



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة عمارة تليجي الأغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والمحاضرة

قسم علوم الإعلام والاتصال

إستخدامات جمهور الإعلام لمواقع التواصل

في تحقيق الاشباعات الاجتماعية

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

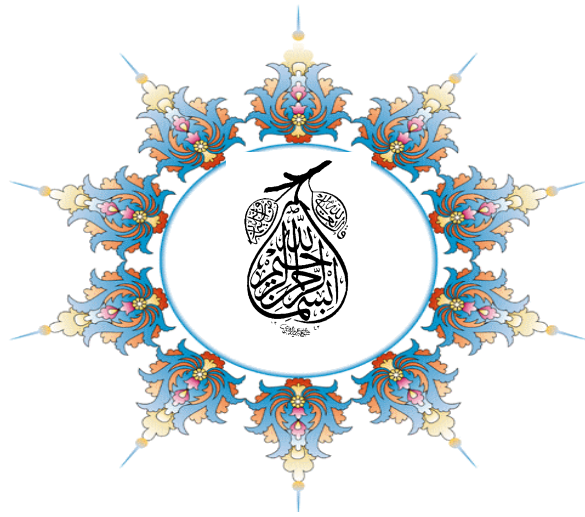
بن عنزوني محمد

إعداد الطلبة:

✓ رضوان مراحجي

✓ مخلوف خليل

السنة الجامعية 2020/2019



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ



# سر شكر وتقدير

يجف القلم ووتتكامل الأوراق ولكن يضل الاعتراف

بالجميل سيد الكرماء وفضيلة الأمناء مع مرنة الذاكرة

وخلد التدوين وأسرار الكلمات

فلا يسعنا إلا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلي كل من مد لنا يد العون

وساعدنا في هذا العمل سواء من قريب أو بعيد ونخص بالذكر

الأستاذ **محمد بن عزونري** على قبوله الإشراف

ولم يخل علينا بإسداء النصائح والتوجيهات

كما تقدم بالشكر إلي أعضاء اللجنة

إلي كل عمال قسم العلوم الإنسانية

إلي كل هؤلاء منا جزيل الشكر

**مرضوان / مخلوف**

# إهداء

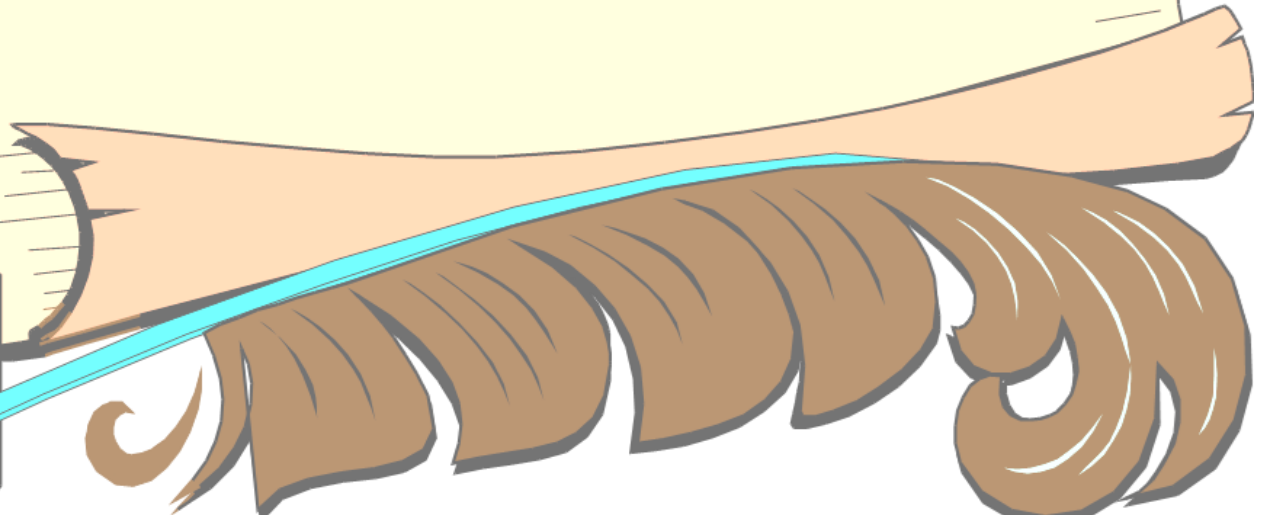
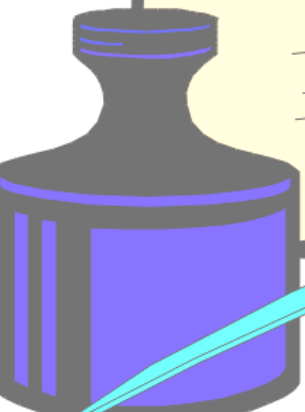
بداية أشكر الله تعالى على ما تفضل به من هذا الإنعام على  
إكمال هذه المذكرة ثم ثانياً فإنني أتوجه إلى فضيلة المعلم  
والمربي:

والدي- أتم الله عليه نعمة الستر والعافية-  
كم لك عليّ من فضائل ومكارم، وكسوتني من كريم السجايا،  
وأغدقت علي من نعم العطايا  
إلى السيدة المكافحة فضيلة الوالدة - أمدّ الله في عمرها -  
التي كانت نعم السند والموجه، أدامني الله خادمة لأرض  
تطئنيها

إلى إخوتي وأخواتي  
إلى زملاء الدراسة إلى الأساتذة الأكارم في قسم الإعلام والاتصال  
لكم أيها الأفاضل أهدي ثمرة هذا البحث.

رضوان

رضوان



# إهداء

اهدى ثمرة جهدي الي من قال في الله عز وجل : واخفظ لهما جناح الذل من الرحمة  
وقل ربي ارحمهما كما ربيانب صغيرا " صدق الله العظيم

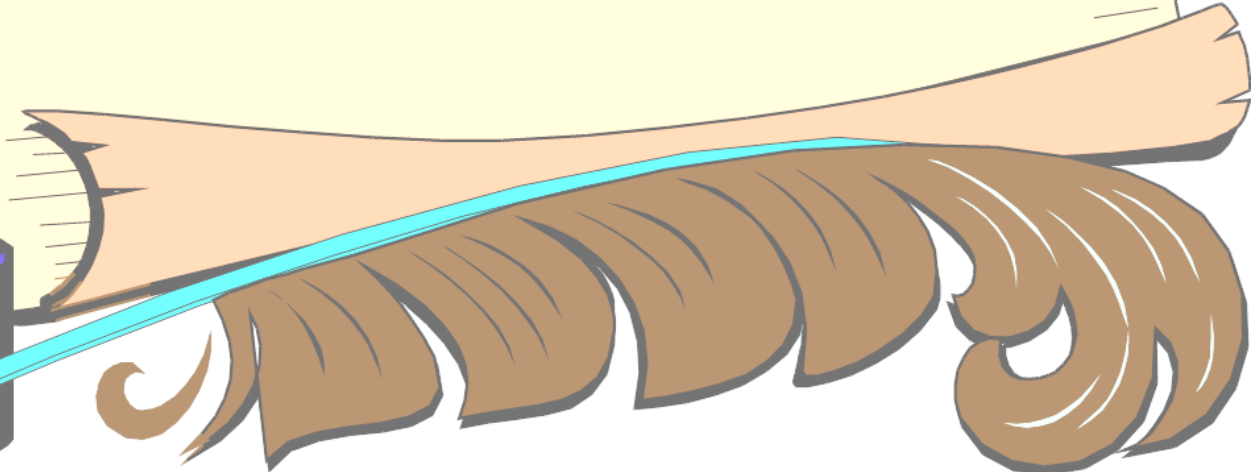
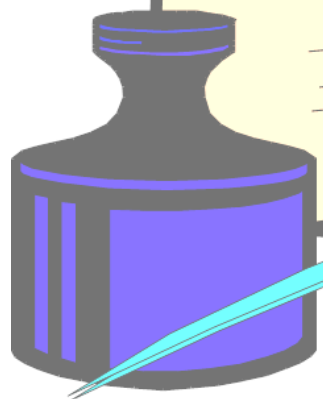
الي امي الغالية اقرب واحب الناس الي قلبي واجمل ما لدي في هذا الكون  
الي خير ناصح وخير دليل في الدنيا ذا القلب الواسع ابي العزيز اطال الله في عمره

الي اخوتي واخواتي كل واحد باسمه

الي كل من يعرفني من قريب او من بعيد

الي كل من ذكرهم قلبي ولم يذكرهم قلبي

مخلوف



كلمة شكر

الإهداء

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

مقدمة.....أ

الفصل الاول: الإطار العام للدراسة

1. الإشكالية..... 03
2. الفرضيات ..... 04
3. أسباب اختيار الموضوع..... 04
4. أهداف الدراسة ..... 05
5. أهمية الدراسة..... 06
6. دراسات سابقة ..... 09

الجانب النظري

الفصل الثاني: مواقع جمهور الإعلام

1. تعريف الإعلام..... 14
2. نشأة وتطور الإعلام ..... 15
3. خصائص الإعلام ..... 15
4. أدوات الإعلام ..... 18

الفصل الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي

- تمهيد ..... 20
1. ماهية مواقع التواصل ..... 20

2. نشأة وتطور مواقع التواصل ..... 23
3. مميزات مواقع التواصل ..... 23
4. ابرز مواقع التواصل ..... 26

### الفصل الرابع: الاشباعات الاجتماعية

1. تعريف الاشباعات ..... 36
2. نظريات مفسرة ..... 36
3. وظيفة النظرية ..... 37
4. أهداف نظرية الاستخدامات ..... 40
5. عناصر نظرية الاستخدامات ..... 40
6. العلاقة بين الاستخدام والإشباع ..... 43

### الجانب التطبيقي

### الفصل الخامس: الدراسة الميدانية

- تمهيد ..... 47
1. مجالات البحث ..... 47
- المجال المكاني ..... 47
- المجال الزمني ..... 47
- المجال البشري ..... 47
2. مجتمع البحث ..... 47
- تعريف العينة ..... 47
- العينة المتبعة ..... 47

## الفهرس

- 47..... المنهج المتبع -
- 48..... 3. أدوات جمع البيانات.....
- 48..... - الاستمارة (الاستبيان).....

## التحليل والتعليق على الاستبيان

- 51..... تمهيد
- 52..... 1. المعالجة الإحصائية.....
- 52..... 2. عرض ومناقشة بيانات العامة.....
- 52..... 3. عرض وتحليل بيانات الاستبيان.....
- 58..... الخاتمة.....

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

# قائمة الجداول

الصفحة	عنوانه	رقم الجدول
52	يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس	رقم الجدول: 01
53	توزيع العينة حسب متغير السن	رقم الجدول: 02
54	يوضح الحالة العائلية للمبحوثين	رقم الجدول: 03
55	توزيع أفراد المبحوثين حسب المستوى الدراسي	رقم الجدول: 04
56	توزيع أفراد المبحوثين حسب ما يعني مواقع التواصل	رقم الجدول: 05
57	العلاقة بين السؤالين 6-14	رقم الجدول: 06
58	العلاقة بين السؤالين 8-16	رقم الجدول: 07
59	العلاقة بين السؤالين 12-18	رقم الجدول: 08
60	العلاقة بين السؤالين 13-20	رقم الجدول: 09

تهدف دراستنا هذه إلى الكشف عن اثر استخدام مواقع التواصل على القيم الاجتماعية لدى جمهور الإعلام من خلال دراسة عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من جمهور الإعلام النشط في ولاية الاغواط ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان الالكتروني لجمع البيانات لبعض متغيري الجنس ومتغيري الوظائف ومتغيري المستويات الدراسية والحالات الاجتماعية ( أعزب ,متزوج ,مطلق ..... )

حيث شرعنا في مشروعنا المتواضع الذي حظي اهتماما لذا تم إعداده إعدادا كاملا وشاملا لكل ما يخص هذا الموضوع فأتى الفصل المنهجي بالإشكالية والفرضيات وأسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة وأهميتها ووضعنا دراسات سابقة لهذا الموضوع أما الفصل النظري فتطرقنا إلى تعريف الإعلام نشأته وتطوره وخصائصه وأدواته , وبعد ذلك ماهية مواقع التواصل , نشأته وتطوره , وذكرنا ابرز هذه المواقع وبعد ذلك تناولنا إلى ماهية الاشباع والنظريات المفسرة لها و وظائفها , وأهداف نظرية الاستخدامات وعناصرها والعلاقة بين الاستخدام و الاشباع .

أما في الجانب التطبيقي وضعنا مجالات البحث من حيث المكان والزمان والمجال البشري وفي نفس الجانب عرفنا أيضا العينة والعينة المتبعة والمنهج المتبع وأدوات جمع البيانات من حيث الاستمارة (الاستبيان الالكتروني ) والملاحظة وبعد ذلك تم تحليل الاستبيان والتعليق على بياناته وإعداد قائمة تشمل كل المصادر والمراجع التي ساعدتنا في البحث عن الموضوع .

ملخص بالفرنسية.

Notre étude vise à révéler l'impact de l'utilisation des sites de communication sur les valeurs sociales de l'audience des médias en étudiant un échantillon d'utilisateurs des médias sociaux de l'audience des médias actifs dans le gouvernorat de Laghouat. L'outil de questionnaire électronique a été utilisé pour collecter des données pour certaines variables de sexe et d'emploi et les variables des niveaux d'éducation et des cas Social (célibataire, marié, divorcé .....)

Où nous nous sommes lancés dans notre modeste projet, qui a retenu l'attention, donc il a été entièrement et soigneusement préparé pour tout ce qui concerne ce sujet. Le chapitre systématique est venu avec le problème et les hypothèses et les raisons du choix du sujet et des objectifs de l'étude et de son importance et nous avons établi des études précédentes pour ce sujet. Sites de communication, ses origines et son développement, et nous avons mentionné les plus importants de ces sites et ensuite nous avons traité de la nature des gratifications et des théories qui les expliquent et de leurs fonctions, les objectifs de la théorie des usages et de ses éléments et la relation entre l'utilisation et la satiété

En ce qui concerne le côté appliqué, nous plaçons les domaines de recherche en termes de lieu, de temps et de champ humain, et du même côté, nous connaissons également l'échantillon, l'échantillon suivi, l'approche utilisée et les outils de collecte de données en termes de formulaire (questionnaire électronique) et de note, puis le questionnaire a été analysé et commenté sur ses données et prépare une liste qui comprend toutes les sources et références qui nous ont aidés. En recherchant le sujet.

Our study aims to reveal the impact of the use of communication sites on the social values of the media audience by studying a sample of social media users from the active media audience in the governorate of Laghouat. The electronic questionnaire tool was used to collect data for some of the sex and job variables and variables of the educational levels and cases Social (single, married, divorced .....)

