف مع التكنولوجيا الراهنة، ومن جهة أخرى نجد نسبة أقل تقدر ب 26.25% في الاستخدامات وتكون من

"ساعة إلى ساعتين" وهو أمر طبيعي يعود إلى مختلف الانشغالات الخاصة بالشباب وكذا الميول المختلفة لهم.

ويفسر ذلك أن استخدام موقع الفيس بوك أكثر من ساعتين يكون فضولهم اكبر للتعرف ومتابعة ما ينشر دوما والتعمق فيه، بينما الذين يستخدمونه من ساعة الى ساعتين يكونوا قد تعودوا عليه واصبح روتيني بالنسبة لهم، وفي الاخير تأتي أقل من ساعة وذلك يكون راجع لانشغالاتهم اليومية.

ومنه نستنتج أن موقع الفيس بوك عالما يستهوي ويجذب كل مستخدم من خلال سهولة استخدامه وسرعة الوصول الى الاخبار العالمية والوطنية وغيرها، لذا فإن مرور الوقت فيه لا يعد بالحسبان والقضاء فيه لساعات مطولة.

الجدول رقم (07): يبين وتيرة متابعة الشباب صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
20%	16	دائما
41.25%	33	أحيانا
38.75%	31	نادرا
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول 07 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متابعة الشباب صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك، أن أغلبية أفراد العينة يتابعون صفحات الجرائد أحيانا وبنسبة تقدر ب 41.25% بينما جاءت الفئة التي تستخدم صفحات الجرائد نادرا بنسبة 38.75%. وأخيرا جاءت الفئة التي تتابع بصفة دائما بنسبة قدرت ب 20.00% وهي نسبة قليلة .

ويفسر هذا أن أغلب افراد العينة يتابعون الجرائد عبر موقع الفيس بوك أحيانا وذلك ربما راجع إلى انهم يقضون أوقاتهم بالدراسة او الرياضية والأمور المنزلية، حيث تبين لنا ان الشباب لا يحبذون متابعتها بصفة دائمة.

الجدول رقم (08): يبين عدد مرات تصفح الجرائد عبر الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
15%	12	يومية
5%	4	مرة في الاسبوع
3.75%	3	مرتان في الاسبوع
76.25%	61	حسب الظرف
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يتصفحون الجرائد عبر الفيس بوك حسب الظرف والمكونة من 61 مفردة وبنسبة قدرت ب 76.25% في حين أن 12 مبحوث بنسبة 15.00% يتصفحونه يوميا، فيما 4 مبحوثين بنسبة 5.00% يتصفحونها مرة في الاسبوع و3 مبحوثين بنسبة 3.75% يتصفحون الجرائد مرتان في الأسبوع. ويعود ذلك ان الشباب يتصفحون الجرائد عبر الفيس بوك حسب ظروفهم ويرجع هذا للانشغالات والالتقاء بأمور أخرى وضيق الوقت لديهم.

الجدول رقم (09): يبين ما إذا كان الشباب يقومون بالتعليق على المواضيع الصحفية التي يتم تنزيلها على الفيس بوك أم لا.

النسبة	التكرار	الإجابة
38.75%	31	نعم
61.25%	49	لا
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 49 من أفراد العينة لا يقومون بالتعليق على المواضيع الصحفية التي يتم تنزيلها على الفيس بوك وذلك بنسبة قدرت ب 61.25% في حين أن 31 فردا أجابوا ب" نعم" وبنسبة قدرت ب 38.75% وهي نسبة أقل من الأفراد المحبيين ب "لا".

ويفسر ذلك أن الأشخاص الذين أجابوا ب "لا" يرجع لعدم اهتمامهم بتقنية التعليق اذا كان المقال غير مهم بالنسبة لهم أو ربما اكتفوا بقراءة الموضوع وضغط إعجاب فقط، في حين يأتي الأشخاص الذين أجابوا ب "نعم" ذلك راجع إلى إعجابهم بالموضوع أو أن المقال أفادهم فيبدون رأيهم تجاه هذا الموضوع بترك تعليق خاص بهم.

الجدول رقم (10): يبين ما إذا يقومون بالنقر على رابط المقال لإكمال قراءته على قوئل أم لا.

النسبة	التكرار	الإجابة
47.50%	38	نعم
52.50%	42	لا
100%	80	المجموع

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة لا يفضلون إكمال قراءة المقال على قوئل، حيث أن 42 فردا أجاب ب "لا" وبنسبة قدرت ب 52.50% في حين الأشخاص الذين أجابوا ب "نعم" كانوا 38 فردا وبنسبة قدرت ب 47.50% وهي نسبة أقل من نسبة الأشخاص الذين يفضلون إكمال قراءة المقال.

ويرجع ذلك أن 42 من الشباب لا يفضلون إكمال قراءة المقال على قوئل وربما راجع ذلك إلى اكتفائهم بقراءته عامة دون التعمق فيه أو لانشغالهم وعدم اكرائهم للمقال المنشور.

3- عرض ومناقشة نتائج المحور الثالث دوافع الشباب لصفحات الجراد عبر موقع

الفيسبوك

الجدول رقم (11): يبين إذا كان الشباب أعضاء في إحدى الصفحات الخاصة بالجرائد.

النسبة	التكرار	الإجابة
45%	36	نعم
55%	44	لا
100%	80	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه تبين لنا أن 44 مبحوث بنسبة 55.00% ليسوا أعضاء في الصفحات الخاصة بالجرائد، أما 36 مبحوث بنسبة 45.00% هم أعضاء في الصفحات الخاصة بالجرائد.

حيث تبين لنا أن نسبة الشباب الذين أجابوا ب "لا" كانت أكبر من فئة الشباب الذين أجابوا "بنعم" ذلك راجع لعدم اهتمامهم بهذه الصفحات، بينما الأشخاص الذين يهتمون بهذه الصفحات الخاصة بالجرائد يرجع ذلك أنها تحقق لهم رغباتهم ومتابعة المواضيع التي تستهويهم.

الجدول رقم (12): يبين الصحف التي يتابعها الشباب.

