

اثر اعتماد الطلبة على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي
دراسة ميدانية على عينة من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
- بالمسيلة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

• أ.د. غزال عبد الرزاق

عداد الطالبة:

• ديلمي نسيم

• ديلمي نجيب

مقدمة أمام لجنة المناقشة		
الاسم واللقب	المؤسسة الجامعية	الصفة
	جامعة المسيلة	رئيسا
	جامعة المسيلة	مشرفا ومقرا
	جامعة المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020



شكر وتقدير

بعد شكر الله عز وجل على فضله ونعمه التي من بها علينا،

نتقدم بخالص الشكر ووفاق الاحترام والامتنان إلى:

الأستاذ المشرف "عبد الرزاق غزال"

لو لا ما قدمته من توجيه رشيد ورأي سديد فلا أملك عرفانا بما تفضلت به علي

إلا أن أسدي لك وافر الشكر والتقدير

فحيك الله أستاذي الكريم وسدد خطاك.

والشكر موصول إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة على تحملهم عناء مطالعة ومناقشة

هذه المذكرة.

الإهداء

إلى من بسمتها غايتي ومن تحت أقدامها جنيتي ...

أمي الحبيبة رعاك الله وأسكنك الفردوس الأعلى

إلى من علمني أن الدنيا كفاح وتحدي، والحياة مبادئ وأخلاق ...

أبي حفظه الله

إلى النجوم التي اهتدي بها في ظلمة الحياة عمتي ...

إلى اللآلئ التي زين بريقها حياتي إخوتي

إلى من امتزجت أمالي بآمالهم وأحلامهم بأحلامي رفقاء دربي وسندي ...

أصدقائي صديقاتي

إلى كل الأساتذة الأجلاء تقديرا واحتراما ...

خاصة الأستاذ بن سباع سعد

إلى كل من نسيهم قلبي ويتذكرهم قلبي ...

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي المتواضع ...

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى معرفة اثر اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي لجامعة المسيلة وقد استخدمت الدراسة عينة بطريقة العشوائية قوامها 150 طالب وطالبة واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وطبقت استمارة استبيان مكونة من ثلاث محاور. وبعد المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

تعدد أنماط وعادات اعتماد الطلبة على موقع الفيس بوك

طبيعة مضامين الاتصال الشخصي عبر موقع الفيسبوك تمثلت في النص والتفاعل وباستخدام تقنية ومهارات الكتابة

كما بينت أن اثر اعتماد على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي كان تأثيره ايجابي

الكلمات المفتاحية: موقع الفيس بوك الاتصال الشخصي.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
	بسملة
	إهداء
	شكر
	قائمة المحتويات
	ملخص
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
4	1- إشكالية الدراسة
5	2- أسباب اختيار الموضوع
6	3- أهداف الدراسة
6	4- أهمية الدراسة
7	5- مدخل نظري
10	6- تحديد المصطلحات
10	7- حدود الدراسة
11	8- منهج الدراسة
12	9- أدوات جمع البيانات
13	10- مجتمع البحث وعينة الدراسة
13	11- الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
16	أولاً: الاتصال الشخصي
16	1- تعريف الاتصال الشخصي
16	2- أنواع الاتصال الشخصي
17	3- أهمية الاتصال الشخصي
18	4- خصائص الاتصال الشخصي

قائمة المحتويات

19	5- اليات الاتصال الشخصي
21	6- مزايا الاتصال الشخصي
21	7- عيوب الاتصال الشخصي
	ثانيا: موقع الفيس بوك
22	1- تعريف الفيس بوك
24	2- أهمية الفيس بوك
24	3- خصائص الفيس بوك
25	4- استخدامات الفيس بوك
26	5- إيجابيات وسلبيات الفيس بوك
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	
31	نتائج البيانات الشخصية
33	نتائج المحور الأول: أنماط وعادات اعتماد الطلبة على موقع الفيسبوك
37	نتائج المحور الثاني: طبيعة مضامين وأشكال الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك
41	نتائج المحور الثالث: تأثير الاعتماد على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي
46	نتائج الدراسة
49	الخاتمة
50	المراجع
55	الملاحق

قائمة المحتويات

فهرس الجداول والأشكال:

الصفحة	العنوان	رقم جدول
31	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس .	
31	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن .	
32	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي .	
32	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص .	
33	حسب يبين درجة استخدامك لموقع الفيس بوك.	
34	يبين المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك	
34	يبين عدد مرات تصفح موقع الفيس بوك في اليوم	
35	يبين الوسيلة التي يستخدمها للولوج إلى موقع الفيس بوك	
36	يبين الوقت الذي يستخدمه في موقع الفيس بوك	
36	يبين عدد الحسابات التي يمتلكها على موقع الفيس بوك	
37	يبين إقامة صداقات عبر موقع الفيس بوك	
38	يبين مدى تحقيق لك الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك	
38	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير نوع المضامين المستخدمة في اتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك.	
39	طبيعة التفاعل مع المضامين المستخدمة في الاتصال الشخصي عبر الفيس بوك	
40	يبين الأسباب من استخدام الاتصال الشخصي.	
40	يبين اللغة المستخدمة في الاتصال الشخصي.	
41	يبين توزيع المبحوثين حسب متغير مهارات الاتصال الشخصي التي تستخدمها عبر موقع الفيس بوك	
42	يبين تأثير الاعتماد على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي	

مقدمة

مقدمة:

ساهم التطور السريع لتكنولوجيا الاتصال وتطور وسائله وأساليبه خصوصا مع طور الثورة التكنولوجية والتي مست جميع القطاعات دون استثناء، في إنشاء شبكات اتصالية متطورة أعطت بدورها دفعة قوية وفعالية غيرت من أساليب التواصل وحسنت أدائه حتى أضحت الاتصال ضروري لتحقيق التواصل بين مختلف الهياكل والتنظيمات والإدارات وبالتالي أصبحت كفاءة الإدارة مرتبطة بمدى امتلاكها لتجهيزات ووسائل الاتصال ومدى جهودها وما تقدمه من خدمات للدارين والمستعملية فهي تسير عملهم وتضمن لهم التنسيق والتواصل فيما بينهم.

يعتبر الاتصال جوهر الحياة الإنسانية فبفضله تنتقل المعلومات والأفكار وهو من الأسس التي من أجلها خلقنا الله تعالى اذ تتميز المجتمع الإنساني بأنه مجتمع اتصالي من اجل تسهيل أغراض هذا المجتمع، ولتحقيق هذا الغرض تطورت وسائل الاتصال التي أصبح يعتمد عليها الإنسان في ظل تطور التكنولوجيا بتطبيقاتها والتي أصبحت عصب الحياة والتي من بينها مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وعلى غرار موقع الفيس بوك الذي يعتبر إحدى هذه الوسائل والتي ساهمت في تحقيق الاتصال عبر نفسه أو مع الآخرين أو ما يعرف بالاتصال الشخصي لذي جاءت هذه الدراسة والتي قسمت وفق الأقسام التالية:

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة تطرقت فيه إلى إشكالية الدراسة والتساؤلات المندرجة تحتها أهداف الدراسة وأهميتها، أسباب اختيار الموضوع كذلك تحديد نوع الدراسة والمنهج، أداة جمع البيانات، مجتمع البحث وعينة الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة، إضافة إل ذلك تم التطرق إلى الأساليب الإحصائية و الدراسات السابقة.

أما الإطار النظري فتناولت فيه الاتصال الشخصي و وموقع الفيس بوك. أما فيم يخص الإطار التطبيقي للدراسة الذي يعبر عن إجابة للإشكالية والتساؤلات المطروحة في الدراسة فقد خصصناه في عرض وتحليل كمي وكيفي لبيانات الدراسة الميدانية التي تناولنا فيه: ليتم في الأخير مناقشة نتائج الدراسة.

خاتمة.

فصل الأول

1- إشكالية الدراسة:

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف تسعينيات القرن الماضي نقلة نوعية وثورة غير مسبوقه في عالم الاتصال حيث يعتبر ميدان تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من أكثر الميادين تسارعا في التطور بل إنه كان الجانب الأهم والأكثر إثارة من بين جوانب الثورة التكنولوجية جميعها، وأهم ما تحقق في هذا التطور تمثل بربط وسائل الإعلام مع الوسائل الإلكترونية الحديثة وخلق نظام اتصالي مبني على ترابط هذه الوسائل الأمر الذي أطلق ثورة إعلامية ومعلوماتية أبرزت إمكانيات هائلة استندت إلى إمكانيات تواصل عالية المستوى مع الجمهور وسرعة غير مسبوقه في إيصال الرسائل الإعلامية والمعلوماتية إلى مختلف الشعوب بأي زمان ومكان بالعالم، حيث انتشرت شبكة الانترنت عبر العالم بحيث أصبح العالم اليوم بمثابة "القرية الكونية" الصغيرة* المتزامية والمتراطة الأطراف في آن واحد أو ما يطلق عليه بالقرية العالمية وجاءت هذه التسمية نتيجة التطور الكبير والتقدم العلمي الهائل والسريع في تكنولوجيات الإعلام و الاتصال والتقنيات الرقمية الحديثة.

حيث أصبحت التكنولوجيات الجديدة عملية جوهرية وأساسية في كل الميادين والمجالات اليومية والحياتية للإنسان سواء تعلق الأمر بالأفراد أو بالمجتمعات على اختلافها وتنوعها وهذا يرجع إلى كم الخدمات التي تقدمها هذه التكنولوجيات والتي شملت جميع نواحي الحياة البشرية، حيث أثرت في معظم أنشطة الأفراد والجماعات وأجبرتها على التعامل معها كواقع لا بد منه وعلى التفكير في كيفية إدماجها في مختلف أنشطتها وأعمالها بإعتبارها سمة من سمات المجتمع التكنولوجي.

إن هذا التطور السريع في التكنولوجيا المتقدمة شكلت عصرا جديدا من عصور الاتصال والتفاعل بين الأشخاص وفي وفرة المعلومات التي تقدمها لمستخدميها كما وفرت لهم فضاءا مرنا ملائما للتعارف وتبادل الآراء والمعارف والأفكار والرغبات، لا سيما بعد ظهور ما يسمى بالمواقع التواصل الاجتماعي أو الافتراضية وانتشار استخدامها الواسع.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم التقنيات الاتصال الحديثة التي ظهرت في العقود الأخيرة والتي ساهمت في إظهار تغيرات جذرية خاصة على مستوى الاتصال الاجتماعي بين الأفراد والجماعات ، وهذا نتيجة لتعدد الخدمات التي تتيحها والتطبيقات التي توفرها للمستخدم ، وإنما تحمل الكثير من التغيرات الخاصة في أنماط الاتصال الاجتماعي بين الأفراد في ظل تحول الفضاء العام للاتصال مما جعلها تحقق رهانات مكنت الفاعلين من تجاوز الاكراهات المرتبطة بها، والتي تتمثل في التخلص من الحضور الجسدي والمكاني، وان ما يحدث من التواصل بين المستخدمين تزامنيا مع الصور والأسماء تصنع هوية عبر رموز افتراضية ومن بين المواقع التي نالت شهرة وأكثر استخداما نجد موقع الفيس بوك.

يعتبر الفيس بوك أحد أكثر مواقع التواصل الاجتماعية الموجودة على شبكة الانترنت استخداما، وذلك لارتباطه الكبير بتكنولوجيا الإعلام وتقنيات المعلومات، وهذا لما يقدمه من مزايا وخدمات تفاعلية، حيث يتيح

لمستخدميه إدخال معلوماتهم الشخصية أو المشاركة في إنشاء وإضافة صفحات جديدة تمكنهم من البحث عن الأصدقاء والتعرف عليهم، وكذلك الاطلاع على مختلف الأخبار والصور والفيديوهات وتحميلها في بيئة إلكترونية ومجتمع افتراضي يجمع بين أفراد انتماءات واهتمامات مشتركة حيث أن هذه الميزات وغيرها جعلته من بين أكثر المواقع الاجتماعية رواجاً، وهذا لما حققه من سهولة في التعامل وجمالية في التصميم والخصائص، أين أتاحت الفرصة أمام كل شرائح المجتمع على اختلاف مستوياتهم وأجناسهم واتجاهاتهم نقل أفكارهم والتعبير عنها وإشباع حاجاتهم ورغباتهم ودوافعهم المعرفية خاصة على المستوى الاتصال الشخصي والاجتماعي والسياسي، مما تشكل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصراعيه للأفراد والمجتمعات والتنظيمات والمؤسسات بمختلف أنواعها، مما شجع متصفحوها من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها بالرغم من الانتقادات الشديدة التي تتعرض لها وان لها تأثير سلبي ومباشر على المجتمع، ويظهر الدور الكبير لموقع الفيس بوك من خلال تجسيده لمفهوم الاتصال الوسيط، مما ساهم في دعم فكرة التواصل مع الأصدقاء والحفاظ على العلاقات بينهم، مما أدى إلى شيوع أنماط جديدة ومتنامية من السلوكيات واثرت على سماتهم الشخصية وعلى قدرتهم على بناء الاتصال الشخصي فيما بينهم، وهو ما يؤكد حدوث تحول جذري في أدوات التخاطب والتعبير .

ومن جهة أخرى نجد ان الاتصال الشخصي الذي لا يخفى دوره في المجتمعات التقليدية والانتقالية التي تهيمن فيها الثقافة الشفوية والروابط الشخصية والعائلية التقليدية، حيث تتوفر مساحات واسعة داخل المجتمع لتوظيف هذا النمط الفعال من الاتصال كالحملات الإعلامية وحملات التوعية و التحسيس.... الخ، على الرغم من توفر هذه المجتمعات على أحدث التكنولوجيات التي تستخدم من خلال الشبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفيس بوك بصفة خاصة.

من خلال ما تم التوصل والتطرق اليه جاءت هذه الدراسة لتبين طبيعة استخدامات موقع الفيس بوك ومدى الأثر الذي يتركه على الاتصال الشخصي لدى الطلبة، والتي تجلت اشكالياتها في التساؤل الرئيسي التالي:

ما اثر اعتماد على موقع الفيس بوك على الاتصال الشخصي للطلبة الجامعيين بجامعة المسيلة؟

وتندرج تحت إشكالية الدراسة التساؤلات الفرعية التالية:

ما هي أنماط وعادات اعتماد الطلبة على موقع الفيس بوك؟ .