Where we embarked on our modest project, which received attention, so it was fully and thoroughly prepared for everything related to this topic. The systematic chapter came with the problem and the hypotheses and the reasons for choosing the topic and the objectives of the study and its importance and we set previous studies for this topic. Communication sites, its origins and development, and we mentioned the most prominent of these sites, and after that we dealt with the nature of the gratifications and theories that explain them and their functions, the objectives of the uses theory and its elements and the relationship between use and satiation.

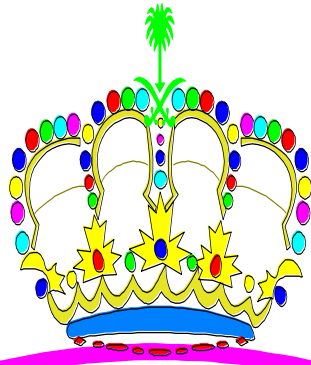
As for the applied side, we put the research fields in terms of place, time, and the human field, and on the same side we also knew the sample, the followed sample, the method used, and the data collection tools in terms of the form (electronic questionnaire) and the note, and after that the questionnaire was analyzed and commented on its data and the preparation of a list that includes all the sources and references that helped us In searching for the topic.

## مقدمة :

منذ بداية عصر الاتصال الجماهيري حاول الباحثون والعلماء فهم ماهية التأثيرات التي يمارسها الإعلام الجماهيري على الجمهور، وقد أنتجت تلك الأبحاث والدراسات جملة من الصيغ تعمل على وصف وتفسير واستشراف ما يجرى عندما تتعرض فئة من هذا الجمهور لرسائل إعلامية تبث من خلال وسائل الاتصال الجماهيري، إذ حظي موضوع العلاقة بين وسائل الإعلام والتأثير باهتمام الكثير من الباحثين، وهو ما أدى إلى التوصل إلى عدة نظريات اختلفت في تفسيراتها لهذه العلاقة بسبب اختلاف الاتجاهات والمنطلقات التي أتخذت كانطلاقة في تحليل تأثيرات الاتصال الجماهيري سواء كانت تلك الاتجاهات مجرد تحليلات نظرية فقط أم قائمة على أساس دراسات تجريبية.

و تعتبر بحوث الاستخدام و الإشباع من المقاربات التي اندرجت ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في أواخر الستينات من القرن الماضي، و تركز على دراسة أسباب استخدام وسائل الإعلام والاتصال والتعرض إليها من مختلف الفئات الاجتماعية في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام والعائد من هذا الاستخدام الذي يحققه الفرد. ويرى أصحاب هذا الاتجاه بأن إقبال الناس على وسائل الإعلام والاتصال يمكن تفسيره على ضوء استخدامهم (Uses) وكذلك حول العائد والإشباع (Gratification) الذي يتحقق منه. إن التحدي الكبير الذي يُطرح أمام مدخل الاستخدام و الإشباع هو الوصول إلى إيجاد دلائل تبرهن على قيام علاقة بين استخدام وسائل الإعلام وتحقيق الرضا والإشباع من جهة و حدوث التأثير من جهة أخرى، و هذا ما يدفعنا إلى البحث في العلاقة التي تربط بين الاستخدام و الإشباع و التأثير<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> <http://audience-studies.over-blog.com/article-32639333.html>



# الفصل الأول

## الفصل المنهجي

1. الإشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. تحديد المفاهيم
5. أهمية الدراسة
6. أهداف الدراسة

## 1:الإشكالية :

يحتل الإعلام مكانةً محوريةً وأسباب رفاهيتهم و تطورهم ، وقد أتاحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال فرصاً وإمكانيات جديدة في مجال التواصل فتعددت أشكاله ووسائله وتأثيراته.

## وعليه نطرح الإشكالية التالية:

✚ ما تأثير استخدام مواقع التواصل على القيم الاجتماعية لدى جمهور الإعلام ؟

## الأسئلة الفرعية:

- 1- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام جمهور الإعلام لمواقع التواصل ؟
- 2- فيما تتمثل التأثيرات الايجابية السلوكية لمواقع التواصل في القيم الاجتماعية لجمهور الإعلام ؟
- 3- فيما تتمثل التأثيرات السلبية السلوكية لمواقع التواصل في القيم الاجتماعية لجمهور الإعلام ؟
- 4- ما هي عادات وأنماط استخدام جمهور الإعلام لمواقع التواصل ؟

## 2- الفرضية العامة :

تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير على القيم الاجتماعية لدى جمهور الاعلام .

## ☒ الفرضيات الجزئية :

1- تختلف طرق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى جمهور الإعلام من المستخدم الآخر

تبعاً لمتغيري الجنس و السن .

2- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أفراد الجمهور و الإعلام بتوسيع العلاقات

الاجتماعية بتشكيل صداقات و علاقات تمكنه من إيجاد أفكار تسهل من مهامه .

3- استخدام مواقع التواصل يؤدي إلي انسحاب الفرد الملحوظ من النشاطات الاجتماعية

اليومية.

4- لجأ مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للأفراد جمهور الإعلام بسبب أوقات

الفراغ و أسباب اجتماعية .

## 2- أسباب اختيار الموضوع :

إن اختيار أي موضوع بغرض الدراسة يخضع لأسباب موضوعية و أخرى ذاتية، ومن أهم

الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع ما يلي:

## أ- الأسباب الموضوعية

- إفادة المهتمين بهذا الموضوع

- البحث في ميدان التخصص وهو ما يتعلق بوسائل الإعلام وتأثير مواقع التواصل على

القيم الاجتماعية لدى جمهور الإعلام.

- الوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القيم الاجتماعية لدى

جمهور الإعلام.

## ب- الأسباب الذاتية :

- ❖ ارتباط الموضوع بالتخصص
- ❖ الفضول العلمي في دراسة هذا الموضوع.
- ❖ الميول الشخصي للبحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي و جمهور الإعلام

## 3- أهداف الدراسة

تحتاج أي دراسة علمية لأهداف لتحقيقها، ففي الجانب النظري هي تحتاج إلى الوقوف على مختلف الأطر والمداخل النظرية في فهم الإعلام و السياقات التاريخية التي ظهر وتبلور فيها، ولفهم الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال من النواحي الاجتماعية والسياسية، بما يسهل فهم خصائص هذا الإعلام وتطبيقاته المختلفة، وخاصة في جانبها المتعلق باستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فإن أهداف هذه الدراسة هو محاولة التعرف على مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ودورها و دوره في القيم الاجتماعية لدى جمهور الإعلام فهناك عدة أهداف أسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيقها أذكرها في:

## ➤ أهداف علمية :

- ✓ التعرف على مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ التعرف على كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جمهور الإعلام.

## ➤ أهداف عملية :

- ✓ التدريب والتمرس بغية الإتقان والتحكم في كيفية القيام ببحوث إعلامية ميدانية، تخضع لإجراءات ومتطلبات البحث العلمي الإعلامي.
- ✓ معرفة الروابط العملية بين الإطار النظري والتطبيقي.

## 5- أهمية الدراسة

إن أهمية أي دراسة أو بحث يقوم به الطالب يجب أن تتوفر فيه القيمة الظاهرة التي يدرسها، وجوهرها العلمي، وما يصبو إلى تحقيقه من نتائج يمكن الاستفادة منها، وتحضى الإنترنت ومواقعها المختلفة بكثير من الاهتمام من قبل المختصين في مجال الإعلام والاتصال، وما تطرحه من إشكاليات حول سلبياتها وإيجابياتها، والتأثيرات التي تخلفها على جمهور الإعلام ، وهذا ما يضيف على الموضوع جانب من الأهمية.

## 6- المقترح النظري للدراسة:

## ❖ نظرية الاستخدامات والإشباع:

ويعني مدخل الاستخدامات والإشباع بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته، وتلبي حاجاته الكامنة في داخله، ومعنى ذلك ان الجمهور ليس سلبيًا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى لتحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم، وكلما كان مضمون معين قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له<sup>1</sup>.

وجمهور المتلقين يعتبر طرف فاعل ونشط في العملية الاتصالية، لذلك فهو يقوم بدور إشراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية، وكطرف لهذه العملية يسهم في حركتها واستمرارها،

<sup>1</sup> - حنان بنت شعشوش الشهري، اثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية، مشروع بحث مقدم ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 1434، ص22

ومن هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها والدور النقدي الذي يآثر في استمرار عملية التعرض<sup>1</sup>

### ❖ فروض وأهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعتمد نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة فروض أساسية وضعها إياهو كاتز) وكل من ( بلومر) و ( جوفيتش) ويمكن إجمال هذه الفروض في :

✓ إن جمهور وسائل الإعلام يتسم بالإيجابية والفاعلية ويستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة خاصة به .

✓ إن جمهور وسائل الإعلام هو الذي يقوم بالدور الرئيسي في إشباع حاجياته من وسائل الإعلام، حيث يربط بين إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة.

✓ إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه واهتماماته، ومن ثم فهو قادر على تحديد واختيار المضمون الذي يلبي حاجاته<sup>2</sup>

كما تركز نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من العناصر تمثل محور النظرية وهي:

- الجمهور النشط.
- الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام
- دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام
- توقعات الجمهور من استخدام وسائل الإعلام
- التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات الناجمة عنه<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص 23

<sup>2</sup> - كحيل فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011

ص. 26

<sup>3</sup> - المرجع السابق، ص 27

## 7- تحليل المفاهيم

يعتبر تحديد المفاهيم إحدى الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث في دراساته وبحوثه بهدف الاتفاق على المحددات الخاصة لكل مفهوم، ولتأكيد الاتفاق على هذه المحددات والتعميمات والتفسيرات العلمية التي تقوم على بناء المفاهيم تظهر حاجتنا على هذه المرحلة لكي نحدد من خلالها جملة من المفاهيم والتي غالبا ما تتصادم في ذهن لباحث مع مفاهيم مشتركة<sup>1</sup>.

## ▪ مواقع التواصل الاجتماعي :

وتسمى أيضا الشبكات الاجتماعية، ومواقع التشبيك الاجتماعي، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد من أجل التواصل الاجتماعي، وإقامة العلاقات ولتعرف وتكوين الصداقات حول العالم، وبناء جماعات افتراضية وفقا لاهتمامات أو انتماءات مشتركة، ويمكن للمستعمل عبرها أن ينشئ صفحته وينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الشخصية، ويكتب مقالات ونصوص، وأيضا ينشر تسجيلات فيديو<sup>2</sup>...

## ▪ المفهوم الإجرائي:

هي فضاء على شبكة الإنترنت يستخدمها الناس للتواصل والتفاعل مع بعضهم

## ▪ القيم الاجتماعية:

اصطلاحا : يعبر عنها اهتمام الفرد وميوله على غيره من الناس فهو يحبهم ويميل على مساعدتهم ويجد في ذلك إشباعا له ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بالعطف والحنان وخدمة الغير.<sup>3</sup>

1 - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، القاهرة، ص 159.

2 - رضا هميسي، دراسة قانونية الإعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الأمن الوطني، كلية الحقوق، العلوم السياسية، ورقلة، الجزائر، ص.6

3 - أسامة عبد الرحيم، القيم التربوية في صحافة الأطفال، ط1 ايتراك للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 28

### ■ المفهوم الإجرائي:

هي مجموعة المعتقدات التي تسود في مجتمع ما والتي يتمسك بها أفرادها، حيث تحدد وتوجه سلوكهم وتضبط تصرفاتهم وفق ما يخدم مجتمعهم، ومن هنا نذكر أن القيم الاجتماعية تشمل القيم الدينية والسياسية والاقتصادية والفكرية وغيرها، حيث تعتبر القيم الاجتماعية ذات الصبغة الدينية الأكثر انتشارا وتواجدا في المجتمعات الإسلامية كقيمة التسامح، التعاون، الاحترام والتي هي بالأساس قيم إسلامية مستمدة من القرآن الكريم

### ■ الإعلام :

من الفعل اعلم أو علم بالشيء أي شعر به ويقال استعلم لي خبر فلان واعلمنه و علم الأمر و تعلمه أي إتقانه و يقال علمت الشيء بمعنى عرفتة و خبرته<sup>1</sup>.

### ● اصطلاحا:

عرف الإعلام كذلك بأنه : جميع أشكال الإعلام الرقمي ,الذي يقدم في قالب رقمي وتفاعلي ,ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت ,فضلا عن استخدام جهاز الكمبيوتر كأداة محورية من اجل عملية الإنتاج والعرض ,وان التفاعلية هي جزء منه وهي أيضا ما يميزه ومن أهم سماته<sup>2</sup>

### ■ المفهوم الإجرائي:

هو مصدر يعتمد عليه الشباب الجزائري من اجل الحصول على المعلومات التي تهمة عبر عدة وسائل التكنولوجيات الحديثة , مثل مواقع التواصل الاجتماعي ,واليوتيوب والانترنيت وغيرها من الوسائل المتطورة.

<sup>1</sup> - ابن منظور، لسان العرب، ط4، بيروت: دار طادر، 2005، ص264  
<sup>2</sup> - مي العبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال , المشروع العربي لتوحيد المصطلحات , دار النهضة العربية للنشر والتوزي ,ع بيروت ,لبنان , دط 2014 , ص . 37

## 10- الدراسات السابقة :

## -الدراسة الأولى :

الباحثة " حمايدية سارة" تحت عنوان " الطفل الجزائري و شبكات التواصل الاجتماعي دراسة في الاستخدامات و الاشباعات عبر الفاسبوك و هي دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم. الإعلام و الاتصال تخصص إعلام واتصال نوقشت سنة 2015. وانطلقت الدراسة من إشكالية " ما هي استخدامات الطفل الجزائري للفا سبوك و الاشباعات المحققة من ذلك."

و قد هدفت في دراستنا هذه إلى : التعرف على شبكات التواصل الاجتماعي ، باعتبارها من احدث إفرازات التطورات الحاصلة في مجال الاتصال وتكنولوجياته .معرفة اتجاهات الأطفال الجزائريين نحو شبكات التواصل الاجتماعي وكشف دور أبائهم في ترشيد هذا التوجه.

• تحديد الدوافع الكامنة وراء اختيار الأطفال لشبكات التواصل الاجتماعي ونوع الاشباعات المحققة من خلال ذلك

• إبراز المكانة التي تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي في حياة الطفل اليومية وحجم الدور الذي تلعبه اجتماعيا إلى جانب مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية .

• معرفة عالقة الطفل مع هذه الشبكات ، هل يتفاعل معها أم انه مجرد متلقي سلبي.