النسبة	التكرار	الإجابة
35%	28	الشروق
21.25%	17	النهار
15%	12	البلاد
12.50%	10	الخبر
10%	08	الهداف
6.25%	05	أخرى تذكر
100%	80	المجموع

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن جريدة الشروق أخذت أكبر نسبة مقدرة ب 35.00% تليها جريدة النهار بنسبة 21.25% وبعدها جريدة البلاد بنسبة تقدر ب 15.00%. ثم جريدة الخبر بنسبة 12.50% بعدها جريدة الهدف بنسبة 10.00% وفي المرتبة الأخيرة نجد جرائد أخرى تذكر بنسبة 06.25%.

ومن هنا يتضح لنا بطبيعة الحال أن جريدة الشروق لها شعبية ونسبة مقروئية أكبر من باقي الجرائد اليومية لذلك نجد أغلب الشباب يفضلون متابعتها.

الجدول رقم (13): يبين ما إذا كانت صفحات الجرائد تتيح فرصة للتفاعل والمشاركة

النسبة	التكرار	الإجابة
42.50%	34	نعم
57.50%	46	لا
100%	80	المجموع

نستنتج من الجدول أن 46 فردا وبنسبة 57.50% من الشباب يرون أنهم لا يستخدمون صفحات الجرائد لأنها تتيح فرصة التفاعل والمشاركة، في حين أن 34 فردا وبنسبة 42.50% يرون أنهم يستخدمون صفحات الجرائد لأنها تتيح فرصة التفاعل والمشاركة وهي نسبة متقاربة نوعا ما.

ونفهم من هذا أن الأشخاص الذين لا يستخدمونها لغرض التفاعل والمشاركة راجع ذلك أنهم يفضلون متابعتها أو قراءة محتوى الموضوع المنشور فقط دون التفاعل والمشاركة فيه، أما الأشخاص الذين أجابوا ب نعم فهم يرون أن هذه الصفحات عبر موقع الفيس بوك حققت وأتاحت لهم الفرصة للمشاركة وتبادل الآراء بينهم والنقاش في الموضوع المطروح.

الجدول رقم (14): جدول يبين ما اذا كانت صفحات الجرائد على الفيس بوك غيرت تفضيلاتك في اختيار الجرائد.

النسبة	التكرار	الإجابة
18.75%	15	نعم
81.25%	65	لا
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن 65 وبنسبة 81.25% من الشباب لا يرون أن صفحات الجرائد على الفيس بوك غيرت من تفضيلاتهم في اختيار الجرائد، بينما 15 وبنسبة 18.75% يرون أن صفحات الجرائد غيرت من تفضيلاتهم في اختيار الجرائد، وهي نسبة قليلة جدا ومقاربة بالنسبة الأولى.

ونستنتج من خلال هذا أن نسبة الأشخاص الذين أجابوا ب "لا" أكبر بكثير من الذين أجابوا ب "نعم" ويرجع ذلك إلى أن صفحات الجرائد الأخرى لم تغير تفضيلات اغلب شباب العينة في اختيار الجريدة.

الجدول رقم (15): يبين كيفية التفاعل مع صفحات الجرائد عبر الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
38.75%	31	أسجل إعجابي
20%	16	إضافة تعليق
2.50%	2	إعادة نشر
6.25%	05	إرسال إلى الاصدقاء
20%	16	الاستفادة من مضمونه
12.50%	10	لا أتفاعل
100%	80	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه كيف يتفاعل الشباب مع صفحات الجرائد عبر الفيس بوك، فنجد نسبة 38.75% تتفاعل مع الصفحات بتسجيل الاعجاب، في حين عبرت

نسبة 20.00% بإضافة تعليق والاستفادة من مضمونه، ونسبة 12.50% لا تتفاعل، أما نسبة 06.25% تقوم بالإرسال الى الاصدقاء، ونسبة 02.50% أجابت بإعادة النشر. فنلاحظ أن أغلب الشباب يفضلون تسجيل الاعجاب وتأتي بعدها تقنية التعليق والاستفادة من مضمونه، ذلك من خلال إضافة تعليق والابداء برايمهم ثم تليها مجموعة الاشخاص الذين لا يفضلون التفاعل والاكتفاء بإعجاب أو قراءته دون التعليق عليه، تليها مجموعة الاشخاص الذين يفضلون ارسال محتوى المنشور الى الاصدقاء وكذلك إعادة نشر سواء كان في صفحته الخاصة أو مجموعة عامة، وهذه كلها عبارة عن خيارات تقدمها المواقع الاجتماعية لتحقيق التفاعل والمشاركة.

الجدول رقم (16): يبين نوعية صفحات الجرائد التي تتابعها على الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
16.25%	13	محلية
41.25%	33	وطنية
15%	12	عربية
27.50%	22	دولية
100%	80	المجموع

من خلال الجدول السابق يتضح لنا آراء فئات العينة متقاربة نوعا ما في تفضيل نوعية صفحات الجرائد التي يتابعونها على موقع الفيس بوك، فنجد أن أغلب الفئات تفضل الاخبار الوطنية بنسبة تقدر ب 41.25% وتليها نسبة 27,50% يفضلون الأخبار الدولية وبعدها تأتي نسبة 16.25% يفضلون الأخبار المحلية وفي الأخير تأتي الأخبار العربية بنسبة 15.00%.

ونستنتج من هذا أن أغلب أفراد العينة يفضلون الأخبار الوطنية وذلك راجع أنها أخبار داخل الوطن وتهم الكثير من الناس

الجدول رقم (17): يبين المواضيع التي يهتم بها الشباب بكثرة على الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
13.75%	11	سياسية
40%	32	اجتماعية
16.25%	13	رياضية
05%	04	اقتصادية
25%	20	ثقافية
100%	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن المواضيع الاجتماعية هي التي تصدر المواضيع الأكثر اهتماما بالنسبة للشباب وذلك بنسبة 40.00% تليها المواضيع الثقافية بنسبة 25.00% ثم المواضيع الرياضية بنسبة 16.25% ثم المواضيع السياسية بنسبة 13.75% وفي الاخير جاءت المواضيع الاقتصادية بنسبة قدرت بـ 05.00%.

