جامعة محمد بوضياف – المسيلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

عنوان المذكرة:

علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باللاوعي لطلبة علوم الإعلام و الاتصال " الفيسبوك نموذجا"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال تخصص: إتصال و علاقات عامة

إعداد الطالب:

- قرساس أميرة
- برابح إيمان

إشراف الدكتور:

د.بوبكر بوعزيز

لجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الرتبة	الصفة
.....	.....	رئيسا
د.بوبكر بوعزيز	أستاذ مساعد أ	مشرفا ومقررا
.....	.....	ممتحنا

"جوان 2020"

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES
Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: /2021

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): بلباح ايمان

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 119952001001250005

الصادرة بتاريخ : 2016-04-24 **عن دائرة :** أولاد دراج

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية **قسم:** علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة **تحت رقم التسجيل:** 163509602414

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر' مذكرة ماجستير' اطروحة دكتوراه) .

عنوانها: علاقة استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بالالوان لطلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة المسيلة انموذجا

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 27-جوان-2022

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila
Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

الرقم: /2021

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناه :

السيد(ة): ..... عرسلان أميرة .....

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دائم): ..... طالبة .....

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: ..... 203737886 .....

الصادرة بتاريخ : 11/08/2020 **عن دائرة :** أولاد عدي .....

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية **قسم:** علوم الإعلام والاتصال .....

تخصص: إتصال وعلاقات عامة **تحت رقم التسجيل:** 197735093898 .....

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج، مذكرة ماستر' مذكرة ماجستير' اطروحة دكتوراه) .

عنوانها: ..... علاقة إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالوعي لطلبة علوم إعلام واتصال جامعة المسيلة القسيلة نموذجا .....

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 01 جوان 2022

امضاء المعني (ة):

يعتبر وصول على توقيع
السيد .....
01 JUIN 2022
أولاد عدي

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

إهداء

الحمد لله رب العالمين، والصلاة و السلام على

اشرف المرسلين سيدنا محمد و على آله و صحبه و من

اتبعهم إلى يوم الدين.

أهدي ثمرة جهدي المتواضع

إلى الذين قال فيهما الله عز وجل:

"وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا "...

أبي،....حفظه الله.

أمي... حفظها الله

إلى كل طلبة كلية علوم الإعلام و الاتصال

إلى كل من يحمل و لو ذرة حب لله ورسوله

محمد صلى الله عليه و سلم .

شكر و عرفان

قال الله تعالى " لئن شكرتم لأزيدنكم"

الحمد الله حمدا يوافي نعمه ويكافئ مزيده، وشكره على توفيقه لنا في إتمام العمل واقتداء برسوله الذي حثنا على الشكر كما قال " الشكر قيد النعمة وسبب دوامها ومفتاح المزيد منها"

أسجل عظيم شكري وتقديري إلى أستاذي المشرف "د.بوبكر بوعزيز" حفظه الله ورعاه الذي لم يبخل علي بإرشاداته وتوجيهاته والذي كان معي على اتصال دائم طول مدة إنجاز هذه المذكرة ولن يتسع المقال لمقامك وفضلك جزاك الله خيرا

ولا لايفوتني كذلك أن أتوجه بالشكر إلى كل من علمني حرف أو كلمة من أساتذتي الكرام من بداية مشواري الدراسي إلى وصولي إلى هذه المرحلة

وما بحوزتنا لنقول " اللهم ارزقنا شفاعة سيدنا محمد صل الله عليه وسلم وأوردنا حوضه واسقنا من يديه الشريفتين شربة ماء لا نظما بعدها أبدا ياربب العالمين"

وفي الأخير نسال المولى عز وجل أن يجعلنا ممن يكثر ذكره ويحفظ أمره وان يغمر قلوبنا بمحبته ويرضى عنا.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

إهداء	
شكر و عرفان	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
فهرس المحتويات	
مقدمة	أ
الفصل الأول : الإطار العام للدراسة	
الاشكالية	
أسباب اختيار الموضوع	
أهمية الموضوع	
أهداف الدراسة	
مفاهيم ومصطلحات الدراسة	
المدخل النظري للدراسة	
منهج الدراسة	
أدوات جمع البيانات	
حدود الدراسة المجال الجغرافي	
الدراسات السابقة	
الفصل الثالث: مواقع التواصل الجتماعي	
تمهيـد	
نشأة مواقع التواصل الاجتماعي	
تعريف مواقع التواصل الاجتماعي	
خصائص الشبكات التواصل الاجتماعية	
التشبيك والمواقع الشبكية	
أنواع مواقع شبكة التواصل الاجتماعي	

أسباب الإقبال على المواقع التواصل الاجتماعي	
أثر مواقع التواصل الاجتماعي	
خلاصة	
الاطار التطبيقي	
الفصل الرابع: عرض و تحليل و مناقشة النتائج	
عرض و تحليل و مناقشة النتائج	
نتائج الدراسة	
الاقتراحات و التوصيات	
خاتمة	
قائمة المراجع	
الملاحق	

مقدمـــــة

إن ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال قد فتح آفاقا جديدة وأحدث تغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، الثقافية، الفكرية والاجتماعية.

كما أثر بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال الإنساني، حيث فتح مجالا واسعا له تجسيد مفهوم القرية الكونية الذي أشار إليه مارشال ماكلوهان.

ويشير مفهوم تكنولوجيا الاتصال إلى التجهيزات والوسائل التي اكتشفتها أو اخترعها البشرية الجمع وإنتاج وبث ونقل واستقبال و عرض المعلومات الاتصالية، ولقد استطاع التطور المذهل في حقوق تكنولوجيا الاتصال أن يتيح لها الارتباط بكافة مجالات الأنشطة الإنسانية فأصبحت جزءا مهما في الحياة اليومية للأشخاص.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت وأشهرها على الإطلاق الفيسبوك ، فهي أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، فقد انتشرت في مواقع التواصل الاجتماعي) بشكل كبير في الآونة الأخيرة وأصبحت الوسيلة الوحيدة التي فرضت سيطرتها على جميع المجتمعات وأصبح مستخدميها يتجاوزون المليارات وأصبحت وسيلة شديدة التأثير في المجتمعات والأسر العربية بشكل كبير وخطير وذلك لأنها أصبحت تستخدم أساليب جذب لا حصر لها فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات وهو ما يجعلها سلاح ذو حدين فهي من شأنها زيادة ثقافة المرء وحثه على العديد من القيم الإيجابية كما أنها فرصة للبشرية لتبادل الاتصال والمعرفة والقضاء على عوائق الزمان والمكان فتزيد في تقارب الناس وترفع من درجة تفاعلهم وتنشئ علاقات اجتماعية جديدة، كما أنها تختزل قدرا هائلا من الإجراءات في التعاملات والمبادلات التجارية والاقتصادية ولكنها على النقيض ساهمت بشكل كبير في فرض الكثير من السلوكيات كاللاوعي والتي أصبحت المجتمعات وخاصة المجتمعات العربية تعاني منها معاناة شديدة فقد ساعدت على انتشار العنف والجريمة كما تشكل مصدر الخطر الحقيقي على العلاقات الاجتماعية وتؤدي إلى ميلاد مجتمع يحمل عوامل القطيعة مع التقاليد الثقافية، كما ساهمت كثيرا في تفكك العديد من الأسر العربية وغيرت فكر الشباب العربي .

حيث تناولنا في الفصل الأول الاطار المنهجي للدراسة، حيث قمنا بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضيتها، وأسباب إختيار الموضوع وكذلك أهمية الدراسة وأهدافها، وتحديد المفاهيم وحدود الدراسة، والمنهج المتبع وقد اتبعنا المنهج الوصفي في دراستنا وهو الذي يعتبر الطريق والمسلك الذي يؤدي بنا إلى هدفنا المطلوب، أما المدخل النظري فتناولنا فيه نظرية الاستخدامات والاشباعات مفهومها كذلك النشأة والتطور وعناصر وأهداف وفروض النظرية، وأخيرا الانتقادات الموجهة للنظرية.بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات ومحتمع وعينة الدراسة والدرسات السابقة. أما مايتعلق بالفصل الثاني الذي تناولنا فيه الإطار النظري للدراسة واشتمل على مواقع التواصل الاجتماعي مفهومها ونشأتها وتطوره ا، كما تناولنا فيه مستخدمي الفيسبوك مكوناته، الخدمات التي يوفرها إضافة إلى كيفية التسجيل فيه، قوانين وشروط الاستخدام والتسجيل في الفيسبوك لغته وأنواع صفحاته ختاما بسمات إيجابيات وسلبيات الفيسبوك . واشتمل الفصل الثالث على الاطار التطبيقي للدراسة تناولنا فية أربع محاور والتي تمثل محاور الاستمارة: محور الاستخدام، محور الدوافع، محور الاشباعات، محور الاستخدام والإشباع، وقد خصصنا لكل محور أسئلة تخدم عنوانه من أجل توجيه الأسئلة مباشرة لخدمة أهداف الدراسة، ثم يأتي تحليل النتائج وتفسيرها وتعليق عليها.

الفصل الأول: الاطار العام للدراسة

1 – الإشكالية :

أسهم التقدم التقني ونمو شبكة الاتصال الرقمية في تدعيم التدفق السريع للمعلومات و تفعيل أنماط الاتصال والتبادل بين الشعوب ، وكما هو الحال مع أية تقنية جديدة صاحب ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ظهور مجتمعات شبكية يتفاعل من خلال مستخدمو هذه الشبكات و أبرزها الشباب الذي يعتبر أكثر تفتحا على العالم بوصفه أيضا جيل تواصلية ومنهم الشباب الجزائري الذي وجد في مواقع التواصل الاجتماعي و أبرزها الفايسبوك فضاء للتفاعل ليصبح ها الموقع ذا دور محوري في تشكيل الكتلة الشبابية المستخدمة لتؤسس ما يمكن أن يسمى بشعب الفايسبوك الفاعل و المتفاعل مع المضامين و المحتويات المنشورة عبر صفحات الفايسبوك وتتحول بذلك ممارسات الاستخدام إلى ممارسات تفاعل ولتتحول مواقع التواصل الاجتماعي الى حركات اجتماعية جديدة قادت إلى تأسيس نمط جديد من التواصل او التفاعل والتالف الاجتماعي ضمن سياق افتراضي تجاوز افتراضي تجاوز كل الاكراهات الفيزائية المتصلة بسياق الحضور وطقوس المكان وبذلك وفر هذا السياق الافتراضي مجالا اجتماعيا للمستخدم للقيام بتفاعلات ,وكان للشباب النصيب الأكبر في هذا العالم الرقمي فتمثل وتفاعل مع مضامينه ومحتوياته.

حيث يعتبر الطلبة الجامعيين أهم شريحة في المجتمع باعتبارهم فئة مثقفة وذات مستوى علمي عالي. وأكثر هذه الفئات استخداما لموقع الفيس بوك، فقد انشأه الامريكى مارك زوكر بيرغ عام 2004 لما كان طالبا في جامعة هارفارد، بغية ضم أصدقاء الجامعة وضمان استمرارية التواصل فيما بينهم، حيث كانت انطلاقته بين شخصين فقط ليصل اليوم عدد مستخدمي الفيس بوك فوق نصف مليار مشترك، من بينهم الطلبة الجامعيين الذي كانت الانطلاقة الأولى له من اجلهم، ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي.

ماهي علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي (الفيس بوك) باللاوعي لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال ؟

التساؤلات الفرعية:

ما هي دوافع استخدام طلبة علوم الاعلام و الاتصال لموقع الفيس بوك ؟

ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة علوم الاعلام و الاتصال لموقع الفيس بوك ؟

ما طبيعة الإشباعات المحققة طلبة علوم الاعلام و الاتصال لموقع الفيس بوك ؟

ما هي علاقة اللاوعي بموقع الفيس بوك لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال ؟

2 – أسباب اختيار الموضوع:

- **الأسباب الذاتية:**

– ملاحظة الأفراد المحطين بينا في واقعنا الإجتماعي يعملون لاستخدام موقع الفيسبوك بكثرة فيحياتهم اليومية .

– الرغبة الذاتية في دراسة هذه الظاهرة لتأثرنا الشخصي بهذا الموقع وطول الوقت الذي نقضيه في تصفحه .

– تطبيق البحوث العلمية والميدانية على هذا الموضوع.

- **الأسباب الموضوعية:**

– التوافد الهائل على هذا الموقع من خلال متابعتنا للإحصائيات حول المشتركين فيه وكثرة مقاهي الأنترنت.

– ملاحظة الأفراد الذين يستخدمون هذا الموقع ومعرفة إن كان لهم تأثير على علاقاتهم الإجتماعية .

– التعرف على كيفية تعامل الطلبة الجامعيين مع موقع الفيسبوك

– انتشار الظاهرة والإقبال الكبير من طرف الأفراد على موقع الفيسبوك من قبل مختلف فئات المجتمع

3– أهمية الدراسة:

- **أهمية علمية:**

تكتسي الدراسة أهمية كبيرة كونها تناولت ظاهرة حديثة مست مجتمعنا العربي. فموقع الفيسبوك حظى بأهمية كبيرة داخل المجتمع واكتسب شعبية واسعة وجذب أهم شريحة في مجتمع ألا وهو "الشباب" وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تعالج موضوع لا يزال محط اهتمام الأوساط الاجتماعية والتربوية، وكذا إثراء الموضوع بمعلومات جديدة ودراسة جوانب أخرى لهذه الظاهرة.

• **أهمية عملية:**

نظرا لانتشار ظاهرة استخدام التكنولوجيا الحديثة في المجتمعات، وفي المجتمع الجزائري بصفة خاصة، فقد قام هذا البحث في الكشف على علاقة استخدام الفيسبوك على اللاوعي لدى الطلبة وما ينتج عن هذا الاستخدام من إيجابيات وسلبيات، وأيضا تدرب وتعود على القيام بمثل هذه البحوث، وكذا تحكم في تطبيق الإجراءات المنهجية وتقنيات البحث في هذا التخصص.

4 – أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الأثر الذي يحلفه الفيسبوك في سلوك الطلبة الجامعيين، كذلك العادات والأنماط التي تنطبع في شخصيتهم، والإشباعات المحققة من استخدام الطلبة الموقع التواصل الإجتماعى الفيسبوك ويمكن تلخيص أهداف الدراسة فيمايلي:

– معرفة علاقة الاللاوعب بموقع الفيسبوك في تغيير السلوك والقيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة .

5 – حديد المفاهيم و المصطلحات:

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

لغة: تعرف الشبكات في اللغة كما أشار الرازي بأنها مشتقة من الخلط و التداخل و اشتبك الظلام أي اختلط، أما التواصل: فيعرف في اللغة كما أشار الفيومي بقوله: " وصلت الشيء بغيره وصلا فاتصل به، و الوصل ضد الهجر، و بينهما تواصل أي اتصال مستمر لا يقطع".(**شايبي نرجس، سفياني سهيلة، مواس مريم، 2015–2016، ص، 13.**)

اصطلاحا: يعرفها الشهري على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي و إلكتروني مع أعضاء آخرين اديهم نفس الاهتمامات و الميول أو جمعه مع أصدقائه.(**شايبي نرجس، نفس المرجع،ص،13**)

وتعرفها هبة محمد خليفة فتقول:" بأن المواقع الاجتماعية هي عبارة عن صفحات ويب تسهل التفاعل النشط بين الأفراد المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة عبر الانترنت ومن شأنها أن تساعد الأفراد على التفاعل

فيما بينهم من خلال مميزات المراسلة الفورية الفيديو و الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني و المدونات.(**شايبي نرجس، نفس المرجع، ص، 13**.)

إجرائيا: شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر مواقع اكتسبت صفة مواقع الشبكة الاجتماعية، التي تجمع بين العديد من أدوات الانترنت المختلفة وذات شعبية كبيرة عبارة عن حلقات اجتماعية ترتبط بها الأفراد فيما بينهم بغية التواصل و التفاعل بما تقدمه من خدمات، دردشة، صورة، فيديو، مدونات.