- حيث تدرج هذه لدراسة ضمن الدراسات الوصفية منهج المسح ، وقد اعتمدت على الاستبيان الاستمارة بنوعها استبيان مقابلة و استبيان الكتروني بالإضافة إلى الملاحظة هذا على عينة تتكون من 150 طفل ، وكانت نتائج الدراسة كالتالي:

✓ أغلبية الأطفال يقضون أكثر من 3 ساعات في استخدام الفايسبوك أكثر من مرة في اليوم بهدف البحث عن مواضيع ترفيهية بالدرجة الأولى ن والتواصل مع الأصدقاء مع وجود فوارق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين . لم ينكر الآباء ايجابيات الموقع التي تتمثل في قدرة الأطفال على الحوار وإيجاد وقت اكبر في الترفيه و التحكم في

التكنولوجيا الحديثة . رغم ذلك توجد سلبيات عديدة تكمن في عزلة الأطفال اجتماعيا ن كما يصبح عدوانيا أكثر ويكسب سلوكيات غريبة عن مجتمعه.

• من خلال دراستنا التي قمنا بها و هذه الدراسة التي اعتمدنا عليها كدراسة سابقة لاحظنا عدم وجود اختلافات كبيرة بينهما حيث إن دراستنا تناولت " أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على سلوك الشباب الجزائري" أما هذه الدراسة تناولت " الطفل الجزائري ومواقع التواصل الاجتماعي" أي وجود تشابه في متغير مواقع التواصل الاجتماعي مع اختلاف في متغير الشباب و الطفل الجزائري ، بالإضافة إلى التشابه في الأداة واختلاف في النظرية المتبعة في الدراسة. وقد استفدنا في هذه الدراسة من حيث تحديد مراحل وخطوات دراستنا هذه بالإضافة إلى مقارنتها بنتائج المتوصل إليها في دراسة "الطفل ومواقع التواصل الاجتماعي".

#### -الدراسة الثانية:

"استخدام مواقع التواصل الاجتماعية و تأثيره في العائلات الاجتماعية". للباحثة "مريم ناريمان نومار".

و هي رسالة مكملة لنيل شهادة ماجستير . شعبة علوم العالم و الاتصال . جامعة الحاج لخضر . باتنة . الجزائر . انطلقت الدراسة من إشكالية: "ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية" . والذي بدوره تضمن عدة تساؤلات فرعية كان أهمها:

✓ ما هي عادات و أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي book face لدى الجزائريين .

✓ ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع book face ؟ كيف

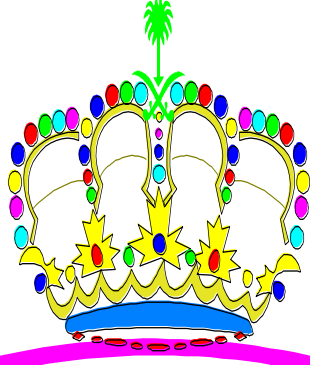
يؤثر استخدام book face على العائلات الاجتماعية لدى الجزائريين ؟

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه الوسائل التكنولوجية الحديثة للإعلام و الاتصال في حياة الأشخاص و أهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية لتحقيق هذه الأهداف . وقد اعتمدت هذه الباحثة على استخدام المنهج المسحي الوصفي ولقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وهذا على عينة قصدية تتكون من 280 مفردة وكانت النتائج كالتالي:

-تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من 3 ساعات في استخدام "book face" يستخدم اغلب أفراد العينة موقع " book face " بدافع التواصل مع الأصدقاء والأهل والتثقيف ، وقد بينت النتائج فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور و الإناث مع الموقع.

- يؤثر استخدام هذا الموقع على الاتصال الشخصي وجها لوجه ، وفي تفاعل المبحوثين مع أسرهم وغياب التفاعل الاجتماعي.

من خلال دراستنا التي قمنا بها و هذه الدراسة التي اعتمدنا عليها في الدراسات السابقة لاحظنا عدم وجود فرق كبير بينما.حيث أن هذه الدراسة تناولت استخدام الشبكات الاجتماعية و أثرها على العائلات الاجتماعية، و دراستنا حول اثر استخدام الشبكات الاجتماعية على سلوك الشباب الجزائري . مع اختلاف في تطبيق النظرية، والاعتماد على نفس الأداة لجمع المعلومات .. ومن حيث المعلومات فقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا من حيث المعلومات حيث تطرقت إلى مختلف الجوانب.



# الفصل الثاني

مواقع جمهور الإعلام

أولا : مواقع جمهور الإعلام

### 1- تعريف الإعلام

• لغة :

كلمة الإعلام مشتقة من العلم , تقول العرب : استعلم الخبر فأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعد أن طلب معرفته<sup>1</sup>.

فلغويا يكون معنى الإعلام الإبلاغ أو الإخبار<sup>2</sup>.

• اصطلاحا:

الاتصال عن طريق الوسائل ، الاتصال بال جماهير . ومع ذلك فالإعلام لا يعني الإتصال بكل شخص فالوسائل تتجه نحو اختيار الجماهير , كما أن الجماهير تختار أيضا من بينها ما يلائمها. ويعد الإعلام بصفة عامة منهجا وعملية يقوم على هدف التنوير والتنقيف والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تخاطب عقول الأفراد لترفع من مستواهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة , كما تخلق فيهم مناخا صحيا يمكنهم من التوافق مع المجتمع وأهدافه<sup>3</sup>.

يعرف الإعلام أيضا على أنه "مجرد عملية الإخبار أو نقل الحقيقة دون تضخم أو تشويه , فالإعلام في معناه الحقيقي هو نقل الخبر الواقعة أي نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل دون مبالغة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - إجددن زهير: مدخل لعلوم الإعلام والاتصال , ديوان المطبوعات الجامعية , المؤسسة الوطنية للكتاب , الجزائر , ص 15 .

<sup>2</sup> - حجاب محمد منير, الموسوعة الإعلامية, المجلد 1 , ط 1 , دار الفجر للنشر والتوزيع , القاهرة , مصر , ص 308

<sup>3</sup> - عليق أحمد محمد وآخرون : وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية , المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية , مصر , 2004 ص 299

<sup>4</sup> - مهنا محمد نصر : مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال , د.ط , مركز الإسكندرية , للكتاب , الإسكندرية , مصر

## 2- نشأة و تطور الإعلام

سعى الجنس البشري عبر التاريخ إلى تحسين القدرة على تلقي واستيعاب المعلومات عن البيئات المحيطة به، كما سعى في الوقت نفسه إلى زيادة سرعة ووضوح وتنوع أساليب أفراده في بث المعلومات، وقد كان هذا ضروريا في البداية لخلق الوعي بالمخاطر<sup>1</sup>.

وتقول هبة فتوح في بحث لها بعنوان "نشأة وتطور وسائل الإعلام" فليس الإعلام وليد الساعة فهو عملية قديمة قدم الإنسان نفسه، منذ وجد الإنسان على قيد الحياة حاول بفطرته التفاهم وتبادل الأخبار والمشاركة...ذلك لأنه اجتماعي بطبعه...ففي أثينا مثال كان الناس يجتمعون في الساحة العامة للمدينة للاستماع إلى أقوال زعمائهم لمعرفة أحوال وأخبار حكومتهم<sup>2</sup>.

ولقد لخصت جهود الباحثين حقائق كثيرة عن نشأة وتطور الإعلام عبر مختلف الأزمنة التي مرت بها البشرية، إذ كان تداول لأنباء مؤثر دال على المجتمع المنظم، ومن الصعب تصور تقدم وازدهار التعليم والتجارة والتنمية الاقتصادية والعسكرية بدون نشر للأنباء والأخبار والمعلومات، أنباء بالرغم من أهميتها إلا أنها كانت محدودة المجال والأكثر من ذلك وصفت بالعشوائية في مصدرها أو لمتلقيها من الجمهور، أنباء ساندت التقاليد السائدة والسلطة القائمة، وعملت على تقوية النظام الحاكم بكل ما يحمل من متناقضات وتسلط<sup>3</sup>.

## 3- خصائص الإعلام :

➤ يحتاج الإعلام إلى مؤسسة إعلامية معقدة الإعداد لإنتاج الرسائل الاتصالية المنظمة والمدروسة و المؤثرة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - شون ماكربايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، ألبونسكو، 1891، الشركة الجزائرية للنشر والإشهار، الجزائر، 1981، ص 28

<sup>2</sup> - هبة فتوح، نشأة وتطور وسائل الاعلام، [http://www.tourathtripoli.org/phocadownload/dirasset\\_fi\\_ali3lam](http://www.tourathtripoli.org/phocadownload/dirasset_fi_ali3lam)

<sup>3</sup> - شون ماكربايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد المرجع السابق، ص 33.

<sup>4</sup> - أبو شنب جمال محمد : نظريات الإعلام و الاتصال، المفاهيم و المداخل النظرية، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة، مصر، 2006،

و لهذا فالتنظيم هو أساس الإعلام و خاصة الحديث : تنظيم في استقصاء المعلومات و جمعها و في كتابتها و صياغتها , و تنظيم في التأكد من صحتها , ثم في نقلها , و بعد ذلك تنظيم في توزيعها تحريريا و ماديا "أي الوسائل التي تتولى النقل" كل ذلك يجعل من الإعلام منظما يتم في خطوات مدروسة و معروفة مسبقا<sup>1</sup>.

➤ يسير الإعلام في اتجاه واحد , حيث يقوم مرسل واحد بإرسال رسالة اتصالية عننية إلى جمهور عريض من المستقبلين يكونون بالملايين .

➤ المشتركون في الإعلام لا يعرفون بعضهم لأن الرسالة الإعلامية عامة للجميع و هناك انفصال بين المرسل و المستقبل في المكان<sup>2</sup>.

يتم بث أو توزيع الرسائل الإعلامية بسرعة هائلة , أي نقل الخبر في أقصر وقت ممكن وفي أقصر صيغة ممكنة , إذ أن السرعة في نقل الأخبار مرتبطة ارتباطا فعليا بتطور التقنيات الحضارية أو التي أنتجتها الحضارة العاصرة , و السباق في الإعلام الحديث هو نقل أكبر كمية ممكنة من المعلومات في أقل كلمات ممكنة , حيث أصبح السباق بين وسائل الإعلام في سرعة النقل ثم في صدق المعلومات<sup>3</sup>

➤ لابد من وجود وسيلة إعلامية لنقل الرسالة إلى الجمهور المستهدف , و تتعرض الرسائل الإعلامية إلى تشويش مادي و إلكتروني و تكون الاستجابة أو التغذية الراجعة في الإعلام ضعيفة و متأخرة , حيث تأتي بعد استقبال الرسالة بيوم أو يومين أو أكثر من قراءة أو سماع أو مشاهدة الرسالة الإعلامية أو قد لا تأتي<sup>4</sup>.

1 - الطنوبي محمد عمر : المرجع في الإعلام والإعلام الزراعي , منشأة المعارف , الإسكندرية , مصر , 1995 , ص31

2 - أبو شنب جمال محمد, مرجع سابق , ص 210

3 - الطنوبي محمد عمر, مرجع سابق , ص29

4 - أبو شنب جمال محمد , مرجع سابق ص210.

و من خصائص الإعلام المعاصر أنه مكثف و يقصد بذلك إمكانية حدوث عمليات إعلامية متعددة في آن واحد : إذ للصحيفة أن تتولى نقل الأخبار ، الرعاية لسلعة معينة ، الإعلان عن سلع معينة ، توجيه الرأي العام ، تقديم كافة أشكال الترفيه و

التسلية...الخ ، كل ذلك في إطار صحيفة واحدة . و من هنا تمكنت الأجهزة التقنية الحديثة أن تتولى نقل الرسائل الإعلامية بشكل كثيف و متواصل .

➤ أن الإعلام الحديث شامل و مشترك أي يتناول جوانب عديدة في حياة الشعوب والمجتمعات ، فلم يعد الإعلام فقط تلك السلطة الرابعة أي مجرد ثقل سياسي ، بل بدأ يشمل جوانب الحياة كلها من سياسة ، اجتماع ، ثقافة ، اقتصاد ، حوادث .

➤ أصبح هناك إعلام خاص أو متخصص في قطاعات محددة في المجتمع ، فهناك صحف و مجالات مختصة في السياسة و أخرى بالاقتصاد و غيرها بالبيئة...الخ و هذا نتيجة للتطور الذي شهدته أجهزة الإعلام والإعلام ككل<sup>1</sup>.

➤ جمهور الإعلام غير متجانس ، فهو متنوع الفئات و مختلف الثقافات و الميول و الاتجاهات والانتماءات و الظروف الحياتية<sup>2</sup> .

إذن صفة الشمول في الإعلام الحديث ليست فقط في الموضوعات ، و إنما أصبحت في التوجه للمرسل إليه سواء كان قارئاً أم مستمعاً أم مشاهداً ، فالإعلام الحديث يتوجه لكافة قطاعات الناس و الشعب ككل ، أي باختصار يتوجه إلى كل من لديهم وعي و فهم و استيعاب<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - الطنوبي محمد عمر ، المرجع السابق ، ص31

<sup>2</sup> - ابو شنب جمال محمد ، المرجع سابق ص210.

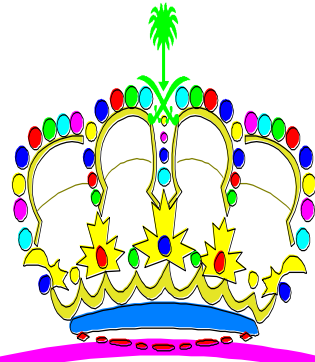
<sup>3</sup> - احمد عمر الطنوبي، المرجع سابق ص 31.