ويفسر ذلك ان اكبر نسبة هي نسبة الاشخاص الذين يهتمون بالمواضيع الاجتماعية والثقافية حيث أن لها صلة بكل المعلومات والقضايا التي تتصل مباشرة بالجانب العلمي واللغوي والاجتماعي للشباب، ضف الى ذلك مجموعة الاشخاص الذين يفضلون المواضيع السياسية والرياضية وهي كلها مجالات متنوعة ومتشعبة لا يمكن ردها إلا على تطلعات الشباب واختياراتهم الخاصة، وفي الاخير جاءت مجموعة الاشخاص الذين يفضلون الاخبار الاقتصادية بنسبة أقل وهذا راجع لعدم اهتمامهم بالجانب الاقتصادي.

الجدول رقم (18): يبين دوافع اطلاع الشباب على صفحات الجرائد من خلال الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
50%	40	الاطلاع على آخر الأخبار
21.25%	17	معرفة الأخبار الوطنية
6.25%	05	النقاش والتفاعل الاجتماعي
22.50%	18	حب الاطلاع
00%	0	أهداف أخرى
100%	80	المجموع

يوضح الجدول السابق دوافع الاطلاع على صفحات الجرائد من خلال موقع الفيس بوك، حيث جاءت أغلبها تشير الى الاطلاع على آخر المستجدات وذلك بنسبة قدرت ب50.00% وهو أمر طبيعي خصوصا إذا تعلق الأمر بالأخبار التي تهمة وتخدم مصالحه وتشبع رغباته، في حين تأتي نسبة حب الاطلاع بنسبة تقدر ب 22.50% وتليها معرفة الأخبار الوطنية بنسبة 21.25% هي نسبة مقارنة بالنسبة التي سبقتها، ثم تأتي نسبة النقاش والتفاعل الاجتماعي والتي قدرت ب6.25% وفي الأخير جاءت أهداف أخرى بنسبة 00.00% وهي نسبة معدومة.

ويرجع ذلك إلى أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون صفحات الجرائد للاطلاع على اخر الأخبار من خلال معرفة ماذا يحدث في العالم ويكون على دراية ما هو حاصل، تليها مجموعة الأشخاص الذين يفضلون متابعة الجرائد لغرض حب الاطلاع ومعرفة الأخبار الوطنية ذلك من خلال معرفة ما هو حاصل داخل الوطن والتزود بالمعلومات، ثم تأتي مجموعة الاشخاص الذين يفضلون النقاش والتفاعل الاجتماعي من خلال الدردشة والتعليق على الصور والمواضيع المنشورة وكذلك تبادل المعارف والمعلومات فيما بينهم.

ومن نستنتج أن الشباب يستخدمون صفحات الجرائد بدافع الاطلاع على آخر المستجدات بالدرجة الأولى وهذا ما بينته لنا نتائج الجدول.

الجدول رقم (19): يبين أسباب تصفح الشباب الجرائد عبر موقع الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
37.50%	30	متوفرة على مدار 24 ساعة
12.50%	10	لأنها تميل أكثر إلى التفصيل والتحليل
27.50%	22	لا تكلف الجهد والمال
22.50%	18	سهولة الحفظ والاسترجاع
00%	0	أخرى تذكر
100%	80	المجموع

يوضح الجدول السابق أسباب تصفح صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك، وتبين لنا أن 37.50% يفضلون تصفح الجرائد لأنها متوفرة على مدار 24 ساعة وتليها نسبة 27.50% بأنها لا تكلف الجهد والمال، في حين جاءت نسبة 22.50% أنها سهلة الحفظ والاسترجاع، ثم أنها تميل أكثر إلى التفصيل والتحليل بنسبة قدرت ب 12.50% وأخرى تذكر بنسبة 00.00%.

حيث تبين لنا أن أسباب وميول الشباب لتصفح الجرائد راجع إلى أنها متوفرة على مدار 24 ساعة وهذا ما سهل لهم سرعة الوصول إليها، تليها أنها لا تكلف الجهد والمال ذلك أنها مجانية وغير مكلفة كما أنها تميل إلى التحليل والتفضيل من خلال الموضوع المنشور والنقاش فيه ويمكن الرجوع إليها في أي وقت من خلال حفظها واسترجاعها، كل هذه الميزات سهلت على الشباب متابعتها على موقع الفيس بوك دون اللجوء إلى شرائها ورقيا.

4- عرض ومناقشة نتائج المحور الرابع الإشباعات المحققة لجمهور الشباب على صفحات الجرائد عبر الفيسبوك

الجدول رقم (20): يبين ما إذا كانت صفحات الجرائد تحقق الأهداف من التصفح.

النسبة	التكرار	الإجابة
34.75%	35	نعم
56.25%	45	لا
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 56.25% من الشباب يرون أن صفحات الجرائد لا تحقق لهم أهدافهم من التصفح، في حين أن 43.75% يرون أنها تحقق لهم أهدافهم من التصفح وهي نسبة متقاربة فيما بعض نوعا ما.

الجدول رقم (21): يبين ما إذا كانت صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك تشبع رغبات الشباب.

النسبة	التكرار	الإجابة
00%	0	دائما
68.75%	55	أحيانا
31.25%	25	نادرا
100%	80	المجموع

نستنتج من خلال الجدول أن 55 مفردة وبنسبة 68.75% يقولون أحيانا ما تشبع رغباتهم صفحات الجرائد، و31.25% أجابوا بنادرا، أما دائما فكانت بنسبة 00.00% وهي نسبة معدومة كليا.

وذلك راجع إلى أن صفحات الجرائد لا تشبع رغبات الشباب إلا نادرا حيث أنها تركز على مضامين وتهمل مضامين أخرى قد يفضلها الشباب.

الجدول رقم (22): يبين ما إذا كان الشباب يفضلون استخدام الجرائد عبر الفيس بوك أم لا.

النسبة	التكرار	الإجابة
61.25%	49	نعم
38.75%	31	لا
100%	80	المجموع

يتضح لنا من خلال قراءة الجدول أعلاه أن 49 من أفراد العينة وبنسبة 61.25% يفضلون استخدام الجرائد على موقع الفيس بوك، بينما 31 فردا وبنسبة 38.75% أجابوا ب لا ذلك أنهم لا يفضلون استخدام الجرائد عن طريق الفيس بوك.