مفهوم الفيس بوك:

اصطلاحا: هو موقع للشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت لتكوين الأصدقاء الجدد و التعرف على أصدقاء الدراسة حول العالم و الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب و هذه الشبكة تتيح للمستخدمين الاتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة و يمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحتهم و يتيحوا لهم رؤية صفحتهم الشخصية و الموقع مجاني للمستخدمين و يجني إيراداته من الإعلانات، و يجمع بيانات عن المستخدمين ويستخدمها في إظهار إعلانات لها صلة بزوار الموقع و اهتماماتهم و نطاق أعمالهم(**شايبي نرجس، نفس المرجع، ص، 13**)

وتعتبر شركة مايكروصوفت هي الشريك الحصري للإعلان على موقع الفيس بوك وقد أشارت تصنيفات ألسكا لترتيب المواقع عالميا أنه يأتي في المركز الرابع بعد ياهو، غوغل، يوتيوب، وإسم فيس بوك يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور و معلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية الموقع.

وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون بالجامعات هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية (**شايبي نرجس، نفس المرجع السابق،ص، 13**.)

اللاوعي:

ويعرفها علماء النفس ":هو مجموعة العوامل والعمليات والدوافع التي تؤثر في سلوك الفرد وفي تفكيره ومشاعره دون أن يكون شاعرا بها أو بكيفية حدوثها وتأثيرها.

تعريف الإجرائي:

هو فقدان القدرة على فهم واندفاع دون تبصر في العواقب والبدائل المترتبة عليها.

6 – المدخل النظري للدراسة :

نظرية الاستخدامات والإشباعات

مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات:

نظرية الاستخدامات والإشباعات هي النظرية التي تهتم بدارسة الاتصال الجماهيري دارسة وظيفية منظمة، وتنحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء افرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام خلافا للنظريات المبكرة مثل نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة،وتتصرف بناءاعلى نسق واحد،فأسلوب الافراد أمام وسائل الإعلام،أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية. (حجاب ،2004،ص584)

وتقوم نظرية الاستخدام ات والإشباعات بدارسة الاتصال الجماهيري دارسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدارك العواقب الفروق الفردية،والتباين الاجتماعي على إدارك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهيرعلى أنهاعنصر سلبي غير فعال لرؤيتهاعلى أنه افعالة في انتقاء افرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام 2 (مكاوي وأخرون ،2004، ص 239)

فلم يعد السؤال المطروح ماذا يفعل الإعلام بالجمهور؟ بل ماذا يفعل الجمهور بالإعلام؟ ولماذا يستخدم الجمهور المنتجات الإعلامية؟ وماهي الاشباعات المحققة منها؟ وتنطوي هذه الأسيئلة عن انتقال موضوع التأثير من مضمون المادة الإعلامية فحسب، إلى السياق الاتصالي برمته، فمنبع الاشباعات التي يحصل عليها المتلقي من الإعلام الجماهيري قد يتعلق بالمضمون الخاص للرسالة أو بالتعرض للوسيلة الإعلامية بحد ذاته أو بالوضعية الاتصالية الخاصة المرتبطة بوسيلة إعلامية ما.

ويلخص كاتز (ELIHU KATZ) وزملاءه افتراضات النظرية في النقاط التالية:

1. جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

2. يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشجع حاجاته.

3. تتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى لإشباع احتياجات الجمهور مثل الاتصال الشخصي، أو المؤسسات الأكاديمية

4.2. الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافع تعرضه لوسائل الإعلام وبالتالي يختار الوسائل التي تشبع حاجاته.

5. يمكن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الأنساق والمعايير الثقافية السائدة في المجتمع وبتحديد في ضوء ذلك أن الجمهور هو الذي يحدد طبيعة استخدامه للمحتوى الذي يرغب فيه .(الطرابشي وأخرون، 2006 ،ص 261،)

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

1 افتراض الجمهور النشط:

يزعم هوويت أن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى.(مكاوي وأخرون ، 2004 ، ص 243)

2 الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام:

لقد أدى ظهور مفهوم الإدارك الانتقائي المرتكز على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأنماط المختلفة من البشر يختارون الأنشطة بأنفسهم ويفسرون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، أي أن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى وجود حوافز وان تحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام. (حمدي ، 1991 ،ص 21)

3: دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام :

تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما:

دوافع نفعية : وتستهدف التعرف على الذات،واكتسابا لمعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكس برامج الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

دوافع طقوسية: وتستهدف قضية الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من

المشكلات وتنعكس هذه الفئة في البر امج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات وغيرها .(مكاوي وأخرون ،2004 ،ص 247)

التوقعات من وسائل الإعلام: تعد توقعات الجمهور من وسائل الاتصال ناتجة عن دوافعه التي تختلف حسب الأصول النفسية والاجتماعية للافراد، كما تعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الاتصال.

التعرض لوسائل الاتصال : يفترض نموذج الاستخدامات والإشباعات أن دوافع الافراد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الاتصال حتى يتحقق الإشباع، بالإضافة إلى سلوك التعرض لوسائل الاتصال (أمين عبد الواجد ، 2008 ،ص 67)

الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

- إنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسيلة المفتوحة للباحثين حول الاشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام.

- اشتركت في المنهج الكيفي في محاولتها بجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فيئات مصنفة يتأجل توزيعها تكراريا وتدريجيا تبعا لكثافتها.

- لم تحاول هذه الدارسات أن تكشف الروابط بين الاشباعات التي يتم افرازها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها.

-فشلت هذه الدراسة في بحث العلاقات المتداخلة بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضا كميا ومفاهميا.

-إن هذه الدارسات لم تعطي صورة مفصلة وأكثر تصاعدي لإشباعات وسائل الإعلام ولاتؤدي إلى صيغة نهائية لتعميمات نظرية.(المشاقبة ، 2001،ص86)

7 - مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الطلبة الجامعيين بجامعة المسيلة محمد بوضياف.

عينة الدراسة:

يعتبر اختبار العينة من أهم الخطوات في أي بحث علمي فهي التي توجه الباحث في الحصول على المعلومات الميدانية اللازمة لبحثه و قد اعتمدنا في دراسة موضوع **علاقة استخدام مواقع التواصل الإجتماعي (الفيس بوك) باللاوعي لدى طلبة علوم الاعلام و الاتصال** على العينة القصدية.(**محمد علي، ،ص،27.**)

ويقصد بالعينة القصدية هي تلك العينة التي يتم اختيارها حسب صفة معينة كما تسمى العمدية وهي العينة التي يسعى الباحث من خلالها لتحقيق هدف أو غرض معين من دراسته فيقوم باختيار أفراد العينة بما يخدم و يحقق هذا الغرض أو الهدف.(**ربحي مصطفى عليان،2000، ص،148.**)

ونحن في هذه الدراسة اخترنا العينة القصدية المتمثلة في طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال طور ماستر بجامعة المسيلة محمد بوضياف، أما حجم العينة فيتكون من 50مفردة

8 - منهج الدراسة:

المنهج عبارة عن جملة الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة،ويعرفه محمد طلعت على أنه: " وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة"(**أحمد السيد مصطفى عمر، 2002،ص، 166.**)

وبما أن موضوعنا يندرج ضمن الدراسات الوصفية فإنها تنتمي إلى المنهج الوصفي الذي يقوم على جمع البيانات و المعلومات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها وجوانب قوتها وضعفها .(**عباس نور الدين محمد، ص، 135.**)

كما أنه يعتبر طريقة لجمع البيانات من أعداد كبيرة من المبحوثين عن طريق الاتصال بمفردات مجتمع البحث سواء كان الاتصال مباشرا أو وجها لوجه عبر الهاتف أو بريديا من خلال استمارات تحتوي أسئلة مقننة .(**مصطفى حميد الطائي، ص، 95.**)

وقد تم استخدام منهج الوصف لاقترابه من طبيعة الدراسة الوصفية فهو من أكثر المناهج ملاءمة لموضوع الدراسة لأنه يعتمد على الوصف و التحليل و التفسير التي عن طريقها يمكن الوصول إلى المعرفة.

9 – أدوات جمع البيانات :

من المعروف أن كل باحث يعتمد مجموعة من أدوات البحث العلمي تساعده في إنجاح بحثه وتمكنه من الوصول إلى نتائج علمية صحيحة بنسب كبيرة وترتبط هذه الأدوات التي يختارها الباحث لموضوع البحث أو المنهج المستخدم في الدراسة وهناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث لتجنب عيوب إحداها و لدراسة الظاهرة بكافة الجوانب و عموما يتعين أن تقييم الأدوات مختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت لها ويمكن حصرها: الاستمارة، المقابلة، الملاحظة، تحليل المحتوى، التحليل الإحصائي، التجريب، و لهذا يتوجب على الباحث الإحاطة جيدا بالأدوات و الطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج منطقية و مرضية وتعرف أدوات جمع البيانات على أنها الوسط الذي يشكل نقطة اتصال بين الباحث و المبحوث و التي تمكنه من جمع المعلومات الكافية وتعرف أيضا بأنها الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات و البيانات المستهدفة في البحث ضمن استخداماته لمنهج معين أو أكثر.(**أحمد بن مرسلي، 1983، ص، 220.**)

انطلاقا من بحثنا تطلب منا اعتماد أداة الاستمارة كأداة أساسية و هذا بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة و موضوعية حول موضوع الدراسة.

الاستبيان: (الاستمارة): هي أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة، أو الجمل الخبرية التي تتطلب من المفحوص الإجابة عليها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث (**ربحي مصطفى عليان، نفس المرجع السابق، ص، 82.**)

تعتبر الاستمارة من أدوات البحث الأساسية الشائعة في العلوم الإنسانية و خاصة في علوم الإعلام و الاتصال، حيث تستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها في مجال المبحوث .(**أحمد بن مرسلي،المرجع السابق ص، 220.**)

وترجع أهمية الاستمارة من حيث الاستخدام بما يتوافق مع موضوع الدراسة إلى أنها توفر الوقت و الجهد و التكلفة و السهولة من حيث معالجة بياناتها بالطرق الإحصائية مع مراعاة ضرورة التحقق من الصياغة الدقيقة التي تحقق أهداف الدراسة(**محمد جمال أبوشنب،2007، ص،148.**)

فالاستبيان هو عبارة عن استطلاع للرأي للإجابة عن مجموعة من الأسئلة الموجهة إلى أفراد مجتمع الدراسة (**محمد عوض العابدي، 2005، ص، 144**)

10 – الدراسات السابقة :

❖ **دراسات محلية**

➢ **الدراسة الأولى:**

دراسة مريم نريمان نومار 2012 بعنوان : ***استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية. دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر*** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة.

انطلقت إشكالية الدراسة بالبحث في أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على المستخدمين الجزائريين ومعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط لهذه المواقع التي تسمح بناء علاقات اجتماعية افتراضية.

وتنطلق من تساؤل رئيسي. ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟

تندرج من الفرضيات التالية :

– تختلف طرق استخدام موقع التواصل الاجتماعي "فايسبوك" لدى الجزائريين من مستخدم إلى آخر تبعا لمتغيري الجنس والسن.

– يلجأ مستخدمو موقع "الفايسبوك" في الجزائر إليه بسبب فراغ اجتماعي وعاطفي.

– استخدام "الفايسبوك" يؤدي إلى الانسحاب الملحوظ للفرد من النشاطات الاجتماعية ويقلل من اتصال المستخدم الشخصي بعائلته وأصدقائه. ولقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي حيث يسمح هذا المنهج بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات العامة والإجتماعية والنفسية، واعتمدت على الملاحظة والاستبيان كأدوات لجمع البيانات، أما بالنسبة لعينة الدراسة قامت الباحثة بأحد العينة القصدية موزعة على 280 من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر . توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها: – أن مواقع الشبكات الاجتماعية التي تستأثر بقبول وتجاوب الكثير من الناس وفي جميع أنحاء العالم تطرح العديد من القضايا، وأنها تتيح للمستخدم فضاءا آخر للتفاعل ضمن مجتمع افتراضي يقوم من خلاله ببناء علاقات افتراضية من أشخاص آخرين.

– تبين النتائج كذلك أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك منذ سنة إلى ثلاث سنوات ومنهم من يستخدمه ثلاث ساعات.

- **الدراسة الثانية:**

دراسة قواسمية حنان سنة 2016 بعنوان "***مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين" – دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية – موقع الفيسبوك نموذج*** ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة العربي التبسي – تبسة. إنطلقت من إشكالية مفادها: كيف يؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كإحدى تطبيقات الإعلام الآلي الجديد إلى زيادة العزلة لدى الطلبة الجامعيين؟

وقد اعتمد الدراسة على المنهج الوصفي الذي يرتكز على وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، واعتمدت على الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات، واعتمدت على العينة القصدية حيث قدرت 45 مفردة. توصلوت الدراسة إلى النتائج التالية:

– توصلوا إلى أن نسبة 48%، 89 يشعرون بالقلق والاضطراب عند غيابهم لفترة معينة عن الموقع ويشعر نسبة 33،33% منهم بالفراغ، بينما لا يشعر بشيء نسبة 17%،78 منهم.

– يشعر نسبة 68%، 89 بأن تفاعلهم مع أسرهم قد بدأ في التراجع منذ بداية استخدامهم للفيس بوك، بينما يرى نسبة 31%، 11 أن تفاعلهم مع أسرهم وعائلاتهم بقي كما هو منذ بداية استخدامهم للموقع.

– يؤكد نسبة88.89% أن أسرهم يشتكون منهم دائما بسبب الوقت الطويل الذين يقضونه مع الفيس بوك في حين يرى نسبة 11%، 11 بأن أسرهم وذويهم يشتكون أحيانا منهم بسبب الوقت الطويل.

– وتوصلوا أيضا إلى أن نسبة 60% من المبحوثين يقضون وقتا كبيرا مع الموقع والتحدث مع أصدقائهم أكثر من الوقت الذي يجلسون فيه مع عائلتهم، في حي وجدنا نسبة 40% يرون عكس ذلك.

➢ **الدراسة الثالثة:**

دراسة السعيدي حنان وضيف عائشة سنة 2015 بعنوان "***استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي – فيس بوك نموذجا –*** "، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية جامعة قاصدي مرباح ورقلة. مذكرة لنيل شهادة ماستر أكادمي.

انطلقت من اشكالية مفادها: معرفة التأثيرات السلبية والاجابية لموقع Facebook على الشباب من نواحي مختلفة، ومعرفة مدى تأثر الشباب بمثل هذه المواقع، ودراسة تأثر القيم الاجتماعية للمستخدمي حيث طرحت الاشكالية ثلاث تساؤلات:

– ما هي عادات وأنماط استخدام Facebook بالنسبة للطلبة الجامعيين؟ .

– هل يختلف ادراك القيم وفق متغير الجنس؟ .

– كيف يؤثر استخدام Facebook على القيم الاجتماعية لدي الطلبة الجامعيين؟ .

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والذي يعود بالدرجة الأولى إلى اعتباره أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم. واعتمدت على الملاحظة والاستبيان كأدوات لجمع البيانات والمعلومات، أما بالنسبة العينة فاعتمدت على العينة الطبقية مكونة من 85 مفردة.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها: – أغلب المبحوثين من الذكور يستخدمون Facebook منذ أكثر من ثلاثة سنوات وبالنسبة للإناث فإن أكثر من نصفهن يستخدمن Facebook من سنة إلى ثلاث

سنوات . – الفئة العمرية (18-25) أكثر إدمانا على الموقع وتعلقت به مقارنة مع الفئات العمرية الأخرى حيث تفوق نسبتهم (50%) .

– أغلب المبحوثين يملكون حساب واحد الأغلبية الساحقة للإناث بنسبة (80,32%) مقارنة مع الذكور.