## 4- أدوات الإعلام

المحطات التلفزيونية التفاعلية، و الكابل الرقمي، و الصحافة الإلكترونية، و منتديات الحور و المدونات، والمواقع الشخصية و المؤسساتية و التجارية، و مواقع الشبكات الاجتماعية، و مقاطع الفيديو، و الإذاعات الرقمية، و شبكات المجتمع الافتراضية، والمجموعات البريدية ، و غيرها

بالإضافة إلى الهواتف الجواله التي تنقل الإذاعات الرقمية، و البث التلفزيوني التفاعلي، و مواقع الأنترنت و الموسيقى، ومقاطع الفيديو و المتاجرة بالأسهم، و الأحوال الجوية و حركات الطيران، و الخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية و الوسائط المتعددة<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - فهد بن عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، ط1، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010ص183



# الفصل الثالث

مواقع التواصل الاجتماعي

## تمهيد:

تنتشر اليوم في مختلف مناطق العالم وبالاعتماد على شبكة الإنترنت مواقع تعرف باسم مواقع التواصل الاجتماعي لبعض تسميتها حيث أو شبكات التواصل كما يحلول أحدثت هذي الشبكات نقالة نوعية كبيرة ومهولة في حياة الناس فصار الناس مهوسين بها بسبب ما وفرته لهم من مجالات ومساحات كبيرة فصاروا قادرين من خلال هذي الشبكات إيصال أصواتهم التي لم تكن مسموعة من قبل كما صاروا قادرين على التعرف على بعضهم البعض بشكل أكبر مما مهد لهم الطريق لبناء جسور التفاعل والتشارك والمصالح المشتركة و سوف نتطرق إلى المواقع الاجتماعية من حيث تعريفها، نشأتها ، تطورها ، و أهم المواقع الاجتماعية العربية و الأجنبية، مثل موقع الفاييبوك و موقع تويتر و موقع ماي سبيس.....الخ

## 1- ماهية مواقع التواصل

عكي مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا فهي تشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسم للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على شبكة الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسم للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع<sup>1</sup>

وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي وتختلف من باحث لآخر فيعرفها بالس Balas على أنها " برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أي يمكن أن يتصلوا بعضهم ببعض لعدد من الأسباب " ويعرفها بريي preece ومالوني كريشمار Krichmar Maloney على أنها " مكان يلتقي فيه الناس أهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج<sup>2</sup> .

<sup>1</sup> - سعود كاتب، الاعلام الجديد و قضايا المجتمع التحديات و الفرص ، ورقة مقدمة للمؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز جدة السعودية ديسمبر 2011، ص4،5.

<sup>2</sup> - مريم نومار، استخدام مواقع الاجتماعية وتأثيري في العالقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر رسالة ماجستير جامعة الحاج لخضر -باتنة - الجزائر 2012/2011 ص 44

ويعرفها كاستل Castells على أنها قنوات تواصلية تخلق بيئة اجتماعية مفتوحة متفاعلة قادرة على الابتكار دون المساس بشكل هذي البنية مع صعوبة تحديد الهدف لهذي الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني والمعلوماتي<sup>1</sup>.

وتعرف أيضا بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب (2) Web تتي التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمعي افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء بلد جامعة مدرسة شركة من خلال خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم التي يتيحونها للعرض كما تضم مواضيع خاصة وعامة من كتابات و صور وأفلام ودردشات وتعارف<sup>2</sup>.

بينما زهير عابد فيعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة باليبن الأجهزة حول العالم لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة والتي تنقل المعلومات بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور<sup>3</sup>.

## 2- نشأة و تطور مواقع

ظهر أول موقع من مواقع التواصل الاجتماعي Theglapb com. على شبكة الانترنت في الولايات المتحدة على شكل تجمعات عام 1994 وفي العام نفسه تالي موقع Gerocities ومن ثم تلاهم موقع Tripod عام 1995 .

<sup>1</sup> - المؤتمر العربي-الأوروبي تمكين الشباب و منظماتهم ودعم مبادرات المجتمع المدني في الدول العربية جنوب البحر المتوسط ورقة مقدمة في العربي-الأوروبي مالطا 22-24 مارس 2012

<sup>2</sup> - أمينة السيد هبة عبد العال، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الخصائي والمكتبة بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات للمشاركة في المؤتمر الثالث عشر أخصائي المكتبات والمعلومات في مصر بعنوان "المكتبة والمجتمع في مصر " مصر مكتبة د-شوقي سالم 2009 ص 07

<sup>3</sup> - بشرى الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مجلة الباحث الاعلامي ،جامعة بغداد العراق كلية الاعلام ع 18، 2012 ص94

وركزت هذي المواقع على ريو لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة و تشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات<sup>1</sup>.

وفي أواخر التسعينات صمم راندي كونراندز Conrandz Randy موقع Classmates com. عام 1995 وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء والزلاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروفهم الحياة العملية في أماكن متباعدة ولكن هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزلاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً<sup>2</sup>.

وتبع ذل محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي خر وهو Sixdegrees com. في عام 1997 حيث ركز على الروابط غير المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو المعرفية أو الدينية و أتاح للمستخدمين مجموعة من الخدمات و أهمها إنشاء الملفات الشخصية و إرسال الرسائل الخاصة ولكن تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله وتبع ذل ظهور مجموعة من المواقع التواصل الاجتماعي وكان اهتمامها تدعيم المجتمع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكييناآلسويبين Asianavenue com. وموقع البشر ذوي البشرة السوداء Blackplanet وظهر بعد ذل مواقع كثيرة ولكنها لم تتج وفي بداية عام 2002 ظهر موقع Friendster com. وهو وسيلة للتعارف و الصداقات بين مختلف فئات المجتمع العالمي وقد حقق شهرة كبيرة وفي النصف الثاني من نفي العام ظهر في فرنسا موقع com.skyrock للتدوين ثم تحول بعد شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الكريم الدبسي زهير الطاهات ،دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات ج40، ع1، 2013، ص70

<sup>2</sup> - صفاء زمان ،الشبكات الاجتماعية تعريفها تأثيرها وأنواعها 2012 أنظر <http://www.kse.org.kw/AL-> mohandesoon/issue/113/article/365

<sup>3</sup> - مدونة رائتي نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي 22 نوفمبر 2013 أنظر 3 [http://fatenahh.blogspot.com.2013.blog-post\\_22.html](http://fatenahh.blogspot.com.2013.blog-post_22.html)

وفي بداية 2003 ظهر موقع Myspace com. وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة و الأكثر شهرة على مستوى العالم كما ظهر العديد من المواقع مثل LinkedIn com. ومن ثم موقع Facebook com. الذي انطلق رسميا في 2004 وكان الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى العالم وكذل ظهر موقع يوتوب Youtube com. في 2005 وبعد ذل انتشرت الفكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع Twitter وقد ظهر في عام 2006 وقد بدأ بالانتشار كخدمة جديدة للتواصل الاجتماعي على الساحة العالمية.

### 3- مميزات مواقع التواصل

#### • التعريف بالذات:

على الرغم من مفاهيم المجتمعات الافتراضية كانت موجودة منذ بداية تطبيقات الانترنت، مواقع الشبكات الاجتماعية تدعم طرق جديدة للناس للتواصل فيما بينهم ويمكن للمستخدمين اختيار هذه المواقع للاتصال عبر مختلف الأشكال الرقمية، مثلا لعلامات "tags".

و التطبيقات المبنية " in built " في داخل مواقع الشبكات الاجتماعية ، التطبيق 'الرفوف البصرية' "visualshelf" ' ' يمكن مستخدمين الفيسبوك الانضمام إلى مجتمع قراء الكتاب، وربطه من خلالها بالكتب التيود قراءتها

#### • الأنشطة من الأسفل إلى الأعلى :

توفر مواقع الشبكات الاجتماعية منصات مثالية يمكن من خلالها للمستخدمين ابتداء من وجود قيم ومصالح مماثلة يمكن أن تأتي مع التعاون بشكل فعال و بتكلفة منخفضة على سبيل المثال، يمكن للأطباء تبادل و مضاعفة فحص الحالات الطبية النادرة على مواقع الشبكات الاجتماعية الصحية كما هو معمول به في لحالات العادية ، أو يمكن لنشطاء تنظيم احتجاج من خلال مواقع مثل "Care".

### • سهولة الاستخدام :

سمة رئيسية من شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية هو بساطتها أي شخص لديه مهارات استخدام الإنترنت الأساسية يمكن أن ينشأ و يدير مواقع الشبكات الاجتماعية الموجودة على الإنترنت، اكتسبت مواقع الشبكات الاجتماعية المستخدمين الموجودين على الإنترنت من خلال وجود موقع شخصي وكانت من السلبيات أن واستضافة للموقع غالبا هذه الصفحات الرئيسية ليست سهلة لإنشاء و تطوير ما تكبدت تكاليف لمقابل، مواقع الشبكات الاجتماعية هي مجانية و مفتوحة أمام الجميع للانضمام و معظمهم يتطلب منهم التسجيل، في حين أن آخر ينتحصر عضو يتهم من خلال دعوة من الأعضاء الذين هم الأعضاء بالفعل للموقع<sup>1</sup>.

### • الأصدقاء / العلاقات : Connections/ Friends

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين . طلق الشبكات الاجتماعية تسمى " صديق " على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقاء بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى " اتصال أو علاقة على هذا الشخص المضاف لقائمتك.

### • إرسال الرسائل:

وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

<sup>1</sup> - RominaCachia: op cit

### • ألبومات الصور:

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا يائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها<sup>1</sup>.

### • المجموعات:

تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنندى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.

### • الصفحات:

ابتدعت الفكرة الفايسبوك، واستخدمتها تجارياً بطريقة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحات وإظهارها لفئة حملات إعلانية موج يحددوا منا لمستخدمين وتقوم الفايسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها منقبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - أمينة عادل سليمان السيد و هبه محمد خليفة عبد العال : الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة، بحث مقدم للجمعية المصرية (2) للمكتبات والمعلومات للمشاركة في المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر، في الفترة ما بين 5-7 يوليو 2009، ص13

<sup>2</sup> - أمينة عادل سليمان السيد و هبه محمد خليفة عبد العال، المرجع السابق، ص 13

## 4- أبرز مواقع التواصل

تم إنشاء الفايسبوك في 4 فيفري 2004 على يد Zuckerberrg Mark حيث كان طالبا جامعيًا بجامعة هارفارد الأمريكية، كان هدفه إقامة شبكات تضم طلبة الجامعة في موقع واحد وسرعان ما انتشرت أصداء الفكرة في جامعات أخرى. ويعتبر إنشاء هذا الموقع من إحدى المشاريع التي قام بها أثناء دراسته ، وقد قام طالبان من احد أصدقاءه بالجامعة في مساعدته في بعض النواحي الحاسوبية أثناء إنشائه لهذا الموقع وهما "اندرو" و"دوارد"<sup>1</sup>.

يعتبر موقع الفايسبوك واحدا من أهم مواقع التشبيك ، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط و إنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها مايشاء<sup>2</sup>.

ويعرفها قاموس الإعلام والاتصال communication and media of Dicyionary يعرف Facebook على انه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 وبتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص<sup>3</sup>.

يتكون الموقع من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء وتصنيف المجموعات على أساس الإقليم ، ومكان العمل، الجامعة، والمدرسة وبإمكان المشترك الجديد أن يختار احد التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح واختيار مجموعة للاشتراك فيها داخل مجموعات ، وهناك مساحة للتداول والتعليقات إضافة إلى وجود نتيجة الشهر التي تدون فيها أهم الأخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة بدءا من الأحداث القومية أو المحلية، حتى أعياد ميلاد الأعضاء ، كما توجد مساحة للإعلانات البيع والشراء الخاصة بالأعضاء .

<sup>1</sup> - محمد سيد الحلاوة ، رجاء علي عبد العاطفي ، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت و الفايسبوك، جمهورية مصر العربية الإسكندرية، مصر ، د.ط. ، 2011، ص 113

<sup>2</sup> - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2006، ص 218

<sup>3</sup> -marcel danesi dictionary of media and communication m.e sharpe;newyork,p 117

ولكل عضو مساحة يضيف فيها صورة الشخصية إلى جانب وجود مدونات مرتبطة بالموقع بشكل عام إلى إتاحة التعارف بين الشباب<sup>1</sup>.

### • You tube اليوتيوب :

اختلفت الآراء حول موقع يوتيوب ما وا إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أولاً، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو غير أن تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظرات لاشاركة معها في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظراً للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها و نشرها بشكل واسع.

تأسس "يوتيوب" كموقع مستقل في 14 من فبراير عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة - باي بال- المتخصصة في التجارة الالكترونية ، الفضل الحقيقي في ظهور "يوتيوب" الذي نرثه اليوم للثنائي اللذان نجحا في تكوين اكبر الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي. ويقوم موقع يوتيوب على فكرة مبدئية: هي بث لنفسك أو دع لنفسك

يوضع هذا الشعار هذا الشعار في الصفحة الأولى ، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم بعضها بعض تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف<sup>2</sup>.

➤ يقوم موقع اليوتيوب على فكرة مبدئية :هي بث لنفسك أو ذع لنفسك ، ويوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى ، وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني الشعبي إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم بعضها بعض تم

<sup>1</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، ص 183

<sup>2</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، المرجع السابق، ص194

تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك لنقل حدث ما غريب أو مضحك أو مثير ، وكثير منها ثم إنتاجه لدوافع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لإيصال رسالة شخصية حول مسألة ما تهم منتج الفيلم ويتضمن الموقع أنواعا لا حصر لها من كليبات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية او ما يطلق عليها الفيديو بلوغين يعمل اليوتيوب وفق المنظومة التالية:

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم ،وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء.
- حديثة وأيضاً جعل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء ،وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع .
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة ب "اليوتيوب" مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وأيضاً جعل مقاطع الفيديو عامة أو خاصة .
- يستطيع المستخدمون اختيار وعرض مقاطعهم بشكل عام أو مشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيها بصورة خاصة عند التحميل<sup>1</sup>.

#### • جوجل بلاس:

جوجل بلس ويرمز لها أيضاً بـ Google+ أو +G ، وهي إحدى الشبكات الاجتماعية التابعة لشركة جوجل والمبنية على مواصفات ويب 2.0 التابعة والمطورة من شركة جوجل، وقد تم تعريف هذه الشبكة الاجتماعية على عالم مستخدمي الإنترنت في شهر يونيو من عام 2011م وقد تمكنت من الحصول على شهرة كبيرة لكونها منافس قوي لموقع فيس بوك الإلكتروني<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي، الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية،مرجع سبق ذكره،ص195

و من مميزات جوجل بلاس الخصوصية، فعند متابعة شخص معين من طرفك فأنت تراه، ولكن لكي يرى هو منشوراتك لابد أن يضيفك إلى دوائره، كما أن جوجل بلس ليس هبا قبول طلبات صداقة، فبمجرد إضافة شخص أو صفحة للدوائر فإنك ترى منشوراتهم، وبالتالي جمعت الشبكة بين تويتر والفييس بوك، ولكن حتى يكون استخدام جوجل بلس فعلا لا بد أن تكون سرعة الانترنت عالية<sup>1</sup>.