ما طبيعة المضامين الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك؟

ما اثر الاعتماد الطلبة على موقع الفيس بوك في اتصاهم الشخصي ؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

لا تخلو أي دراسة من الدراسات الأكاديمية من تواجد أسباب قيام بهذه الدراسة بصفة عامة والباحثين بصفة خاصة، وتتمثل أسباب اختيار موضوع الدراسة الحالية في الأسباب الذاتية والأسباب الموضوعية والتي تتجلى فيما يلي:

2-1- الأسباب الذاتية: والتي تكمن فيما يلي:

- الملاحظة الشخصية للانتشار الكبير والمتزايد لما أصبح يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي وخاصة منها موقع "الفييس بوك" وكذلك تزايد معدلات استخدامها من طرف فئات وشرائح مختلفة من الجمهور في المجتمع
- الرغبة في تناول موضوع اعتماد موقع "الفييس بوك" في الاتصال الشخصي والتعرف على الاثر من هذا الاعتماد.
- محاولة رصد مختلف احتمالات الجمهور المعتمد على موقع الفييس بوك في الاتصال الشخصي، من خلال السعي إلى محاولة إضافة مرجعية علمية ومعرفية جديدة في دراسة الاعتماد على وسائل الإعلام ومضامينها المختلفة خاصة الوسائط الحديثة منها.
- الرغبة في معرفة الأسباب التي ساهمت في اعتماد الطلبة على موقع الفييس بوك في اتصالاتهم الشخصية
- تسليط الضوء على ملامح الاتصال الشخصي عبر موقع الفييس بوك من طرف الطلبة

2-2- الأسباب الموضوعية: والتي تكمن فيمايلي:

- الانتشار الواسع والكبير لشبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع "الفييسوك" زاد الإهتمام الأكاديمي بدراسة هذا النوع من الوسائط الجديدة لمعرفة كيفية استخدامها واعتماداتها وتأثيراتها المحتملة على الجمهور المستخدم.
- أهمية هذه الدراسة التي تهدف إلى التعرف على اعتمادات "الطلبة" على موقع "الفييس بوك" في الاتصال الشخصي.
- أهمية الاعتماد والاستخدام على وسيلة الاتصال الشخصي عبر موقع الفييس بوك وما تحمله من دلالات و مدى ارتباطاتها بالإعلام الجديد.
- التأثير الكبير الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على فئات المجتمع بصفة عامة والطلاب الجامعي خاصة.
- تأثير التفاعل اليومي ومدى ارتباط الطالب بتكوين علاقات افتراضية في الاتصال الشخصي داخل شبكة التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفييس بوك بصفة خاصة.
- طبيعة الاتصال الشخصي عبر موقع الفييس بوك لدى المستخدم الطالب الجامعي.

3- أهداف الموضوع:

تهدف الدراسة الحالية إلى ما يلي:

- فهم طبيعة وخلفيات التي تؤدي بالطالب الجامعي للاعتماد على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي.
- معرفة الأسباب والدوافع لمتابعة الطالب الجامعي لموقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي.
- معرفة الأنماط والعادات من اعتماد الطالب الجامعي على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي.
- معرفة وجهة نظر الطالب الجامعي من متابعة موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي.
- معرفة أشكال المضامين التي يعتمد عليها الطلبة على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي

4- أهمية الدراسة:

تأخذ هذه الدراسة أهميتها انطلاقاً من كون أن هذه الدراسة تنفرد بموضوع دراسة متابعة فئة "الطلبة" للاتصال الشخصي عبر موقع "الفيس بوك" ومحاوله رصد مختلف الاستخدامات والاعتمادات المحتملة من طرف الطلبة المستخدمين، وكذلك بعد بحث طويل وجدنا أن موضوع الدراسة يعد من الدراسات على مستوى المحلي وعلى مستوى الجامعة المسيلة بالنسبة إلى هذا النوع من الأبحاث والدراسات التي تتناول اثر اعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال الشخصي من طرف فئة الطلبة الجامعيين، كما تكمن أهمية الدراسة في الاهتمام بما يتضمنه استخدام ومتابعة الاتصال الشخصي عبر موقع "الفيس بوك" من أنشطة مختلفة وقدرة هذا الأخير على التأثير على مختلف السلوكيات السائدة عند فئة "الطلبة".

كما تعد دراسة متابعة واستخدام واعتماد شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك مجالاً خصباً للبحث نظراً لتغلغلها الكبير في جميع نواحي الحياة بخاصة أن هذا التغلغل و الاستخدام لا يمكن أن يمر دون إحداث أي نوع من التأثيرات، من خلال أنها تطمح إلى تكوين قاعدة معلومات وبيانات علمية حول موضوع استخدامات الاتصال الشخصي عبر شبكات التواصل الاجتماعي عامة وموقع "الفيس بوك" بشكل خاص من طرف المستخدمين وخاصة فئة "الطلبة"، مع إمكانية الوصول إلى نتائج ذات دلالات حول الموضوع والدوافع التي تقف وراء استخدام والاعتماد من طرف "الطلبة".

5- المدخل النظري لموضوع الدراسة:

ان المدخل المناسب لدراسة هذه الدراسة تمثل في نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تعتبر من النظريات التي تبحث في مثل هذه المواضيع .

5-1- تعريف نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

نظرية الاستخدامات و الاشباعات قدم هذا المدخل للمرة الأولى في عام 1959م حينما تحدث عالم الاتصال المعروف " إلهيو كاتز " katez Eliho عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال والتركيز على

كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلا من الحديث عن تأثيرها على الجمهور واقترح على الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دورا وسيطا في هذا التأثير من خلال البحث عن إجابة السؤال : ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام ؟ فدراستي تشهد معرفة دوافع إقبال الطلبة نحو مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك".

5-2- افتراضات نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

وتقوم هذه النظرية على عدد من الفروض يمكن تلخيصها فيما يلي :

● السلوك الاتصالي سلوك هادف وذو دوافع ، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابته لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل (مكأوي ،وحسن السيد ، 2003 ، ص 239) فجمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة ، وبالتالي فإنها تتناسب مع دراستنا لأنها تدرس علاقة الجمهور بوسائل الإعلام (عبد المجيد ، 2006، ص 209 – 210)

● إضافة إلى أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون بعملية الاتصال الجماهيري و يستخدمون وسائل الإعلام لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم .

● استخدام وسائل الاتصال عند الحاجة التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع حاجات الجمهور.

● يستطيع الأفراد دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات (بن مسعود البشير ، 2003 ، ص 78)

5-3- أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات:

يحقق منظور الاستخدامات و الاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي :

1- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار واستخدام الوسائل التي تشبع حاجاته .

2- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة ، والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض .

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري . (حسن وليلى السيد ، 1998، ص 214) .

5-4- الانتقادات التي وجهت إلى نظرية الاستخدامات والاشباعات:

أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات :

- أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدوافع والإشباع ، الهدف الوظيفة وهذه المفاهيم ليس تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات .
- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى .
- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوعن وسائل الإعلام استخدام معتمد ومقصود وهادف والواقع يختلف في أحيان كثيرة ذلك فغير فهناك أيضاً استخدام غير هادف (مصطفى يوسف كافي ، 2015 ، ص 216).

5-5- إسقاط النظرية على الدراسة :

يمكننا من خلال منظور الاستخدامات و الاشباعات معرفة آراء الطلبة الجامعيين عن طريق اختيارهم وتعرضهم لمحتويات موقع الفيس بوك دون المواقع الأخرى في الاتصال الشخصي، وهو ما نجده في المقابل ضمن الاستخدامات و الاشباعات في الفكرة الخاصة بأن المتلقي يقوم باستمرار باختيار الوسائل الإعلامية . بما أن جمهور الطلبة الجامعيين فإنهم سيقومون باختيار ما يناسبهم ويتوافق مع رغباتهم واهتماماتهم، أي أنهم ليسوا جماهير سلبية بل جماهير فعالة، وهذه الميزة ركزت عليها نظرية الاستخدامات و الاشباعات في وصفها لهؤلاء الجماهير " بالجماهير النشط " .

إن موقع الفيس بوك يتنافس مع بقية المواقع في جذب الجماهير وهي المسلمة التي اتجه إليها كاتز في هذه النظرية بالتنافس وسائل الإعلام مع الوسائل الأخرى لإشباع حاجات الجماهير .

إن اتجاه الطلبة الجامعيين نحو موقع الفيس بوك نظراً لخصائصه المتعددة بغض النظر عن المضامين التي يقدمها بإمكانه إثبات مدى اهتمام الطلبة بالموقع وهو ما تعكسه مسلمة نظرية الاستخدامات و الاشباعات المتمثلة في استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية . استفادت هذه الدراسة من نموذج الاستخدامات و الاشباعات من خلال التعرف على فروضها وأهدافها من شأنها أن توصلنا إلى معرفة مدى استخدام الطلبة الجامعيين للاتصال الشخصي في موقع الفيس بوك و الاشباعات التي يحققها لهم .

5-2- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال:

إن من أكثر النظريات التي تناسب هذه الدراسة هي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بإعتبارها تركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقي منها المعلومات، والنقطة المهمة في هذه النظرية هي أن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس إلى الدرجة التي يعتمدون فيها على معلومات تلك الوسائل. وكما يوحي إسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الإجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقة مع وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها. (مكاوي، والسيد، 1998، ص. 314).

6- تحديد مصطلحات الدراسة إجرائيا:

6-1- مواقع التواصل الاجتماعي :

- **الموقع:** يعرف بأنه مكان أو مساحة يتم تخصيصها على شبكة الانترنت وهو يحتوي على الكثير من المعلومات كما أنه يجب أن يقدم خدمات تفاعلية أخرى للمستخدم .
- **التواصل الاجتماعي:** بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الافراد المجتمع (أقارب ، زملاء ، أصدقاء.....) عن طريق مواقع إلكترونية التي توفر لهم سرعة توصيل المعلومات . (ربحي عليان ، 2005 ، ص 127)
- **اصطلاحا :**

هناك عدة تعاريف للباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي حيث يعرفها :

تعرفها هبة محمد خليفة بأنها : صفحات على الويب التي يمكن إن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي من شأنها أن تساعد على تفاعل الأعضاء مع بعضهم البعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية ، الفيديو ، الدردشة (علي خليل شقرة ، 2014، ص 127)

إجرائيا : هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع للتفاعل والتواصل بين الأفراد على شبكة الانترنت يتصفحها الطلبة الجامعيين من أجل تلبية رغباتهم وإشباع حاجاتهم بصفة عامة وفي الاتصال الشخصي بصفة خاصة.

6-2- موقع الفيس بوك:

- **إصطلاحا :** "هو شبكة إجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيس بوك" يُمكن المستخدمين من إضافة أصدقاء لقائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم" (فهيم بدوي، 1996، ص 68).

- ويعرف قاموس الإعلام والاتصال "الفايسبوك" على أنه : موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004، يتيح نشر الصفحات الخاصة profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه إتسع ليشمل كل الأشخاص. (شين، 2015، ص 23).

- إجرائيا: يعتبر أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت في الجزائر، فهو موقع يتم الدخول إليه من خلال إنشاء حساب خاص بالمستخدم يسمح بتكوين صداقات والردشة السمعية البصرية والمكتوبة وكذا نشر وتحميل الصور والفيديوهات والمشاركة في الكثير من المواضيع، وهو أيضا فضاء لتفعيل الكثير من الأعمال والنشاطات في مختلف المجالات والتي من بينها كل ما يخص الاتصال الشخصي.

6-3- الاتصال الشخصي:

يعرف الاتصال الشخصي بأنه: " محاولة دقيقة ومنظمة ونافذة للتوصل إلى حلول لمختلف المشكلات التي تواجهها الإنسانية وتثير القلق ، والتفحص الناقد والتجريبي المنضبط والمنظم للفرضيات التي تتعلق بالعلاقات بين الظواهر الطبيعية.

إجرائيا:

هي العمليات العلمية التي يقوم بها الطلبة والباحثين على مستوى الجامعة بهدف الوصول إلى نتائج علمية، مع مراعاة الإمكانيات المالية واللوجستية المساعدة على البحث ، عبر تقنيات التواصل الاجتماعي الفيس بوك.

7- حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة الحالية في الحدود التالية:

الحدود المكانية: أجريت الدراسة في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

7-2- الحدود الزمانية: أجريت الدراسة في الموسم الجامعي 2020-2021

7-3- الحدود البشرية: والتي تتمثل في الطلبة الذين يزاولون دراستهم عبر مختلف الأطوار والتخصصات العلمية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة .

8- منهج الدراسة:

إن أي بحث علمي يتطلب تحديد المنهج أو الأسلوب العلمي الذي يتوافق وطبيعة موضوع الدراسة والذي يمكن بدوره من جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالبحث ويساعد في الوقت نفسه على التحليل والتصنيف الصحيح لمختلف المعطيات المتحصل عليها، ويتم اختيار المنهج البحثي المناسب للإجابة على الأسئلة البحثية (أسئلة الدراسة) التي يطرحها الباحث في سعيه إلى الحصول على إجابات لها.

ويعرف المنهج حسب موريس أنجرس على انه: "كيفية تصور وتخطيط العمل حول دراسة ما إنه يتدخل بطريقة أكثر أو أقل إلحاح في كل مراحل البحث حيث يقوم على اقتراحات تم التفكير فيها ومراجعتها جيدا والتي تسمح له بتنفيذ خطوات عمله بصفة صارمة بمساعدة الأدوات والوسائل التي تضمن له النجاح" (موريس أنجرس ، 1996، ص:130)

وانطلاقا من أهمية وطبيعة موضوع الدراسة المتمثل في موضوع (اثر اعتماد الطلبة على "موقع الفيس بوك أعمودجا" في الاتصال الشخصي) تم الإعتماد على "المنهج الوصفي" المسحي التحليلي ، وتم اختيار هذا المنهج لتناسبه مع طبيعة الدراسة ولسهولة استعماله ميدانيا وفي دراسة جمهور وسائل الإعلام حيث يستهدف هذا المنهج وصف السمات العامة لهذا الجمهور أو مفردات أو محتوى معين أو وصف السمات الإجتماعية أو الفردية أو وصف الأنماط السلوكية والإتجاهات والآراء والتأثير وقد تخطى المسح عملية الوصف إلى عملية تفسير السلوك ومحاولة معرفة علاقته بالخصائص أو السمات.