– يميل الطلبة للإستخدام الفردي Facebook بالإضافة لتفضيل نشر الأفكار، ثم تليها الدردشة بنسبة ثم التعليقات بنسبة، وكانت آخر التفضيلات لمشاركة التطبيقات ولا تتعدى (3,95%) .

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

❖ **دراسات عربية**

➢ **الدراسة الأولى:**

دراسة ليلي حسين 2015 بعنوان ***اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك، تويتر).*** "دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع"، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، مذكرة لنيل شهادة ماستر. انطلقت من إشكالية مفادها معرفة اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي والتساؤل المحوري:

ما اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي؟

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسح الشامل وهو مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الطالب بغية تحقيق أهدافه وكذا المنهج الوصفي التحليلي الذي نعتمد فيه على وصف وتحليل نتائج الدراسة بدقة، والاستبيان والملاحظة كأدوات لجمع البيانات والمعلومات، وإعتمدت على العينة الطبقية متكونة من 121 مفردة.

وتوصلت إلى مجموعة من النتائج من بينها:

– الغرض الأول من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو التواصل مع الأصدقاء والتسلية والترفيه.

– ضعف الوعي لدى مجتمع الدراسة عن خصائص وإمكانيات الشبكات الاجتماعية.

– شهرة وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فعال في أوساط الطلبة، حيث أصبحت من أكثر المواقع التي يرتادها الستفيدين من الطلبة من خدمات الشبكات العنكبوتية .

➢ **الدراسة الثانية:**

دراسة آلاء محمد رشيد عبد الله الرشيد 2013 بعنوان "**استخدامات شبكتي التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر والاشباعات المحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية**"، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط – الأردن، رسالة لاستكمال درجة ماجيستير.

انطلقت من اشكالية مفادها: معرفة طبيعة استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكتي التواصل الاجتماعي Facebook و Twitter، وكذلك الوقوف على أنماط استخدام الموقعين . حيث طرحت الاشكالية سؤالين – هل حقق"Twitter Facebook اشباعات الطلبة ؟.

– هل هناك خصائص اتصالية وفنية لهذين الموقعين من وجهة نظر الشباب الجامعي، التي جعلت الشباب الجامعي يتجه لاستخدامها ؟.

وقد إعتمدت على المنهج الوصفي الذي يهدف إلى جمع بيانات ومعلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة، والاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات، أما بالنسبة العينة فاعتمدت الباحثة على العينة الطبقية قومها 280 مفردة.

. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها:

– نالت شبكة Facebook أعلى نسبة بامتلاك أفراد العينة حسابا فيها فقد بلغت 99,6% تليها بفارق واضح شبكة Twitter بنسبة (57,31 %)، ثم شبكة youtube بنسبة (49,01%) أما شبكة "google فبلغت نسبة (43,87%)، ثم شبكة instagram بنسبة (15,02%)

– نسبة استخدام الهواتف الذكية (Smartphone) في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي بلغت (69,69%) طالب.

- الوقت الأكثر لذي العينة لارتياد شبكتيFacebook و Twitter من الساعة 9 مساءا إلى 12 مساءا.

➢ **الدراسة الثالثة:**

دراسة حنان بنت شعشوع الشهري سنة 1434هـ بعنوان "***أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية – الفيسبوك والتويتر نموذجا"*** . كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز – المملكة العربية السعودية، مشروع بحثي للحصول على درجة الماجستير.

انطلقت من إشكالية مفادها: انتشار مواقع التواصل الإلكترونية وقوة تأثيرها على فئة تعتبر من أكثر مستخدميها ومن طلبات الجامعة حيث تمحورت في التساؤل الرئيسي الآتي: ما الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي الفيس بوك وتويتر ؟

واعتمدت على منهج المسح الإجتماعي وهو طريق بيانات من أعداد كبيرة من المبحوثين عن طريق الاتصال بمفردات مجتمع البحث سواءا كان التصال مباشرا أو وجها لوجه. والاستبيان كأداة لجمع بيانات والمعلومات، واعتمدت على العينة الطبقية لإجراء الدراسة وكان عدد مفرداتها 150.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها:

- كشفت الدراسة أن أعلى فئة من المبحوثات كانت في الفئة العمرية من 20 إلى 23 سنة حيث بلغت نسبتهن ٪68،7.

- أظهرت النتائج أن استخدام الفيس بوك وتويتر لم يؤثر سلبا على العلاقات الاجتماعية لدى أغلب المبحوثات حيث بلغت نسبتهن 78%. | بينت الدراسة أن 6، 84% من المبحوثات يعتبرن التواصل من خلال الفيسبوك وتويتر أسهل من التواص وجها لوجه لأن غير مقيد بوقت أو المكان.

– أن أغلب مستخدمات الفيسبوك يبحثن عن صداقات جديدة بنسبة 22% أما مستخدمات تويتر فأغلبهن لا يبحث عن صداقات جديدة بنسبة 9% في حين أن اللاتي يستخدمن الموقعين معا يبحثن عن صداقات جديدة بنسبة 30%.

– كشفت الدراسة أن معظم المبحوثات يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي في فترة المساء حيث بلغت نسبتهن 40% يلي ذلك من يستخدمها بعد منتصف الليل بنسبة 30%.

– توصلت الدراسة إلى أن النسبة الكبرى من المبحوثات لم يؤدي استخدامهن للفيسبوك وتويتر إلى تراجع تحصيلهن الجامعي حيث بلغت نسبتهن 83% من مجموع مفردات العينة.

الجانب النظري

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)

تمهيـد:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من الثمار البارزة للثورة العلمية والتكنولوجية، حيث تعد من أسرع وسائل الاتصال بين الأفراد والمجتمعات، والأكثر مقدرة على التأثير، ذلك أنها استطاعت في مدة زمنية قصيرة أن تستأثر باهتمام الناس ، وأن تقلب حياتهم كلّها نحو فضاء افتراضي قد يبتعد في الكثير من الأحيان عن صور الواقع ومجالاته إلا أنه في المقابل يسعى إلى تكوين شخصية الفرد بما يستجيب لميولاته وانتمائه.

فلقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا واسعًا خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الاشباعات ، ويأتي في مقدمتها موقع فيس بوك ، تويتر . يوتيوب ، وغيرها ، وفي هذا الصدد سنعرض في هذا الفصل ما المقصود بمواقع التواصل الاجتماعي ؟ نشأتها ، أنواعها ، خصائصها وآثارها الايجابية والسلبية.

I – نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

نشأت شبكات التواصل الاجتماعي عام 1995 ، حيث ظهرت شبكة Class Matesn.Com والتي أسسها **"رانوي كونرادز"** وبلغ عدد مستخدميها خمسون مليونا في الولايات المتحدة وكندا، ينتمون إلى 200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل جميع مراحل التعليم من الحضانة وحتى الجامعة. (علي خليل شقرة ، 2014 ، ص:58)

ثم تلاه موقع Six Dégrées .com ، اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء لكنه تم إغلاقها لأنها لم تأتِ بأرباح لمالكيها.

خلال سنوات التسعينات راجعت صناعة مواقع الانترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع الانترنت (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 ، بدلاً عن دورها الأصلي كمستقبل أعمى للبيانات (**وائل مبارك خضر فضل الله ، 2012 ، ص:7**)

حيث في نهاية عام 1996 بلغ عدد الدول المتصلة بالانترنت 170 دولة وقد بينت الدراسات أن عام 1998 سيشهد دخول الانترنت إلى جميع دول العالم. وكان عدد المواقع النسيجية في بداية العام 1997 (35) موقعا أما في نهاية العام 1998 ، فقد تضاعفت عشرات المرات لتصل إلى (350) موقعاً (**خليل صابات ، جمال عبد العظيم ، 2001 ، ص: 524**)

وحصلت نقلة كبيرة جداً في شبكات التواصل عام 2005 حيث ظهر موقع "ماي سبيس" الأمريكي ، وفي نفس العام ظهر موقع " الفيس بوك " والذي تفوق على المواقع الأخرى ، حيث بلغ عدد مستخدميه 400 مليون شخصاً في العالم (**علي خليل شقرة ، 2014 ، ص: 58**)

وقد هدف مارك زوكير برج (23 عاما) صاحب فكرة "الفيس بوك من تصميم هذا الموقع بينما كان جلسا أمام شاشة الكمبيوتر في حجرته بمساكن الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية العريقة ، وبدأ يصمم موقعا جديدا على شبكة الإنترنت ، كان لديه هدف واضح ، وهو تصميم موقع يجمع زملائه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ، فسرعان ما لقي الموقع رواجًا بين طلبة جامعة هارفارد ، واكتسب شعبية واسعة بينهم . وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع . إذ ارتفع من

12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر /كانون الأول في 2005 إلى 50 مليون مستخدم بنهاية عام 2007.

وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع انظار العاملين في صناعة المعلومات ، فمن ناحية بات واضحا أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت ينمو بشكل هائل. (**عبد الرزاق محمد الدليمي ، 2011 ، ص: 184 – 185**)

والشبكات الاجتماعية مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير جدًا ، ولا زال انتشارها مستمرًا ، وهي تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها حتى سمي المستخدمون لها بالمجتمع الافتراضي الذي يجمع بين كافة مستخدمي هذه المواقع ،رغم اختلاف الجنس والدين واللغة والثقافة (**علي خليل شقرة ، 2014 ، ص: 58**)

إلى جانب التطورات الهامة التي عرفتها شبكات الاتصال القارة فإن شبكات الهاتف الجوال مرت هي الأخرى بثلاث مراحل هامة منذ ظهورها أي في أواخر الستينات ، ففي الفترة الأولى التي امتدت أواخر الثمانينات ظهر الجيل الأول للهاتف الجوال الذي يعتمد على أنظمة تناظرية مثل 450 ، أما الفترة الثانية فتميزت بظهور نظام اتصالات سابق.

رغم هذا النجاح فإن سرعة التدفق التي توفرها أنظمة تراسل المعطيات والجديدة في نظام ، لم تكن كافية مما أدى إلى ظهور الجيل الثالث للهاتف الجوال الذي يمثل أهم المستجدات في قطاع الاتصالات في بداية هذا القرن ويسمح هذا النظام الذي يستعمل تقنية نفاذ تعتمد على اسناد رمز وحيد لكل مستعمل خلال كل مكالمة ، من توفير سرعة تدفق تصل حاليا إلى 2 ميغا بايت/ث. (**فيصل أبو عيشة ، 2010 ، ص: 27**)

II –تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي:

" منظومة من الشبكات الالكترونية ، التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (**أحمد بن عبد الله الدريويش ، 2014،ص: 94**)

مواقع التواصل الاجتماعي : هنا يجتمع الأفراد ذو الاهتمامات المشتركة ، ويتبادلون الأفكار والمعلومات ويتصلون مع بعضهم ويدردشون وينشرون الأخبار التي تهم مجتمعاتهم ، وقد يكون المجتمع طائفيا أو دينيا أو حتى علميا (**عباس مصطفى صادق ، 2008 ، ص: 100** .)

شبكات التواصل الاجتماعي: هي مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل ، التي تتيح للأفراد و الجماعات التواصل فيما بينهم عبر الفضاء (**بسمة حسين عيد يونس ، 2016 ، ص :11**)

III –خصائص الشبكات التواصل الاجتماعية:

تشترك معظم الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الآخر بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدموها ومن أهمها الآتي :

1 . الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية :

تعد صفحة الشخصية بوابة للدخول إلى عالم الشخص حيث يمكن من خلالها التعرف إلى اسم الشخص والمعلومات الأساسية عنه مثل : الجنس ، وتاريخ الميلاد ، والبلد ، والاهتمامات ، والصور الشخصية ، وأصدقائه ، وآخر نشاطاته. (**أحمد عبد الله الدريويش، 2014 ، ص: 94**)

2 . المجموعات Groups :

يمكن لكل مشترك في الموقع أن ينشئ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ، ويتم انشاء مجموعات لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لجملة فكر اجتماعي كان أو ديني أو سياسي . المجموعات لديها نفس عناصر وأدوات صفحة الشخصية ذاتها (Wall) صفحة يسمح بالكتابة فيها لجميع أعضاء الجروب وألبوم صور و مساحة للحوار (Discussion) وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مدير المجموعة.(**وائل مبارك خضر فضل الله ،2012 ، ص: 14**)

3 . الاصدقاء / العلاقات :

حيث يظهر جميع الأشخاص الذين تعرف عليهم المشترك لغرض معين ، تطلق بعض الشبكات لفظ " صديق " على الشخص المضاف إلى قائمة الأصدقاء ، بينما تطلق عليه بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين لفظ (علاقة) .

4 . ألبومات الصور :

تتيح هذه الخدمة لمستخدم الشبكات الاجتماعية إنشاء لا نهائي من الألبومات، وضع مئات الصور فيها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء، للإطلاع والتعليق حولها. (**أحمد عبد الله الدريويش ، 2014 ، ص: 94**)

5–إرسال الرسائل:

وهي خاصية تتيحها الشبكة التواصل الاجتماعي بشكل مبسط وسهل للغاية سواء كان في قائمة الأصدقاء أو لم يكن .(**حنان بن شعشوع الشهري ، 1434هـ ، ص: 25**)

6–الصفحات:

ابتدع هذه الفكرة موقع الفيس بوك ، واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة ، حيث يعمل على إنشاء حملات إعلامية موجهة ، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية او الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين ، ويقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرى يتم الوصول ليها من قبل اي مستخدم قام بالنقر على الاعلان ، اذ تقوم فكرة الصفحات على انشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج او الشخصية أو الحدث ، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ، ثن أن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون باضافتها الى ملفهم الشخصي . (**بسمة حسين عيد يونس ، 2016 ، ص: 18**)

IV التشبيك والمواقع الشبكية :

ظلت الانترنت وسيلة للقاء الناس بعضهم ببعض، وفي السنوات الأخيرة نما تفاعل بين مستخدمي الشبكة بشكل كبير ليصبح ظاهرة تميز الشبكة، الأمر الذي ولد جيلا جديدا من المواقع الالكترونية فالمبدأ

الذي يوفره الجيل الجديد من الويب Web 2.0 هو مشاركة المستخدمين في محتويات المواقع حيث يقومون بابتكار محتوياتها أو تعديلها ، وهذا ما أنتج أكثر المواقع شعبية على الانترنت ، وذلك فإن أي شخص يريد أن يكون جزءا من شبكة اجتماعية عبر الانترنت ، يستطيع تحقيق ذلك عبر هذا الويب. (عباس مصطفى صادق ، 2008 ، ص: 79)

غذت مواقع التواصل مثل (بيبو) Bebo وفريند ستر Fried ster وماي سبيس my space هذا الاتجاه في شبكات الانترنت ذات التوجه الاجتماعي ، أما يسمى بظاهرة " التشبيك الاجتماعي ".

و من النظرة الأولى تبدو هذه المواقع وكأنها مجرد، مواقع خاصة لإرسال نصوص وصور فوتوغرافية وموسيقى وعروض (مقاطع فيديو) صنعت في البيت. وقد حولت هذه الأدوات شبكات الاتصال الاجتماعية إلى ظاهرة على الانترنت.

موقع مثل (بيبو) الذي تشرف عليه" سارة غيفن " ، هو في رأيها " موقع قوي حقا . أظن أنها المرة الأولى التي يمتلك فيها الأفراد سلطة . لدينا مؤلفون يقومون بنشر كتبهم عبره. وإذا كانوا قد بدأوا كمنتجي أفلام فإن لديهم الفرصة كي يضعوا منتجاتهم على الموقع وأن يدعوا الجمهور لمشاهدتها وإخبارهم عما يفكر به أفراده ، انه وسيط قوي جدا والناس بداو بالتوفي فهم كم يمكن أن يكون فعّالا". **(وائل مبارك خضر فضل الله ، 2012 ، ص: 8)**

لقد أصبحت هذه الظاهرة واضحة في عام 2003 عندما تم إطلاق موقع ماي سبايس على الإنترنت، وكان دخول.