### • تويتر

مؤسس موقع تويتر هو: "جاك دورسي" وكانت الفكرة الأولية عند جاك هي استخدام خدمة الرسائل النصية القصيرة SMS لتحقيق فكرة التواصل الفوري هذه، وكان الاسم الأولي للمشروع هو TWITTER بعدما جاء شريك آخر نوح جلاس وبالفعل بدأ عمله من وقتها على فكرة تأسيس الموقع، وقام ببناء نموذج من التغريد في تويتر في غضون أسبوعين تقريباً، جذبت فكرته كثيراً من المستثمرين والمستخدمين، ومنذ وقتها بدأت الشهرة للموقع.

✓التويتر هو شكل من التدوين متعدد الوسائل، يتيح للمستخدمين إرسال تحديثات نصية قصيرة أو صور أو مقاطع صوتية ونشرها إما لجميع مستخدمي تويتر أو قصرها على مجموعة محددة يختارها المستخدم، والتدوين المصغر هو مزيج من أفضل وظائف البريد الإلكتروني وخدمة الرسائل القصيرة (SMS) والتدوين والرسائل الفورية (IM) مما ينتج عنه أداة تجمع بين مزايا كل من هذه الوسائل<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - مركز المحاسب للاستشارات، مجلة حول: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب-تويتر انموذجا، ص 35

<sup>2</sup> - زغيب شيماء ذو الفقار حامد ، استخدام موقع التدوين المصغر (تويتر): دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة -كلية الإعلام-مصر، 2011، ص 67.

### • الوتس آب

واتس آب بالإنجليزية WhatsApp : هو تطبيق يقوم على استخدام الإنترنت لإرسال الرسائل النصية والصّور والرسائل الصوتية وحتى مقاطع الفيديو، وتُتاح إمكانية استخدامه من خلال تحميله على الأجهزة الخاصة، سواء الهواتف الذكية أو أجهزة الكمبيوتر، وقد اكتسب التطبيق نجاحاً كبيراً منذ إنشائه في عام 2009م على يد اثنين من شخصين كانا يعملان في شركة ياهو؛ نظراً لما يتمتع به من مجانية خدمات الاتصال وإرسال الرسائل، إلى جانب كونه مدعوماً من قبل العديد من منصات التشغيل مثل ويندوز، والعديد من الأجهزة المحمولة مثل الآيفون، والأندرويد، والتوكيا، والبلاك بيري(BlackBerry)<sup>1</sup>.

### • البريد الإلكتروني:

البريد الإلكتروني هو عبارة عن معلومات مخزنة يتم تبادلها بين اثنين من المستخدمين عبر وسيلة اتصالات، وبشكل عام هو رسالة تحتوي على نصوص، أو ملفات، أو صور، أو مرفقات يتم إرسالها عبر شبكة الإنترنت من جهة معينة إلى شخص واحد أو مجموعة أشخاص، وتجدر الإشارة إلى أنّ أول رسالة بريد إلكتروني تمّ إرسالها من قبل راي توملينسون عام 1971م<sup>2</sup>.

ويعتبر البريد الإلكتروني أهم خدمة تقدمها شبكة الانترنت حيث تسمح بإرسال و استقبال رسائل الكترونية من و إلى مشركي الشبكة العالمية ، و يمتاز البريد الإلكتروني بـ:

- سرعة وصول الرسالة و عدم ضياعها و انخفاض تكلفتها .
- تمنح إمكانية حفظها و طباعتها أو إعادة إرسالها.
- السرية في الاتصال عند استعمال التشفير .

<sup>1</sup> -<https://mawdoo3.com>

<sup>2</sup> -[www.computerhope.com](http://www.computerhope.com)

- إمكانية توزيع الرسالة إلى عدد من الصناديق دفعة واحدة .
- الاشتراك في الندوات و المؤتمرات الالكترونية<sup>1</sup> .

#### • ماي سبيس

يعتبر موقع ماي سبيس space my من أقدم المواقع التي تخصصت في هذا المجال وهو قريب الشبه إلى حد ما بموقع book face فهو موقع للمحادثة ومشاركة الروابط والصور والموضوعات إلا أن خدماته أقل بكثير من تلت التي يقدمها فيس بوك ولذلك فإن المنافسة بين الموقعين لم تستمر طويلا فما لبث موقع فيس بوك إن انتشر وأزاح موقع ماي سبيس من مركز الصدارة فلم يكن ماي سبيس يعطي المستخدمين مساحة كافية للبروم الصور الخاص بهم كما أنه حو نوعا من الخصوصية لم تعطه الرواج الذي حققه فيس بوك ولذلك فإن ماي سبيس ما أن تطور موقع فيس بوك حتى توارى وقل مستخدموه شيئا فشيئا حتى بدأ يتلاشى<sup>2</sup> .

#### • فليكر

هو موقع إلكتروني مدعوم وبالإعلانات وخدماته مجانية لعامة الشعب يسمح موقع فليكر مرتاديه برفع الصور الرقمية من حواسيبهم الخاصة ومشاركتها عبر الإنترنت مع مجموعاتهم الخاصة أو مع كل العالم، وقد فاز موقع فليكر المتنامي بالكثير من العشاق، وذلك بسبب العديد من الميزات القوية، أهمها القدرة على مناقشة الصور على الانترنت من قبل المستخدمين وقد أسس هذا الموقع شركة ludicorp في سنة 2004م، لكن تغير مالكو هذا الموقع العديد من المرات، وهي الآن مملوكة من قبل شركة SmugMug منذ نيسان 2018 م وحتى الآن

<sup>1</sup> - مراد رايس، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، ص 48.

<sup>2</sup> - نصر الدين العياضي، الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي- نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية-، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد، جامعة البحرين، من 7-9 أبريل 2009، ص 26.

<sup>3</sup> - "Flickrcom", www.britannica.com, Retrieved 25-11-2019. Edited.

أو هو فليكر FLICKR هو موقع ويب لإدارة الإلكترونية للصور ومقاطع الفيديو com.flickr.www عبارة على مشاركة التطبيقات التي يمكن الوصول إليها عبر الإنترنت أو الهواتف الذكية أو الأجهزة اللوحية. ومستخدمو فليكر هم عادة من الأفراد، الذين يمكنهم تحميل وتخزين ومشاركة التعليقات على الصور ومقاطع الفيديو. ويمكن للمستخدمين تصفح وشراء الصور عبر فليكر، كما يمكنهم استخدام مختلف وظائف وخصائص فليكر، بما في ذلك مدونة فليكر، وخصائص التحرير لتيسر تحرير الصور. كما يحتوى فليكر على منصة للفعاليات تُعرف باسم MeetUp "، التي تسمح لمستخدمي فليكر بالبحث عن الفعاليات الاجتماعية في المارات التي قد يحضرها باقي مستخدمي فليكر، والمشاركة فيها. ولمنصة "MeetUp" شروطها وأحكامها الخاصة، التي يجب أن يتعرف عليها المستخدمون على نحو دقيق.

ولقد اتسع مفهوم التاج أو العناوين ألبعد من روابط موقع الويب، والخدمات مثل فليكر = Flickr للصور ويوتيوب YouTube = للفيديو وأودو Odeo = لملفات الوسائط الرقمية التي تتيح مجموعة من الأعمال الفنية الرقمية والتي يتم عنونها اجتماعيا. وعلى سبيل المثال مشروع مشاركة تيجان إذاعة الهيئة البريطانية 48 BBC s' Tags Shared = عبارة عن خدمة تجريبية تتيح للمستخدمين إمكانية وضع عناوين أو تيجان للمواد الإخبارية على الخط المباشر، ومن الأمثلة المهمة في التعليم العالي خدمة ريتشارد كاميرون Cameron = Richard والتي يطلق عليها (49) CiteULike فهي خدمة مجانية تساعد الأكاديميين على حفظ الأوراق الأكاديمية التي يقرعونها وترتيبها وتبادلها، فعندما يجد ضافتها لمكتبته الخاصة على المستفيد ورقة بحثيه على الويب تهمة، يقوم بالنقر عليها و الحاسب الآلي، وتقوم CiteULike تلقائيا باستخراج تفاصيل الاقتباس أو المرجع ومن ثم التي يحتاج المستفيد لكتابة هذه البيانات المرجعية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - دورية العلوم الإنسانية تصدرها كلية الآداب ، دورية علمية المجلد الثاني ، العدد الرابع عشر ابريل 2009م ، 57،

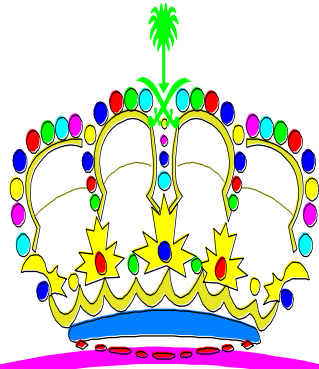
كانت عمليات حفظ وتخزين محتوى الوسائط المتعددة وتبادلها إحدى أكثر المجالات تطورا من بين خدمات الجيل الثاني من الويب، ومن الأمثلة الشهيرة على ذلك موقع يوتيوب للفيديو وفليكر للصور الفوتوغرافية وأود لملفات الوسائط المتعددة، ولقد حملت هذه الخدمات الشهيرة فكرة الكتابة على الويب<sup>1</sup>.

### • الانستغرام

يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور و التعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والانستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية. و كانت بداية الانستغرام عام 2000 م حينما توصل إلى تطبيق يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها و إرسالها عبر خدمات الشبكات الاجتماعية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 63

<sup>2</sup> - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص



# الفصل الرابع

الإشباع الاجتماعي

## 1-تعريف الاشباعات

**الإشباع** : هي مأخوذة من الشبع والشبع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمته، وثوب شبيح الغزل أي كثير، وشبيح العقل أي وافر، والتشبع من يرى أنه شبعان ويعني أيضا: التوفية وبلوغ حد الكمال<sup>1</sup>.

## 2- تعريف الاشباعات الاجتماعية

تعتبر الاستخدامات الاجتماعية في الشبكات الاجتماعية من أهم الاستخدامات المتعلقة بتطبيق الاستخدامات والإشباعات، فأغلبية الأشخاص الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية يميلون إلى التعرف على أشخاص جدد و كذا الحفاظ على العلاقة السابقة وخلق الشعور بالانتماء إلى المجتمع .

ولقد توصلت في هذا الصدد دراسة (Raacke-Bonds and Raacke 2008) إلى أن 96% من مستخدمي الشبكات الاجتماعية يسخدموا ليقروا على اتصال بأصدقائهم القدامى. و1.91% للحفاظ على العلاقات القائمة، في حين أن 4.56% للتعرف على أصدقاء جدد<sup>2</sup>.

## 3- نظريات المفسرة للاشباعات:

## أ- نشأة النظرية

البداية الفعلية لنشأة نظرية الاستخدامات كان من خلال دراسة "اليهو كاتز" سنة 1959 الذي حول الانتباه من الرسالة والوسيلة الإعلامية إلى الجمهور.

<sup>1</sup> - المنجد في اللغة والإعلام: ط 29، منشورات دار المشرق، بيروت، 1986، ص 171، 372

<sup>2</sup> JOHN RAACKE; JENNIFER BONDS-RAACKE(2008).:my space and facebook applying the uses and gratification theory to exploring friend networking sites, CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR,vol 11(1).p171

وقد اعترض كاتز أن قيم الأفراد واهتماماتهم ومشاكلهم وأدوارهم الاجتماعية تسيطر على عملية تعرضهم للمضامين الإعلامية. ويرى "دينيس ماكويل" أنه لا بد من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجاته عن طريق استخداماته لوسائل الاتصال، وبهذا فقد قدم تصورا للوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال ودوافع الفرد المستخدم لها، كمدخل رئيسي لدراسة العلاقة بين الوسائل الاتصالية والمتلقي<sup>1</sup>.

تعنى نظرية الاستخدامات و الإشباعات في الأساس بجمهور الوسائل الإعلامية التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته الكامنة في داخله أي أن الجمهور هنا ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام، بل له غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا باحثون نشطون عن ، فكلما كان مضمونا معيناً قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم<sup>2</sup>.

فكلما كان مضمونا معيناً قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له (الجمهور يقوم بالدور النقدي للمضامين) ومن خلال تأثير الحاجات والدوافع يبدأ الفرد بتقويم ما يحصل عليه من معلومات وحتى تقويم مصادرها حتى يطمئن إلى تامين حاجاته.

و الحاجة هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع والحاجة قد تكون فيزيولوجية أو نفسية .

أما الدافع هو حالة فيزيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - مي عبد الله، نظريات الاتصال، ط2، بيروت: دار النهضة العربية، 2010، ص 279

<sup>2</sup> - منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، عمان: دار المسيرة، 2012، ص 172

<sup>3</sup> - مي عبد الله، المرجع السابق ، ص 281.

ب- وظيفة النظرية

ت- محتوى النظرية

➤ الجمهور النشط :

حيث يؤكد باحثو الإستخدامات والإشباع أن أفراد الجمهور إيجابيين ونشطين، وليسوا مستقبلين سلبيين أو ضحايا لوسائل الإعلام، وقد حدد "جونتر" أبعاد مفهوم الجمهور النشط في النقاط الآتية :

➤ الإنتقائية: "Selectivity"

فالجمهور وفقا لنظرية الإستخدامات والإشباع لديه القدرة على الإختيار للوسائل والمضامين التي تحقق حاجاته ودوافعه النفسية والاجتماعية والتي تعكس اهتماماته وتفضيلاته المختلفة، بالإضافة إلى أن الجمهور يستطيع أن يدرك ويتذكر بشكل إنتقائي ما يتعرض له من رسائل.

➤ العمدية: "Intentionality"

حيث يوجه جمهور وسائل الإعلام المضمون الذي ينتقيه ويتعرض له لخدمة دوافعه وأهدافه وحاجاته المختلفة.

➤ المنفعة: "Utility"

استخدام جمهور وسائل الإعلام للوسائل والمضامين الإعلامية مرهون بما يعود عليه من إشباع للإحتياجات المختلفة التي يشعر بأنه في حاجة إليها.

### ➤ عدم السماح بفرضية التأثير: "influence to Imperviousness"

الجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أحد، كما يؤكد باحثو هذه النظرية، أنه إيجابي ونشط ويوجه إختياراته بناء على احتياجاته، وعلى ذلك فالتأثير القوي لوسائل الإعلام على الجمهور مستبعد، والأقرب هو التأثير المحدود لوسائل الإعلام.

### ➤ الاستغراق: "Involvement"

وتؤكد إيجابية الجمهور الذي يندمج ويتوحد مع النماذج التي تقدم في وسائل الإعلام ويتأثر بها.

ويرى "بالمجرين Palmagreen" أن الجمهور يكون نشطا من خلال :

### ➤ الانتقاء:

هي خطوة سابقة على التعرض للمضمون الإتصالي، حيث ينتقي الجمهور الوسائل الإعلامية وكذلك المضامين التي يتعرض لها وفقا لما يتفق واحتياجاته واهتماماته.