ويعرف المنهج المسحي من أهم المناهج العلمية الضرورية والرئيسية لتحقيق أهداف البحث كما يمكن كذلك إخضاع البيانات المتحصل عليها بواسطة المنهج المسحي إلى المعالجة الإحصائية والتحليل الكمي وهذا ما يؤدي إلى الحصول على نتائج دقيقة ومفصلة لعناصر مشكلة البحث أو الظاهرة محل الدراسة كما أن المنهج المسحي يسمح بجمع المعلومات والبيانات والحقائق عن مشكلة الدراسة مما يؤدي إلى الوصول إلى تفسيرات صحيحة وأكثر معرفة وفهما، ويعرفه "حامد ربيع" بأنه "طريق الإقتراب من الظاهرة وهو المسلك الذي نتبعه في سبيل الوصول إلى الهدف الذي تحدد مسبقا" (محمد شلي، 2002، ص 12).

9- أدوات الدراسة:

تعتبر عملية جمع البيانات خطوة مهمة في إجراء الدراسة لا يمكن الاستغناء عنها، لذلك على الباحث أن يختار أداة لجمع البيانات قبل الشروع في البحث ، وقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان الموجهة لجمهور الطلبة الجامعيين العاملين بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

الاستبيان : هو أداة أو وسيلة لجمع البيانات في شكل استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة للمبحوثين ليقوم المبحوث بالإجابة بنفسه عليها (مدحت أبو ناصر ، 2004، ص 169)

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها لنفسه في المجال المبحوث، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها . (أحمد بن مرسللي، 2005، ص 220) .

ويشمل استبيان دراستنا على المحاور التالية :

المحور الأول : البيانات الشخصية

المحور الثاني : عادات وأنماط متابعة الطلبة لموقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي.

المحور الثالث : مضامين وأشكال الاتصال الشخصي على موقع الفيس بوك

المحور الرابع: اثر اعتماد الطلبة على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي.

10- مجتمع وعينة الدراسة:

وهو المجتمع المستهدف، الذي يصعب الوصول إلي بياناته لضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح، أو الذي يمكن

الوصول إليه بالاقتراب منه لجمع البيانات (محمد عبد الحميد: مرجع سبق ذكره، ص 130).

يعرف في الدراسات الميدانية بأنه مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراسته فهو المجتمع الأكبر أو الكلي الذي

يتم التعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته (عاطف عدلي العبد وزكي احمد عزمي ، 1993، ص 157)، ويتمثل

مجتمع البحث من الطلبة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة وقد اشتملت الدراسة من كلا الجنسين.

وتعتبر عينة الدراسة من العناصر الأساسية التي يطبق عليها البحث وقد اعتمدنا في دراستنا الحالية على العينة

العشوائية نظرا لأن مجتمع البحث يتكون من طلبة جامعة محمد بوضياف بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وقد

بلغ الحجم الكلي للعينة 150 طالب موزعة على تخصصات الكلية.

11- الدراسات السابقة:

من خلالها تطلعنا على التراث النظري والاطلاع على الدراسات السابقة تبين لنا بعض الدراسات التي لها علاقة

بالموضوع والتي تتمثل في:

الدراسة الأولى: دراسة كبوها شروق حاسن (2019) بعنوان "استخدام المراهقين لشبكات التواصل

الاجتماعي وأثره على الاتصال الشخصي لديهم". والتي هدفت إلى معرفة أنماط وعادات ودوافع واثار استخدام

موقع الفيس بوك على الاتصال الشخصي لدى المراهقين بالسعودية، واعتمدت الدراسة على عينة من المراهقين

قوامها 307 مراهق ومراهقة، واستخدمت المنهج الوصفي ، وطبقت اداة الاستبيان ، وبعد المعالجة الاحصائية

لنتائج الدراسة خلصت إلى أن استخدام الفيس بوك لدى المراهقين اثر على اتصالم الشخصي بشكل ايجابي،وانه

لا توجد فروق في الأثر تعزى لمتغير الجنس و ساعات الاستخدام و فترة الاستخدام.

الدراسة الثانية: دراسة أبو عرقوب إبراهيم احمد (2012) بعنوان تأثير الانترنت على الاتصال الشخصي

بالأسرة ولأصدقاء بالأردن"، وهدفت معرفة أنماط وعادات ودوافع واثار استخدام الانترنت على الاتصال

الشخصي لدى الطلبة بالأردن، واعتمدت الدراسة على عينة من الطلبة الجامعيين قوامها 300 طالب وطالبة،

واستخدمت المنهج الوصفي ، وطبقت أداة الاستبيان ، وبعد المعالجة الإحصائية لنتائج الدراسة خلصت إلى أن

استخدام الفيس بوك لدى طلبة جامعة الأردن اثر على اتصالم الشخصي بشكل ايجابي،وانه لا توجد فروق في

الاثـر الانـترنـت علـى الـاتـصـال الشـخـصـي بـالـأسـرة والأـصـدقـاء تعـزى لـمـتغـير الجـنـس والـدخـل الشـهـري والـتخـصـص والمـسـتـوى الـدراسـي و عـدد سـاعـات الـاسـتخـدام و فـتـرة الـاسـتخـدام.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال تتبعنا لعرض الدراسات السابقة تبين لنا بعض أوجه الشبه والاختلاف مع الدراسة الحالية والتي تتمثل في:

من حيث المتغيرات الدراسة: تبين لنا ان دراسة شروق حاسن اشتركت مع الدراسة الحالية في دراسة متغيرات الدراسة ، أما دراسة عرقوب إبراهيم احمد فقد اختلفت في دراستها لمتغير الانترنت بصفة عامة رقم أن موقع الفيس بوك يعتبر تطبيقا من تطبيقاتها.

من حيث الهدف: ولقد تبين لنا أن الدراسات السابقة اشتركت مع الدراسة الحالية من حيث الهدف الذي يهدف إلى دراسة الاثر إلا أن الدراسة الحالية اعتمدت على اثر الاعتماد.

من حيث العينة : لاحظنا في أن الدراسة الحالية تشترك مع دراسة عرقوب إبراهيم احمد في نوع عينة الدراسة وهم الطلبة الجامعيين، أما دراسة شروق محاسن فقد اختلفت معها في نوع العينة أنها طبقت على المراهقين في التعليم الثانوي، أما من حيث حجم العينة فقد اختلفت الدراسة الحالية مع كلا الدراستين من حيث حجم العينة التي اعتمدوا على عينة كبير فاقت 300 فردا، أما في دراستنا التي اعتمدت على عينة قوامها 150 فردا.

من حيث المنهج : لاحظنا تشابها من حيث استخدام المنهج في الدراسات السابقة والدراسة الحالية حيث اعتمدوا على المنهج الوصفي.

من حيث الأداة: لاحظنا تشابها من حيث استخدام الأداة في الدراسات السابقة والدراسة الحالية حيث اعتمدوا على أداة الاستبيان.

وعليه من خلال ما سبق رغم الاختلاف والتشابه فقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة من هذه الدراسات خاصة من حيث توظيف الأداة والعينة والمنهج.

فصل الثاني

أولاً: الاتصال الشخصي

1- تعريف الاتصال الشخصي:

التعريف الغوي : الاتصال المباشر أو ما يطلق عليه الاتصال الوجهي أي وجهها لوجه. التعريف اصطلاحاً: العملية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والأفكار والاتجاهات بين الأشخاص بالطريقة المباشرة وجهها لوجه، وفي اتجاهين دون عوامل أو قنوات وسيطة أو وسائل نقل صناعية حيث يصبح المرسل والمستقبل على اتصال بعضهما البعض، وفي مكان محدد بينما يرسل المرسل رسالة معينة إلى المستقبل سرعان ما يتلقى استجابة عليها، وبذلك يصبح المرسل مستقبلاً والمستقبل مرسلًا، وهكذا يصبح التفاعل بين جانبيين وليس جانب واحد.

ويعرفه "مرتون" بأنه اتصال يتضمن مواجهة مباشر بين القائم بالاتصال والمستقبل تؤدي إلى التغيير في سلوك المستقبل، واتجاهاته (رحمة الطيب العيساني، 2008).

ويعرف الاتصال الشخصي وهو ذلك المستوى من الاتصال الذي يحدث بين فردين أو أكثر هو يمثل الفاعل المتبادل بين اثنين أو أكثر ولهذا سمي هذا المستوى اتصالاً ثنائياً أو ثلاثياً طبقاً لعدد المشتركين فيه، وهذا النوع يحدث يومياً بين فردين أو أكثر (عبد الحافظ سلامة، 2007، ص 32).

2- أنواع الاتصال الشخصي:

ويذهب بعض الباحثين إلى تقسيم الاتصال الشخصي حسب درجة رسمية إلى:

1-2- اتصال شخصي رسمي منظم : ويتطلب هذا النوع تخطيطاً مسبقاً وتحديد أهداف معينة يسعى لتحقيقها وكذا تحديد ميعاد محدد.

2-2- اتصال شخصي غير مباشر : يتم بالصدفة ودون تخطيط أو تحديد ميعاد معين.

كما يقسم آخرون الاتصال الشخصي حسب درجة تجانسه إلى اتصال شخصي متجانس وغير متجانس.

2-3- الاتصال الشخصي المتجانس : وهو الاتصال الذي يقع بين شخصين متماثلين اجتماعياً وثقافياً، مما يساعد على تحقيق التفاعل الكامل والفهم المشترك.

2-4- الاتصال الشخصي غير المتجانس : وهو ما يقع بين شخصين يتسع نطاق الفجوة الاجتماعية والثقافية بينهما (عبد الفتاح عبد النبي، 1995، ص 37، 39).

3- أهمية الاتصال الشخصي:

تتمثل أهمية الاتصال الشخصي فيما يلي :

1- يحقق الاتصال الشخصي المباشر التفاعل الكامل بين المرسل والمستقبل ويت بطبيعة مباشرة وجهها لوجه ويسير في اتجاهين من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المرسل مما يجعل فرصة المشاركة في الخبرة أكبر.

- 2- يتوفر في الاتصال الشخصي جميع عناصر الاتصال وخاصة عنصر رجوع الصدى وهذا من شأنه أن يتيح فرصة التغلب على مخاطر عدم الفهم أو الفهم الخاطئ .
- 3- يتيح الاتصال الشخصي المباشر للمرسل إدخال تعديلات مستمرة على الرسالة حسب المستقبل إما عن طريق التكرار أو استخدام أسلوب آخر غير الذي يستخدمه و يمتاز بتعديل الرسائل المتبادلة على ضوء رجوع الصدى من المستقبل إلى المرسل.
- 4- تأثير الاتصال الشخصي الذي يحدثه المرسل يتميز بالعمق والافتناع وأن سر تقدم الاتصال الشخصي في التأثير بأنه إذ كان من السهل أن ينصرف الناس عن المواد الإعلامية في الاتصال الجماهيري وخاصة تلك التي لا تتفق مع آرائهم وميولهم وليس من السهل أن يتجنب الحديث مع زميل أو قريب ويتيح النقاش المباشر مرونة أكبر من عرض وجهات النظر والتأثير في الناس (عليق احمد محمد وآخرون، 2001، ص 154، 155).
- 5- الاتصال الشخصي المباشر تصف بالتدخل الإيجابي التام بين المرسل والمستقبل فإنه يصبح له أهمية خاصة في تكوين أو تعديل الاتجاهات لدى المستقبل (سلوى عثمان صديقي، وأميرة منصور يوسف، 2005، ص 104، 105).

4- خصائص الاتصال الشخصي

يمكن تحديد خصائص الاتصال الشخصي فيما يلي:

- 1- يسير الاتصال الشخصي في اتجاهين أو مسارين فعملية الاتصال الشخصي وهي عملية تبادلية تتيح للمشاركين تبادل الأدوار إرسالاً واستقبالاً، سؤالاً وجواباً، أخذاً وعطاءً، وإقناعاً واقتناعاً حتى يتحقق الهدف الكلي من الاتصال.
- 2- تكون الاستجابة في الاتصال الشخصي فورية ومباشرة مما يساعد المرسل على معرفة ما إذا استملت رسالته من المستقبل أم لا.
- 3- يحدث الاتصال الشخصي في جو اجتماعي تفاعلي عن طريق وجود المرسل والمستقبل في نفس المكان والزمان، فوجود المرسل والمستقبل في نفس المكان والزمان يتيح لهم فرصة التعارف فيما بينهم عن قرب ورفع حواجز التكلفة وغضفاء جو من الود على الاجتماع وتقوية العلاقات الاجتماعية الشخصية عن طريق انشاء جسور الثقة والالفة فيما بينهم (جمال محمد أبو شنب، 2000، ص 200، 201).
- 4- يتيح الاتصال الشخصي الفرصة للمشاركين في تحديد أهدافهم المشتركة وتطوير أو تعديل رسائلهم عن طريق زيادة أو حذف أو اكتشاف معلومات جديدة ذات قيمة عالية بالنسبة لهم.
- 5- يستخدم الاتصال الشخصي في عمليات الضغط الاجتماعي كما هو الحال في عمليات التعذيب والتحقيق والاستجواب بحيث يتمتع المشاركون في الاتصال عن وقف اقطع العملية الاتصالية.

6- يتم الاتصال الشخصي بحضور الحواس الإنسانية من سمع وبصر وشم وذوق ولمس لدى المشتركين في الاتصال، مثل الحفلات، الندوات، الزيارات، الصلوات الجماعية، والتعليم في شتى مراحل (إبراهيم أبو عرقوب، 2009، ص 124، 125).

8- يتميز الاتصال الشخصي بدرجة عالية من المرونة، ويزداد ذلك حينما يواجه مقاومة من المستقبل لتوفير رجوع الصدى بدرجة كبيرة، مما يدفع الأفراد على محاولة تجريب الأفكار المستحدثة بعد إقناعهم بها وممارستها، وخاصة مع تزايد إمكانية تصديق المصادر الشخصية لأنها معرفة.