الموسيقى إليه من أكبر الأسباب وراء نجاحه ، واظهر فنانون مجهولون أن مواقع الشبكات الاجتماعية هذه قادرة على أن تكون وسيلة فعالة للترويج لأعمالهم ، فتمكن الكثيرون من أن يصبحوا نجوما في الغناء عبر هذا الموقع ، ما دفع روبرت مردوخ لشرائه بمبلغ 580 مليون دولار.

هذه المواقع أصبحت موئلا اجتماعيا ضخما يتيح للناس التعرف بين بعضهم البعض وبجانب " ماي سبيس " الذي يتمتع بجزء كبير من حصة الشبكات الاجتماعية الإلكترونية فإن بعض المواقع تتجه نحو مجال أصغر في التخصص كي تجلب اهتمام مجموعات محددة ، فمحطة " Last FM " الموسيقية تستخدم برنامجا قادرا على تعقب أذواق أفرادها . ويمكن استخدام هذه الطريقة من قبل مجموعة من الأفراد

يحبون نوعا ما من الموسيقى، أو تقديم أعضائها إلى موسيقى جديدة تتوافق مع ما يحبون. (**عباس مصطفى صادق ، 2008 ، ص: 79**)

ودخول الموسيقى إلى الموقع " ماي سبيس " من أكبر الأسباب وراء نجاحه أصبحت تسعى الآن كل المواقع التقليدية المشهورة إلى تشبيك مستخدميها مع تطبيقاتهم وحساباتهم الأخرى نظرا لما وجدوه من أهمية التواصل والترابط والنجاح المنقطع النظير في تجربة المواقع الاجتماعية الشهيرة أمثال : فيس بوك وماي سبيس. (**وائل مبارك خضر فضل الله ، 2012 ، ص: 9**)

V – أنواع مواقع شبكة التواصل الاجتماعي :

منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت و تنوعت بين شبكات شخصية وعامة تطمح لتحقيق أهداف محددة ، إلا أن مع تطورها استأثرت بجمهور واسعا نظرا بما تتميز به من إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عند مختلف الأحداث السياسية والطبيعية في العالم الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها : الفيس بوك ، تويتر ، يوتيوب ، جوجل بلس ، الواتساب ، الأنستجرام وهي المواقع التي نتحدث عنها باعتبارها أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي وكذلك بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع.

1

2 . جوجل بلس (Google +) :

يعتبر موقع جوجل بلس متنافسا قويا لشبكات التواصل الاجتماعي الشهير بحيث يحتل مكانة رفيعة بين شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى مثل الفيس بوك وتويتر ولكنه في حقيقة الأمر مختلف عنها. أطلقت شركة جوجل موقع جوجل بلس رسميا في يونيو 2011 ومنذ بداية انطلاقه تخطى عدد مستخدميها 25 مليون شخص خلال شهره الأول ، ذلك لم يحققه موقع الفيس بوك في بداية انطلاقه. (**بسمة حسين ، عيد يونس ، 2016 ، ص: 15**)

3 . موقع انستغرام Instagram :

وهو برنامج طرح في ولاية سان فرانسيسكو الأمريكية سنة 2010 من قبل المطور التقني " كيفن سيستورم " يتيح للمستخدمين تنمية هواية التصوير لديهم ، من خلال التقاط صورة ، وإضافة فلتر رقمي إليها ، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة انستغرام نفسها ،

ولقد أعلنت هذه الخدمة في 12 ديسمبر 2014 عن تجاوزها عتبة 300 مليون مستخدم ، حيث تحصل الشبكة في الثانية الواحدة على مستخدم جديد ، وفيها يتم إضافة 58 صورة جديدة.(سمير دريوش زياني ، 2016 ، ص: 14)

4. تويتر Twitter :

يقدم تويتر خدمة تدوين مصغر تسمح لمستخدميه بإرسال مشاركاتهم بحيث لا تتجاوز الرسالة الواحدة (140) حرفا وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو عن برامج المحادثة الفورية.

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة أبيس Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو.

و بعد ذلك أطلقته الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر (2006)، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام (2007).

لقى تويتر استحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والانترنت ، إلا أن الموقع تعرض للكثير من الصعوبات في النصف الأول من عام 2008 بزيادة فترات توقف الموقع عن العمل لعدة أسباب،إما لزيادة عدد المستخدمين على الموقع ، أو بسبب أعطال في خوادم الموقع ، أو قواعد البيانات ، مما اضطر الكثيرون إلى البحث عن بديل لتويتر يلبي رغباتهم. (**محسن بن جابر بن عواض الزهراني ، 2013 ، ص: 19**)

5. موقع لينكد إن Linkedin :

تأسس هذا الموقع في ديسمبر عام 2002 م على يد " ريد هوفمان " ، وبعض الأعضاء المؤسسين لشركة باي بال Socialnet.Com في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية ، وبدأ النشاط الفعلي في 5 ماي 2003 ، ويستخدم هذا الموقع أساسا كشبكة تواصل مهنية تتيح للمشتركين الاحتفاظ بقائمة تواصل مع الأشخاص الآخرين لأغراض تخص سوق العمل ، فالباحثون عن العمل يستطيعون تحميل سيرتهم الذاتية ، وترتيب ملفهم الشخصي ، وعرض تجاربهم المهنية وخبراتهم ، في حين يمكن لأرباب العمل بفضل هذه التقنية أن يضعوا قائمة بالوظائف المتوفرة لديهم ، والبحث عن مرشحين محتملين ومناسبين لشركاتهم (**سمير دريوش زيان ، 2016 ، ص: 13-14**)

6 . يوتيوب You tube :

تأسس You tube كموقع مستقل في الرابع عشر فبراير من العام 2005 بواسطة ثلاث موظفين هم : تشاد هيرلي (أمريكي) تشين (تايواني) وجاود كريم (بنغالي) الذين يعملون في شركة pay pal المتخصصة في التجارة الالكترونية بيد أن "جاود كريم" ترك رفقائه للحصول على درجة علمية من كلية ستانفورد. ليصبح الفضل الحقيقي في You tube الذي نراه اليوم للثنائي الآخران اللذان نجحا بالمثابرة في تكوين أحد أكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي وجدير بالذكر أن مولد You tube قد شهدته مدينة Menlo park ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية. (**عبد الرزاق محمد الدليمي ، 2011 ، ص: 194**)

. وقد استعملت 45 لغة في اليوتيوب ، وكانت نسبة المشاهدين لليوتيوب من خارج الولايات المتحدة 70% من إجمالي المشاهدين في عام 2011 وكانت ما نسبته 10% من المحتوى واضح بصفة عالية ذات تقنية HD ، وقد دخل ما نسبته 13% من الزوار إلى اليوتيوب عبر الأجهزة الذكية ، وبلغت عدد مرات المشاهدة يوميا مليار مشاهدة.

وفي عام 2012 بلغ عدد الساعات المحملة على اليوتيوب كل دقيقة اثنين وسبعين ساعة ، وبلغ عدد المشاهدات عبر الهواتف الجوالة ستمائة مليون مشاهدة ، إضافة إلى أربع مليارات مقطع يشاهد يوميا ، ويتم مشاهدة ثلاث مليار ساعة شهريا.

ومن مزايا اليوتيوب :

تقدم اليوتيوب خدماتها بشكل مجاني وتعتمد على مصادر دخل أخرى تتمثل في الإعلانات والرعاية والدعايات إضافة إلى الإعلانات النصية.

إضافة إلى حفظ كل ما يحتاجه المتصفح من ملفات الفيديو واللقاءات والندوات والأفلام والمسرحيات القديمة والجديدة والموقع يعرض تقنية الفيديو عند تقنية (Adobe Flash) وبحسب موقع (Alexa) لإحصاءات مواقع الانترنت فإن موقع اليوتيوب هو ثالث أكثر مواقع الانترنت شعبية بعد موقعي (Google) و (Yahoo) (عبد الرزاق محمد الدليمي ، 2011 ، ص: 194- 195)

-إعطاء الإمكانية للمستخدمين الذين يرفعون مقاطع الفيديو على اليوتيوب لإجراء تعديلات على هذه المقاطع.

-سهولة الاستعمال والمشاهدة.

-يتيح اليوتيوب إمكانية إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب.

-توفير إمكانية ترجمة على ما ينشر على اليوتيوب.

-

أما سلبياتها :

-إمكانية اختراقه من قبل بعض الجهات وتعطيل ما يبث فيه من أفلام ومحاضرات... بل قد تم بث برامج تعرض وتتناقض الهدف الأساسي من الموقع كأن يتم اختراق موقع إسلامي ويبث فيه أفلام ومشاهدة تتعارض مع قيم وأخلاق الإسلام وشريعته.

-قيام بعض الدول بحجب الموقع: حيث تم منع فائدته عن المستخدمين في حال قيام الموقع بنشر ما لا ترضى عنه بعض الدول(**علي خليل شقرة ، 2014 ، ص: 95 – 96**)

7. ماي سبيس Myspace :

-نشأت شبكة التواصل الاجتماعي ماي سبيس عام 2003، على يدي **كريس دولف وتوم أندرسون** برعاية من **براد غرينسبان وجوش بيرمان** المالكين لشركة **إي يونيفرس** التي مدت المولود الجديد بشبكتها البالغة 20 مليون منتسب وقدمت له دعما قويّا ، وقد طور هذا الموقع خلال عامي 2007 و 2008 م شكله والعديد من الخدمات التي يوفرها ، وأضاف " ماي سبيس الموسيقى " الذي اشتهر عبره كثير من المغنيين ودخلوا عالم النجومية ، وبلغ هذا الموقع مكانة عالية حين أصبح مكانا للحملات الانتخابية الأمريكية ، ووضع أغلب المرشحين ملفات على واجهته ليتمكنوا من الوصول إلى الشباب وإلى فئات كبيرة من المتصفحين .

-كانت شبكة ماي سبيس الأمريكية الشهيرة بداية الشبكات الاجتماعية فقط ظهرت عام 2005 م وما إن ظهرت تلك الشبكة حتى فاقت بمشاهدتها موقع البحث الشهير جوجل

www.Google.com ثم ما لبث أن ظهر الفيس بوك والذي تربع الآن على عرش أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم.

–هناك العديد من الفوائد والميزات المقدمة على ماي سبيس ، وهو بمثابة منفذ للعديد من الأفراد الذين يعملون بشكل مستقل للحصول على الكلمة حول المواهب الخاصة بهم أو المنتجات . وهذا يشمل : الموسيقيين والسينمائيين والكوميديين . والعديد من الفنانين المستقلين من هذه الأنواع العمل الشاق جدًا للقبض على اهتمام المشجعين من جميع أنحاء العالم ، وموقع ماي سبيس أتاحت لهم الفرصة للقيام بذلك فقط(**هشام أحمد عبد الكريم سكيك ، 2014 ، ص: 73**)

VI – أسباب الإقبال على المواقع التواصل الاجتماعي:

هناك أسباب كثيرة ومتنوعة للإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي ويرجع ذلك إلى طبيعة المستخدم والحاجات التي يسعى إلى تحقيقها ، سواء كانت معرفية أو اجتماعية أو سياسية ، أو تجارية أو التسلية أو ممارسة الهوايات أو أسباب وجدانية وغيرها وفي ما يلي توضيح لكل من هذه الأسباب :

1. أسباب معرفية:

–زيادة المعلومات والمعرف . التثقيف . النقاش والتعاون . للتعرف على الأخبار ، ومواكبة الأحداث الجارية.

– الحصول على معلومات الأحداث داخل وخارج الجامعة والقضايا السياسية والمدنية. (فؤاد محمد قايد البعداني ، 2016 ، ص: 260)

2. أسباب اجتماعية:

–في حالة وجود مشاكل الأسرية تدفع بالفرد ببحث عن البديل لذلك مما يدفعه إلى اللجوء إلى مجتمعه الافتراضي وأصداقه الافتراضيين عسى أن يجد عندهم ما لم يجده في أسرته.

–البطالة وعدم توفر فرص للعمل للأفراد تدفعه إلى الخروج إلى العالم الافتراضي (الالكتروني) عسى أن يضيع وقته.

–إن سوء استغلال الفرد لوقته يدفعه إلى استغلال وقت فراغه بالتواصل مع غيره عبر وسائل التواصل الاجتماعي المتعددة في تطبيقاتها فتصبح وسيلة لتضييع الوقت بالتواصل الصوتي أو المكتوب أو الصور

وغيرها من التطبيقات التي توفرها هذه الوسائل الحديثة .(**دعاء عمر محمد كتانة ، 2015 ص: 37**)

إضافة إلى أسباب أخرى:

-الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء : وذلك لما تتيحيه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع مختلف الأفراد الأسرة والأصدقاء خصوصا البعدين مكانيا.

-الحرص على البحث عن الأصدقاء القدامى والتواصل معهم.

-البحث عن صداقات جديدة وربما من بلدان أخرى.

3. الأسباب السياسية:

– الممارسات السياسية : حيث اصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعية تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق ابداء ارائها وتوجهاته او مختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع .

– ساهم انتشار الحر للمعلومات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية ، في خلق امكانية كبيرة للتحرك الشعبي على اساس معرفة واسعة ودقيقة لأحداث سياسية ، وبالتالي على التصور المواطن للسياسة ، وتتخذ هذه الشبكات موقفا فريدا في هذه العملية ، اذ تمارس تأثيرات قوية على صانع القرار في تشكيل الرأي العام ، فوسائل اتصال تمثل حلقة وصل بين الرأي وصانع القرار .

4. أسباب تجارية:

التسويق والإعلان : حيث اصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع اجتماعية وذلك من اجل الترويج والدعاية لمختلف منتاجاتها طريق الومضات الاشهارية المتنوعة ، كما اصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية

5. التسلية وممارسة الهوايات:

فمواقع الشبكات التواصل الاجتماعي اصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الالعاب والتسلية بالاضافة تتيح للفرد امكانية اشراكه في نفس اللعبة

مع افراد اخرين ومباشر ، ومن جهة اخرى اصبحت تشكل البيئة التي تقوم من خلالها المستخدم بممارسة مختلف هواياته واهتماماته .

6. أسباب وجدانية :

- التعبير عن حب الوطن والانتماء اليه – معرفة اخبار الناس – التعبير عن اراء دون تحمل المسؤولية – الرغبة في مساعدة الاخرين في النجاح في حياتهم – نوع من الفضول وحب الاستطلاع –دعم افكار اجتماعية معينة .(**فؤاد محمد قايد البعداني ، 2016 ، ص: 260 –262**)

VII أثر مواقع التواصل الاجتماعي

1. الإيجابيات:

–تتيح فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء والإعلاميين والمؤثرين في المجتمع مباشرة ودون وسائط مثل موقع فيس بوك.

–المشاركة في دعم الحملات والنشاطات الخيرية عبر انضمام لمجموعة معينة قد تمثل أنت وأصدقائك نسبة مقدرة في قياس قبول الرأي العام لتلك الفكرة(**وائل مبارك خضر فضل الله ، 2012، ص: 20**)

–قدمت من خلال الأجيال الجديدة للهاتف فرصة المشاركة في الندوات خلال طرح تساؤلات أو مناقشة بعض الموضوعات، كما اتسعت دائرة التعليم المفتوح أو التعليم بعد التي بدأت بالجامعات، وتقديم المحاضرات من خلال الانترنت.

–تنشأ ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد مثل مناهضة العنصرية ، أو تحرير الجنس والنوع. (**محمد الفاتح حمدي وآخرون ، 2011 ، ص: 12**) .

–إمكانية تعرف الشخص إلى أخبار أفراد عائلته المنضمين لمجموعة العائلة لديه ، وهذا بدوره يقلل من الفجوة الاجتماعية.

التي تسببها الانترنت ، فلا يصبح الشخص بمعزل عن أفراد عائلته بل يعرف أخبارهم اليومية ومناسباتهم وغيرها.