ونستنتج من ذلك أن نسبة الأشخاص الذين يفضلون متابعة الجرائد على الفيس بوك أكبر من الذين لا يفضلونها وذلك راجع إلى أنها سهلت لهم متابعة الجرائد من خلال توفرها على الانترنت دون اللجوء إلى شرائها وعدم تكليفهم المال ومعرفة الأخبار لحظة وقوعها.

الجدول رقم (23): يبين لماذا يفضل أغلب أفراد العينة متابعة الجرائد عبر موقع الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
35%	28	متاحة على الفيس بوك بشكل مستمر
35%	28	سهولة الوصول إليها
11.25%	9	طبيعة وأهمية الأخبار
18.75%	15	أنية
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن سبب متابعة الشباب لصفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك راجع إلى أنها متاحة بشكل مستمر وكذلك سهولة الوصول إليها بنسبة قدرت ب

35.00% تليها أنها آنية بنسبة 18.75%، ثم جاءت طبيعة وأهمية الأخبار بنسبة 11.25%.

ونستنتج من ذلك كل هذه الميزات أدت بالشباب إلى متابعة الجرائد عبر موقع الفيس بوك لأنها تخدم مصالحهم من خلال التكلفة المالية وعامل الوقت فهي تكون مستمرة على مدار الساعة كما لها إمكانية تضمين الخبر بمقاطع صوتية أو لقطات مصورة بالفيديو مما يجعل التغطية أكثر ثراء وجذبا للقارئ.

الجدول رقم (24): يبين الخصائص المتوفرة على صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك وتلبي رغباتك.

النسبة	التكرار	الإجابة
52.50%	42	خاصية مشاركة الفيديوهات والصور
28.75%	23	خاصية التعليق
18.75%	15	خاصية الإشارة
100%	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن 52.50% فضلوا خاصية مشاركة الفيديوهات والصور، في حين نسبة 28.75% أجابوا عن خاصية التعليق حيث تأتي نسبة 18.75% أجابوا بخاصية الإشارة، فنلاحظ أن خاصية مشاركة الفيديوهات والصور أخذت نسبة عالية وذلك راجع أنها تحمل تقنية الصوت والصورة في نفس الوقت كما تسهل على الشباب مشاركتها مع الأصدقاء والأهل وغيرهم.

الجدول رقم (25): يبين ما إذا كانت سرعة تقديم المعلومات تزيد أو تقلل من المصدقية أو ليس لها علاقة بذلك.

النسبة	التكرار	الإجابة
20%	16	يقلل من المصدقية
26.25%	21	يزيد في المصدقية
53.75%	43	ليس له علاقة بالمصدقية
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن 43 مفردة وبنسبة 53.75% يلاحظون أن سرعة تقديم المعلومات في صفحات الجرائد عبر الفيس بوك ليس لها علاقة بالمصدقية، في حين نسبة 26.25% أجابوا أن ذلك يزيد من المصدقية وتليها نسبة 20.00% أن ذلك يقلل من المصدقية، فتبين لنا أن سرعة تقديم المعلومات ليس له علاقة بمصدقية الأخبار وذلك من خلال إجابات أغلب الشباب.

الجدول رقم (26): يبين ما إذا تعرضت إلى أخبار كاذبة من صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك.

النسبة	التكرار	الإجابة
47.50%	38	نعم
11.25%	9	لا
41.25%	33	أحيانا
100%	80	المجموع

من خلال الجدول أعلاه أن 38 مفردة وبنسبة 47.50% يرون أنهم تعرضوا إلى أخبار كاذبة من صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك وكانت إجاباتهم " بنعم"، في حين 33 مفردة وبنسبة 41.25% أجابوا ب أحيانا ثم نسبة 11.25% أجابوا ب "لا" وهي نسبة قليلة مقارنة بالنسبة التي قبلتها.

ويفسر ذلك أن الأشخاص الذين أجابوا ب "نعم" وتعرضوا لأخبار كاذبة كانت ردة فعلهم كالتالي: هناك من أجابوا بعدم الثقة بمصداقية الجريدة وعدم تصديق الصفحة مرة أخرى والاكتفاء بالغاء الإعجاب ببساطة، في حين هناك من أجابوا بعدم متابعتها مرة أخرى على موقع الفيس بوك لأن أغلبها كاذبة والهدف منها جلب المتابعين والتفاعل فقط وانه كان بالنسبة لهم أمر عادي وتجاهل الأمر باعتبارهم معتادون على فعل هذه الأمور. كما أجاب البعض بعدم الاكتراث وعدم احترام الجريدة لأنها لم تصبح مصدر موثوق دائما في نشر الأخبار، حيث أجاب البعض الآخر بالضجر وفقدان الثقة وهذا ما يسقط مصداقية الجريدة حيث لم يصبحوا يصدقون بعض الإخبار أحيانا إلا إذا تكررت مرارا وتكرارا في عدة صفحات ثم يصدقونها.

5- نتائج الدراسة:

نتائج الدراسة في ظل الأسئلة الفرعية:

توصلت الدراسة الميدانية التي أجريناها على شباب مدينة المسيلة، بالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتوصلنا من خلالها إلى مجموعة من النتائج هي:

- المحور الأول: البيانات الشخصية لأفراد العينة

تبين لنا أن عدد أفراد العينة من ذكور وإناث متقاربين فيما بينهم بنسبة 51،25% و48،75%، وأن أغلبيتهم ينتمون إلى الفئة العمرية من (16_22) سنة بنسبة 38،75%، كما حازت نسبة المستوى الجامعي كأكبر فئة وذلك بنسبة قدرت ب 67،50%.

- المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب صفحات الجرائد عبر الفيس بوك.

تبين لنا أن معظم أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك منذ أكثر من 3 سنوات بنسبة 66،25%، كما أظهرت النتائج أن الوقت المناسب لتصفح الفيس بوك كان بوقت غير محدد وذلك بنسبة 62،50%.