### ➤ الإستغراق:

هي خطوة تحدث أثناء عملية التعرض، ويتم ذلك من خلال الإندماج مع ما يتعرض له الفرد من مضامين.

### ➤ الإيجابية :

بمعنى الدخول في مناقشات والتعليق على مضمون الإتصال، وهذا يشير إلى تذكر المضمون وزيادة حجم المعلومات لدى الفرد في هذه الحالة، ويشعر الفرد بأنه حقق نوعا من الإشباع لحاجاته كزيادة معلوماته بعد التعرض لوسائل ورسائل الإعلام، وتؤكد هذه الأبعاد

والعناصر - الخاصة بإيجابية الجمهور أن هذا الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافعه من استخدامه لوسائل الإعلام<sup>1</sup>

### ث- فرضيات النظرية

تنطلق النظرية من افتراض أساس يعتبر الإعلام رسالة و أهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساسا من المعتقد و لذلك فان تأثير وسائل الإعلام يكون ايجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم ، و كلما كانت الوثائق اشد كان التأثير ايجابيا ، و بالمقابل يكون التأثير إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأية قيمة أو تتناقض مع القيمة. و كلما كان الابتعاد عن القيمة اكبر كان التأثير سلبيا.<sup>2</sup>

- الجمهور بكافة أفراداه يعتبر عنصرا فعالا ومشاركا في عملية الاتصال الجماهيري، يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور وفق عوامل الفروق الفردية.
- أعضاء الجمهور هم الذين يختارون المضامين الإعلامية التي تشبع حاجاتهم، وان وسائل الاتصال تتنافس مع مصادر أخرى في تلبية هذه الحاجات.
- أفراد الجمهور لهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون لتلبيتها لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
- للمعايير الثقافية الاجتماعية تأثير على استخدام والتعرض للوسائل الاتصالية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - مديحة جيطاني: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، مذكرة ماجستير(منشورة ، ) جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2010 ، ص39،38

<sup>2</sup> - عبد الرحمان عزي : دراسات في نظرية الاتصال ، نحو فكر إعلامي متميز، ص 112

<sup>3</sup> - مي عبد الله، نظريات الاتصال، 281

## 4- أهداف نظرية الاستخدامات و الإشباعات

- السعي إلى إكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري<sup>1</sup>
- الكشف عن "الإشباعات المختلفة" من وراء هذا الاستخدام
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين "دوافع الاستخدام" و "أنماط التعرض" لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل اشباعاتها<sup>2</sup>.

## 5- عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

## • الجمهور النشط:

لقد أدى اهتمام الباحثين بدراسة أسباب استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وسلوكهم تجاه هذه الظاهرة، إلى ظهور مفهوم الجمهور النشط أو الجمهور العنيد الذي يبحث عما يرد ويتعرض له ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقد المحتوى المطلوب، إذ يرى بلملر أن المقصود بالجمهور النشط هو الدافع الأساسي للتعرض لوسائل الإعلام، إضافة إلى الانتقاء بين الوسائل والرسائل الإعلامية المختلفة بحيث أن الإنسان يدرك ما يختاره ويختار ما يدركه وتؤثر العوامل الشخصية والذاتية في تحديد مدركاته تبعا للفروق الفردية والثقافية.

<sup>1</sup> - حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص 37 .

<sup>2</sup> - منال لال المزاهرة، المرجع سابق، ص 187، 186

• الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:

أكد الباحثون في هذا المجال أن الإنسان ليس حالة سلبية يتأثر بتلقائية ساذجة بكل الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها وإنما تأثره تتدخل فيه عدة متغيرات بعضها نفسي له علاقة بشخصية الفرد ودوافعه واحتياجاته النفسية وبعضها الآخر اجتماعي له علاقة بالظروف والعوامل المحيطة بالفرد داخل بيئته الاجتماعية. فالفرد إذا اختار المضمون الذي يتوافق مع تركيبته الذهنية و يتلاءم مع استعداده النفسي وظروفه الاجتماعية لهذا يرى كاتز انه ما لم تعرف الحاجات النفسية التي تدفع الفرد إلى استخدام هذه الوسيلة أو تلك يكون القائم بالاتصال في موقف ضعيف في إشباع الحاجات والدوافع<sup>1</sup>.

• الدوافع والحاجات من وسائل الإعلام:

أشار كاتز أن الحاجات تتبع أساسا من الأفراد ويتوقع هؤلاء الأفراد أن وسائل الإعلام تقوم بتلبية حاجياتهم، و يرى "بلمر" انه لا بد للباحث أن يحدد الأصول النفسية للحاجات أولا ثم يتعرف على الدوافع المرتبطة بتلك الحاجات. وينبغي ربط هذه الدوافع بتوقعات الجمهور من وسائل الإعلام كون الحاجة هي من يولد الدافع<sup>2</sup>.

توقعات الجمهور من وسائل الاتصال: عرف مفهوم التوقع لدى بعض الباحثين انه احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لسلوكيات متنوعة، بينما عرفها "كاتز" أنها مطالب الجمهور من وسائل الإعلام أو الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور، وعموما تفترض دراسات مدخل الاستخدامات والإشباعات أن لدى أفراد الجمهور العديد من التوقعات التي تبرز من خلال قدرتهم على إدراك البدائل المختلفة والاختيارات المتنوعة بين مختلف الوسائل والمصادر الإعلامية والانتقاء من بين الكم الهائل لمحتوى رسائلها.

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص 282

<sup>2</sup> - المرجع السابق، ص 283

لهذا فقد أثبتت تلك الدراسات أن توقعات الأفراد من وسائل الإعلام تختلف من مجتمع أو بيئة اجتماعية لأخرى أي تبعا للقيم والسمات الثقافية السائدة<sup>1</sup>

### ☒ اشباعات وسائل الإعلام:

وفق مدخل الاستخدامات والإشاعات يختار الجمهور من بين الوسائل الإعلامية ومن مضامينها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته بهدف الحصول على نتيجة يطلق عليها الاشباعات، ومنذ سبعينات القرن الماضي نادي الباحثون في هذا المدخل إلى ضرورة التمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور من خلال التعرض لوسائل الإعلام والاشباعات التي تتحقق بالفعل، لهذا فقد اختلفت عدة دراسات في ذات السياق حول تحديد صورة واضحة لحجم ونوع الاشباعات التي يحصل عليها الجمهور من وسائل الإعلام، وتم تقسيم الاشباعات إلى نوعين رئيسيين هما:

### ❖ الاشباعات المطلوبة:

أي الاشباعات التي يرمي الجمهور إلى الحصول عليها و تحقيقها من خلال الاستخدام المستمر والمتواصل لوسائل الاتصال الجماهيري وليس بالضرورة هنا أن كل ما يسعى الجمهور إليه من اشباعات يتحقق

### ❖ الاشباعات المحققة:

أي الاشباعات التي يكتبها الجمهور ويحصل عليها من خلال استخدام وسائل الإعلام والتعرض لمحوها، أو بصورة أخرى هي تلك المنفعة أو الفائدة التي ينطوي عليها مضمون الرسائل الإعلامية وتحقيق اشباعات حقيقية لحاجات الجمهور<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص 284،285

<sup>2</sup> - حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، القاهرة: مركز بحوث الرأي العام، 2007، ص 349

إذن ففي هذه النظرية الإعلام هو الذي يحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، وأن استخدام الجمهور لتلك الرسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يعرضها الإعلام، لذا ترى هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، وهذا الاستخدام استخدام اختياري لمصدر المعلومات الذي يلبي رغباته ويتفق وطريقة تفكيره<sup>1</sup>.

## 6- العلاقة بين الاستخدام و الإشباع و التأثير

### 6-1 التأثير:

و يقصد بالتأثير في عملية الاتصال، حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية، و التي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال أو وظيفة الاتصال، و عادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل أو القائم بالاتصال و يُتوقع تحقيقه من طرف المستقبل أو المتلقي، إذن فالتأثير مرتبط بالقصديّة و الرغبة في بث رسالة معينة.

### 6-2 الاستخدام:

يعرفه "يافيس فرونسوا لوكوياديك" "Yves-François Le Coadic" بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام<sup>2</sup>. وعليه فاستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديمغرافية والسوسيو،تقنية، والاقتصادية والثقافية للأفراد فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر سيرورة الاستخدام، ذلك أن العرض هو الذي يقف وراء الاستخدام، حيث يشير الباحث "عبد الوهاب بوخنوفة" إلى أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولاً الوصول إلى التقنية أو الوسيلة.

<sup>1</sup> - المرجع السابق، ص352

<sup>2</sup> - <http://audience-studies.over-blog.com/article-32639333.html>

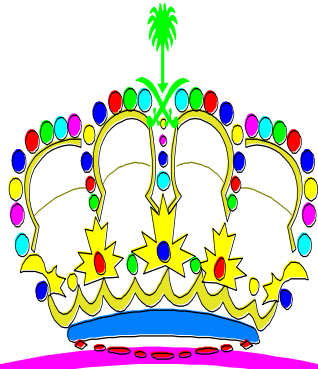
بمعنى أن تكون متوفرة ماديا ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته.

### 6-3 الحاجات و الدوافع:

وتتحدد هذه الدوافع والحاجات بعوامل بيولوجية ونفسية واجتماعية والتي يشبعها الأفراد تبعا لظروف عن طريق الوسائل الطبيعية من خلال التفاعل والاتصال وجها لوجه، أو من خلال اللجوء إلى التعرض إلى وسائل الإعلام.

فالحاجة تنشأ من الشعور بالنقص أو الحرمان من شيء ما لدى الفرد مما يؤدي إلى التأثير في القوى الداخلية للفرد أو الدوافع بغرض إشباع تلك الحاجة بمستوى معين وبدرجة معينة من الإشباع، أي أن الحاجة تؤثر في الدافع، إذا الحاجة هي أساس الدافع وأسبابه<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - <http://audience-studies.over-blog.com/article-32639333.html>



# الفصل الخامس

الأسس المنهجية للدراسة

تحليل نتائج البيانات

## 1. مجالات الدراسة:

## ☒ المجال المكاني:

في إطار الظروف الراهنة لم استطيع توزيع و تحديد المجال المكاني نظرا للأوضاع التي يمر بها العالم و الجزائر بسبب الجائحة كورونا .

## ☒ المجال الزمني:

فقد بدأت الدراسة منذ اعتماد العنوان منها ابتداء العمل في الإطار العام للدراسة ،و بعد ذلك تطرقنا إلى الجانب النظري و الذي كان العمل فيه صعب جدا بسبب قلة و شح المراجع في ظل الظروف التي يمر به العالم كله بسبب الجائحة التي أغلقت كل المرافق عالميا و دوليا و محليا وأما الجانب التطبيقي انطلق العمل فيه وتم نشر استمارات الاستبيان على مجموعة من الأشخاص بالاستعانة بالفيسبوك و استعمال الاستمارة الالكترونية بدل الاستمارة الورقة و هذا بسبب الوضع الذي نمر فيه حاليا .وقد استمرت مدة العمل شهرا ( 30 يوم ) .

## • المجال البشري:

أجريت دراستنا على عينة من مستخدمي مواقع التواصل و انطلق البحث في تحديد المبادئ أساسية تخدم أغراضها وأهدافها وفقا للإمكانيات الباحث، وقد أصبح من الشائع استعمال العينات لدراسة ظاهرة ما علمية، وفي مجال البحث العلمي، وذلك حتى يكون البحث ممكنا ودقيقا كما أن العينة لا تعد مجرد جزء من مجتمع البحث حسبما اتفق عليه، ولكن اختياري واعي تراعي فيه قواعد واعتبارات علمية معينة، فالعينة إذن هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله، ووحدات العينة قد تكون أشخاصا، كما قد تكون أحياءا أو شوارع أو مدن أو غير ذلك، وبعدها أطلعنا على عدة عينات التي وقعت عليها الدراسة السوسيوولوجية، وجدنا أن العينة الطبقيية هي الأكثر ملائمة لدراستنا.

## 2. مجتمع البحث:

## 2-1 تعريف العينة:

إن قيمة أي بحث علمي تتحدد بعدة عوامل منها، اختيار الموضوع و العينة التي اشتمل عليها، و أدوات جمع المعلومات و الأساليب الإحصائية. فالعينة تعد من أهم هذه العوامل لذلك هي ضرورية لإجراء الدراسة التطبيقية، فهي تمثيل للمجتمع الأصلي للدراسة بكامل صفاته و خصائصه. وهذا بما يتلاءم مع موضوع الدراسة ، وأما العينة التي أجرينا عليه الدراسة بلغ عددها 46 طالب.

## ☒ المنهج المتبع:

إن اختيار منهج من المناهج العلمية ومنها البحوث الاجتماعية لا يتم وفق طبيعة الموضوع المبحوث وبخاصة أن أغلبية علماء المنهجية يتفقون بأن منهج البحث الوصفي يعد من أكثر مناهج البحث مناسبة للعلوم الاجتماعية وخاصة مع مصاحبة الاستخدام المنهج التدريبي وتختلف المناهج باختلاف المواضيع ولكل منهج وظيفته وخصائصه التي يستخدمها كل باحث في ميدان اختصاصه واعتمادا على كتب المنهجية.

## ✓ المنهج الوصفي:

إن المنهج الوصفي هو المنهج المناسب في كشف حقيقة ظاهرة وإبراز خصائصه فحين يريد الباحث أن يدرس ظاهرة ما فإن أول خطوة يقوم بها هي وصف الظاهرة التي يريد دراستها وجميع المعلومات ومعطيات عنها، فالمنهج الوصفي يقوم بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ووصفها وصفا دقيقا والتعبير عنها تعبيرا كافيا<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - عمار بحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص120.

ويهتم المنهج الوصفي بدقة ذكر الخصائص والمميزات للشيء الموصوف معبرا عنها بصورة كمية وكيفية.

ويعرف أيضا على أنه: "طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي للوصول إلى أغراض محددة لوضع اجتماعية معينة أو هو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق معلومات مقننة عن المشكلة المراد تحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة"<sup>1</sup>.