–فتح باب الحوار بين الأشخاص الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، وبالتالي استفادة هؤلاء الأشخاص من خبرات بعضهم بعضا(**أحمد عبد الله الدريويش ، 2014 ، ص: 96**)

– نافذة مطلة على العالم: حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للإطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.

–منير للرأي والرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك ، والتي قد تتعارض مع الغير ، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل هذه المواقع أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجيهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية.(**بسمة حسين عيد يونس ، 2016 ، ص: 21**)

–تعمل على تقليل من صراع الحضارات : فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية ، ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية ، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية للغرب بدون زيف الإعلام ونفاق السياسة ، مما يقضي في النهاية على تقارب فكري على صعيد الأشخاص فالجماعات والدول .(**فؤاد محمد قايد البعداني ، 2016 ، ص: 264**)

2. السلبيات:

–الادمان وإضعاف مهارة التواصل : هي من أهم الاثار التي قد تشكل خطرًا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب و المراهقين . فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر، وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعليات التي يقيمها المجتمع . وبما أن التواصل بين الناس بشكل مباشر يؤدي لتطوير المهارات التي تساعد الشباب في مجالات الاتصال الانساني حيث تنمي عندهم الحس بالمسؤولية تجاه الغير وتقوي سرعة البديهة لديهم فيستطعون التعامل مع المواقف بحذاقة وحنكة وهذا ما تفتقده المواقع الاجتماعية . فإن إدمان الشباب على التواصل الالكتروني يؤدي بهم للعزلة الاجتماعية وفقد مهارة التواصل المباشر مع المجتمع. (**وائل مبارك خضر فضل الله ، 2012 ، ص: 20**)

–إن سوء استخدامها تؤدي إلى انتشار الجريمة والعنف والفوضى واضطراب الأخلاق والسلوك.

-تسمح للأفكار و المعتقدات المتطرفة سواء كانت دينية أو سياسية أو عنصرية، فتتداول داخل الشبكة ولا أحد يستطيع ردعها(**محمد الفاتح حميدي وآخرون ، 2011 ، ص: 98**)

-حقوق النشر: يمثل ضياع حقوق النشر أهم الإشكاليات التي تواجه شبكات التواصل الاجتماعي، وقد أثارت جدلا كبيرا بين شركات الإنتاج والنشر، و تجري العديد من المناقشات لتتوصل إلى حل لها. (**أحمد عبد الله الدريويش ، 2014 ، ص: 97**)

-ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل : حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين(بسمة حسين عيد يونس ، 2016 ، ص: 21)

-عرض المواد الإباحية والصور الفاضحة والذي يترك آثاره في الأسرة والشباب والشابات ، والتسبب بمشاكل عائلية وزوجية قد تؤدي إلى الطلاق ، وتدمير الأسرة أو العزوف عن الزواج أو الدخول في المعاصي الفردية والعامة. (**فؤاد محمد قايد البعداني ، 2016 ، ص: 265.**)

-إن الكثير من الكلام تحول من اللسان إلى الأصابع ، فصارت تتحدث أكثر من الألسنة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، حيث غيرت من أنماط التعامل ، فالبيوت الحية بأهلها صارت خاوية صامتة ، فأدت في كثير من الأحيان إلى العقوق ، فيؤثر الابن التواصل بهذه الأجهزة على طاعة والديه.(**دعاء عمر محمد كتانة ، 2015 ، ص: 40**)

التعريف بالفيسبوك:

مصطلح فيسبوك كما هو معروف في اروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صورا ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة، ومن هنا جاءت تسمية هذا الموقع، وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية ببعضهم حتى يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودة في نفس الكلية.(**فضل الله ،2011،ص261**)

ويعرف قاموس الاعلام و الاتصال الفيسبوك على انه موقع خاص بالتواصل الإجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة (profil)، وقد وضع في البداية لخدمته طلاب وهيئة التدريس و الموظفين، لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.(**تومار،2012،ص55**)

مؤسس الموقع زكربيرغ اطلق الموقع في الرابع من فبراير (2004م) حين كان طالبا في جامعة هارفرد وكان الموقع في البداية مخصصا فقط للطلبة في الجامعة لكن تم تطويره لاحقا والسماح لطلبة الجامعات بشكل عام بالاشتراك في الموقع، من ثم السماح شمل طلبة المدارس الثانوية وأي شخص يتعدى عمره 13 سنة. (فضل الله،2011،ص12)

ويتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء، وتصنف المجموعات على أساس الاقليم ومكان العمل، الجامعة، المدرسة.(تومار،2012،ص57)

هناك مساحة للتحاور داخل المجموعات و التعليمات، إضافة إلى وجود نتيجة الشهر الذي يدون فيها اهم الأخبار التي يهتم بها المشركون في المجموعة، بدءا من الأحداث القومية أو المحلية، حتى أعياد ميلاد الأعضاء، كما توجد مساحة لإعلانات البيع و الشراء، ولكل عضو مساحة يصيف فيها صورة الشخصية إلى جانب وجود مدونة مرتبطة بالموقع ويهدف الموقع بشكل عام إلى إتاحة التعارف بين الشباب.(الديلمي ،2011،ص 183)

2-نشأة الفيسبوك:

ترجع فكرة نشأة موقع الفيسبوك الى صاحبه مارك زوكربيرغ حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملائه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم (زودة،2011،ص117) وبالفعل جسد فكرته في 4 فيفري 2004، ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا في غضون أسبوعين بدأ نصف تلاميذة بوسطن بالمطالبة للإنضمام بشبكة الفيسبوك لأن الشبكة كانت في البداية مقتصرة على طلبة هارفرد فقط فاستعان روكزبيرغ بصديقه دستن موسكو بيتروكريسهيوز لبناء الفيسبوك الذي استطاع في غضون اربعة اشهر ان يضيف ثلاثين شبكة لكليات أخرى ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيرا أي شخص بلغ من العمر 13 عاما فأكثر .(ويكيبيديا ، http://qn.wikipooloongliwiki)

فيعتبر الفيسبوك كما سبق وذكرناه أشهر شبكة إجتماعية حيث يضم أكثر من 500 مليون مستخدم، يتيح للمستخدمين إنشاء صفحاتهم الشخصية بحيث يمكن لهم كتابة يومياتهم ونشر صورهم وفيديوهاتهم عليها (عامر ،2007،ص6)

3-مميزات الفيسبوك وخصائصه:

1- الملف الشخصي: profil: فعند الاشتراك بالموقع عليك ان تنشأ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الامور المفضلة لك، وغيرها.

2- اضافة صديق: بها يستطيع المستخدم إضافة اي صديق وأن يبحث عن اي فرد موجود على الفيسبوك

3- المجموعة groupe: تستطيع من خلال هذه الخاصية على الانترنت ان تنشأ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة و الاصدقاء (.فضل الله ،2012،ص11)

4- لوحة الحائط "wal": هي عبارة عن مساحة مخصصة في صيغة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء ارسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم

5- النكزةpokes: من خلال هذه الخاصية يمكن للمستفيدين إرسال نكزة أفتراضية لإثارة إنتباه بعضهم البعض وهي عبارة عن اشعار يخبر المستخدم بأن احد الأشخاص يقوم بالترحيب به.

6- الصورةphotos: هي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

7- الحالة statu: هي التي تتيح للمستخدمين امكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من اعمال في الوقت الحالي.

8- التغذية الاخبارية news feed: حيث يقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة واعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم . (غسان ،المقدادي ، 2012ص 35)

4- الخدمات التي يقدمها الفيسبوك:

الفيسبوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية و مقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة او الدردشة الفورية ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة وكذلك غمكانيةإلتقاء الأصدقاء القدامى و الجدد وتبادل المعلومات وآخر الأبناء و التطورات معهم، وبالاستطاعة القول ان الفيسبوك يقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لزواره، تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل وهي خاصية يتيحها الفيس بوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء. كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة على الفيسبوك ان يثبت المناسبات الهامة التي تخصه ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها.(الشهري ،2013،ص32)

5-ايجابيات الفيسبوك:

1- حرية التعبير: ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الانسان، وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية وتجارية انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون خبرات تقنية أو تكاليف مادية وبكل حرية.(يونس،حمودة ،2013 ص 88)

2- التقارب الثقافي و الاجتماعي: يسهم الفايسبوك في التقارب الثقافي و الاجتماعي بين مختلف شرائح المجتمع، مما يتيح للأفراد التعرف على عادات وتقاليد الدول المختلفة، بالاضافة إلى أحداث نوع من التقارب الثقافي و الحضاري يمكن ان يساعد على التطور في الدول النامية و الفقيرة.(السديري ،2014،ص23)

"- ظهور المواطنة الافتراضية: فتحت مواقع التواصل الاجتماعي المجال امام ممارسة قضايا المواطنة عبر الانترنت وهذه الظاهرة يطلق عليها virtualcitizen chip في ظل التوترات التي تعانيها الدول القومية وتقلص أو انعدام الحقوق السياسية وعدم مصداقيتها في الساحات الواقعية للمجتمعات العربية ويصبح المجتمع الافتراضي مجال ممارسة الحقوق المواطنة و المطالبة بالحقوق السياسية.(يونس،حمودة ،2013 ص 88)

6-سلبيات الفيسبوك:

تتمثل في :

- ففقدان الامان و الخصوصية:
- تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين الفرصة لمعرفة خصوصيات الآخرين و الإطلاع على أسرارهم وتحركاتهم وما يفعلونه وهو مايسهم في سهولة إختراق حياة المستخدمين والتدخل في شؤونهم
- انتحال صفة الغير: يسهل استخدام الفيسبوك في انتحال صفة الغير من خلال الدخول إلى الشبكات بأسماء مستعارة واهمية مكاسب مادية او اجتماعية أو تلويث سمعة بعض الأفراد. (الشهري ،2013،ص86)
- التشهير والمضايقة: توجد على الشبكة العنكبوتية وعلى الفيسبوكبشكل خاص سهولة التخفي على الشبكة و الابتزاز قد يكون بصورة او مقاطع فيديو او غيرها.(المنصور،2012،ص91)

7-احصائيات الفيسبوك في الجزائر عام 2012:

كشف موقع social backer أنه مع بداية عام 2012 سجلت الجزائر نسبة ارتفاع دخول الفيسبوك قدرت بـ 8,20% مقارنة بعدد السكان في الجزائر وبـ 60،32% بالنضر إلى مستخدمي الانترنت، حيث بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك مليونين و 835 ألفا وأشار أن عدد الذكور الجزائريين الذين يستخدمون الفيسبوك اكثر من عدد الإناث حيث بلغ عدد الذكور 68% في حين بلغ عدد الاناث 32%.

8-احصائيات الفيسبوك في الجزائر لعام 2020 :

أعلنت شركة فيسبوك عن احصائياتها في الجزائر لعام 2020 هذه النتائج تشمل الفئات الأكثر استعمالا من طرف الجزائريين بالاضافة إلى العدد النشط شهريا حول هذه الشبكة مع أكثر الصفات التي يزورها الجزائريين

وأبانت الاحصائيات الجديدة أن المستخدمون النشطون شهريا حول الموقع يتراوح عددهم بين 15 و20 مليون مستخدم نشط شهريا منهم 53% من العنصر السنوي ونسبة 38% من العنصر الرجالي، أما بالنسبة للفئة الثانية وهي مابين 25و 34 سنة فشغل 39% من الرجال و 32% من النساء أما باقي الفئات فهي بنسب قليلة. اغلب مرتادي هذه الشبكة هم عزاب غير متزوجين بنسبة 49% ونسبة 29% من مستخدمي الشبكة متزوجين. 9% منهم من فئة المخطوبين اما النسبة الباقية فهم من وضعو حالة مرتبط على حساباتهم بنسبة 14%.(شعيب ،2020)،http://www.ondrouid-d2.com

الفئة التي ترتاد موقع الفيسبوك اغلبها من الفئة الجامعية يليها التلاميذ من المرحلة الثانوية. تأتي الآن لأكثر الولايات استعمالا لهذا الموقع فقد كان النصيب الأكبر للعاصمة بنسبة 31% تليها مدينة وهران ثم قسنطينة ثم سطيف، باتنة، ورقلة وعنابة.

بالحديث عن اكثر شيء يزوره ويبحث عنه الجزائريون سجلت القائمة حضور صفحات دينية، ثقافية، اخبارية ورياضية، فقد احتلت صفحة الداعية المصري amrkhaled المرتبة الأولى تليها صفحة journal el bilad الاخبارية. وشهدت القائمة ظهور متعاملي الهاتف النقال جازي و اوريدو وصفحة الاعلامي والمعلق الرياضي حفيظ دراجي.

التخصصات التي سجلة حضورا مميزا في القائمة كانت التخصصات العلمية بشكل عام كالاقتصاد و الاحصاء و الاعلام الآلي والرياضيات وكافة العلوم الأخرى. (شعيب ، 2017) http://www.ondrouid-d2.com،

9- احصائيات الفيسبوك في الجزائر لعام 2021 :

اما في سنة 2021 احتلت الجزائر مرتبة متقدمة بين دول العالم من حيث زيادة عدد مستخدمي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ،بنحو 3.5 مليون مستخدم حسب التقرير السنوي الصادر عن منصة إدارة وسائل التواصل الاجتماعي هوت سويت

وأشار التقرير الى أن الجزائر شهدت نموا ملحوظا في إستخدام الانترنت والهاتف المحمول والفيسبوك في 2021 حيث احتلت المرتبة 19 عالميا في زيادة عدد مستخدمي موقع الفيسبوك مقارنة بعام 2020 بارتفاع نسبته 10 بالمئة(http://www.elbilad.net)

خلاصة:

أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي ثورة عظيمة في عالم اليوم ، ذلك لأنها أتاحت الكثير من الخدمات للمستخدمين أشخاصا كانوا أو مؤسسات ، وعلى الرغم من التداعيات السلبية التي تفرزها هذه الفضاءات الإلكترونية ، فإننا لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نغفل الأدوار الإيجابية لها ، خاصة تلك التي تميزت عن غيرها من المواقع في تقديم المقيد والجديد كالفايس بوك ، وتويتر ، ويوتيوب ، ولينكد إن، وغوغل.

كما تنوعت الآثار الإيجابية للشبكات الاجتماعية وتعددت فوائدها من تكوين العلاقات ، وتبادل الآراء بين الأشخاص ، إلى أبعاد مهمة من قبيل الفوائد الاجتماعية والإنسانية والجوانب التربوية والتعليمية ، وهو ما انعكس على واقع البشرية ومستقبلها ، ومن غير المعقول أن يبقى الإنسان بعيدا عن الانخراط ضمن هذه التقنية الجديدة.