9- يتميز الاتصال الشخصي بالتلقائية فهو يتم بشكل غير مقصود من خلال شبكة العلاقات الشخصية غير الرسمية (رحمة الطيب العيساني، مرجع سبق ذكره، ص 34).

5- آليات الاتصال الشخصي:

تتعدد وسائل وأساليب الاتصال الشخصي في مختلف المواقف الاجتماعية، ففضلا عن اللقاءات الثنائية اليومية بين الأفراد، نجد العديد من الوسائل المستخدمة بكثرة في ميداني الاتصال ومن أبرزها:
أ- **المؤتمرات الشعبية:** تكتسب هذه المؤتمرات الصفة الجماهيرية، وهي وسيلة هامة للاتصال المباشر بالجماهير لجأ إليها القادة لعرض آرائهم وأفكارهم والوقوف على اتجاهات الراي العام، ثم المناقشة الهادفة للوصول إلى قرار موحد تجاه قضية أو قضايا عامة.

ب- **الندوات:** وهي صورة مصغرة للمؤتمرات الشعبية، وتضم في الغالب قادة الراي والفكر والتخصصات المختلفة، ويحضرها جمهور محدود لدراسة ومناقشة موضوعات وقضايا ومشكلات مختلفة ذات صفة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.

ج- **الاجتماعات:** وهي التي تتم بين المسؤولين وعدد محدود جدا من الجماهير، ويتم من خلالها عرض المشكلات والصعوبات التي تواجه الجماهير، يؤدي فيها الاتصال الشخصي الدور الأبرز من خلال معرفة ردود أفعال الجماهير تجاه سياسة واجراءات العملية لقادتهم (وليدوادي النيل مسعود حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 29).

د- **المقابلات:** وهي المقابلات واللقاءات الشخصية التي تتم بين الأفراد العاديين أو التي تتم بين المواطن العادي وقائد الراي، حيث تتم مناقشة الأمور والمشكلات المختلفة، وكثيرا ما يتأثر الفرد بغيره من الأفراد، وكثيرا ما يسلك سلوكا قام به شخص آخر تكون له مكانة أو من زلة معينة عند ذلك الفرد، أو تربطه به صداقة أو قرابة أو جوار أو غير ذلك من الروابط (وليد وادي النيل مسعود حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 30).

6- مزايا الاتصال الشخصي:

- يتميز الاتصال الشخصي عن غيره من أنواع الاتصال الأخرى بمجموعة من المميزات زادت من أهميته، وجعلت منه وسيلة ضرورية يستخدمها الأفراد عند الحاجة في عدد من المواقف الاجتماعية، وعلى مستوى هذه الميزات نجد ميزتي المرونة، والتلقائية، فضلا عن مزايا أخرى ثانوية سنتطرق إليها فيما سيأتي:
- يتميز الاتصال الشخصي بالمرونة وتتجلى المرونة في الاتصال الشخصي كون التأثير المرتد، أو رجوع الصدى فيه كبير.
 - أن الاتصال الشخصي يسمح بتبادل الأفكار من ناحيتين، والشخص المتلقي قد يحظى من القائم بالاتصال بمعلومات إضافية أو بتمحيص لهذه المعلومات التي تدور حول الفكرة المستخدمة.
 - إمكانية تصديق ما تأتي به المصادر الشخصية من معلومات، حيث أنه عندما يكون المصدر معروفا على نطاق واسع، فمن الأمور المتوقعة أن ينظر إليه باعتباره جديرا بالثقة (جيهان أحمد رشقي، 1975، ص 3).
 - قد يكون للاتصال الشخصي فاعلية أكبر في مواجهة أي معارضة للفكرة المستحدثة أو كره لها من جانب الشخص المتلقي، وذلك على العكس من المصادر غير الشخصية أو الجماهيرية التي يمكن أن تكون أكثر قابلية لأن يتحاشاها الإنسان أو يتجاهلها من المصادر الشخصية.
- يتميز الاتصال الشخصي بالتلقائية حيث يتم الاتصال الشخصي بشكل عفوي، غير مقصود وغير رسمي أي لا تنظمه قواعد أو تقاليد أو سلطة.
- عدم تقيده بقواعد واجراءات مسبقة، إذ أن العملية بأكملها تتم عبر الاتصالات الشخصية اليومية للأفراد.
- أن الاتصال الشخصي يعتمد على وعي الفرد المشترك في العملية الاتصالية ومدى تقييمه للأمر.
- أن لقادة الراي دوار هاما في العملية التي تتم على مستوى كل الطبقات، ولا تقتصر على طبقة واحدة محددة (شاهيناز طلعت، 1995، ص 65).
- وعلى الرغم من الخصائص السابقة إلا أن الاتصال الشخصي ليس من الضروري أن يتضمن دائما مواجهة مباشرة، ذلك أن هذا الاتصال يمكن أن يتم دون مواجهة مباشرة بين المرسل والمستقبل، كما يحدث عندما يتحدث شخص جالس في مكتب ما إلى زميله في المكتب المجاور رغم وجود حاجز بينهما، بحيث لا يستطيع أن يشاهد كل منهما الآخر.
- أغلب عمليات الاتصال تحدث بصورة مخططة أو مدبرة مسبقا، حيث لا تتم كل عمليات الاتصال بمحض الصدفة.

كما نجد من مزايا الاتصال الشخصي كذلك انخفاض تكلفته بالقياس إلى وسائل الاتصال الأخرى، وإمكانية توجيه الرسالة من الجمهور المستهدف مباشرة، كما يتيح للمرسل مخاطبة المستقبل باللغة التي يفهمها ويمكنه من تقدير حجم التعرض لرسالته (علي عجوة، 1985، ص 2).

- قدرته على تغيير الاتجاهات والسلوك:

لا يعارض أحد في أن التغييرات في الاتجاهات والأفعال مسألة في غاية الأهمية ويؤدي الاتصال الشخصي دوار في هذا المجال، حيث أن الاتصال المباشر من شخص إلى شخص حتى في أكثر الدول رقياً وتقدماً يحظى بالأولوية على الوسائل الجماهيرية، ويرجع ذلك إلى أن عملية اتخاذ القرارات تحتاج في حالات كثيرة إلى حدوث تغييرات جذرية في الاتجاهات والمعتقدات والقواعد الاجتماعية التي يتمسك بها الأفراد ويشتد تمسكهم بها، وليس هناك في بحوث الإعلام ما يثبت أو يشير إلى فاعلية وسائل الإعلام الجماهيرية في تغيير الاتجاهات الراسخة لدى الأفراد بل إن دافيد ماننج هوأيت D.M.White يؤكد ان النتائج التي تراكمت منذ الحرب العالمية الثانية وحتى الآن أوضحت أن الآثار التي تمارسها الاتصالات الجماهيرية من حيث التغييرات في الآراء والاتجاهات والأفعال ضئيلة جداً على خلاف ما كان متوقعا.

وفي بعض الأحيان تعتبر لغة الاتصال الشخصي بين شخصين انعكاساً لنواياهما وتنقل انطبعا لأحاسيس الفرد وقدرته على التصرف في الموقف. وقد أشارت بعض التجارب إلى أن الفرد في عملية الاتصال الشخصي يكون تأثيره في التفاعل الاجتماعي وجهاً لوجه أكثر من الأشكال الأخرى للاتصال (محمد عودة، مرجع سبق ذكره، ص 98، 99).

وفي السياق ذاته يرى بعض العلماء أن الاتصال الشخصي يؤثر على الأفراد ليس عن طريق ما يقال، ولكن أيضاً عن طريق النفوذ الشخصي، عندما يكون مصدر التوجيه لا يقل في الأهمية عن الموضوع ذاته.

- تحقيق مبدأ المشاركة الجماهيرية:

يتميز الاتصال الشخصي بوجود درجة عالية من التفاعل ورجع الصدى وهو ما يزيد من درجة فاعليته، خاصة عندما يكون الهدف هو الإقناع وقد أثبتت بعض الدراسات أن التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري بمفردها لا يحتمل معه إحداث تأثيرات جوهرية في السلوك الإنساني، ذلك لأن هذه الوسائل تستطيع أن تحدث تغييراً في معرفة الفرد وإدراكه لقضية معينة أو لموضوع معين، في حين أن وسائل الاتصال المباشر يمكنها إحداث تغيير في اتجاهاته وبالتالي في سلوكه كما توصلت هذه الدراسات إلى أنه إذا كان الهدف من الاتصال هو الإقناع فإنه إلى جانب استخدام وسائل الاتصال المباشر بشكل أساسي يفضل استخدام وسائل الاتصال الجماهيري. لذا يقوم الاتصال الشخصي بدور مباشر في تحقيق المشاركة الجماهيرية من خلال المؤتمرات والندوات والاجتماعات والخطب، وغيرها من اللقاءات الجماهيرية المباشرة التي تتم بين الجماهير وقادة الرأي والفكر والقادة السياسيين حيث تكون الفرصة كبيرة للمناقشة الجادة والهادفة (محمد عودة، مرجع سبق ذكره، ص 98، 99).

5-الفاعلية في الدفاع عن وجهة نظر المرسل أو المستقبل مباشرة وهذا يزيد من قوة تأثيره على سلوك الطرفين (مرسل مستقبل) .

6-التقارب العمري والثقافي والاجتماعي بين المرسل والمستقبل أحيانا.

7-صدق المرسل وخبراته يؤثر على إيصال الرسالة بنجاح.

8 - يعتبر الاتصال الشخصي إيجابيا في ضوء الاستجابات المتبادلة بين شخصية يمكن تفسيرها عن طريق تصوراتهم المشتركة للسلوك الملائم لدوريهما أكثر مما يمكن تفسيرها عن طريق خصائصها النفسية أو الصفات الفردية للتفاعل الاجتماعي، كما تذهب دانييل ميلر التي تعتبر الأدوار على أنها متابعات منطقية للسلوك وأساليب مكتيبة تعمل على ترجمة القيم إلى أنماط من العمل والأداء يؤدي إلى نمو وخبراته الاتصالية في الوسط الاجتماعي الذي يعيشه.

9-يستخدم الاتصال الشخصي في عمليات الضغط الاجتماعي كما هو الحال في عمليات التعذيب والتحقيق والاستجواب بحيث يمتنع بعض المشاركين في الاتصال عن وقف أو قطع العملية الاتصالية.

يهدف الاتصال الشخصي إلى تعديل وتغيير السلوكيات لأنه يحدث وجها لوجه (عبد الحافظ سلامة، مرجع سبق ذكره، ص 33).

7-عيوب الاتصال الشخصي:

يشوب الاتصال الشخصي عدة عيوب وسلبيات لا يسعنا المجال لشرحها بالتفصيل إلا أننا نعرض على بعض منها :
1-إنه يتطلب نفقات عالية وجهد كبير ووقت طويل خاصة إذا كان المطلوب نقل أفكار أو معلومات إلى عدد كبير من الأفراد.

2-عدم توفر الأفراد المراد الاتصال بهم في أماكن محددة وانتشارهم في أماكن شتى مما يصعب معهم استخدام الاتصال الشخصي المباشر.

3-لا يتيح الاتصال الشخصي نقل وتوصيل المعلومات الحديثة أولا بأول لحاجته لوقت طويل.

4-محدودة انتشار المعلومات في الاتصال الشخصي على خلاف سائل الإعلام الأخرى (الأنترنت، التلفزيون....) التي تتسابق لنشر المعلومات بأقصى سرعة (سلوى عثمان صديقي، وأميرة منصور يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 105).

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

- وتعرف على أنها: "خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين.(صادق،2008،ص.157)

- كما تعرف على أنها فهي مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع إفتراضي يجمعهم حسب مجموعات إهتمام أو شبكات إنتماء (بلد، جامعة، مدرسة ،شركة). (مبارك الرعود، 2012، ص.31) .
 - وتعرف مواقع التواصل الإجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمة ربطه عن طريق نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها". (راضي، 2003، ص.23).
 - وتعرف أيضا على أنها خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والإهتمامات، أو للبحث عن تكوين صداقات والبحث عن إهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين. (بخوش، مرزوقي، 2009، ص.15).
- ومن خلال التعريف التي تم تناولها يمكن القول، أن مواقع التواصل الإجتماعي هي مجموعة من التقنيات المتاحة على الشبكة العنكبوتية والتي يستعملها الأفراد لغايات التواصل والتفاعل سواء كانوا أصدقاء تعرفهم في الواقع أو أصدقاء تعرفهم من خلال السياقات الإفتراضية .

ثانيا: موقع

1- تعريف موقع الفيس بوك:

(بالإنجليزية: Facebook) موقع ويب يعتبر أشهر وسائل التواصل الاجتماعي ويمكن تعريفه بأنه شبكة اجتماعية كبيرة وتديره شركة "فيسبوك" شركة مساهمة؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضًا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفًا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم. (الموسوعة الحرة ويكيبيديا، <https://ar.wikipedia.org/wiki>).

وهو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين. (حجازي، 2017، ص73)

فيسبوك (Facebook)، وهو موقع التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة منذ ظهوره في عام 2003. (السويدي، 2013، ص28).

يعد الفيس بوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، ولقد تم إطلاقه في فبراير 2004، ومن مؤسسيه مارك زوكربيرج zuckerberg mark الذي كان طالبا في جامعة هارفارد من ابرز مؤسسي هذه المواقع، فقد كان له دور بارز في تسهيل تبادل المعلومات بين الطلاب في الجامعة عبر شبكة التواصل الاجتماعي، وقد أحدثت مواقع تحولت لاحقا للمواقع الذي بات أشهر مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك. (فهمي، 2017، ص 9).

ويعرف الفيس بوك على انه: " موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي أي انه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين أن يبرز نفسه وان يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين" (محمد منتصر، 2013، ص 20).

كما يعرف موقع الفيس بوك موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أي انه يتيح عبره الأشخاص العاديين أو الاعتباريين كالشركات إبراز أنفسهم أو تعزيز مكانتهم عبر أدوات المواقع للتواصل مع الأشخاص آخرين ضمن نطاق هذا الموقع أو عبر التواصل مع التواصل الأخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين (عباس مصطفى، 2008، ص 20).

كما يعتبر موقع فيسبوك واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعي وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء (خالد غسان يوسف، 2013، ص 34).