### 3. أدوات جمع البيانات:

يستخدم الباحثون والعلماء مجموعة من التقنيات والأساليب لاكتشاف وفهم طبيعة الظاهرة الاجتماعية ومتغيراتها وارتباطاتها المختلفة إلا أن طبيعة التساؤلات وفروضه التي يطرحها الباحث والبيانات المراد الحصول عليها، وكل ذلك يفرض على الباحث انتقاء الأداة أو التقنية الملائمة لذلك فقد يتطلب الموضوع ما استخدام ملاحظة وقد يفترض موضوع آخر وبالنسبة لبحثنا فقد تمت الاستعانة بالوسائل أو الأدوات التالية:

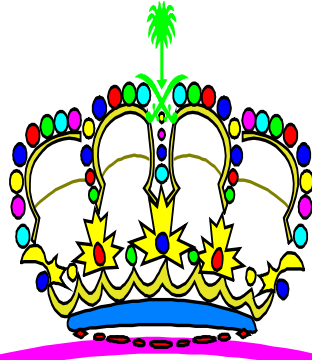
<sup>1</sup> - صالح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي للجامعيين، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 150.

## ■ الاستبيان:

يعد الاستبيان وسيلة من وسائل جمع المعلومات وقد يستخدم على إطار واسع ليشمل الأمة أو في إطار ضيق على نطاق المدرسة وبطبيعة الحال فهو يختلف في طوله ودرجة تعقيده أن الجهد الأكبر في الاستبيان ينصب على بناء فقرات جديدة والحصول على استجابات كاملة ومن الأهمية بمكان أن تكون أسئلة الدراسة وفرضياتها واضحة ومعرفة كي يكون بالإمكان بناء الفقرات بشكل جيد<sup>1</sup>.

ونظرا لطبيعة موضوعنا فقد اعتمدنا الاستمارة كأداة أساسية محاولين إعدادها جيدا لتغطية مختلف جوانب الموضوع من خلال تنوع وتعدد الأسئلة.

<sup>1</sup> - منذر الظامن ، أساسيات البحث العلمي ، دار الميسرة، عمان، ط1، 2007ن ص 91



# تحليل نتائج البيانات

## تمهيد:

إذا كان الجانب النظري يفيد الباحث في دراسته من حيث الكشف ومعرفة الخصائص العامة للموضوع، فإن الجانب الميداني يعد من الأهمية بمكان إلا أن هذا الزعم لا يعني أبداً اعتراض الباحث عقبات في هذا المجال، وفي حقيقة الأمر نجد هذا الجانب أصعب الخطوات التي يواجهها الباحث في ظل الظروف التي نمر بها .

نستعرض في هذا الفصل إلى التحليل والتعليق على الاستبيان و التي تعد مرحلة من المراحل الأساسية التي يعتمد عليها البحث الاجتماعي، فهي خطوة تلي عملية تجميع البيانات من أفراد العينة المدروسة، و من خلال هذا الفصل نهدف إلى عرض وتحليل ومناقشة البيانات الميدانية التي جمعت بواسطة الاستمارة للإجابة عن تساؤلات الدراسة معتمدين في ذلك على العرض الجدولي البسيط والقيام بالعمليات الإحصائية الأساسية من تكرارات ونسب مئوية.

## 1- عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالبيانات الشخصية :

جدول رقم (01): توزيع العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	
65.24%	30	ذكر
34.76%	16	أنثى
100%	46	المجموع

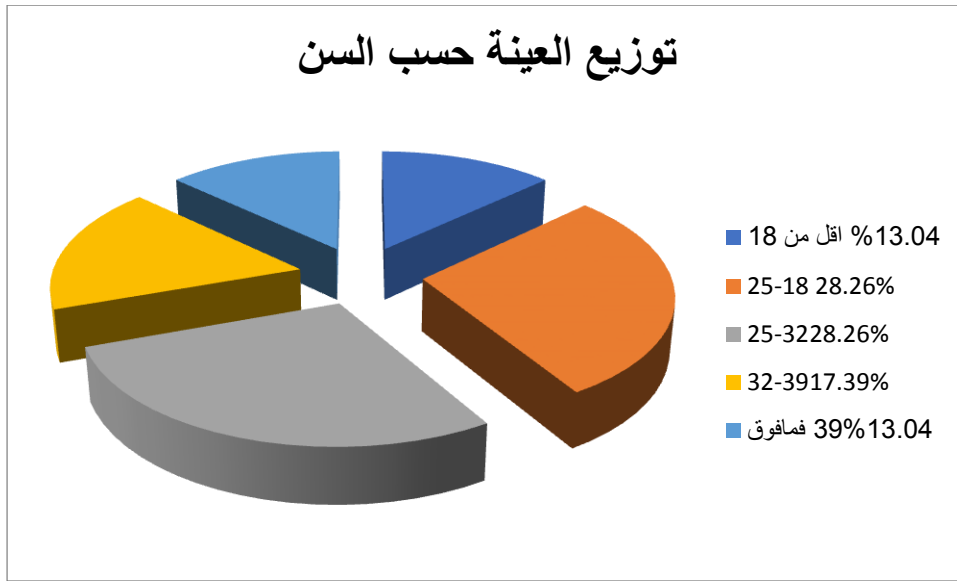


نلاحظ من الجدول رقم (01) أن أعلى نسبة للعينة المستجوبة للذكور بنسبة 65.24% و تليها الإناث بنسبة 34.76%.

ومن خلال ما سبق يتضح أن السبب في ارتفاع عدد الذكور المستخدمين لفيسبوك في مجتمع البحث يعود إلى أنهم أكثر جرأة و حرية في امتلاكهم لحسابات في فيسبوك.

جدول رقم (02): توزيع العينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	
%13.04	06	أقل من 18
%28.26	13	25-18
%28.26	13	32-25
%17.39	08	39-32
%13.04	06	39- فما فوق
%100	46	المجموع

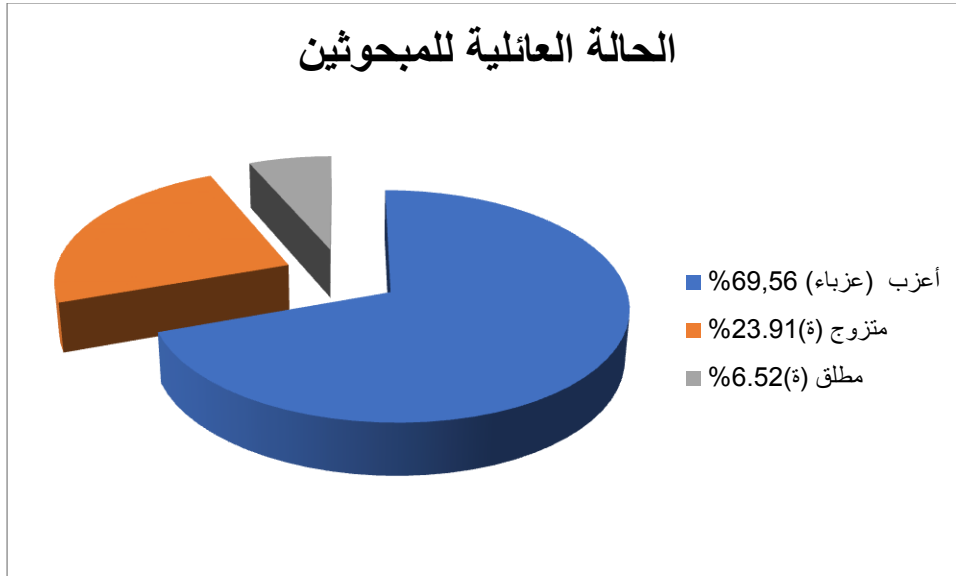


نلاحظ من الجدول رقم (02) أن الفئة العمرية للعينة المستجوبة من (18-25) والفئة (32-25) متساويتان بنسبة %28.26 وتليها الفئة (39-32) بنسبة %17.39. والفئتين (أقل من 18) و(39-فما فوق) أيضا بنسبتين متساويتين.

ومن خلال ما سبق يتضح لنا أن هذه العينة متجانسة والتي حتما ستعطينا أقرب نتيجة لتساؤلاتنا.

جدول رقم (03): الحالة العائلية للمبحوثين

النسبة	التكرار	
%69,56	32	أعزب (عزباء)
%23.91	11	متزوج (ة)
%6.52	03	مطلق (ة)
%100	46	المجموع

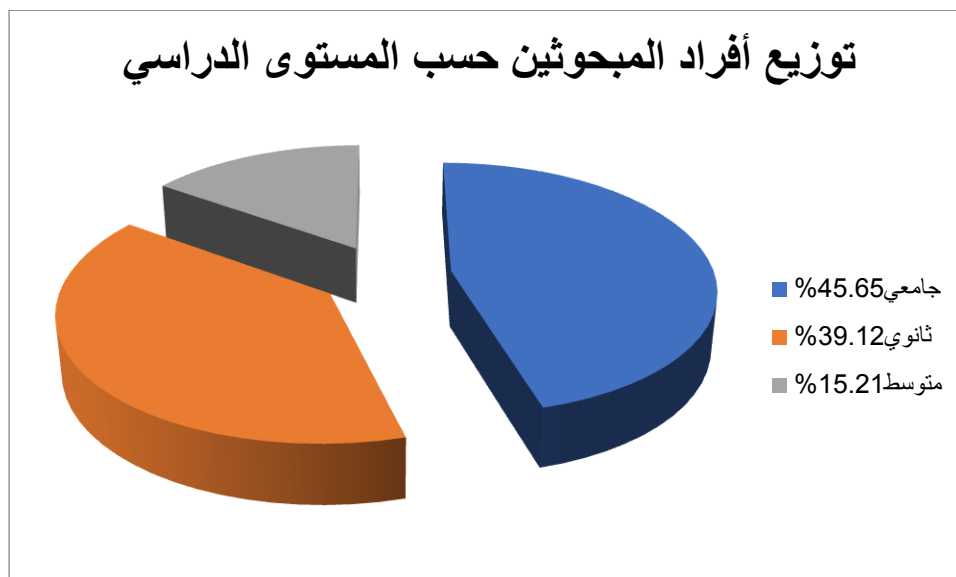


نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) و القراءة الإحصائية أن أغلبية المستجوبين هم من فئة العزاب بنسبة %69,56 مقابل نسبة %23.91 من المتزوجين ثم تليها نسبة %6.52 من المطلقين.

مما سبق يلاحظ أننا أمام عينة الدراسة حيث النسبة الأكبر من المبحوثين كانت حالة العزاب أكثر من يستخدمون فيسبوك.

جدول رقم (04): توزيع أفراد المبحوثين حسب المستوى الدراسي

النسبة	التكرار	
%45.65	21	جامعي
%39.12	18	ثانوي
%15.21	07	متوسط
%100	46	المجموع

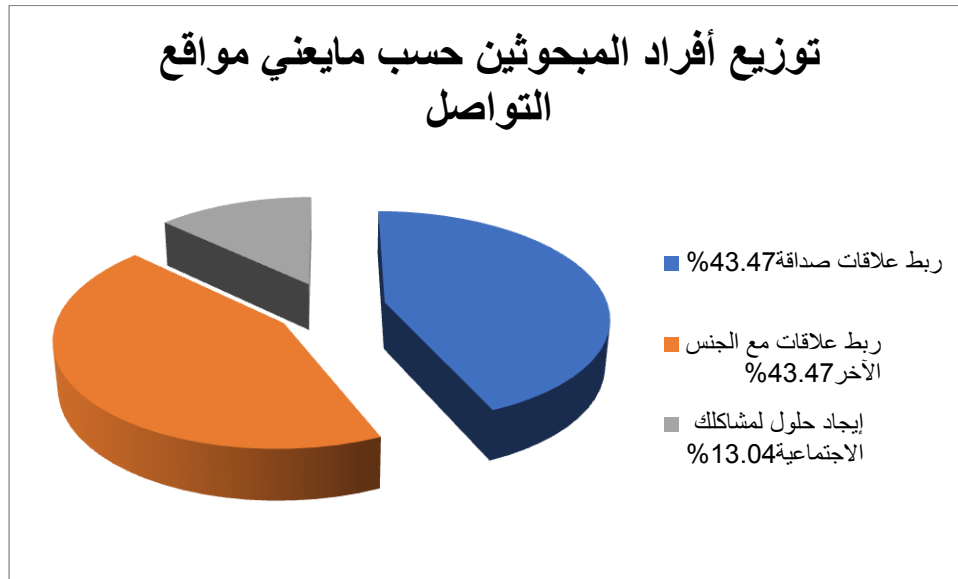


نلاحظ من الجدول رقم (04) أن أعلى نسبة المبحوثين إذ تمثل النسبة المقدرة بـ 45.65 % أكبر نسبة و هي من الجامعيين ذوو درجات علمية مرتفعة ثم تليها نسبة المستوى الثانوي بـ 39.12 % إلى جانب نسبة 15.21 % مستوى متوسط.

نستنتج من قراءتنا لهذا الجدول و بشكل واضح زيادة المستوى التعليمي للمبحوثين و هذا راجع إلى أن متغير المستوى الدراسي له علاقة باستخدام فيسبوك.

جدول رقم (05): توزيع أفراد المبحوثين حسب ما يعني مواقع التواصل

النسبة	التكرار	
%43.47	20	ربط علاقات صداقة
%43.47	20	ربط علاقات مع الجنس الآخر
%13.04	06	إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية
%100	46	المجموع



نلاحظ من الجدول رقم (05) أن أعلى نسبة المبحوثين إذ تمثل النسبتين المقدرة بـ %43.47 و ذلك أكبر نسبة بعبارتي ربط علاقات صداقة و ربط علاقات مع الجنس الآخر بجانب نسبة %13.04 بعبارة إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية نستنتج من قراءتنا لهذا الجدول و بشكل واضح ماذا يعني مواقع التواصل ومدى أهميته في المجتمع .

الجدول رقم (6) : العلاقة بين السؤال السادس والسؤال الرابع عشر

- 6- في ماذا تساعدك مواقع التواصل في الاشباعات الاجتماعية ؟  
14- هل تحرص على متابعة الإعلام عن طريق مواقع التواصل ؟

المجموع		ابدا		أحيانا		دائما		الحرص على متابعة الإعلام عن طريق مواقع التواصل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
								مساعدة مواقع التواصل في الاشباعات الاجتماعية
60	42	10	7	7.14	5	42.85	30	متابعة العمل من المنزل
40	28	2.28	3	7.14	5	28.57	20	المساعدة في الدراسة
100	70	14.28	10	14.28	10	71.42	50	المجموع

نلاحظ من الجدول دمج السؤال 6 مع السؤال 14 أن مواقع التواصل تساعد في الاشباعات الاجتماعية و بلغت النسبة 60% اجابو بمتابعة العمل من المنزل و أن المساعدة في الدراسة بلغت 40% ونستج الأهمية متابعة مواقع التواصل من المنزل طريقة سهلة و مريحة و أنها كذلك مساعدة في الدراسة و إشباع الحاجات و الرغبات .