الجانب التطبيقي

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

عرض وتحليل النتائج

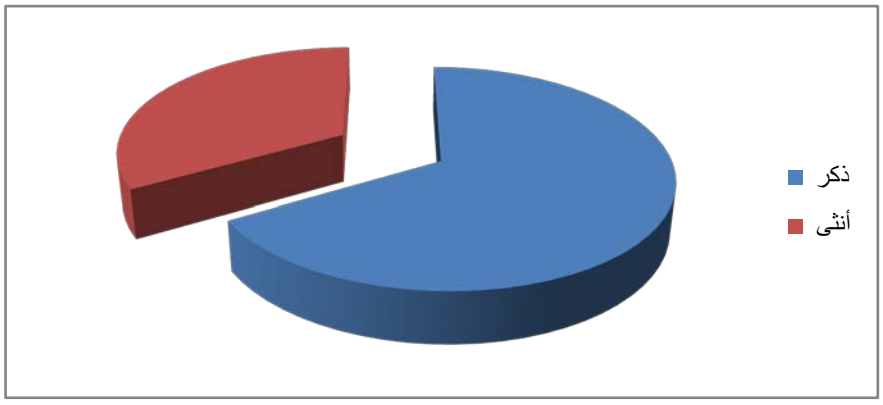
أ/ تحليل البيانات الوصفية:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	28	%47
أنثى	32	%53
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا 60 فردا، نلاحظ أن 28 فردا يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 47%، أما حجم الاناث فقد بلغ 53 أنثى بنسبة قدرت بـ 53%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (01)

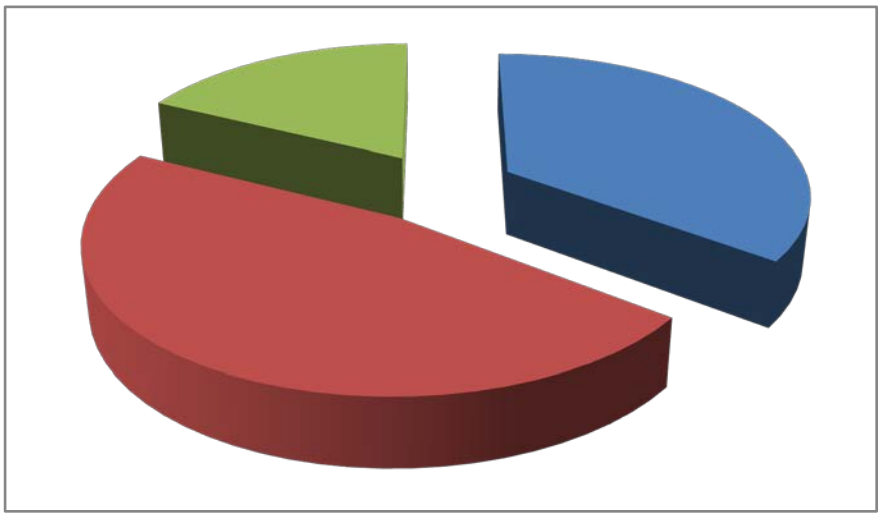
الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 20 سنة	24	%40
من 20 إلى 24 سنة	30	%50
من 25 إلى 29 سنة	6	%10
أكثر من 29	00	00
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا 60 فردا، نلاحظ أن 24 أفرد سنهم أقل من 20 سنة بنسبة بلغت 40%، أما من 20 إلى 24 سنة فقد بلغ 30 أفراد بنسبة قدرت بـ 50%، بالنسبة من 25 إلى 29 سنة فقد بلغ 6 أفراد بنسبة قدرت بـ 10%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (02)



الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

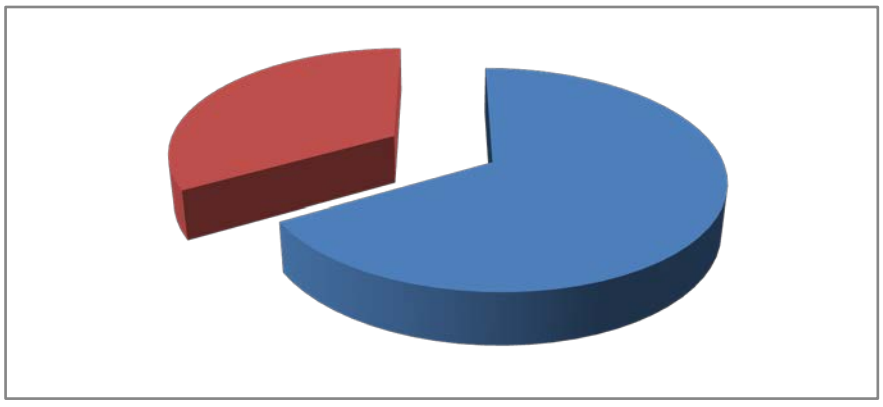
الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الاقامة

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
الريف	21	%35
المدينة	39	%65
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا 60 فردا، نلاحظ أن 21 فردا يعيشون في الأرياف بنسبة بلغت 35%، أما الذين يعيشون في المدينة فقد بلغ 39 فرد بنسبة قدرت بـ 65%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (03)

ومن خلال هذا نلاحظ أن نسبة الطلبة المقيمين في المدينة أكبر من نسبة الطلبة المقيمين في الريف وهذا راجع إلى الظروف التي تهيئها المدينة من مختلف المنشآت الترفيهية وتعليمية، وكذلك تخلى السكان عن الريف والنروح نحو المدينة وذلك للظروف صعبة التي يعيشها سكان الريف عكس المدينة الذين يعيشون في ظروف مريحة.

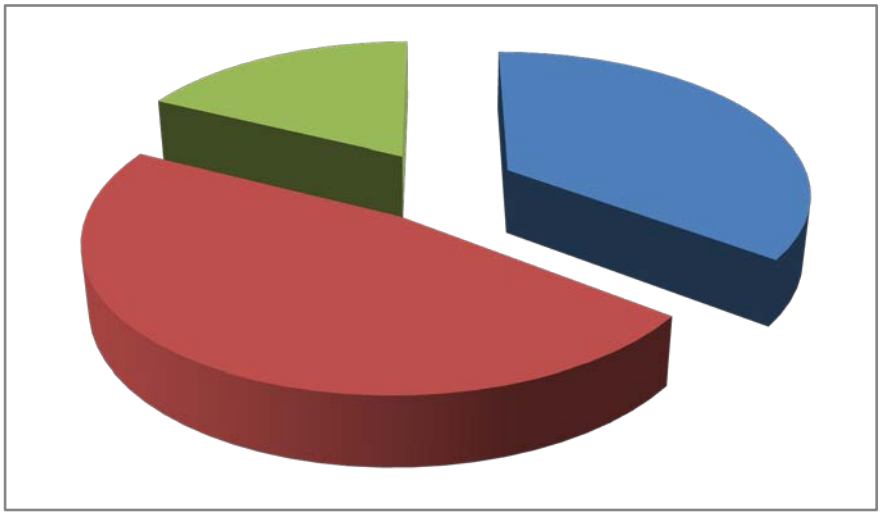
الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الاقامة



الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
مرتفع	3	%05
متوسط	56	%94.17
منخفض	1	%0.83
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا 60 فردا، نلاحظ أن 3 أفرد مستواهم المعيشي مرتفع بنسبة بلغت 05%، أما الأفرد مستواهم المعيشي متوسط فقد بلغ 56 أفراد بنسبة قدرت بـ 94.17%، بالنسبة لأفرد مستواهم المعيشي منخفض فقد بلغ 1 فرد بنسبة قدرت بـ 0.83%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (04)



الشكل رقم (04) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي

ب/ تحليل أسئلة الاستبيان:

المحور الأول : محور عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع فيسبوك

السؤال رقم (04):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)

السؤال 04	التكرارات	النسبة المئوية
اقل من ساعة	7	%12
من ساعة إلى ساعتين	26	%43
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	12	%21
من ثلاث ساعات إلى أربعة ساعات	15	23
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**04**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**04**) بالبديل " **اقل من ساعة** " وقد بلغ عددهم (7) فرد بنسبة مئوية بلغت 12%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **من ساعة إلى ساعتين** " والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 43%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **من ساعتين إلى ثلاث ساعات** " والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 23%،

ويمكن تفسير ذلك بأن المتعة التي مستخد وا وقت استخدامهم للموقع ومشاركة الأراء مع أصدقائهم يجعلهم لايعيرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح الموقع، وهذا ما من شأنه أن يؤدي إلى تضييع الكثير من الوقت، وإهمال الكثير من الوجبات والأعمال التي قد تكون لها أهمية كبيرة في حياتهم أكثر من الجلوس إلى هذا الموقع.

السؤال رقم (05):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

السؤال 05	التكرارات	النسبة المئوية
صباحا	2	%3
مساءا	14	%24
ليلا	26	%44
في كل الاوقات	18	%30
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**05**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**05**) بالبديل " **صباحا** " وقد بلغ عددهم (2) فرد بنسبة مئوية بلغت 3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **مساءا** " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 24%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **ليلا** " والبالغ عددهم (26)

بنسبة مئوية قدرت بـ 44%، في حين المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **في كل الاوقات** " والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 30%،

من خلال هذا نلاحظ أن معظم أفراد العينة كان الوقت مفضل لديهم هو في الليل وهذا في هذا الوقت وذلك لتفرغهم من جميع الأشغال فيسبوك راجع إلى إمكانية استخدام موقع والأعمال، ضف إلى ذلك أن الإنترنت تتيح فرصة اختيار الوقت المناسب للأستخدام لأن في هذا الوقت يكون الضغط عليها قليل لأن المؤسسات الخدماتية والإدارات تكون مغلوقة ليلا ومما يسهل في كل الأوقات وذلك لأنهم لا توجد أي فيسبوك ذلك كما يميلوا بعضهم لاستخدام موقع انشغالات في حياتهم وتعلقهم بهذا الموقع، وأيضا لامتلاكهم الهواتف الذكية التي تسمح لهم بذلك، ويمكن تبرير قلة الاستخدام في الفترة الصباحية لأن الوقت لا يسمح بذلك فمعظم أفراد العينة يزاولون دراستهم في الفترة الصباحية.

السؤال رقم (06):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

السؤال 06	التكرارات	النسبة المئوية
المنزل	40	%66.67
الجامعة	03	%05
مقاهي الأنترنت	2	%3
في كل مكان	16	%25.83
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**06**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**06**) بالبديل " **المنزل** " وقد بلغ عددهم (40) فرد بنسبة مئوية بلغت 66.67%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **الجامعة** " والبالغ عددهم (03) بنسبة مئوية قدرت بـ 05%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **مقاهي الأنترنت** " والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 3%، في حين المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **في كل مكان** " والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.83%،

ومن خلال هذا نلاحظ أن معظم أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك في المنزل وذلك الشعور بالراحة عند تصفحهم له وأيضا التطور الكبير الذي عرفته الأنترنت في الجزائر في السنوات الأخيرة حيث كشفت إحصائيات الأنترنت العالمية أن عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر بلغ 4 ملايين و700 مستخدم كما شهدت إشتراكات الأنترنت في المنازل ارتفاعا كبير في السنوات الأخيرة أي توفر في كل منزل على شبكة الانترنت وهذا ما سهل عليهم ذلك، كما يميل البعض في استخدامه في كل مكان وهذا لتوفر عديد من التطبيقات التي تسمح لهم بدخول إلى الموقع مثل G4، 3G ، وأيضا لتعرضهم للموقع وتركه مفتوح طول الوقت دون الدخول إليه واستخدامه.

السؤال رقم (07):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

السؤال 07	التكرارات	النسبة المئوية
بمفردك	41	%68.33
مع الأصدقاء	9	%15
مع أفراد العائلة	10	%16.67

الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**07**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**07**) بالبديل " **بمفردك** " وقد بلغ عددهم (41) فرد بنسبة مئوية بلغت 68.33%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **مع الأصدقاء** " والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 15%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **مع أفراد العائلة** " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.67%،

ومن خلال هذا نلاحظ أن معظم أفراد العينة يكونوا عند استخدام موقع الفيسبوك بمفردهم وذلك راجع لشعورهم بالحرية في استخدام للموقع، كذلك طبيعة الاستخدام الفردي لجهاز الكمبيوتر حيث يتطلب مستخدما واحدا ضف إلى ذلك انتشار استخدام الكمبيوتر المحمول كما يميل البعض لاستخدامهم الفيسبوك مع أفراد العائلة وذلك لثقتهم فيهم، وأيضا لأن الطلبة الجامعيين يفضلون التحدث مع أصدقائهم ومعارضهم بمفردهم وذلك نتكلم عن كل ما يردون بحرية دون إزعاج أو تضييق من الآخرين.

السؤال رقم (08):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

السؤال 08	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 80	38	%64.17
من 80 إلى 120	10	%16.67

أكثر من 120	12	%19.16
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**08**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**08**) بالبديل " **أقل من 80**" وقد بلغ عددهم (38) فرد بنسبة مئوية بلغت 64.17%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **من 80 إلى 120** " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.67%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أكثر من 120**" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 19.16%،

من خلال هذا نلاحظ أن أغلب أفراد العينة لديهم أقل من 80 صديق وهذا راجع إلى رفض طلب صداقة من الذين لا يعرفونهم كما يميل البعض إلى تقبلهم طلبات الصداقة عبر موقع الفيسبوك حيث كانت إجابتهم أكثر من 120 صديق وذلك لأن أشهر التطبيقات على موقع الفيسبوك هو تطبيق طلب الصداقة وأن الفيسبوك فضاء للتعارف وتكوين الصداقات مختلف حول العالم، كما أنه يفتح المجال أمام مختلف شرائح المجتمع للتعارف مع بعضهم البعض.

السؤال رقم (09):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

السؤال 09	التكرارات	النسبة المئوية
الدردشة	43	%71.66
التعليقات	17	%28.33

مشاركة الصور و الفيديو	19	%31.66
إدارة الصفحات	9	%25.83
أخرى تذكر	2	%3.33
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**09**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**09**) بالبديل " **الدردشة** " وقد بلغ عددهم (43) فرد بنسبة مئوية بلغت 71.66%،أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **التعليقات** " والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.33%،في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **مشاركة الصور و الفيديو** " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 31.66%، في حين المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **إدارة الصفحات** " والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.83%، في حين المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أخرى تذكر** " والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 3.33%،

من خلال هذا نلاحظ أن معظم أفراد العينة يفضلون خدمة الدردشة وذلك من أجل تواصل مع الأصدقاء والأقارب ومعرفة أخبارهم وأحوالهم كما تسهل لهم بناء علاقات افتراضية والتي تسمح لهم بالتعرف أكثر على أصدقائهم في " الفيسبوك"، وكذا تساعدهم على توسيع علاقاتهم الإجتماعية ايميل بعضهم إلى خدمة مشاركة الصور والفيديو وذلك من أجل التعبير وإخراج ما بداخلهم عن الطريق نشر الصور والفيديو، كذلك خدمة التعليقات لميلهم للتعبير عن أفكارهم وآرائهم تجاه مختلف المشاركات التي يضعها الأصدقاء أو يجدونها في مختلف الصفحات التي ينتمون إليها.

السؤال رقم (10):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

السؤال 10	التكرارات	النسبة المئوية
تقرا وتعلق على مشاركة الأصدقاء	25	%41.66
الدردشة مع الأصدقاء	27	%45
تنشر صور فيديوهات على صفحتك	8	%13.33
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**10**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**10**) بالبديل " **تقرا وتعلق على مشاركة الأصدقاء** " وقد بلغ عددهم (25) فرد بنسبة مئوية بلغت 41.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **م الدردشة مع الأصدقاء** " والبالغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ 45%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **تنشر صور فيديوهات على صفحتك** " والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.33%،

من خلال ذلك نلاحظ أن معظم أفراد العينة يتصفحون موقع الفيسبوك من أجل الدردشة مع الأصدقاء وهذا راجع إلى ما يتميز به موقع الفيسبوك من تفاعلية وسرعة التواصل حيث اتاح للمستخدمين تطبيقات جديدة مثل الدخول في غرف الدردشة مع الأشخاص الذين لديهم اهتمامات متشابهة ولكسر القيود، ويميل البعض إلى القراءة التعليق على مشاركة الأصدقاء والرد عليها، في الفيسبوك يجعل العديد من مستخدميه يفضلون الخدمات التي تكون فيها تفاعلية أكثر من غيرها من خلال كتابة التعليقات ومناقشتها والرد عليها من طرف الأصدقاء واهتمامهم بكل ما ينشره أصدقائهم على الفيسبوك ، واطلاعهم على كل ما هو جديد في صفحة الأصدقاء.