وتذكر أمال عساني: أن موقع الفيس بوك يعتبر من احد المواقع الافتراضية أو التخيلية التي نشأت على الانترنت والذي يجمع الملايين من المشتركين من مختلف بلدان العالم والفيس بوك يعد عالم تخيلي بحق فهو يحتوي على الدردشة إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وان يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم، كذلك يمكنه أن يوضع صورته وصورة أفراد عائلته (أمال عساني، 2015، ص 47).

كما يعرف موقع الفيس بوك على انه: " يعتبر من أشهر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وأكثرها شيوعا في الوقت الحالي ويعتبر أداة لتوصيل فهو لا يمثل منتدى اجتماعي وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتهم ما يشاء (محمد السيد حلاوة و رجاء عبد العالي، 2011، ص 113).

كما يعرف موقع الفيس بوك موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية أي انه يتيح عبره الأشخاص العاديين أو الاعتباريين كالشركات إبراز أنفسهم أو تعزيز مكانتهم عبر أدوات المواقع للتواصل مع الأشخاص آخرين ضمن نطاق هذا الموقع أو عبر التواصل مع التواصل الأخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين (عباس مصطفى، 2008، ص 20).

2- أهمية "الفايس بوك"

- الفيسبوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته، تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه.

- ويستطيع كل عضو أن يقف على آخر أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو نبذة من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بأخباره واجتماعاته وأي صور أو مقاطع فيديو أو قطع موسيقية يرغب في اطلاعهم عليها. (خليل شقرة، 2014، ص 64-65).

- يساعد الفيس بوك في إبقاء الفرد على اتصال مع أهله وأصدقائه الذين ليسوا قريبين منه، حيث يعتبر الفيس بوك موقعا إخباريا شخصيا يتضمن قصص وأحداث تدور حول الأشخاص المعروفين للشخص، ويتم ذلك من خلال قيام مستخدمي الفيس بوك بنشر الصور والتحديثات المتعلقة بأمور حياتهم المختلفة على صفحاتهم الخاصة على الفيس بوك، ثم تظهر هذه التحديثات على موقع الفيس بوك وتكون مرئية من قبل جميع الأشخاص الذين يتشاركون الصداقة على الموقع، بمجرد فتح الشخص لحسابه على الفايس بوك أو تحديث صفحته، ستظهر له جميع منشورات الأصدقاء ومشاركاتهم، ويمكن للأصدقاء كتابة ملاحظة صغيرة أسفل هذه المشاركات. (احمد،

2019، كيفية عمل فيديو) <http://www.mawdoo3.com>

شهد موقع الفيس بوك تزايدا مستمرا نظرا لما يقدمه للمستخدم من خيارات متعددة، فضلا عن تقوية الاتصالات الاجتماعية، ويعطيك الفيس بوك مجموعة من الأدوات المتعددة الاستعمالات والفاعلة للمشاركة بالمعلومات والترويج لأية اهتمامات أو مشاريع قد تحم المستخدم.

- يجعل الفيس بوك إلى حدها وكأن المستخدم له يمتلك شبكة بث شخصية خاصة به، وهو بذلك يقدم للمستخدم مجموعة من الخدمات. (نصيف باسم، 2016، ص 164).

- يتيح التواصل بين مستخدمي التطبيق أيا كانت أماكنهم، ويتم من خلال البرنامج تبادل الرسائل المجانية والصور ومقاطع الفيديو، حيث تستطيع إرسال الرسائل واستقبالها، وكذلك إرسال الوسائط المتعددة.

- معرفة آخر الأخبار المتعلقة بأعضاء الفيس بوك، والذين تم اختيارهم كأصدقاء لك هذا التطبيق، حيث أن حدوث الصداقة بينك وبين عضو آخر يتم عن طريق إرسال أحد الطرفين طلب الصداقة وقبول الطلب من قبل الطرف الآخر. (2020، ماهية وفائدة الفيس بوك) <http://www.wiki.kolk.com>

3- خصائص الفيس بوك:

يتضمن موقع الفيس بوك كشبكة اجتماعية بعدد من الخصائص والسمات التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض والتي تتمثل في:

- خاصية wall أو لوحة الحائط: وهي مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

- خاصية **pokes** أو نكزة "غمزة": تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
 - خاصية **status** أو الحالة: تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
 - خاصية **notes** أو التعليقات: وهي متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات الصور التي يمكن تنظيمها، وقد تمكن المستخدمون من جلب أو ربط المدونات.
 - وهناك سمة يوفرها الفيسبوك هي **gifts** أو إرسال الهدايا: التي تتيح المشتركين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية كما أن الفيسبوك توفر مساحة إعلانية للبيع والشراء الخاصة بأعضاء. (شفيق، 2018، ص 34-35)
 - خاصية إضافة صديق **addfriend**: وبها يستطيع إضافة أي صديق أو البحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.
 - خاصية الملف الشخصي **profile**: فعندنا تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد.
 - خاصية إنشاء مجموعة **groups**: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعا جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها. (غسان يوسف المقدادي، 2013، ص 35).
- 4- استخدامات موقع الفيس بوك:
- أورد محمد سيد ريان حينما أجاب على السؤال لماذا يستخدم الناس الفيس بوك في النقاط التالية:
 - يساعد على التواصل الاجتماعي من خلال قضاء الوقت مع الآخرين
 - يساعد على اكتشاف الأشخاص والأفكار والمواقف والقدرات الشخصية.
 - سرعة التبادل المعلومات والأخبار
 - يمكن من استخدام التطبيقات والاستقصاءات والمشاركة مع الآخرين.
 - يمكن استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني
 - حلول الأعمال والدعاية لفرد أو جهة أو منظمة أو شركة والخدمات المرتبطة بها.
 - الحصول التغذية الراجعة وآراء الناس في الخدمات أو المنتجات أو الأفكار المعروضة.
 - جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص أو الجهة بربطه مع صفحة الفيس بوك

- الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين.
- الاهتمام بالأحداث ذات الاهتمام المشترك والترويج لمناسبات مهمة ومؤثرة.
- تبادل التهاني والتوصيات والمذكرات المشتركة بين الأشخاص.
- الاحتفاظ بالمواضيع المطروحة للنقاش والملاحظات.
- الخصوصية مع اتخاذ الاحتياطات اللازمة من خلال قوائم سهلة (حسين شفيق، مرجع سابق، ص 194).

5- إيجابيات وسلبيات موقع الفيس بوك:

لا يستطيع احد إغفال الآثار المرتبطة بالإقبال الكبير للشباب باختلاف مستوياتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، فهناك بعض الآثار الإيجابية والسلبية التي تؤثر في هذه الشريحة الكبيرة من المجتمع، ونذكر فيما يلي هذه الآثار:

-إيجابيات موقع الفيس بوك:

يعتبر الفيس بوك موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، وهو النافذة التي يطل منها الشباب على العالم الخارجي، ويستطعون من خلاله ممارسة العديد من الأنشطة التي تساعدهم على التقرب والتواصل بينهم وتفتح لهم أبواب تمكنهم من إطلاق إبداعاتهم ومشاريعهم التي تحقق أهدافهم وتساعد على المجتمع على النمو، وذلك من خلال ما يسمى بالمجموعات، وهناك بعض المميزات لموقع الفيس بوك هي:

- إلغاء الحاجز الزمان ومن ثم سرعة التأثير.
- إلغاء حاجز المكان ومن ثم سعة الانتشار.
- إلغاء إمكانية تكميم الأفواه ومن ثم تحقيق مناخ الحرية (خاصة حرية التعبير)تفعيل آلية الشورى(بوجه من الوجوه)
- التشجيع على إبداء الرأي دون خوف عقاب أو تسلط، وهذا من أكبر المحفزات على الإبداع والاجتهاد والتجديد(بمعانيها الواسعة الشاملة).
- تفعيل آلية الضبط الاجتماعي فأى انحراف في الرأي أو خلل في الرؤية أو التقصير في الفعل ينشر على هذه الصفحات الالكترونية، سيجد من يقومه ويرشده.
- يحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيئات مختلفة.
- يعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب تواصل الفعال.
- يساعد على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين.
- يساعد في تنشيط المهارات لدى المستخدم.

- يحقق قدرا لا بأس به من الترفيه والتسلية.
- يساعد في الحصول على وظيفة مناسبة. (العريشي، 2015، ص 63).
- العالمية حيث استطاعت أن تلغي الحواجز المكانية و الزمانية وسمحت للتواصل سهولة ويسر في بيئة افتراضية تقنية تجمع مجموعة من الأفراد .
- تساعد على تبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب .
- تمكن من ممارسة العديد من الأنشطة التي تساعد على التقرب والتواصل مع الآخرين . (إبراهيم أحمد الدوي، ص 7)

- التواصل مع العالم الخارجي وتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات .
- تفتح أبواب يمكن من خلالها إطلاق الإبداعات والمشاريع التي يحقق الأهداف وتساعد المجتمع على النمو
- أسرع وسيلة لتلقي الأخبار والمعلومات .
- فضاء كبير للنقاش حول مختلف القضايا .
- أدت إلى ظهور صحافة المواطن .
- تدعم انتشار الإعلام الرقمي .
- تساعد طالبين العلم والباحثين . (فتحي، حسين عامر، 2011، ص 204)

-سلبيات موقع الفيس بوك:

من سلبيات الموقع نذكر ما يلي:

- _ **الإدمان والعزلة الاجتماعية:** فلا شك أن صفحة الفيس بوك من ابرز مواقع التواصل الاجتماعي فهي مغرية وتجذب الشباب بشكل خطير جدا وينتهي بها الأمر إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع مما يؤدي إلى هدر في الطاقات ويبدو الوقت بلا قيمة ولا معنى وخصوصا لدى الشيلي الذي ترك يواجه الفراغ والبطالة والعجز والإحباط وفقدان الأمل في مستقبله، فيبحث عن تسلية وقته في حجرات الدردشة التي تتحول مع الوقت إلى إدمان أشبه بإدمان المخدرات لا يمكن الخلاص منه فيظل منهم مرتبطا أمام هذه الشبكة بالساعات المتواصلة التي تزيد أحيانا عشر ساعات في اليوم الواحد.
- **السرقعة العلمية:** يقوم بعض الأشخاص بسرقة أفكار الغير التي قام بنشرها على صفحة الفيس بوك ثم يدخل بعض التعديلات عليها وينسبها لشخصه.

- **الإخلال بالنظام العام:** يمكن استخدام صفحة الفيس بوك في زعزعة الاستقرار والأمن عن طريق ترويح وإفزاز الأفراد وإشاعة الفوضى وتفويض حالة الأمن والاستقرار، أو منع السلطات العامة من ممارسة صلاحياتها أو تعطيل تطبيق الدستور والقوانين وتفويض النظام العام، ما يترتب عليه تشتيت الجهود وانخفاض الروح المعنوية لمواطنينا بالإضافة إلى الانتقام من المجتمع وتهديد أمن وسلامة أفراد بسبب مشكلات نفسية واجتماعية تجلب الحقد في صدور بعض المستخدمين على المجتمع وتعلمهم يخرج عن قواعد الضبط الاجتماعي
- **انتهاك الخصوصية:** في صفحة الفيس بوك، لا سرية لحق ولا خصوصية لإنسان، وكيف يمكن للمرء أن يحافظ على حقوقه الخاصة والعامة وهو يضعها أمام الملايين من البشر وهو لا يدري الصالح منهم، والمحسن من المسيء، وهذه المسألة تكفي لكي يبقى المرء في حالة من الاضطراب مما يؤثر في سلوكه وأخلاقه ودوره في الحياة .
- **انتهاك الخصوصية من أبشع ما يحدث للمرء على التواصل الاجتماعي،** حيث الكثير من العلاقات والمكالمات التي تحدث بين المشتركين، يمكن الاطلاع عليها من الجهات الخاصة بإرادة هذه الشبكات، أو من خلال الهاكرز، ويمكن عند الحاجة توظيف هذه المعلومات وابتزاز أصحابها .
- **فوضى المعلومات والمضامين:** وتنعدم تقريبا في صفحة الفيس بوك سبل الرقابة على المنشورات، الأمر الذي أفسح المجال لنشر مضامين سلبية أو مخالفة للشرع، وللغزو الفكري والثقافي، ومحاولات التغريب وتهديد الهوية الثقافية للمجتمعات الإسلامية، والترويج للمنتجات الغربية، والإعلانات الهتبطة، وتشجيع السلوكيات الضارة .
- **فضاء مفتوح للإساءة للآخرين:** في عالم الفيس بوك، ليس ثمة معلومة محققة سوى ما يكون من مصادره الأصلية، وكل ما ينشر على صفحات المشتركين يبقى في دائرة الشك إلى أن يثبت عكسه، وهذا من المخاطر التي جعلت شبكات التواصل ساحة مفتوحة للمغرضين لنشر الأكاذيب والإشاعات.
- **الثروة الالكترونية:** وهي من اخطر ما يقع فيه مستخدمو صفحة الفيس بوك، لهذه الثروة صور كثيرة من بينها نشر معلومات أو صور عن وجهة آمنة معينة ومخططاتها وعتادها، دون وعي امني، مما يشكل خطرا يتهدد هذه الجهة وأبنائها والمحيطين بها. (مصطفى بشير بوبكر، 2015، ص 48).
- **الاستدراج الالكتروني:** وهذه وسيلة تمارسها الجهات المعادية من خلال صفحات خداعة عبر الادعاء بقدرتها على تقديم مساعدات وحلول لتحسين أوضاع الشباب وإيجاد فرص عمل أهم، أو من خلال صفحات تهدف إلى التطبيع وإسقاط الشباب تحت مسميات التعايش والسلام .
- **الهندسة الاجتماعية:** وهذا الفن الحديث، يستخدمه رجال المخابرات والمعنيون في التعرف على طبيعة التفكير لدى الناس، وتحصيل أكبر قدر ممكن من المعلومات عنهم، وبالتالي استغلالها في إسقاطهم في وحل أفكار مشوهة

تدفع نحو التطرف أو الاقتتال أو رداءة الخلق والبعد عن الدين، كل ذلك تحت مسميات الصداقات، والعلاقات العاطفية الوهمية .

- **بث الشائعات** : عمدت المخابرات العالمية إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في بث الشائعات، من اجل زعزعة الجبهات الداخلية في البلدان المختلفة، خاصة أثناء الحروب، والتحريض على التنظيمات والجهات الأمنية، وتنفيذ المواطنين منها.