وتشير النتائج إلى أن أغلبية المبحوثين يتصفحون موقع الفيس بوك أكثر من ساعتين بنسبة قدرت ب 45,00%، وأن متابعتهم لصفحات الجرائد عبر الفيس بوك كانت إجابتهم ب "أحيانا" و"نادرا" ما يتابعونها عبر الفيس بوك ذلك بنسبة 41,25% و 38,75%، حيث تبين لنا أن عدد مرات تصفحهم للجرائد عبر الفيس بوك كانت حسب الظروف بنسبة 76,25%.

بينت النتائج أن أغلبية أفراد العينة لا يقومون بالتعليق على المواضيع الصحفية التي يتم تنزيلها وكانت إجابتهم ب "لا" بنسبة 61,25% وأنهم في الغالب لا يقومون بالنقر على رابط المقال لإكمال قراءته على قوئل بنسبة قدرت ب 52,50% .

- المحور الثالث: دوافع استخدام الشباب لصفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك.

أشارت لنا النتائج أن معظم أفراد العينة ليسوا أعضاء في إحدى الصفحات الخاصة بالجرائد بنسبة كانت ب 55,00%، أما نسبة الأشخاص المنظمين قدرت ب 45,00%، وهي نسبة أقل من الأشخاص الغير المنظمين.

كشفت الدراسة أن أكثر الصحف التي يتابعها أغلب أفراد العينة هي جريدة الشروق بنسبة قدرت ب 35,00% .

كما بينت هذه الدراسة أن أغلب المبحوثين أجابوا صفحات الجرائد لا تتيح لهم فرصة للتفاعل والمشاركة بنسبة 57,50%، كما أن صفحات الجرائد لم تغير نمط تفضيلاتهم في اختيار الجرائد وذلك بنسبة 81,25%.

وأظهرت لنا الدراسة أن معظم أفراد العينة يتفاعلون مع صفحات الجرائد بتسجيل الإعجاب في الغالب ذلك بنسبة 38,75%، تليها إضافة تعليق والاستفادة من مضمونه بنسبة 20,00%، كما اتضح لنا أن نوعية صفحات الجرائد التي يتابعونها على الأغلب هي الوطنية بنسبة 41,25%، وأن المواضيع التي يهتمون بها عامة هي المواضيع الاجتماعية بنسبة 40,00%.

كما أظهرت لنا الدراسة أن أغلبية أفراد العينة الدافع الذي جعلهم يتابعونها على موقع الفيس بوك في الغالب أنها تطلعهم على آخر الأخبار وذلك بنسبة 50,00%، وأن أسباب تصفحهم للجرائد عبر موقع الفيس بوك أنها متوفرة على مدار 24 ساعة بنسبة 37,50% .

- المحور الرابع: الاشباعات المحققة لجمهور الشباب على صفحات الجرائد عبر الفيس بوك.

تشير هذه الدراسة إلى أن صفحات الجرائد لا تحقق في الأغلب أهدافهم من التصفح وذلك بنسبة 56,25%، وأن المواضيع التي تعالجها صفحات الجرائد "أحياناً" ما تشبع رغبات أفراد العينة.

سجلت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك بنسبة 61,25%، وفسروا ذلك بأنها متاحة على الفيس بوك بشكل مستمر وسهولة الوصول إليها بنسبة 35,00% .

تبين لنا أنه من بين الخصائص المتوفرة على صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك وتلبي رغباتهم في الغالب هي خاصية مشاركة الفيديوهات والصور بنسبة 52,50%، وأن سرعة تقديم المعلومات ليس له علاقة بالمصداقية بنسبة 53,75%.

وفي الأخير تبين لنا أن أغلب أفراد العينة تعرضوا إلى أخبار كاذبة عبر موقع الفيس بوك بنسبة 47,50% وبرروا إجاباتهم على الأغلب بعدم الثقة في الجريدة مرة أخرى.

6- النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نستعرضها في العناصر التالية:

- كشفت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية (16_22)، وكانت فئة الذكور أكبر من فئة الإناث لكن بنسبة متقاربة وأن أغلبهم ذات المستوى الجامعي.
- أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك منذ أكثر من 3 سنوات، كما يستخدمونه بشكل دائم وبوقت غير محدد.
- بينت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين لا يتابعون صفحات الجرائد بشكل دائم، حيث أن الاغلبية المبحوثين يتابعون الجرائد عبر موقع الفيس بوك "أحيانا" و"نادرا"، كما أنهم في الغالب يكتفون بقراءتها وتسجيل الاعجاب فقط دون النقاش والتفاعل على المقال.
- كما تبين لنا أن معظم أفراد العينة لا يقومون بالنقر على رابط المقال لإكمال قراءته، وان اغلب المبحوثين ليسوا أعضاء في احدى الصفحات الخاصة بالجرائد وذلك لعدم اهتمامهم بها.
- بينت لنا الدراسة أن المواضيع التي يفضلها أفراد العينة بكثرة هي المواضيع الاجتماعية أكثر من باقي المواضيع الاخرى.
- كشفت لنا الدراسة أنه من أسباب تصفح الشباب الجرائد عبر موقع الفيس بوك هي أنها متوفرة على مدار 24 ساعة وأن الدافع الذي يدفعهم للاطلاع عليها عبر موقع الفيس بوك هي الاطلاع على آخر المستجدات وحب الاطلاع ومعرفة الاخبار الوطنية.
- أظهرت لنا الدراسة أن معظم أفراد العينة يفضلون استخدام الجرائد عبر موقع الفيس بوك، وبرروا إجابتهم انها متاحة على الفيس بوك بشكل مستمر وكذلك سهولة الوصول اليها.

- تبين لنا من خلال الدراسة أنه من بين الخصائص التي لبت الرغبة لأفراد العينة هي خاصة مشاركة الفيديوهات والصور.
- كشفت لنا الدراسة أن المواضيع التي تعالجها صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك أحيانا ما تشبع رغبات الشباب.
- وفي الأخير كشفت لنا نتائج الدراسة أن أفراد العينة يرون أنهم في الغالب يتعرضون إلى أخبار كاذبة عبر موقع الفيس بوك، وبرروا اجابتهم في الغالب بعدم متابعة الجريدة مرة أخرى وكذلك عدم الوثوق وتصديق كل ما ينشر إلا اذا تكرر مرات عديدة في صفحات أخرى.