السؤال رقم (11):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

السؤال 11	التكرارات	النسبة المئوية
العربية الفصحى	12	%20
الفرنسية	16	%26.66
الانجليزية	3	%5
العامية	29	%48.33
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**11**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**11**) بالبديل " **العربية الفصحى** " وقد بلغ عددهم (12) فرد بنسبة مئوية بلغت 20%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **الفرنسية** " والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.66%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **الانجليزية** " والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 5%، في حين المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **العامية** " والبالغ عددهم (29) بنسبة مئوية قدرت بـ 48.33%،

ومن خلال هذا نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يعتمدون العامية في استخدام موقع الفيس بوك ، وذلك راجع إلى أنها اللغة الأكثر استعمالا في حياتهم اليومية، وأنهم يستطيعوا من خلالها إيصال آرائهم بكل سهولة وإمكانية فهم أفكارهم من قبل الأفراد الآخرين وكذلك مساهمة العامية بشكل كبير في زيادة

التفاعل والتواصل بين الأصدقاء، فظهرت لغة جديدة غير محددة القواعد تسمى الفرانكوآراب أو الانجليزي المعرب، وتنطق هذه اللغة مثل العربية، إلا أن الحروف المستخدمة في الكتابة هي حروف لاتينية ، واخترعت حروف جديدة ليست موجودة في اللغة اللاتنية يعبر عنها بالارقام مثل 7= حر الحاء و3– حرف العين، ويميل البعض الآخر إلى استخدام اللغة الفرنسية وذلك الأهم يتقنوها ويحبون التواصل بها.

السؤال رقم (12):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

السؤال 12	التكرارات	النسبة المئوية
سهولة الاستخدام	21	%35
انتشار واسع	20	%33.33
فعالية هذا الموقع	19	%31.66
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**12**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**12**) بالبديل " **سهولة الاستخدام** " وقد بلغ عددهم (21) فرد بنسبة مئوية بلغت 35%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **انتشار واسع** " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية

قدرت بـ 33.33%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **فعالية هذا الموقع** " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 31.66%،

من خلال هذا نلاحظ أن أفراد العينة أغلبهم يفضلون موقع الفيسبوك لسهولة استخدامه وذلك لأنه يسهل عليهم طرق تصفحه واللجوء اليه، كما يميل بعض أفراد العينة إلى انتشاره الواسع وهذا بفضل تطبيقاته المتاحة والمنتشرة التي غالبا ما تلبي وتشبع احتياجاتهم ورغباتهم، وأيضا لأنهم يحبون امتلاك موقع الفيسبوك حتى لا يشعرون بالإحراج أمام أصدقائهم .

المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة لموقع فيس بوك

السؤال رقم (13):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

السؤال 13	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	60	%35
لا	00	%33.33
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**13**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**13**) بالبديل " **نعم** " وقد بلغ عددهم (60) فرد بنسبة مئوية بلغت 100%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **لا** " والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ 00%،

وذلك لأنه يعتبر الوسيلة الأفضل للتواصل والتعارف مع مختلف الأفراد والأصدقاء وكذلك لانتشاره الواسع بين المجتمعات وأيضا بين فئة الشباب وخاصة الطلبة الجامعين باعتبارهم فئة مثقفة ونشطة ويعتبرون الفيسبوك أحسن وسيلة للتواصل والتعامل مع الطرف الأخر لسهولة استخدامه، وأيضا ظهور الهواتف الذكية وخدمات الجيل الثالث والرابع لتدفق الأنترنت G,4G3 حيث نلاحظ مقارنة مع الدراسات السابقة: تباين في امتلاك الطلبة الحسابات على هذا الموقع بنسبة 200% في تطور رهيب في فترة وجيزة.

السؤال رقم (14):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

السؤال 14	التكرارات	النسبة المئوية
سنة	6	%10
سنتين	13	%21.66
ثلاث سنوات	10	%16.66
أربع سنوات	13	%21.66
أكثر من خمس سنوات	19	%31.66
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**14**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم

(**14**) بالبديل " **سنة** " وقد بلغ عددهم (6) فرد بنسبة مئوية بلغت 10%،أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **سنتين** " والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.66%،في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **ثلاث سنوات** " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.66%، في حين المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أربع سنوات** " والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.66%، في حين المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أكثر من خمس سنوات** " والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 31.66%،

ومن خلال الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك منذ أكثر من خمس سنوات وذلك لاهتمامهم الكبير بهذا الموقع، وأيضا للتوسع الكبير التكنولوجيا الاتصال وما جاءت به من اختراعات وتطورات عديدة سهلت المهمة على الطلبة الجامعيين في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أيضا تتنوع أدوار الفيسبوك وخدماته.

السؤال رقم (15):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

السؤال 15	التكرارات	النسبة المئوية
الدوافع الاجتماعية و العاطفية	5	%8.33
التسلية و الترفيه	14	%23.33
التواصل مع الأصدقاء و الأقارب	20	%33.33
التخلص من القلق و الملل	10	%16.66
الهروب من الواقع	1	%1.66

التثقيف و زيادة المعلومات	10	%16.66
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**15**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**15**) بالبديل " **الدوافع الاجتماعية و العاطفية** " وقد بلغ عددهم (5) فرد بنسبة مئوية بلغت 8.33%،أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **التسلية و الترفيه** " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.33%،في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **التواصل مع الأصدقاء و الأقارب** " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ33.33%، في حين المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **التخلص من القلق و الملل** " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.66%، في حين المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **الهروب من الواقع** " والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 1.66%، في حين المجموعة السادسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **التثقيف و زيادة المعلومات** " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.66%،

من خلال هذا نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بدافع التواصل مع الأصدقاء والأقارب وهذا راجع إلى سهولة التواصل بهم عبر هذا الموقع كما يميل بعض أفراد العينة أيضا إلى استخدام الفيسبوك بدافع التسلية والترفيه والتخلص من الملل وذلك لأنهم يجدون موقع الفيسبوك أفضل طريقة التخلص من المال، أيضا أترفيه عن أنفسهم واستغلال وقتهم مع هذا الموقع.

السؤال رقم (16):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

السؤال 16	التكرارات	النسبة المئوية
اسمك الحقيقي	28	%46.66
اسمك الميتعار	32	%53.33
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**16**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**16**) بالبديل " **اسمك الحقيقي** " وقد بلغ عددهم (28) فرد بنسبة مئوية بلغت 46.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **اسمك الميتعار** " والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 53.33%،

ومن خلال هذا نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يفضلون الدخول إلى موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك باسم مستعار أكثر من الاسم الحقيقي كل حسب احتياجاتهم وظروفهم وأسبابهم وذلك لأن أغلبهم إناث ولا يمكنهم وضع أسمائهم الحقيقية وصورهم الشخصية وخصوصياتهم لأن ذلك يكشف عن شخصيتهم الحقيقية وأن الذكور هم من يستخدمون موقع الفيسبوك باسم حقيقي وهذا للتعريف بأنفسهم، وهدفهم هو التواصل مع الأصدقاء وإتاحة الفرصة الأصدقائهم حتى يجدوهم بسهولة، وبالتالي الحفاظ على علاقتهم حيث يمكن الموقع أي مستخدم من العثور على معارفه من خلال كتابة اسمه في الخانة الخاصة بالبحث وسيجد هذا الصديق مباشرة في قوائم المسجلين في الموقع إن كان يدخل باسمه الحقيقي وإبقاء التواصل مع الأصدقاء كان هدف مؤسس الموقع منذ بداية إنشائه .

السؤال رقم (17):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

السؤال 17	التكرارات	النسبة المئوية
أن يجدك أصدقائك بسهولة	42	%70
أن تكتسب ثقة المتعاملين	12	%20
الإجمالي	60	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (**17**) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربعة مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (**17**) بالبديل " **أن يجدك أصدقائك بسهولة** " وقد بلغ عددهم (28) فرد بنسبة مئوية بلغت 46.66%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أن تكتسب ثقة المتعاملين** " والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 53.33%،

ومن خلال هذا نلاحظ أن أغلب أفراد العينة بدخول إلى موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك باسم حقيقي من أجل أن يجهم أصدقائهم بسهولة وكذلك أيضا من أجل التواصل معهم والتحدث بكل راحتهم عبر الفيسبوك ويجدوهم معارفهم، وكذلك لسهولة الوصول إليهم دون إبدال أي جهد. وهي الخدمة التي يوفرها هذا الموقع يربط بيانات الفيسبوك وال ماسنجر وحتى الهاتف المحمول وتحديد المكان وإقتراحات الصداقة "هل تعرف فلان" إلى توصيل المشاركين بعضهم ببعض.

النتائج العامة في ضوء الدراسات السابقة:

– تتفق دراستنا مع دراسة "مريم نرمان نورمان" المعنونة "استخدام مواقع الشبكات الإجتماعية وتأثيره في العلاقات الإجتماعية"، في النتائج المتشابعة التي توصلنا إليها وهي أن موقع الفيسبوك يتيح فضاء لتفاعل والتواصل، وبناء علاقات إفتراضية.

– وتختلف نتائج دراستنا مع الدراسة في أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك من أكثر من إلى خمس سنوات ومنهم من يسخدمه من ساعة إلى ساعتين، في حين توصلت هذه الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك منذ سنة إلى ثلاث سنوات يستخدمونه ثلاث ساعات.

– تختلف دراستنا مع دراسة "قواسمية حنان" المعنونة "مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين"، وذلك من خلال النتائج المتوصل إليها ففي هذه الدراسة توصلت الباحثة إلى أن غياب أفراد العينة عن الفيسبوك يشعرهم بالقلق واضطراب، في حين توصلت دراستنا إلى أن غيابهم عن الموقع لا يشعرهم بشيء.

– تتفق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة في أن أفراد العينة يقضون وقت كبير على الموقع في التحدث والدردشة مع الأصدقاء أكثر من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم.

– تتفق دراستنا مع دراسة "السعدي حنان وضيف عائشة" المعنونة "استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي" موقع الفيس بوك نموذجا– في النتائج المتاشبهة التي توصلنا إليها وهي أن أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك بمفردهم.

– تختلف نتائج دراستنا مع هذه الدراسة في أغلب أفراد العينة يفضلون الدردشة في استخدام الفيسبوك ، في حين توصلت هذه الدراسة تفضيل أفراد العينة نشر الأفكار.

– تتفق دراستنا مع دراسة "ليلى حسين" المعنونة "اتحاه الطلمبة نحو إستخدامات شبكات التواصل الإجتماعي (فيس بوك وتويتر)، في نتائج الدراسة المتشائمة التي توصلنا إليها هي أن الغرض من استخدام موقع هو التواصل مع الأصدقاء والتسلية والترفيه.

– تختلف نتائج دراستنا مع هذه الدراسة في أن سبب تفضيل أفراد العينة موقع الفيسبوك هو سهولة الاستخدام، في حين توصلت هذه الدراسة إلى شهرة وانتشار الموقع هو سبب تفضيلهمله.

– تختلف دراستنا مع دراسة "حنان بن شعشوع الشهري" المعنونة "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكتروني على العلاقات الإجتماعية" "الفيس بوك وتويتر نموذجا" وذلك من خلال النتائج المتوصل إليها ففي هذه الدراسة توصلت الباحثة إلى أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي في فترة المساء، في حين توصلت دراستنا إلى أن فترة الليل هي المفضلة في استخدام موقع الفيسبوك لدى أفراد العينة.

– تتفق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة في أن أفراد العينة لم يؤدي استخدامهم لموقع الفيسبوك في تراجع مستواهم العلمي.

– تختلف دراستنا مع دراسة "محمد رشيد عبد الله الرشيد" المعنونة " استخدام شبكتي التواصل الإجتماعي الفيسبوك وتويتر والإشباعات المحققة لدى طلبة الجامعات الأردنية"، وذلك من خلال النتائج المتوصل إليها ففي هذه الدراسية توصلت الباحثة إلى أن أفراد العينة أن اللغة الإنجليزية هي المفضلة في استخدام الفيسبوك، في حين توصلت دراستنا إلى أن العامية هي المفضلة لهم في استخدام الموقع.

نتائج الدراسة:

من خلال النتائج المحصل عليها سابقا وفي ضوء الدراسات النظرية، خلصنا إلى جملة من النتائج تتمثل

- ✓ يستخدم طلبة علوم الاعلام و الاتصال موقع الفيسبوك من أجل التواصل والتفاعل وتبادل المعلومات والأفكار مع الأصدقاء .
- ✓ استخدام طلبة علوم الاعلام و الاتصال موقع الفيسبوك لم يؤثر على مستواهم العلمي
- ✓ يحقق موقع الفيسبوك طلبة علوم الاعلام و الاتصال إشباعات إجتماعية وثقافية .
- ✓ استخدام طلبة علوم الاعلام و الاتصال موقع الفيسبوك لا يشعرهم بالوحدة والعزلة عن المحيط الإجتماعي، في حين هناك من يشعرهم غيابهم عنه بالفراغ والقلق والاضطراب.
- ✓ يكون طلبة علوم الاعلام و الاتصال علاقات حقيقية عبر الفيسبوك ، وذلك لأن أصدقائهم على الفيسبوك هم أصدقائهم في الواقع.
- ✓ أثر استخدام موقع الفيسبوك على طلبة علوم الاعلام و الاتصال بشكل إيجابي، من خلال مساعدتهم على معرفة مختلف الأخبار وتبادل المعلومات والأفكار .
- ✓ أثر استخدام موقع الفيسبوك على طلبة طلبة علوم الاعلام و الاتصال بشكل سلبي وذلك لأنه يضيع من وقتهم ويساعدهم على نشر الأكاذيب والإشاعات .
- ✓ يكون طلبة علوم الاعلام و الاتصال علاقات حقيقية عبر الفيسبوك ، وذلك لأن أصدقائهم على الفيسبوك هم أصدقائهم في الواقع.
- ✓ أثر استخدام موقع الفيسبوك على طلبة علوم الاعلام و الاتصال بشكل إيجابي، من خلال مساعدتهم على معرفة مختلف الأخبار وتبادل المعلومات والأفكار .
- ✓ أثر استخدام موقع الفيسبوك على طلبة علوم الاعلام و الاتصال بشكل سلبي وذلك لأنه يضيع من وقتهم ويساعدهم على نشر الأكاذيب والإشاعات .

خاتمة

لقد أفضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى وسائل اتصال جديدة عملت على تغيير علاقات الناس فأصبح الفرد يستغني عن اللقاءات المباشرة ويري في وسائل أخرى بديل له من شأنه أن يختزل الوقت المخصص للأشخاص الواقعيين في حياته.

او من خلال دراستنا حاولنا التعرف على علاقة استخدام الفيس باللاوعي لدى الطلبة، حيث اعتبر موقع الفيس بوك حديث عام وخاص، حيث يعتبرها الأغلبية أنها مظهر من مظاهر التحضر والتقدم كونها شكل من أشكال التكنولوجيا وتطور المجتمعات أيضا. فهي تحمل العديد من القضايا التي تحتاج إلى البحث فيها ولها العديد من التطبيقات والخدمات التي توفر لأفراد كل متطلبات الممارسة الاتصالية داخل المجتمع وخارجه.

كما أن موقع الفيس بوك أصبح يمثل الحيز المكاني للتعارف وإنشاء الصداقات والتعلم والتثقيف والتسلية وكذلك حرية التعبير والإبداع الفكري، كما يمكن اعتبارها مختبر لعمليات التعارف والتواصل البشري، وقد تمكن هذا الموقع من بلوغ كل الفئات العمرية على اختلافها من صغار وكبار خاصة الفئة الأهم وهي فئة الطلبة التي تمثل شريان حياة المجتمعات الإنسانية وثروتها التي لاتقدر بثمن وسعت للتأثير عليها سواء سلبا أو إيجابا. حيث تتميز بقدر عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، ففي السابق كانت مساهمة جمهور الانترنت محصورة في دائرة رجع الصدى للمحتوى أما الآن فتتمثل مشاركته في هذا المحتوى من خلال نشره والتعليق عليه بكل حرية الرأي.

وهذا مايميز موقع الفيس بوك على غيره من الوسائل الأخرى وهنا تكمن أهميته وضرورة التعرف عليه ومعرفة كل مايتعلق به

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- **القواميس والمعاجم:**

1- آبادي، فيروز. معجم المحيط. لبنان: مؤسسة الرسالة للنشر والتوزيع، 2005.

2- الأنصاري، ابن منظور. لسان العرب. بيروت: دار صادر، 1414.