- **الجروبات المشبوهة**: أصبح تبادل الحوارات والمعلومات العسكرية ضمن جروبات يتم إنشائها من قبل شباب، عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أمرا اعتياديا، وأصبحت المعلومات الأمنية والعسكرية تتداول في هذه الجروبات من الجميع، بدافع التفاخر أو سرعة التواصل وتوسيعه، مع غياب الحس الأمني وتجاهل المخاطر المترتبة على ذلك (غازي، 2017، ص21).

الفصل الثالث

المحور الأول : البيانات الشخصية .

1- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (01) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس .

النسبة%	التكرار	الجنس
34,70%	52	الإناث
65,30%	98	الذكور
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 150 فرداً، نلاحظ أن 52 فرداً يمثلون حجم الإناث بنسبة بلغت 34,70%، أما حجم الذكور فقد بلغ 98 فرداً و بنسبة قدرت بـ 65,30%، وعليه فأن أغلب أفراد عينة الدراسة من جنس الذكور.

2- توزيع أفراد العينة حسب متغير السن: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (02) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن .

النسبة%	التكرار	السن
26,00%	39	1830- سن
61,30%	92	45-31 سنة
12,70%	19	أكبر من 45 سنة
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 150 فرداً، نلاحظ أن عدد الذين بلغت أعمارهم ما بين 22-30 سنة يقدر بـ 39 فرداً بنسبة بلغت 26,00%، أما حجم الذين بلغت أعمارهم ما بين 31-45 سنة فقد قدر حجمهم بـ 92 فرداً بنسبة 61,30%، وأما الذين بلغت أعمارهم أكبر من 45 سنة فقد قدر حجمهم بـ 19 ونسبته 12,70%، وهذا ما يوحي أن أغلب أفراد العينة من ذوي السن 31-45 سنة.

3- توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الفصل الثالث:.....الجانب التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (03) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي .

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
12,70%	19	السنة الثانية ليسانس
43,30%	65	السنة الثالثة ليسانس
19,30%	29	السنة أولى ماستر
24,70%	37	السنة الثانية ماستر
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 150 فرداً، نلاحظ أن 19 فرداً لديهم مستوى السنة الثانية ليسانس بنسبة بلغت 12,70%، ثم الأفراد ذوي مستوى التعليمي الثالثة ليسانس الذي بلغ عددهم 65 فرداً بنسبة قدرت بـ 43,30%، في حين بلغ عدد الأفراد ذوي مستوى السنة أولى ماستر بـ 29 وبنسبة قدرت بـ 19,30%، أما الأفراد ذوي مستوى السنة الثانية ماستر بلغ عددهم 37 فرداً بنسبة قدرت بـ 24,70%، وعليه فإن أغلب أفراد العينة من مستوى التعليمي الثالثة ليسانس.

4- توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص .

النسبة %	التكرار	التخصص
16,66%	25	علم النفس
23,33%	35	علم الاجتماع
30,00%	45	إعلام واتصال
20,00%	30	تاريخ
10,00%	15	علوم إسلامية
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 150 فرداً، نلاحظ أن 25 فرداً من تخصص علم النفس بنسبة بلغت 16,66%، ثم الأفراد ذوي تخصص علم الاجتماع

الفصل الثالث:.....الجانب التطبيقي للدراسة

الذي بلغ عددهم 35 فردا بنسبة قدرت بـ 23,33%، في حين بلغ عدد الأفراد ذوي تخصص إعلام والاتصال بـ 45 وينسبة قدرت بـ 30,00%، أما الأفراد ذوي تخصص تاريخ بلغ عددهم 30 فردا بنسبة قدرت بـ 20,00%، وفي الأخير ذوي التخصص علوم إسلامية الذي بلغ عددهم 15 فردا بنسبة قدرت بـ 10,00%، وعليه فان اغلب أفراد العينة من ذوي التخصص علوم الإعلام والاتصال.

ثانيا: تحليل نتائج المحور الثاني: أنماط وعادات اعتماد الطلبة على موقع الفيس بوك

5- توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة استخدامك لموقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى

النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05) حسب يبين درجة استخدامك لموقع الفيس بوك.

البدائل	التكرار	النسبة%
اقل من سنة	13	08,66%
من سنة إلى ثلاث سنوات	35	23,33%
أكثر من ثلاث سنوات	102	68,00%
المجموع	150	100%

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (150) فردا ، على السؤال " ما هي درجة استخدامك لموقع الفيس بوك ؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدليل " اقل من سنة " وقد بلغ عددهم (13) فردا بنسبة مئوية بلغت 08,66%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدليل " من سنة إلى ثلاث سنوات " والبالغ عددهم (35) بنسبة مئوية قدرت بـ 23,33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 68,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبدليل " أكثر من ثلاث سنوات " والبالغ عددهم (102)، مما يعني أن اغلب إجابات أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات.

6- توزيع أفراد العينة حسب المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم

التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (06) يبين المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك

البدائل	التكرار	النسبة %
الجامعة	60	40,00%
مقهى الانترنت	10	06,66%
البيت	75	50,00%
الأماكن العمومية	05	03,33%
المجموع	150	100%

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " ماهو المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدائل " الجامعة " وقد بلغ عددهم (60) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدائل " مقهى الانترنت " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 06,66%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 50,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبدائل " البيت " والبالغ عددهم (75)، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدائل " الأماكن العمومية " والبالغ عددهم (05) بنسبة مئوية قدرت بـ 03,33%، ما يعني أن أفراد العينة يقرون بأن المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك هو البيت.

7- توزيع أفراد العينة حسب عدد مرات تصفح موقع الفيس بوك في اليوم : بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يبين عدد مرات تصفح موقع الفيس بوك في اليوم

البدائل	التكرار	النسبة %
مرة واحدة	20	13,33%
مرتين	30	20,00%
ثلاث مرات	35	23,33%
أكثر من ثلاث مرات	65	43,33%
المجموع	150	100%

الفصل الثالث:.....الجانب التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " كم عدد مرات تصفح موقع الفيس بوك في اليوم؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدليل " مرة واحدة" وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت 13,33%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدليل " مرتين" والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 20,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدليل " ثلاث مرات" والبالغ عددهم (35) بنسبة مئوية قدرت بـ 23,33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 43,33% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبدليل " أكثر من ثلاث مرات" والبالغ عددهم (65)، ما يعني أن أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم.

8- توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يستخدمها للولوج إلى موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يبين الوسيلة التي يستخدمها للولوج إلى موقع الفيس بوك

البدائل	التكرار	النسبة %
الهاتف الذكي	125	83,33%
كمبيوتر	10	6,66%
لوحة الكترونية	15	10,00%
المجموع	150	النسبة %

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " ما هي الوسيلة التي يستخدمها للولوج إلى موقع الفيس بوك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدليل " الهاتف الذكي" وقد بلغ عددهم (125) فرداً بنسبة مئوية بلغت 83,33%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدليل " كمبيوتر" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.66%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 10,00% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبدليل " لوحة الكترونية" والبالغ عددهم (15)، مما يعني أن أفراد العينة يقرون بان الوسيلة التي يستخدمونها للولوج إلى موقع الفيس بوك هي الهاتف الذكي.

9- توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي يستخدمه في موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يبين الوقت الذي استخدمه في موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	البدائل
10,00%	15	ساعة
36,66%	55	ساعتين
53,33%	80	أكثر من ثلاث ساعات
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " كم من الوقت الذي تستخدمه في موقع الفيس بوك في اليوم "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدائل " أكثر من ثلاث ساعات " وقد بلغ عددهم (80) فرداً بنسبة مئوية بلغت 53,33%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدائل " ساعة " والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.00%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 36,33% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبدائل " ساعتين " والبالغ عددهم (55)، مما يعني أن الأفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك بوقت أكثر من ثلاث ساعات .

10- توزيع أفراد العينة حسب عدد الحسابات التي يمتلكها على موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يبين عدد الحسابات التي يمتلكها على موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	البدائل
53,33%	80	حساب واحد
33,33%	50	حسابين
13,33%	20	أكثر من حسابين
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " كم عدد الحسابات التي تمتلكها على موقع الفيس بوك؟"، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبدائل " حساب واحد " وقد بلغ عددهم (80) فرداً بنسبة مئوية بلغت 33,33%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبدائل " حسابين " والبالغ عددهم (50) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.33%، في حين نلاحظ

الفصل الثالث:.....الجانب التطبيقي للدراسة

أن ما نسبته 13,33% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " أكثر من حسابين " والبالغ عددهم (20)، مما يعني أن اغلب الأفراد العينة يملكون حساب واحد على موقع الفيس بوك .

المحور الثاني: طبيعة الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك

11- توزيع أفراد العينة حسب إقامة صداقات عبر موقع الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يبين إقامة صداقات عبر موقع الفيس بوك

النسبة	التكرار	إذا كان اسم غير حقيقي	النسبة %	التكرار	بدائل السؤال
35,71%	30	التسوية والترفيه	56,00%	84	نعم
22,66%	34	تكوين علاقات			
17,85%	15	التعرف على أشخاص جدد			
03,33%	05	أخرى			
		00	44.00%	66	لا
100%	150			المجموع	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " هل تقييم اتصالات وصداقات عبر موقع الفيس بوك "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (84) فرداً بنسبة مئوية بلغت 56,00%، وتوزعت إجاباتهم إذا كانت الإجابة "بنعم" على البديل " التسوية والترفيه " والبالغ عددهم (30) وبنسبة قدرت (35,71%)، في حين جاءت إجابات الأفراد على البديل " تكوين علاقات " والبالغ عددهم (34) وبنسبة بلغت بـ 22,66%، أما البديل "التعرف على اشخاص جدد" فتكراره 15 ونسبته 17.85%، ثم البديل "اخرى" بتكرار 05 وبنسبة 03,33%، أما باقي الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " لا" والبالغ عددهم (66) بنسبة مئوية قدرت بـ 44.00%، مما يعني أفراد العينة يقرون بأنه نعم يقيمون اتصالات وصداقات عبر موقع الفيس بوك وهذا من اجل تكوين علاقات.

12- توزيع أفراد العينة حسب هل حقق لك الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك: بعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يبين مدى تحقيق لك الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	البدائل
10,70%	16	التواصل مع الآخرين
37,30%	56	إقامة علاقات
52,00%	78	التفاعل مع الآخرين
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " هل حقق لك الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " التواصل مع الآخرين " وقد بلغ عددهم (78) فرداً بنسبة مئوية بلغت 52,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " إقامة علاقات " والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.70%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 37,30% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " التفاعل مع الآخرين " والبالغ عددهم (56)، مما يعني أن الأفراد العينة يؤكدون بأن حقق لهم الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك التفاعل مع الآخرين.

13- توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع المضامين التي تستخدمها في اتصالك الشخصي عبر موقع

الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير نوع المضامين المستخدمة في اتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك.

النسبة %	التكرار	البدائل
46,66%	70	النص
20,00%	30	الفيديو
33,33%	50	الصورة
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً ، على السؤال " ما نوع المضامين التي تستخدمها في اتصالك الشخصي عبر موقع الفيس بوك "؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " النص " وقد بلغ عددهم (70) فرداً بنسبة مئوية بلغت 46,66%، ثم الأفراد

الفصل الثالث:.....الجانب التطبيقي للدراسة

الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " الفيديو " والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 20,00%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 33,33% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " الصورة" والبالغ عددهم (50)، مما يعني أن اغلب إجابات أفراد العينة يؤكدون بان نوع المضامين التي تستخدمها في اتصالك الشخصي عبر موقع الفيس بوك تتمثل في النص.

14- توزيع أفراد العينة حسب طبيعة التفاعل مع المضامين في اتصالك الشخصي عبر موقع الفيس بوك : بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم(14) طبيعة التفاعل مع المضامين المستخدمة في الاتصال الشخصي عبر الفيس بوك

النسبة	التكرار	إذا كانت الاجابة بنعم	النسبة %	التكرار	بدائل السؤال
38,09%	40	الدردشة	70,00%	105	نعم
47,61%	50	الاعجاب			
09,52%	10	التعليق			
04,76%	05	المشاركة			
		00	30.00%	45	لا
100%	150			المجموع	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً على السؤال " هل تتفاعل مع المضامين في اتصالك الشخصي عبر موقع الفيس بوك "؟، تمثلت إجابتهم على السؤال بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (105) فرداً بنسبة مئوية بلغت 70,00%، وتوزعت إجابتهم إذا كان اسم غير حقيقي على البديل " الدردشة " والبالغ عددهم (40) وبنسبة قدرت (38,09%)، في حين جاءت إجابات الأفراد على البديل " الاعجاب " والبالغ عددهم (50) وبنسبة بلغت بـ 47,61%، أما البديل " التعليق " فتكراره 10 ونسبته 09.52%، ثم البديل " صور الطبيعة " بتكرار 05 وبنسبة 04,76%، أما باقي الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " المشاركة " والبالغ عددهم (45) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.00%، مما يعني أفراد العينة يقرون بأنهم يتفاعلون مع مضامين الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك عن طريق الإعجاب.

15- توزيع أفراد العينة حسب متغير الأسباب من استخدام الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك:

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

الجدول رقم (15) يبين الأسباب من استخدام الاتصال الشخصي.

النسبة %	التكرار	البدائل
12,00%	18	الثقافية
54,66%	82	الاجتماعية
33,33%	50	الاكاديمية
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً ، على السؤال " ما هي الأسباب من استخدام الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك ؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " الثقافية " وقد بلغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية بلغت 12,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الاجتماعية " والبالغ عددهم (82) بنسبة مئوية قدرت بـ 54,66%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 33,33% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " الاكاديمية " والبالغ عددهم (50)، مما يعني أن اغلب إجابات أفراد العينة يؤكدون بان الأسباب من استخدام الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك تتمثل في الأسباب الاجتماعية.

16- توزيع أفراد العينة حسب متغير اللغة المستخدمة في الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك: بعد

المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يبين اللغة المستخدمة في الاتصال الشخصي.