7- توصيات الدراسة:

- تقديم هذه الصفحات الخاصة بالجرائد المعلومات الصحيحة حول الاخبار وذلك من خلال زيادة ثقة الاعضاء المنظمين للصفحة.
- حث الشباب في استغلال صفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك للوصول الى المعلومة بسرعة.
- حث على الاستفادة من الخدمات والامكانيات المتعددة التي يوفرها موقع الفيس بوك من حيث استقبال الاخبار والتقارير والصور وكذا بث فيديوهات حول الخبر.



خاتمة



خاتمة:

نستنتج مما سبق أن التكنولوجيا الحديثة أثرت كثيرا على حياة الانسان وأصبحت مقياسا للتقدم الذي وصلت اليه العقول البشرية الفذة، حيث أصبح الفرد يستغني عن الوسائل القديمة ويستسلم لشاشة الكمبيوتر لقضاء وقتا مطولا ليتفاعل مع الاخبار الآنية.

فنرى أن هذه التكنولوجيا سهلت على الكثير من الناس التقارب فيما بينهم وألغت الحدود المنظمة والمصطنعة بين البلدان، وأصبح العالم بهذا التطور قرية كونية صغيرة ألغيت حدودها وبنيت حدود وهمية كون التفاعل والتواصل والانسجام بين مستعمليها، حيث مس هذا التطور مواقع التواصل الاجتماعي بثتى مسمياته وخاصة موقع الفيس بوك الذي انتشر بين اوساط الشباب بصفة رهيبة والذي خلق من خلاله تكوين صداقات ومعارف وكسب ثقافات وخبرات وكذلك التسلية مما أصبح وقت الفراغ على الاغلب علي هذا الموقع.

ومن هنا نلاحظ أن الانترنت دخلت في كل الميادين والاستخدامات العالمية بكل ما تحتويه من مواقع وصفحات، ذلك من خلال انشاء صفحات تخص بعض الشركات تعرض من خلالها كافة النشاطات الخاصة بها، كما انها جمعت العديد من وسائل الاتصال في تقديم الخدمات والتي من بينها نجد الصحف الالكترونية التي لعبت دورا كبيرا في نشر اخر المستجدات والاحداث الجارية والتي بدأ الاقبال عليها من قبل الشباب والباحثين، فنرى ان اغلب الجرائد باتت تمتلك صفحات خاصة بها على موقع الفيس بوك وانها اصبحت مضمارا رحبا لبث الاخبار وتداولها بكافة مضامينها وباعتبار أن الشباب فئة حساسة تعد الاكثر ارتيادا للانترنت بتكنولوجيا الاتصال مما أدى بوسائل الاعلام التقليدية التنحي جانبا وافساح المجال للخبر الالكتروني السريع والفعال.

ومن خلال دراستنا هذه تحت عنوان استخدام الشباب صفحات الجرائد على موقع الفيس بوك أردنا تسليط الضوء على مدى استخدام الشباب للفيس بوك ومنذ متى يستخدمونه وتوضح لنا أن الشباب مداومون عليه ويستغرقون ساعات فيه مما أتاحت لهم الفرصة التطرق

لصفحات الخاصة بالجرائد، كما نرى أن اسباب استخدام الشباب صفحات الجرائد عبر الفيس بوك يرجع الى انها متوفرة على مدار 24 ساعة ولا تكلف الجهد والمال وسهولة الوصول للخبر لحظة وقوعه كما انهم يستطيعون التفاعل مع الخبر بكل حرية.

وفي الاخير يمكننا القول أن التطور الكبير في تكنولوجيا الاعلام والاتصال مكن من تغيير المشهد الاعلامي الحديث خاصة فيما يتعلق باستقاء الاخبار والتغيير الحاصل في القيم الاخبارية الحديثة التي اصبحت بدورها تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تظم الملايين من المشتركين لتحقيق الشعبية والربح.

وتبقى هذه الدراسة في الختام حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف استقرار الشباب لصفحات الجرائد عبر موقع الفيس بوك، وقد حاولنا من خلال هذه الدراسة استجلاء بعض الاستخدامات والاشباكات وتمهيد السبل لباحثين آخرين لاستكشاف مقاربات أخرى لم نتعرض لها في هذه الدراسة.



قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1. أبو الفضل جمال الدين ابن منظور: لسان العرب، دار بيروت، 1990.
2. احمد الشورى ابو زيد: الاعلام الجديد وادارة الحملات الانتخابية، مكتبة الاسكندرية، مصر، 2015.
3. احمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
4. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
5. أحمد بوشناقة ونفيسة ناصري: الشبكات الاجتماعية أداة التسويق الافتراضي في المجال السياحي، الملتقى العلمي الدولي الخامس: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، 1314 مارس 2012.
6. احمد قاسمي وسليم جداي: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، المركز الديمقراطي العربي، المانيا، 2019.
7. اضل محمد حسني البدراني: اسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والالكتروني، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
8. بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011 .
9. بلخير سديد: منهجية البحث العلمي واصالتها عند المسلمين، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
10. جبريل بن حسن العريشي وسلوى بنت عبد الرحمن الدوسري: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

11. جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمن الموسوي: الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار النهضة للنشر والتوزيع، الأردن.
12. حارث عبود ومزهر العاني: الاعلام والهجرة الى العصر الرقمي، ط1، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2014.
13. حسان أحمد قميحة: الفيس بوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة، مصر، 2017.
14. حسان احمد قميحة، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار الكتب المصرية، مصر، 2017.
15. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
16. حسني محمد نصر: الانترنت والاعلام والصحافة الالكترونية، ط1، دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2003.
17. حسين محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2015.
18. خالد محمد غازي: الصحافة الالكترونية (الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح)، ط1، دار الكتب المصرية فهرسة اثناء للنشر، مصر - الجيزة، 2008.
19. خضير شعبان: مصطلحات في الاعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، الجزائر.
20. دكتور فوزي غرايية وآخرون: اساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية، الاردن، 1977.
21. ربحي مصطفى عليان: مناهج واساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

22. رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط1، دار الفكر بدمشق، سوريا، 2002.
23. رضا عبد الواحد امين: الصحافة الالكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
24. زيد منير سليمان: الصحافة الالكترونية، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن - عمان.
25. سامية أبو النصر: الصحافة الالكترونية وثورة الفيس بوك، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
26. سعد سلمان المشهداني: الصحافة العربية والدولية (المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات)، ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2014.
27. سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث العلمي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2017.
28. سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الوله، السعودية، 1432.
29. السيد عبد المولى والسيد ابو خطوة: شبكة التواصل الاجتماعي واثارها على الامن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي، البحرين، 2014.
30. الشفيق عمر حسنين: الصحافة الالكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، ط1، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، الامارات العربية المتحدة، 2011.
31. صالح العلي: مهارات التواصل الاجتماعي (أسس ومفاهيم وقيم)، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2015.
32. صلاح محمد عبد الحميد: الاعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.

33. طه عبد العاطي نجم: مناهج البحث الاعلامي، ط1، دار كلمة للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2015.
34. عامر ابراهيم القندلجي: الاعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوري للنشر والتوزيع.
35. عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2008.
36. عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، 2008.
37. عبد الامير مويت الفيصل: الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان - الاردن، 2005.
38. عبد الحليم موسى يعقوب: الاعلام الجديد والجريمة الالكترونية، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014.
39. عبد الرزاق محمد الدليمي: الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر، الاردن، 2011.
40. عبد الرزاق محمد الدليمي: مدخل الى وسائل الاعلام الجديد، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان - الاردن، 2012.
41. عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الاعلام، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014.
42. عبد الوهاب بوخنوفة: المدرسة، التلميذ، المعلم وتكنولوجيا الاعلام والاتصال: التمثيل والاستخدامات، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر يوسف بن خدة، 2007.

43. عبيدة صبطي: الاعلام الجديد والمجتمع، المركز العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2018.
44. عبير شفيق الرحباني: الاستعمار الالكتروني والاعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
45. عصام نور الدين: معجم نور الدين الوسيط عربي عربي، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
46. علي خليل شقرة: الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار اسامه للنشر والتوزيع، الاردن - عمان، 2014.
47. علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الالكترونية العربية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
48. علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان - الاردن، 2014.
49. علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الاخلاقية والقيمية، ماجستير قسم الدعوة والثقافة الاعلامية، الجامعة الإسلامية.
50. عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر.
51. فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة إلى الفيسبوك، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
52. ليلي أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012.
53. ماثيو جيدير: منهجية البحث العلمي، ترجمة من الفرنسية ملكة الابيض، دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه.

54. ماجدة عبد الفتاح الهلباوى: موسوعة الاسس والقواعد الدولية لمنهجية الاعلام، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، 2015، القاهرة.
55. ماهر عودة الشمالية وآخرون: الصحافة المتخصصة، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الاردن، 2015.
56. محمد بن سعود البشر: نظريات التأثير الاعلامي، ط1، العبيكان للنشر والتوزيع، السعودية، 2014.
57. محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، دار الكتب، القاهرة، 2004.
58. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، 1999.
59. محمد علي محمد: الشباب العربي والتغيير الاجتماعي، ط1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 1985.
60. محمد فريد محمود عزت: مدخل الى الصحافة، ط1، 1993.
61. محمد منير حجاب: المعجم الاعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
62. محمد يونس: الصحافة الورقية والالكترونية في دول الخليج العربية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014.
63. محمود حامد الخضر: الاعلام والانترنت، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2012.
64. محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، دار العالمية للنشر والتوزيع، السعودية، 2003.
65. محمود طارق هارون: الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2017.

66. مدحت أبو نصر: الشباب وصناعة المستقبل، ط1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2019.
67. مذكور ابراهيم وآخرون: معجم الوسيط، ط2، المكتبة الاسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، تركيا، 1972.
68. مرزوق عبد الحكيم العادلي: الاعلانات الصحفية " دراسة في استخدامات والاشباعات "، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004.
69. مرعى مذكور: المدخل إلى الصحافة، ط1، مكتب آثا جرافيك هاوس للكمبيوتر، مصر، 2005.
70. مروان عبد المجيد ابراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
71. مروى عصام صلاح: الاعلام الالكتروني، ط1، دار الاعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
72. مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
73. معن خليل العمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2004.
74. مقدادي خالد غسان يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن، 2013.
75. منال هلال المزاهرة: تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان- الأردن.
76. مؤيد نصيف جاسم السعدي: الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفيس بوك، ط1، دار ألفا للوثائق، الجزائر، 2016.

77. نادية عيشور وآخرون: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017.
78. نزار بشير جديد: الاعلام المقروء بين الصحافة الورقية والصحافة الالكترونية، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الاردن، 2015.
79. هشام سعيد فتحي عمر البرجي: تأثير استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الاعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2015.
80. هند بنت سليمان الخليفة: مقارنة بين المدونات ونظام جسر لإدارة التعلم الالكتروني، المركز الوطني للتعليم الالكتروني والتعليم عن بعد، جامعة الملك سعود، الرياض.
81. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، السودان، 2011.
82. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، مدونة شمس النهضة، السودان، 2010.
83. وحيد قدورة:الاتصال العالمي والوصول الحر للمعلومة العلمية، الباحثون والمكاتب الجامعية العربية، المنظمة العربية للثقافة، تونس، 2002.
84. وليد رشاد زاكي: نظرية الشبكات الاجتماعية من الايولوجيا الى قضايا استراتيجية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، 2012.
85. ياسر خضر البياتي: الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
86. يعقوب بن محمد الحارثي: المسؤولية المدنية عن النشر الالكتروني، ط1، دار وائل للنشر، عمان-الاردن، 2014.

المجلات والدوريات:

1. حمزة هوارى: مواقع التواصل الاجتماعي واشكالية الفضاء العمومي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 20، 2015.
2. صفاء زمان: الشبكات الاجتماعية تأثيرها، أنواعها، مجلة رؤيا العلمية، العدد 113، 2011.