3- جرجس، مشال جرجس. معجم مصطلحات التربية والتعليم. لبنان: دار النهضة العربية 2005.

4- حرفوش، ريمون وأخرون. معجم منجد الطلاب. لبنان: دار المشرق للنشر والتوزيع ط56 2011.

5- حمدان، محمد. معجم مصطلحات التربية والتعليم، الأردن: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع د.س.ن.

6- قبيعة، هزار وأبو نصري، جميل. معجم متقن الطلاب. لبنان: دار الراتب الجامعية، د.ط، 2014.

- **الكتب:**

7- أوسرير، منور وبوعافية، رشيد. أسس منهجية البحث العلمي في العلوم الإقتصادية وإدارة الأعمال. الجزائر: المكتبة الجزائرية بوداوو،2011.

8- بكر كران، سليمان. الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع 2015.

9- بوحوش، عمار والتنينات، محمد محمود. مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط7، 2014.

10- البياتي، ياس خيضر. الإعلام الجديد الدولة الإفتلراضية الجديدة. عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، 2014.

11- جلوب جبر الكناني، محسن. الاعلام الفضائي والجنس. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع 2012.

12- حامد، خالد. منهجية البحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية. الجزائر: جسور للنشر والتوزيع ط2، 2012.

13- الديهي، محي الدين إسماعيل محمد. تأثير شبكات التواصل الإجتماعي الاعلامية على جمهور المتلقين. الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانوني، 2015.

14- رضا، أمين. الاعلام الجديد. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015.

15- زرواتي، رشيد. تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية. ط3، 2008.

16- سلاطنية، حسان والجبلالي، بلقاسم. أسس البحث العلمي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2009.

17- الشربيني، أحمد. تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة. مصر: مكتبة الأسرة 2009.

18- شعبان، فؤاد وصبطي، عبيدة. تاريخ وسائل الاتصال والتكنولوجياته الحديثة. الجزائر: دار الخلد للنشر والتوزيع، 2012.

19- شقرة، علي خليل. الاعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012.

20- صادق، عباس مصطفى. الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. عمان: دار الشروق 2008.

21- صلاح، مروة عصام. الاعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل. عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع، 2015.

22- عزي، عبد الرحمن. المصطلحات في الاعلام والاتصال. تونس: دار المتوسطية للنشر 2011.

23- عفيفي المليجي، علاء الدين محمد. الاعلام وشبكات التواصل الإجتماعي العالمية. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، 2015.

24- فتحي، عامر حسين. وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع،2011.

25- القاضي دلال والبياتي، محمود.منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2008.

26- قندلجي، عامر إبراهيم. الإعلام الإلكتروني. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة 2015.

27- قندلجي، عامر إبراهيم. الاعلام والمعلومات والانترنت. عمان: البازوري للنشر والتوزيع 2013.

28- كافي، مصطفى يوسف. الرأي العام ونظريات الاتصال. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع 2015.

29- مبارك خضر فضل الله، وائل. أثر الفايس بوك على المجتمع.السودان: المكتبة الوطنية،2011.

30- المشاقبة، بسام عبد الرحمن. نظريات الاعلام. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع،2011.

31- مكي، مصطفى. البحث العلمي وآدابه وقواعده ومناهجه. الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع د.س.ن.

- **المذكرات:**

32- بن شعشوعة الشهري، حنان . أثر استخدام شبكات التواصل الالكتروني على العلاقات الاجتماعية"الفي سبوك والتويتر نموذجا" . جامعة الملك عبد العزيز: كلية الآداب والعلوم الانسانية 1434/1433 .

33- بوزيان، عبد الغني . استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقنات الأرضية ولاشباعات المتحققة منها، مذكرة لنيل شهادة ماجيستير. جامعة باجي مختار: كلية الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، 2009/2010 .

34- جيطاني، مديحة . استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الاسلامية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير . جامعة الحاج لخضر: كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الاسلامية، 2010/2009.

35- الحمزة، عز الدين . استخدامات النخبة الجزائرية للبرامج الاخبارية في الفضائيات العربية والاشباعات المحققة من ذلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر . جامعة العربي التبسي: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2016/2015.

36- حميدة، أسماء و قرطي، ماما. استخدام الطالبات الجامعة لموقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك مذكرة نهاية ماستر. جامعة ورقلة: كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، 2014/2013.

37- حسين، ليلى. اتجاهات الطلب ة نحو استخدامات التواصل الاجتماعي(فايسبوك وتويتر) دراسة مكملة لمتطلبات شهادة الماستر. جامعة بسكرة: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية 2015/2014.

38- خاخة، سعدية . بوقفة، عزيزة . بن عطاء، مريم . أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الاستماع للإذاعة المحلية . جامعة قاصدي مرباح: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2014/2013 .

39- خملة، نهاد. واقع الإختيار المهني لخرجي الجامعة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة ماستر. جامعة بسكرة: كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، 2014/2013

40- الدحدوح، علاء أحمد . تصور مقترح لتوظيف الشبكات الاجتماعية Facebook في الجامعات الفلسطينية . الجامعة الاسلامية: كلية التربية، 2012/2011 .

41- زيناي، سعيدة. دور الطالب الجامعي في الفعل التطوعي داخل المجتمع، مذكرة لاستكمال نيل شهادة ماستر أكادمي. جامعة ورقلة: كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، 2014/2013.

42- السعدي، حنان . ضيف، عائشة . استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لذى الطالب الجامعي "موقع فيس بوك نموذج" مذكرة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر. جامعة قاصدي مرباح: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2015/2014.

43- شلحون، نصيرة و بوعطية، مريم. أثر استخدام مواقع التواصل الإجتماعي على الإتصال الأسري، مذكرة لنيل شهادة ماستر. جامعة جيجل: كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، 2017/2016.

44- طايل البشابشة، وسام. دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الإجتماعي وإشباعاتها" فيس بوك وتويتر"، جامعة البترا: كلية الآداب والعلوم، 2013/2012.

45- قرماط، عماد و قد، محمد الشريف. استخدام الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، مذكرة مكملة لمتطلبات ماستر أكادمي. جامعة ورقلة: كليةالعلوم الإنسانية والإجتماعية، 2017/2016.

46- قواسمية، حنان . مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة العزلة عند الطلبة الجامعيين الجزائريين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر . جامعة العربي التبسي : كلية العلوم الانسانية والاجتماعية،2016/ 2017 .

47- كامل حنفي، حنان ومرعي شتنة ممدوح السيد، عبد الهادي . استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية . جامعة كفر الشيخ: كلية التربية النوعية، 2015/2016 .

48- لطرش، فطوم . استخدام الطلبة للموقع الالكتروني الرسمي للجامة والاشباعات المحققة منه مذكرة لنيل شهادة ماستر . جامعة محمد خيضر: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2014/2013 .

49- لكحل، حليمة و زايدي، ربيحة. أثر مواقع التواصل الإجتماعي في العلاقات الأسرية، مذكرة لنيل شهادة ماستر. جامعة الجلفة: كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، 2017/2016.

50- محمد ابو صلاح، صلاح . استخدامات طلبة الجامعات الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات التمحققة، رسالة للحصول على درجة الماجستير . الجامعة الاسلامية غزة: كلية الأدب، 2013/2014 .

51- محمد رشيد عبد الله الرشيد، آلاء. استخدامات شبكتي التوصل الاجتماعي (فايسبوك وتويتر) الاشباعات المتحققة لدى الجامعات الاردنية. جامعة الشرق الاوسط: كلية الإعلام، 2014/2013.

52- المصري أحمد، منى. الكتاب والأدباء الأردنيون والإشباعات المتحققة لهم من وسائل الاعلام التقليدية والرقمية، رسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير. جامعة الشرق الأوسط كلية الاعلام، 2010/2009.

53- المعايطة، مصعب عبد السلام . دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي، رسالة لستكمال درجة الماجستير. جامعة البترا: كلية الآداب والعلوم، 2014/2013 .

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد بوضياف –المسيلة–

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعة

قسم الاعلام و الاتصال

استمارة استبيان بعنوان

علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي باللاوعي لدى الطلبة

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد بوضياف –المسيلة–

تم إعداد هذا الاستبيان استكمالا لنيل شهادة ماستر

السنة الجامعية :2022/2021

البيانات الشخصية:

1-الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: أقل من 20 سنة ☐ من20 إلى 24 سنة ☐ من 25 إلى 29 سنة ☐

أكثر من 29 سنة ☐

3- مكان الإقامة: الريف ☐ المدينة ☐

4- المستوى المعيشي: مرتفع ☐ متوسط ☐ منخفض ☐

المحور الأول: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع facebook.

5- هل لديك حساب التواصل الاجتماعي facebook ؟

نعم ☐ لا ☐

6- مند متى وأنت تستخدم facebook ؟

سنة ☐ سنتين ☐ ثلاث سنوات ☐ أربع سنوات ☐

أكثر من خمس سنوات ☐

7- ما الذي يدفعك للاستخدام موقع facebook ؟

الدوافع الاجتماعية والعاطفية ☐ التسلية والترفيه ☐

التواصل مع الأصدقاء والأقارب ☐ التخلص من القلق والملل ☐

الهروب من الواقع ☐ التثقيف وزيادة المعلومات والمعارف ☐

8- هلتستخدم موقع Facebook **باسمك الحقيقي أو باسم مستعار؟**

اسمك الحقيقي ☐ اسم مستعار ☐

9- اذا استخدمت اسمك الحقيقي هل ذلك من أجل:

ان يجدك أصدقائك بسهولة ☐ أن تكسبك ثقة المتفاعلين معك ☐

10- اذا استخدمت اسم مستعار هل ذلك راجع:

الخوف ان يعرفك الأخرون ☐ التصرف بكل حرية ☐ تقمص الشخصية ☐

أخرى أذكرها.....

11-هل تواجه صعوبات في استخدام موقع facebook ؟

نعم ☐ لا ☐

-إذا كانت الإجابة بـ "نعم" ما هي هذه الصعوبات ؟

ضعف الاتصال بالإنترنت ☐ صعوبات التحكم في اللغة ☐

أخرى تذكر.....

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع facebook.

12-ماهو عدد الساعات التي تقضيها على موقع facebook ؟

أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى ساعتين ☐ من ساعتين إلى ثلاث ساعات ☐

من ثلاث ساعات الى أربع ساعات ☐

13- ماهي الأوقات التي تساعدك لتصفح موقع facebook ؟

صباحا ☐ مساءا ☐ ليلا ☐ في كل الأوقات ☐

14- ما هو المكان الذي تفضل فيه استخدام facebook ؟

المنزل ☐ الجامعة ☐ مقاهي الانترنت ☐

في كل مكان ☐

15- لما تستخدم facebook هل تكون ؟

بمفردك ☐ مع الأصدقاء ☐ مع أفراد العائلة ☐

16- كم عدد أصدقائك على facebook ؟

أقل من 80 ☐ من80 إلى 120 ☐ أكثر من 120 ☐

17- ماهي خدمات facebook المفضلة عندك ؟

الدردشة ☐ التعليقات ☐ مشاركة الصور والفيديو ☐ إدراة الصفحات ☐

أخرى تذكر.....

18- عند تصفحك لموقع facebook هل ؟

تقرأ وتعلق على مشاركة أصدقائك ☐ الدردشة مع الأصدقاء ☐

تنشر صور والفيديوهات على صفحتك ☐

19- ماهي اللغة المفضلة لديك في استخدامك لموقع facebook ؟

العربيةالفصحى ☐ الفرنسية ☐ الانجليزية ☐ العامية ☐

20- ما هو سبب تفضيلك لموقع facebook ؟

سهولة الاستخدام ☐ انتشاره الواسع ☐ فاعلية هذا الموقع ☐

المحور الثالث : طبيعة الاشباعات المحققة للطلبة الجامعيين من استخدام موقع facebook.

21- ماهي الاشباعات التي تحققها لك موقع facebook ؟

إشباعاتالاجتماعية ☐ إشباعات عاطفية ☐ إشباعات ثقافية ☐

إشباعات علمية ☐

22- ماهي الإشباعات الاجتماعية التي يحققها موقع facebook ؟

ربط علاقات مع الجنس الآخر ☐ ربط علاقات صداقة ☐

حل المشاكل الاجتماعية ☐

24- هل يلبي موقع facebook احتياجاتك ؟

نعم ☐ لا ☐

25- إذا كانت الاجابة ب "نعم" من خلال :

توفر العديد من الخدمات الاتصالية ☐ الخدمات الاجتماعية ☐

المشاركة في الصفحات ☐

المحورالرابع: علاقة اللاوعي بموقع facebook على الطلبة الجامعيين

26- هل يؤثر استخدام facebook على مستواك العلمي ؟

نعم ☐ لا ☐

27- هل الوقت المستخدم ل facebook أنقص من الوقت الذي تقضيه مع أسرتك ؟

نعم ☐ لا ☐

28-هل استخدامك (ي) ل facebook دفعك للشعور بالوحدة والعزلة عن المحيط الاجتماعي ؟

نعم ☐ لا ☐

29- غيابك عن facebook بماذا يشعرك ؟

الفراغ ☐ القلق والاضطراب ☐ لا يشعرك بشيء ☐

30- هل الوقت الذي تقضيه في الدردشة مع الأصدقاءك عبر facebook أكثر من الوقت الذي تتحدث معهم وجها لوجه ؟

نعم ☐ لا ☐

31- هل العلاقات التي تكونها عن طريق facebook علاقات حقيقية ؟

نعم ☐ لا ☐

32- هل تثق في أصدقائك ومعارفك على facebook ؟

نعم ☐ لا ☐

33- هل قابلت أصدقائك على facebook في الواقع ؟

نعم ☐ لا ☐

34- ما هي الآثار الايجابية للاستخدام facebook على سلوكك ؟

تبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين ☐ زيادة المعلومات والنقاش مع الأصدقاء ☐

تساعدني على معرفة مختلف الأخبار ☐ التواصل مع أفراد الأسرة الذين يعيشون بعيدا عني ☐

أخرى تذكر .....

35- ماهي الأثار السلبية للاستخدام facebook على سلوكك ؟

نشر الأكاذيب و الإشاعات ☐ يؤدي إلى الاكتئاب والعزلة ☐

تقمص شخصية افتراضية غير حقيقية ☐ تضييع الوقت ☐

أخرى تذكر

.....

ملخص

هدف هذه الدراسة إلى الكشف عن علاقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) باللاوعي لدى الطلبة، من خلال دراسة في الإستخدامات والإشباعات على عينة من طلبة علوم الاعلام و الاتصال بجامعة المسيلة كمجتمع دراسة، واعتمادنا على العينة الحصصية لإجراء الدراسة وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث تم الإعتماد على المنهج الوصفي معتمدين على نظرية الإستخدامات والإشباعات، وعلى الإستمارة كأداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات، حيث تم تقسيمها إلى أربع محاور : المحور الأول دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك ، والثاني عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك ، أما المحور الثالث طبيعة الإشباعات المحققة للطلبة الجامعيين من استخدام موقع الفيسبوك ، والمحور الأخير أثر استخدام الفيسبوك على سلوك الطلبة الجامعيين، وهو ما نسعى له من خلال هذه الدراسة، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 60 مفردة من طلبة علوم الاعلام و الاتصال.

summary

The aim of this study is to reveal the relationship of the use of social networking sites (Facebook) to the subconscious in students, through a study in the uses and rumors on a sample of students of media sciences and contact the University of Masila as a study society, and our reliance on the quota sample to conduct the study and this study falls into descriptive studies, where it was based on the descriptive curriculum based on the theory of uses and rumors, and on the form as a tool of collecting data and information, where it was divided into four axes: The first is the motives for the use of Facebook by university students, and the second is the habits and patterns of use of Facebook by university students, the third is the nature of the rumors achieved for university students from using Facebook, and the last axis is the impact of the use of Facebook on the behavior of university students, which we seek through this study, and the study was conducted on a sample of 60 individual students of media science and communication sciences.