النسبة %	التكرار	البدائل
53,33%	80	العربية
33,33%	50	اجبية
13,33%	20	المزج بين العربية والأجنبية
100%	150	المجموع

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً ، على السؤال " ما طبيعة اللغة المستخدمة في الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك ؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " العربية " وقد بلغ عددهم (80) فرداً بنسبة مئوية بلغت 53,33%، ثم الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل الأجنبية " والبالغ عددهم (50) بنسبة مئوية قدرت بـ 33,33%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 13,33% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " المزج بين العربية والأجنبية

الفصل الثالث:.....الجانب التطبيقي للدراسة

" والبالغ عددهم (20)، مما يعني أن اغلب إجابات أفراد العينة يؤكدون بان اللغة المستخدمة في الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك تتمثل في اللغة العربية.

17- توزيع أفراد العينة حسب متغير مهارات الاتصال الشخصي التي تستخدمها عبر موقع الفيس بوك:

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

الجدول رقم (17) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير مهارات الاتصال الشخصي

البدائل	التكرار	النسبة %
الكتابة	120	80,00%
الاستماع	40	26,66%
الحديث	10	06,66%
المجموع	150	100%

من خلال الجدول أعلاه رقم (..) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (150) فرداً ، على السؤال " ما هي مهارات الاتصال الشخصي التي تستخدمها عبر موقع الفيس بوك ؟، تمثلت إجاباتهم على السؤال بالبديل " الكتابة " وقد بلغ عددهم (120) فرداً بنسبة مئوية بلغت 80,00%، ثم الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل الاستماع " والبالغ عددهم (40) بنسبة مئوية قدرت بـ 26,66%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 06,66% تمثل الأفراد الذين أجابوا على هذا السؤال بالبديل " الحديث " والبالغ عددهم (10)، مما يعني أن اغلب إجابات أفراد العينة يؤكدون بان مهارات الاتصال الشخصي التي تستخدمها عبر موقع الفيس بوك تتمثل في الكتابة

18- تحليل نتائج المحور الثالث: تأثير الاعتماد على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي : بعد المعالجة

الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) يبين تأثير الاعتماد على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي

الترتيب	الانحراف	المتوسط	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	رقم العبارة
10	0.909	2.70	05	15	20	10	00	01 تكرار
			10	30	40	20	00	نسبة
08	1.015	4.10	01	04	05	19	21	02 تكرار
			02	08	10	38	42	نسبة
02	0.762	4.48	01	00	02	18	29	03 تكرار
			02	00	04	36	58	نسبة
05	0.772	4.34	00	01	06	18	25	04 تكرار
			00	02	12	36	50	نسبة
03	0.705	4.44	00	01	03	19	27	05 تكرار
			00	02	04	38	54	نسبة
07	0.765	4.16	00	01	08	23	18	06 تكرار
			00	02	18	46	36	نسبة
09	0.839	4.10	01	01	06	26	16	07 تكرار
			02	02	12	56	36	نسبة
06	0.708	4.22	00	01	05	26	18	08 تكرار
			00	02	10	56	36	نسبة
04	0.835	4.42	01	01	02	18	28	09 تكرار
			02	02	04	36	56	نسبة
01	0.814	4.52	00	02	04	10	34	10 تكرار
			00	04	08	20	68	نسبة

من خلال الجدول أعلاه رقم () نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (100) فرداً على السؤال " تأثير الاعتماد على موقع الفيس بوك على الاتصال الشخصي "، نلاحظ أن إجابات أفراد العينة كان متوسط حسابها محصور بين (2,60 و 4.50) ويمكن استخلاص النتائج التالية حسب ترتيب كل شبكة تواصل اجتماعي كما يلي:

- العبارة رقم (10) " موقع الفيس بوك اثر على اتصالي الشخصي " احتلت الترتيب الأول بمتوسط حسابي قدر بـ(4.50)، و توزعت إجابات أفراد العينة على البدائل "معارض بشدة" و"معارض" و"محايد" و" موافق " و" موافق بشدة"، حيث كان التكرار 34 والنسبة 68.00% بالنسبة للبديل " موافق بشدة"، أما البديل " موافق " فنسبته 20.00% وتكراره 10، في حين أن البديل "محايد" كان تكراره 04 ونسبته 08.00%، أما البديل " معارض " فنسبته 04.00% وتكراره 2، أما البديل معرض بشدة جدا تكراره 0 ونسبته 0.00، مما يعني إن أفراد العينة معارضين بشدة على أن موقع الفيس بوك اثر على اتصالم الشخصي.

- العبارة رقم (03) " ساهم لي موقع الفيس بوك من تعزيز صداقات الواقعية مع الأصدقاء." احتلت الترتيب الثاني بمتوسط حسابي قدر بـ(4.48)، و توزعت إجابات أفراد العينة على البدائل "موافق بشدة" و" موافق" و"محايد" و" معارض " و" معارض بشدة"، حيث كان التكرار 29 والنسبة 58.00% بالنسبة للبديل " موافق بشدة"، أما البديل " موافق " فنسبته 36.00% وتكراره 18، في حين أن البديل "محايد" كان تكراره 02 ونسبته 04.00%، أما البديل " معارض " فنسبته 00.00% وتكراره 00، أما البديل معرض بشدة جدا تكراره 01 ونسبته 02.00، مما يعني إن أفراد العينة موافقين بشدة على أن ساهم موقع الفيس بوك لهم من تعزيز صداقاتهم الواقعية مع الأصدقاء.

- العبارة رقم (05) " ساهم موقع الفيس بوك في التفاعل مع المحيط الخارجي " احتلت الترتيب الثاني بمتوسط حسابي قدر بـ(4,44)، و توزعت إجابات أفراد العينة على البدائل "موافق بشدة" و"موافق" و"محايد" و" معارض " و" معارض بشدة"، حيث كان التكرار 27 والنسبة 54.00% بالنسبة للبديل " موافق بشدة"، أما البديل " موافق " فنسبته 38.00% وتكراره 19، في حين أن البديل "محايد" كان تكراره 03 ونسبته 06.00%، أما البديل " معارض " فنسبته 02.00% وتكراره 01، أما البديل معرض بشدة جدا تكراره 00 ونسبته 00.00، مما يعني إن أفراد العينة موافقين بشدة على أن ساهم موقع الفيس بوك في تفاعلهم مع المحيط الخارجي.

- العبارة رقم (09) " مكنتني موقع الفيس بوك من الاتصال بأصدقائي " احتلت الترتيب الرابع بمتوسط حسابي قدر بـ(4,42)، و توزعت إجابات أفراد العينة على البدائل "موافق بشدة" و"موافق" و"محايد" و" معارض " و" معارض بشدة"، حيث كان التكرار 28 والنسبة 56.00% بالنسبة للبديل " موافق بشدة"، أما البديل " موافق " فنسبته 36.00% وتكراره 18، في حين أن البديل "محايد" كان تكراره 02 ونسبته 04.00%، أما البديل " معارض " فنسبته 02.00% وتكراره 01، أما البديل معرض بشدة جدا تكراره 01 ونسبته 02.00، مما يعني إن أفراد العينة موافقين بشدة على أن مكنتهم موقع الفيس بوك من الاتصال بأصدقائهم.

- العبارة رقم (04) " ساهم موقع الفيس بوك في ملء الفراغ العاطفي " احتلت الترتيب الخامس بمتوسط حسابي قدر ب(4,34)، و توزعت إجابات أفراد العينة على البدائل "موافق بشدة" و "موافق" و "محايد" و "معارض" و "معارض بشدة"، حيث كان التكرار 25 والنسبة 50.00% بالنسبة للبدليل " موافق بشدة "، أما البدليل " موافق " فنسبته 36.00% وتكراره 18، في حين أن البدليل "محايد" كان تكراره 06 ونسبته 12.00%، أما البدليل " معارض " فنسبته 02.00% وتكراره 01، أما البدليل معرض بشدة جدا تكراره 00 ونسبته 00.00، مما يعني إن أفراد العينة موافقين بشدة على أن ساهم موقع الفيس بوك في ملء فراغهم العاطفي.

- العبارة رقم (08) " جعلني موقع الفيس بوك لا أشرك في نشاطات المجتمع المحلي " احتلت الترتيب السادس بمتوسط حسابي قدر ب(4,22)، و توزعت إجابات أفراد العينة على البدائل "موافق بشدة" و "موافق" و "محايد" و "معارض" و "معارض بشدة"، حيث كان التكرار 18 والنسبة 36.00% بالنسبة للبدليل " معارض بشدة "، أما البدليل " معارض " فنسبته 52.00% وتكراره 26، في حين أن البدليل "محايد" كان تكراره 05 ونسبته 10.00%، أما البدليل " موافق " فنسبته 02.00% وتكراره 01، أما البدليل موافق بشدة جدا تكراره 00 ونسبته 00.00، مما يعني إن أفراد العينة معارضين على أن جعلهم موقع الفيس بوك لا يشاركون في نشاطات المجتمع.

- العبارة رقم (06) " موقع الفيس بوك جعلني اشعر بالانطواء والوحدة " احتلت الترتيب السابع بمتوسط حسابي قدر ب(4,16)، و توزعت إجابات أفراد العينة على البدائل "موافق بشدة" و "موافق" و "محايد" و "معارض" و "معارض بشدة"، حيث كان التكرار 18 والنسبة 36.00% بالنسبة للبدليل " معارض بشدة "، أما البدليل " معارض " فنسبته 46.00% وتكراره 23، في حين أن البدليل "محايد" كان تكراره 08 ونسبته 16.00%، أما البدليل " موافق " فنسبته 02.00% وتكراره 01، أما البدليل موافق بشدة جدا تكراره 00 ونسبته 00.00، مما يعني إن أفراد العينة معارضين على أن موقع الفيس بوك جعلهم يشعرون بالانطواء والوحدة.

- العبارة رقم (02) " ساهم موقع الفيس بوك على تجسيد العلاقات الافتراضية في الواقع المعاش " احتلت الترتيب الثامن بمتوسط حسابي قدر ب(4,10)، و توزعت إجابات أفراد العينة على البدائل "موافق بشدة" و "موافق" و "محايد" و "معارض" و "معارض بشدة"، حيث كان التكرار 21 والنسبة 42.00% بالنسبة للبدليل " موافق بشدة "، أما البدليل " موافق " فنسبته 38.00% وتكراره 19، في حين أن البدليل "محايد" كان تكراره 05 ونسبته 10.00%، أما البدليل " معارض " فنسبته 08.00% وتكراره 04، أما البدليل معرض بشدة جدا

تكراره 01 ونسبته 02.00، مما يعني إن أفراد العينة موافقين بشدة على أن ساهم موقع الفيس بوك على تجسيد العلاقات الافتراضية في الواقع المعاش لهم.

- العبارة رقم (07) " جعلني موقع الفيس بوك افقد الحيوية ولنشاط لأداء مهامي " احتلت الترتيب التاسع بمتوسط حسابي قدر ب(4,10)، و توزعت إجابات أفراد العينة على البدائل "موافق بشدة" و "موافق" و "محايد" و "معارض" و "معارض بشدة"، حيث كان التكرار 16 والنسبة 32.00% بالنسبة للبديل " معارض بشدة"، أما البديل " معارض " فنسبته 52.00% وتكراره 26، في حين أن البديل "محايد" كان تكراره 06 ونسبته 12.00%، أما البديل " موافق " فنسبته 02.00% وتكراره 01، أما البديل موافق بشدة جدا تكراره 01 ونسبته 02.00، مما يعني إن أفراد العينة معارضين على أن جعلهم موقع الفيس بوك يفقدون الحيوية والنشاط لأداء مهامهم.

- العبارة رقم (01) " ساعدني موقع الفيس بوك في القدرة على الاتصال الشخصي " احتلت الترتيب العاشر بمتوسط حسابي قدر ب(2,60)، و توزعت إجابات أفراد العينة على البدائل "موافق بشدة" و "موافق" و "محايد" و "معارض" و "معارض بشدة"، حيث كان التكرار 00 والنسبة 00.00% بالنسبة للبديل " موافق بشدة"، أما البديل " موافق " فنسبته 20.00% وتكراره 10، في حين أن البديل "محايد" كان تكراره 20 ونسبته 40.00%، أما البديل " معارض " فنسبته 30.00% وتكراره 15، أما البديل معارض بشدة جدا تكراره 05 ونسبته 10.00، مما يعني إن أفراد العينة محايدين على أن ساعدهم موقع الفيس بوك في القدرة على الاتصال الشخصي.

وعليه من خلال مما سبق نلاحظ أن اغلب إجابات العينة كانت قد قررت أن اثر اعتماد الطلبة على موقع الفيس بوك قد اثر على اتصاهم الشخصي بشكل ايجابي.

نتائج الدراسة:

رغم الفوائد والايجابيات العديدة التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي، فإن استخدامها أمتد ليشمل عدة نشاطات غير قانونية ، حيث ازداد عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة زيادة سريعة، وقد تعاضت أهمية هذه الشبكات وخطورتها خاصة على فئة الشباب من خلال تداول المعلومات الخاصة بهم، بأسماء مزيفة غير حقيقية مما نتج عنه إيذاء الأشخاص ونشر الشائعات والتشهير والإساءة للسمعة، القذف والسب، وبالتالي أصبحت بفعل هذه التقنيات الحديثة والشبكات الاجتماعية مسرحا وفضاء لمزاولة نشاطهم الغير قانوني من قرصنة والاحتيال الالكتروني. وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية من خلال ما يلي:

نتائج المحور الأول: والتي تبينت نتائجه من خلال النقاط التالية:

- اغلب أفراد عينة الدراسة من جنس الذكور
- اغلب أفراد العينة من ذوي السن 31-45 سنة.
- اغلب أفراد العينة من مستوى التعليمي الثالثة ليسانس
- اغلب أفراد العينة من ذوي التخصص علوم الإعلام والاتصال

نتائج المحور الثاني:

- اغلب إجابات أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات.
- المكان المفضل في استخدام موقع الفيس بوك هو البيت.
- أن أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك أكثر من ثلاث مرات في اليوم.
- أن أفراد العينة يقرون بان الوسيلة التي يستخدمونها للولوج إلى موقع الفيس بوك هي الهاتف الذكي.
- أن الأفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك بوقت أكثر من ثلاث ساعات
- أن اغلب الأفراد العينة يملكون حساب واحد على موقع الفيس بوك
- أفراد العينة يقرون بأنه نعم يقيمون اتصالات وصدقات عبر موقع الفيس بوك وهذا من اجل تكوين علاقات
- أن الأفراد العينة يؤكدون بان حقق لهم الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك التفاعل مع الآخرين.
- أن اغلب إجابات أفراد العينة يؤكدون بان نوع المضامين التي تستخدمها في اتصالك الشخصي عبر موقع الفيس بوك تتمثل في النص
- أفراد العينة يقرون بأنهم يتفاعلون مع مضامين الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك عن طريق الإعجاب.