المذكرات والاطروحات:

3. حنان مجاهد: السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الاحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015.
4. رابح طيبي: الهجرة غير الشرعية في الجزائر من خلال الصحافة المكتوبة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر، 2009.
5. رحو حياة: مضامين صفحات الجامعات على الفيس بوك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015.
6. كاتب فارس ودنيا عقون: اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2016.
7. كاتب فارس وعقون دنيا: اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2016.
8. كمل فتيحة: الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011.

9. ماطر عبد الله حمدي: اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الشرق الاوسط بالسعودية، 2018.
10. محرز مايمي: اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية بورقله، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014.
11. محمد خيره: استخدام صحفي الجرائد المطبوعة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الجزائر، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، 2018.
12. منال قدواح: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري بقسنطينة، 2008.



الملاحق



الملحق رقم 01: قائمة المحكمين

الرقم	اسم الأستاذ	الجامعة
01	باجي سهام	جامعة محمد بوضياف المسيلة
02	طبيبي رابح	جامعة محمد بوضياف المسيلة
03	بوقرة رضوان	جامعة محمد بوضياف المسيلة



الملحق رقم 2: استمارة استبانة
جامعة محمد بوضياف - المسيلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال
استمارة استبيان حول

استخدام الشباب لصفحات الجرائد على مواقع التواصل
الاجتماعي (الفيسبوك نموذجا)
دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة المسيلة

اعزائي/عزيراتي الطلبة...

لديك مجموعة من العبارات الرجاء منك أن تقرأها بتمعن، وان تجيبنا بكل صراحة بما ينطبق عليك وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة، علما أنه لا توجد إجابة صحيحة وأخرى خاطئة، وأن اجابتك سوف تحظى بالسرية ولن تستغل إلا لغرض البحث العلمي.

ولكم منا كل التقدير والاحترام

إشراف:

د. رقاد حنان

إعداد الطلبة:

* سويح وفاء

السنة الدراسية 2020/2019

المحور الأول: البيانات الشخصية:

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 16-21 سنة 22-26 سنة 27 سنة فأكثر
- 3- المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي
- المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب لصفحات الجرائد عبر الفيسبوك
- 4- منذ متى تستخدم موقع الفيسبوك؟
- منذ أقل من سنة
- من سنة إلى 3 سنوات
- منذ أكثر من ثلاث سنوات
- 5- ما هو الوقت الذي تفضل فيه استخدام الفيسبوك؟
- صباحا ظهرا مساءا ليلا غير محدد
- 6- كم تستغرق من الوقت عند تصفحك لموقع الفيسبوك؟
- أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين
- 7- هل تتابع صفحات الجرائد عبر موقع الفيسبوك؟
- دائما أحيانا نادرا
- 8- كم مرة تتصفح الجرائد عبر الفيسبوك؟
- يومية مرة في الأسبوع مرتان في الأسبوع حسب الظروف
- 9- هل تقوم بالتعليق على المواضيع الصحفية التي يتم تنزيلها على الفيسبوك؟
- نعم لا
- 10- هل تقوم بالنقر على رابط المقال لإعمال قراءته على google؟
- نعم لا

المحور الثالث: دوافع استخدام الشباب لصفحات الجرائد عبر موقع الفيسبوك؟

11- هل أنت عضو في إحدى الصفحات الخاصة بالجرائد؟

نعم لا

• إذا كانت الإجابة بنعم، ما هي هذه الصحف؟

الشروق النهار البلاد الخبر الهدف أخرى.....

12- هل تستخدم صفحات الجرائد لأنها تتيح لك فرصة للتفاعل والمشاركة؟

نعم لا

13- هل غيرت صفحات الجرائد على الفيسبوك من تفضيلاتك في اختيار الجرائد؟

نعم لا

14- كيف تتفاعل مع صفحات الجرائد عبر الفيسبوك؟

أسجل إعجابي إضافة تعليق إعادة نشر إرسال إلى الأصدقاء
الاستفادة من مضمونه لا أفاعل

15- ما هي نوعية صفحات الجرائد التي تتابعها عبر الفيسبوك؟

محلية وطنية عربية دولية أخرى.....

16- ما هي مجالات المواضيع التي تهتم بها في الصحف؟

سياسية اجتماعية رياضية اقتصادية ثقافية

17- ما الذي يدفعك للإطلاع على صفحات الجرائد من خلال الفيسبوك؟

الإطلاع على آخر المستجدات

معرفة الأخبار الوطنية

النقاش والتفاعل الاجتماعي

حب الإطلاع

أهداف أخرى:

18- ماهي أسباب تصفحك لصفحات الجرائد عبر موقع الفيسبوك؟

متوفرة على مدار 24 ساعة

لأنها تميل أكثر إلى التفصيل والتحليل

لا تكلف الجد والمال

سهولة الحفظ والاسترجاع

أخرى تذكر

المحور الرابع: الإشباعات المحققة لجمهور الشباب على صفحات الجرائد عبر الفيسبوك

19- هل تحقق لك صفحات الجرائد اهدافك من التصفح؟

نعم لا

20- هل المواضيع التي تعالجها صفحات الجرائد في الفيسبوك تشبع رغباتك؟

دائماً أحيانا نادرا

21- هل تفضل استخدام الدرائد على موقع الفيسبوك؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة "بنعم" لماذا؟

متاحة على الفيسبوك بشكل مستمر

سهولة الوصول إليها

طبيعة وأهمية الأخبار

أنية

22- ما هي الخصائص المتوفرة على صفحات الجرائد عبر الفيسبوك وتلبي رغباتك؟

خاصية مشاركة الفيديوهات والصور خاصية التعليق خاصية الإشارة

23- هل تعتقد أن سرعة تقديم المعلومات في صفحات الجرائد عبر الفيسبوك؟

يقلل من المصداقية يزيد في المصداقية ليس له علاقة بالمصداقية

24- هل تعرضت إلى أخبار كاذبة من صفحات الجرائد عبر موقع الفيسبوك؟

نعم لا أحيانا

إذا كانت الإجابة "نعم" كيف كانت ردة فعلك؟