- أن اغلب إجابات أفراد العينة يؤكدون بان الأسباب من استخدام الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك تتمثل في الأسباب الاجتماعية
- أن اغلب إجابات أفراد العينة يؤكدون بان اللغة المستخدمة في الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك تتمثل في اللغة العربية
- أن اغلب إجابات أفراد العينة يؤكدون بان مهارات الاتصال الشخصي التي تستخدمها عبر موقع الفيس بوك تتمثل في الكتابة

نتائج المحور الثالث: تأثير الاعتماد على موقع الفيس بوك على الاتصال الشخصي

- إن أفراد العينة معارضين بشدة على أن موقع الفيس بوك اثر على اتصالاتهم الشخصي.
- إن أفراد العينة موافقين بشدة على أن ساهم موقع الفيس بوك لهم من تعزيز صداقاتهم الواقعية مع الأصدقاء.
- إن أفراد العينة موافقين بشدة على أن ساهم موقع الفيس بوك في تفاعلهم مع المحيط الخارجي
- إن أفراد العينة موافقين بشدة على أن مكنهم موقع الفيس بوك من الاتصال بأصدقائهم
- إن أفراد العينة موافقين بشدة على أن ساهم موقع الفيس بوك في ملء فراغهم العاطفي
- إن أفراد العينة معارضين على أن جعلهم موقع الفيس بوك لا يشاركون في نشاطات المجتمع
- إن أفراد العينة معارضين على أن موقع الفيس بوك جعلهم يشعرون بالانطواء والوحدة
- إن أفراد العينة موافقين بشدة على أن ساهم موقع الفيس بوك على تجسيد العلاقات الافتراضية في الواقع المعاش لهم.
- إن أفراد العينة معارضين على أن جعلهم موقع الفيس بوك يفقدون الحيوية والنشاط لأداء مهامهم.
- إن أفراد العينة محايدون على أن ساعدهم موقع الفيس بوك في القدرة على الاتصال الشخصي.

خاتمة

الخاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع الدراسة تبين لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفيس بوك بصفة خاصة، ساهمت في الحد الكبير في الاتصال الشخصي، مما أعطت له دفعا خاصة بعد أن حصرت الوسائل التقليدية في مجالات معينة، الأمر الذي أتمته وسائل الاتصال الحديثة وعلى غرار موقع الفيس بوك الذي يعتبر من المواقع الأكثر انتشارا بين فئات المجتمع بصفة عامة وفئة الطلبة الجامعيين بصفة خاصة أصبح بالإمكان استغلال خصائصه الجيدة الإيجابية لإيصال محتوى اتصالي مهما كان مضمونه والى أي جهة نريدها بالصيغة الفردية أو الجماهيرية في آن واحد، الأمر الذي جعل الاتصال الشخصي ينتقل من الإطار واقعي حقيقي إلى بيئة افتراضية فرضتها هذه الوسائل.

وعليه من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج نقترح بعض الاقتراحات التي من شأنها أن تعطي إضافة جديدة على الموضوع والتي تتمثل في:

- ضرورة إجراء دراسات من البحوث الميدانية عن الاتصال الشخصي عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
- ضرورة عقد دورات تدريبية من اجل تدريب المستخدمين على موقع الفيس بوك واستغلاله الجيد في اتصالاتهم الشخصية.
- ضرورة التوعية بمخاطر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة في استخداماتهم الاتصالية الشخصية.

قائمة المراجع

1. إبراهيم أبو عرقوب، (2009)، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
2. إبراهيم احمد الدوري، مقال شبكات التواصل الاجتماعي، رئيس مركز البحوث والمعلومات، المنظمة العربية
3. أديب محمد عوض، رشا، (2014). آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحصيل الدراسي لأبناء محافظة طولكرممن وجهة نظر ربات البيوت. مشروع تخرج إستكمالا للحصول على درجة البكالوريوس. جامعة القدس :فلسطين.
4. أسامة غازي المدني، (2015)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الإعلام، السعودية.
5. انجس مورييس، 2005، ط1، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، دار القصبة، الجزائر.
6. التجاني، محمد البشير، (1998). أثر التنظيم الإداري على أداء الجمعيات التطوعية دراسة تطبيقية على منظمة الدعوة الإسلامية. رسالة ماجستير. كلية العلوم الإدارية. جامعة أم درمان الإسلامية : السودان.
7. جمال محمد أبو شنب، (2000)، نظريات الاتصال والإعلام (المفاهيم، المداخل، النظرية، القضايا)، دار المعرفة الجامعية، مصر .
8. جيهان أحمد رشتي، (1975)، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة.
9. حسين شقيق، (2014)، مواقع التواصل الاجتماعي أدوات مصادر التغطية الإعلامية، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة.
10. خالد غسان يوسف المقداد، (2013)، ثورات شبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن، ط1.
11. خالد غسان يوسف المقداد، (2013)، ثورات شبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن، ط1.

12. خليل شقرة، علي (2014)، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان
13. راضي، زاهر، (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. مجلة التربية. العدد 15. جامعة عمان.
14. رحمة الطيب العيساني، (2008)، العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، الجزائر.
15. سلوى عثمان صديقي، وأميرة منصور يوسف، (2005)، الاتصال والخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، مصر .
16. شاهيناز طلعت، (1995)، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، دراسة نظرية مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي، ط3، المكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
17. صادق، مصطفى عباس، (2008). الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. ط1. دار الشروق. عمان، الأردن.
18. عبد الحافظ سلامة، (2007)، الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمار، الأردن.
19. عبد الحميد، محمد (2000)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة.
20. عبد الفتاح عبد النبي، (1995)، دراسة نموذج أئمة المساجد في بناء الاتصال، دار النهضة المصرية، القاهرة.
21. العبد الله، مي، (2006). نظريات الإتصال. ط1. دار النهضة العربية. لبنان
22. علي خليل الشقرة، (2014)، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1.
23. علي عجوة، (1985)، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط3، عالم الكتب، القاهرة.
24. عليان ربحي مصطفى، والطوباشي عدنان محمود (2005)، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان
25. عليق احمد محمد وآخرون، (2001)، وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة

26. فتحي حسين عامر، (2011)، وسائل الاتصال الحديثة، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ط1.
27. فتحي حسين عامر، (2011)، وسائل الاتصال الحديثة، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ط1.
28. فهمي بدوي، شريف، (1996). معجم مصطلحات الكمبيوتر والإنترنت المعلوماتية. دارالبناني للطباعة والنشر والتوزيع. مصر. (القاهرة)
29. فهمي، محمد سيد، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
30. كافي مصطفى يوسف (2015)، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
31. مبارك الرعود، عبد الله ممدوح، (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير. كلية الإعلام. جامعة الشرق الأوسط: عمان، الأردن
32. محمد منتصر، (2013)، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- 33. المراجع:**
34. مكاوي حسن عماد، وحسين السيد ليلي (1997)، الاتصال ونظرياته المعاصر، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
35. مكاوي، حسن عماد؛ السيد، ليلي، (2003). الإتصال ونظرياته المعاصرة. ط1. الدار المصرية اللبنانية. مصر
36. ناصر يوسف كافي، (2015)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط1.
37. وائل مبارك خضر وفضل الله، (2010)، اثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة للنشر والتوزيع، مصر، ط1.

ملاحق

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان بعنوان

اثر اعتماد الطلبة على موقع الفيس بوك في الاتصال الشخصي
دراسة ميدانية على عينة من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمسيلة.

تحت إشراف:

عبد الرزاق غزال

من إعداد الطالبين:

- ديلمي نسيم

- ديلمي نجيب

سيدي الكريم/

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

في إطار إعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر جاءت هذه الدراسة اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) في البحث العلمي. وهو أمر يحتاج إلى تعاونكم معنا وهذا من خلال ملء الاستمارة المرفقة بما تستحقه من عناية، حتى تكون نتائج الدراسة دقيقة. ونحن من جهتنا، نتعهد بأن إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

لهذا نطلب منك الإجابة بعناية عن الأسئلة المطروحة في الاستمارة.

ملاحق

البيانات الشخصية:

1- الجنس:

نعم	لا
-----	----

2- السن:

18 من 30 سنة	من 31 سنة إلى 45 سنة	أكثر من 45 سنة
--------------	----------------------	----------------

3- التخصص:

السنة الثانية	الثالثة	الماستر
---------------	---------	---------

4- المهنة

بطل	موظف	أعمال حرة
-----	------	-----------

المحور الأول: أنماط وعادات اعتماد الطلبة على موقع الفيس بوك.

5- ماهي درجة استخدامك لموقع الفيس بوك ؟

اقل من ساعتين	من ساعتين إلى ثلاث ساعات	أكثر من 3 ساعات
---------------	--------------------------	-----------------

7- ما هو المكان المفضل لاستخدامك لموقع الفيس بوك ؟

المنزل	الجامعة	مقهى الانترنت	قاعة المطالعة	اخرى
--------	---------	---------------	---------------	------

8- ماهي الوسيلة المفضلة لاستخدامك لموقع الفيس بوك ؟

الهاتف	اللوحة الالكترونية	كمبيوتر محمول	كمبيوتر مكتبي
--------	--------------------	---------------	---------------

9- ماهي عدد المرات التي تستخدم فيها موقع الفيس بوك

مرة واحدة	مرتين	ثلاث مرات	أكثر من مرتين
-----------	-------	-----------	---------------

10- ماهي الفترات التي تناسبك لاستخدام الفيس بوك

الصباح	ظهرا	المساء	ليلا
--------	------	--------	------

المحور الثاني: طبيعة الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك:

11- هل تقيم صداقات عبر موقع الفيس بوك؟

نعم	لا
-----	----

- إذا كانت إجابتك بنعم م الهدف من هذه الصداقات؟

التسبية والترفيه	تكوين علاقات	التعرف على أشخاص جدد
------------------	--------------	----------------------

12- هل حقق لك الاتصال الشخصي عبر موقع الفيس بوك

التواصل	إقامة علاقات	التفاعل مع الآخرين
---------	--------------	--------------------

13- مانوع المضامين التي تستخدمها في اتصالك الشخصي عبر موقع الفيس بوك

ملاحق

على شكل صورة	على شكل فيديو	على شكل نص
--------------	---------------	------------

14- هل تتفاعل مع المضامين في اتصالاتك الشخصي عبر موقع الفيس بوك

نعم	لا
-----	----

- إذا كانت الإجابة بنعم كيف ذلك:

التعليق	مشاركة	دردشة	إعجاب
---------	--------	-------	-------

15- برأيك ما هي الأسباب من استخدامك للاتصال الشخصي عبر موقع الفيسبوك

للشهرة التي يمتاز بها الموقع	لسهولة الولوج والتصفح في الموقع	يتوافق مع اهتماماتي
------------------------------	---------------------------------	---------------------

16- برأيك ما هي اللغة التي تستخدمها في الاتصال الشخصي عبر موقع الفيسبوك

الدرجة	الفصحى	اجنبية
--------	--------	--------

17- ماهي مهارات الاتصال الشخصي التي تستخدمها عبر موقع الفيس بوك

مهارة الحديث	مهارة الاستماع	مهارة الكتابة
--------------	----------------	---------------

المحور الثالث: اثر

الرقم	العبرة	موافق شدة	موافق	مُبايد	غير موافق	بشدة غير موافق
01	ساعدني موقع الفيس بوك في القدرة على الاتصال الشخصي.					
02	ساهم موقع الفيس بوك على تجسيد العلاقات الافتراضية في الواقع المعاش.					
03	ساهم لي موقع الفيس بوك من تعزيز صداقات الواقعية مع الأصدقاء.					
04	ساهم موقع الفيس بوك في ملء الفراغ العاطفي.					
05	ساهم موقع الفيس بوك في التفاعل مع المحيط الخارجي.					
06	موقع الفيس بوك جعلني اشعر بالانطواء والوحدة.					
07	جعلني موقع الفيس بوك افقد الحيوية ولنشاط لأداء مهامي.					
08	جعلني موقع الفيس بوك لا أشارك في نشاطات المجتمع.					
09	مكنني موقع الفيس بوك من الاتصال بأصدقائي.					
10	موقع الفيس بوك اثر على اتصالي الشخصي.					

تَمَّ بِحَمْدِ اللَّهِ

تَمَّ بِحَمْدِ اللَّهِ

تَمَّ بِحَمْدِ اللَّهِ



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



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 (م): د. يلقي نجيب

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

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 206326608

الصادرة بتاريخ: 17-01-2021 عن دائرة: السلال

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 181535111357

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

عنوانها: أثر اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع الفيسبوك

في الأثرال التنموي بجامعة المسيلة

دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في:

امضاء المعني (م):

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

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع: أثر اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع الفيس بوك
في الاتصال الشخصي بجامعة المسيلة
دراسة ميدانية بكتبة العلوم الإنسانية والاجتماعية

إعداد الطلبة:

- 1- ديلبي بسام رقم التسجيل: 1616 35109 250
2- ديلبي نجيب رقم التسجيل: 181535 111 357
القسم: علوم الإعلام والاتصال الشعبية، أرنال وعلاء خازن
إشراف: عزال عبد الرزاق الرقبة، أستاذ

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2020-
2021 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة.

رئيس فريق الاختصاص

رئيس القسم

موافقة وامضاء المشرف(ة):

عزال عبد الرزاق



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

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



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 (تم): ديلمي نسيم

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

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 200383294

الصادرة بتاريخ: 26-04-2016 عن دائرة: المسائل

المسجل بكلية: العلوم الإنسانية قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصالات عامة تحت رقم التسجيل: 161635109250

والمكلف بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).

عنوانها: أثر اعتماد الطلبة الجامعيين على موقع السبوك في

الدراسات البحثية بجامعة المسيلة

دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة

الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في:

امضاء المعني (تم):

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