**الجدول رقم (07) :** العلاقة بين السؤالين الثامن والسادس عشر

8- ما هي الاشباعات الاجتماعية التي تتيحها مواقع التواصل؟

16- ما الذي تحققه من وراء استخدام مواقع التواصل؟

المجموع		التواصل مع الأفراد		الهروب من الواقع		التسلية والترفيه		استخدام مواقع التواصل
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
								الاشباعات الاجتماعية التي تتيحها مواقع التواصل
71.42	50	50	35	7.14	5	14.28	10	تعزير آراءك من خلال مناقشتك مع الآخرين
28.57	20	11.42	8	2.85	2	14.28	10	جعلك تعبر عن آراءك واتجاهاتك الفكرية بحرية
0	0	0	0	0	0	0	0	جعلك اجتماعي أكثر
100	70	61.42	43	10	7	28.57	20	المجموع

إن دمج السؤال 12 مع السؤال 18 من الاشباعات الاجتماعية التي تتيحها مواقع التواصل بلغت نسبة 71.42% من إشباع رغبة في تعزير آراءك من خلال مناقشة مع الآخرين وان جعل التعبير عن آراء واتجاهات الفكرية بحرية مطلقة ب نسبة 20.57% نستنتج أن استخدامات مواقع التواصل أنها مفيدة للجميع وإنها تصل للاشباعات المتلقين.

الجدول رقم (08): العلاقة بين السؤالين الثاني عشر والثامن عشر

12- ما هي طبيعة المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل؟

18- هل تستعمل مواقع التواصل من أجل؟

المجموع	متابعة ما يتعلق بالعمل أو الدراسة		التواصل مع العائلة والأقارب		توسيع علاقات الصداقات		تستعمل مواقع التواصل من أجل
	ك	%	ك	%	ك	%	
							طبيعة المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل
	ك	%	ك	%	ك	%	هادفة
	ك	%	ك	%	ك	%	منوعة
	ك	%	ك	%	ك	%	مسلية
	ك	%	ك	%	ك	%	حديثية
	ك	%	ك	%	ك	%	المجموع

دمج السؤالين 12 مع السؤال 18 توسيع علاقات الصداقة نسبة 10% بأنها هادفة و نسبة قليلة جدا بين المسلية و منوعة 2.85% وأنها حديثة توسيع العلاقة الصداقة ب .

بان استعمال المواقع التواصل أنها هادفة و بلغت نسبة الأجوبة ب51.24% ان و طبيعة المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل بنسبة قليلة جدا 4.28% وان التواصل مع الأصدقاء و الأقارب أن 5.71% بالهادفة و ونسب متساوية في متنوعة وحديثة و منوعة و بلغت النسبة 2.85% وان متابعة ما يتعلق بالعمل أو الدراسة بلغت نسبة 35.70% بالهادفة تليها مسلية بنسبة 14.28% وحديثة بنسبة 8.57% ومنتوعة ب نسبة 7.14% .

**الجدول رقم (09):** العلاقة بين السؤالين الثالث عشر والعشرون

13- هل تثق بما تقدمه لك مواقع التواصل؟

20- هل ترى أن مواقع التواصل أصبحت بديلة عن الإعلام التقليدي؟

المجموع		لا		نعم		مواقع التواصل أصبحت بديلة عن الإعلام التقليدي
%	ك	%	ك	%	ك	
هل تثق بما تقدمه لك مواقع التواصل						
نعم						
لا						
المجموع						
85.71	60	28.57	20	57.14	40	
14.28	10	7.14	5	7.14	5	
100	70	34.28	24	64.28	45	

دمج السؤالين 13 مع 20 نلاحظ أن مواقع التواصل أصبحت بديلة عن الإعلام التقليدي و أنهم يثقون بما تقدمه لهم مواقع التوصل و أصبحت بديلة عن الإعلام التقليدي و بلغت نسبة الإجابة 40 شخص ب نعم ب 57.14 % و نسبة لإجابة ب لا بالعدد 5 أشخاص بنسبة 7.14% وان 20 شخص اجابو بنعم بسؤال الوثوق بما تقدمه مواقع التواصل و بلغت النسبة 28.57% و أن 5 أشخاص اجابو بلا بنسبة 7.14% نستنتج أن اغلب الموجبين بنعم بلغ عددهم 60 شخص و بنسبة 85.71% و أن 10 أشخاص اجابو بلا بنسبة 14.28% و أن لمواقع التواصل أهمية كبيرة في المجتمع .



خاتمة :

من خلال دراستنا لموضوعنا المعنون بـ " استخدامات جمهور الإعلام لمواقع التواصل في

تحقيق الاشباع الاجتماعية " استنتجنا بأن:

➤ أهمية مواقع التواصل في حقل الدراسات الاجتماعية، إذ يعدّ جمهور الإعلام من أكثر

المفاهيم تعقيدا نظرا لارتباطه بالعديد من المواقع التواصل والاجتماعية والتربوية، ويشاركه في

ذلك مفهوم آخر لا يقلّ عنه أهمية الاشباع الاجتماعية.

يبرز دور كل من مواقع التواصل التي من شأنها أن تؤثر إيجابا في تشكيل شخصية

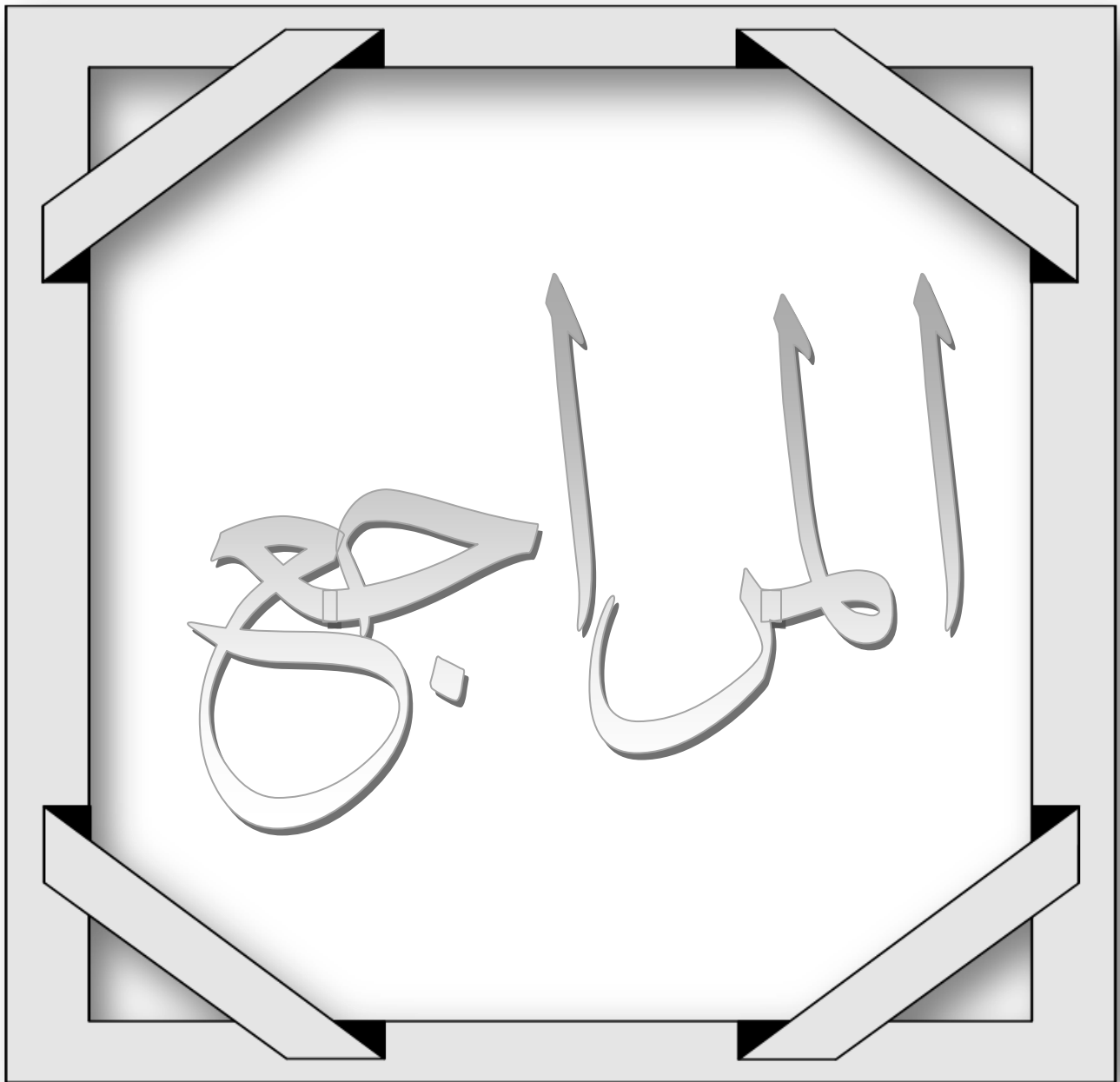
سوية للفرد و الاشباع الاجتماعية له ، فيشعر الإشباع الاجتماعي ، ليحقق بذلك نوعا من

التأثير و التأثير بالجمهور ، باعتبار أنّ الفرد في علاقة ديناميكية مع بيئته الاجتماعية، لاسيما

في هذه مرحلة التطور التكنولوجي فهي بمثابة الأساس الذي يتمّ عليه بناء وتكوين الإشباع

الاجتماعي، ونشير في الأخير إلى أن نتائج هذه الدراسة خاصة عينة من مواقع الفضاء

الأزرق .



# قائمة المراجع

## ✕ باللغة العربية

1. ابن منظور، لسان العرب، ط4، بيروت: دار، 2005
2. أبو شنب جمال محمد : نظريات الإعلام و الاتصال، المفاهيم و المداخل النظرية ، دار المعرفة الجامعية ، الأزاريطة، مصر،
3. أسامة عبد الرحيم، القيم التربوية في صحافة الأطفال، ط1 ايتراك للنشر والتوزيع، الأردن، 2005 .
4. المنجد في اللغة والإعلام: ط 29، منشورات دار المشرق، بيروت، 1986،<sup>1</sup> المؤتمر العربي-الأوروبي تمكين الشباب و منظماتهم ودعم مبادرات المجتمع المدني في الدول العربية جنوب البحر المتوسط ورقة مقدمة في العربي-الأوروبي مالطا 22-24 مارس 2012
5. أمينة السيد هبة عبد العال، الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الخصائي والمكتبة بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات للمشاركة في المؤتمر الثالث عشر أخصائي المكتبات والمعلومات في مصر بعنوان "المكتبة والمجتمع في مصر "مصر مكتبة د-شوقي سالم 2009
6. أمينة عادل سليمان السيد و هبة محمد خليفة عبد العال : الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة، بحث مقدم للجمعية المصرية (2) للمكتبات والمعلومات للمشاركة في المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر، في الفترة ما بين 5-7 يوليو 2009 ،
7. بشرى الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مجلة الباحث الاعلامي ،جامعة بغداد العراق كلية الاعلام ع 18، 2012
8. حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، المجلد 1، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر
9. حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط ، 2 الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2001
10. رضا هميسي، دراسة قانونية الإعلام الجديد بين حرية التعبير وحماية الأمن الوطني، كلية الحقوق، العلوم السياسية، ورقلة، الجزائر

11. سعود كاتب، الإعلام الجديد و قضايا المجتمع التحديات و الفرص ، ورقة مقدمة للمؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز جدة السعودية ديسمبر 2011.
12. شون ماكربايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، أليونسكو، 1891، الشركة الجزائرية للنشر والإشهار، الجزائر، 1981
13. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط2006.
14. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015 .
15. عبد الرحمان عزي :دراسات في نظرية الاتصال ، نحو فكر إعلامي متميز.
16. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط2011.
17. عبد الكريم الدبسي زهير الطاهات ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات ج40 ، ع1 ، 2013 .
18. عمار بحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
19. غريس معهد عبد الكريم، البحث العلمي والتصميم والمنهج والإجراءات ، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، ط3 ، 1987.
20. محمد سيد الحلاوة ، رجاء علي عبد العاطفي ، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت و الفايسبوك، جمهورية مصر العربية الإسكندرية، مصر ، د ط. 2011.
21. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، القاهرة.
22. مدونة رائي .نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي 22 نوفمبر 2013 .
23. مركز المحتسب للاستشارات، مجلة حول: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب-تويتر نموذجاً .
24. منال هلالا لمزاهرة، نظريات الاتصال، ط1 ، عمان: دار المسيرة، 2012.
25. منذر الظامن ، أساسيات البحث العلمي ، دار الميسرة، عمان، ط1، 2007.
26. مهنا محمد نصر : مدخل إلى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال ، د.ط , مركز الإسكندرية ، للكتاب ، الإسكندرية ، مصر ، 2005.
27. مي العبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال , المشروع العربي لتوحيد المصطلحات , دار النهضة العربية للنشر والتوزي ,ع بيروت ,لبنان , , دط , 2014 ,
28. مي عبد الله، نظريات الاتصال، ط2 ، بيروت: دار النهضة العربية، 2010 .
29. الطنوبي محمد عمر : المرجع في الإعلام والإعلام الزراعي ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، مصر , 1995، ص31
30. دورية العلوم الإنسانية تصدرها كلية الآداب ، دورية علمية المجلد الثاني ، العدد الرابع عشر ابريل 2009م ، 57

31. زغيب شيماء ذو الفقار حامد ، استخدام موقع التدوين المصغر (تويتر): دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة -كلية الإعلام-مصر، 2011.
32. صالح الدين شروخ ، **منهجية البحث العلمي للجامعيين**، دار العلوم للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2003، ص 150.
33. عليق أحمد محمد وآخرون : **وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية** ، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية ، مصر ، 2004 ص 299
34. فهد بن عبد الرحمان الشميمري، **التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟**، ط1 ، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010.
35. مراد رايس، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة.
36. نصر الدين العياضي، **الرهانات الاستومولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي-نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية-**، أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد، جامعة البحرين، من 7-9 أبريل 2009.

## ✘ المذكرات

- ✘ مريم نومار، استخدام مواقع الاجتماعية وتأثيري في العالقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر رسالة ماجستير جامعة الحاج لخضر -باتنة – الجزائر 2012/2011 .
- ✘ كحيل فتيحة، **الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011 .
- ✘ مديحة جيطاني: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، مذكرة ماجستير. جامعة الحاج لخضر، باتنة ، 2010 .

## ✘ المواقع:

<http://www.tourathtripoli.org/phocadownload/dirasse>

<http://audience-studies.over-blog.com/article-32639333.html>

<http://audience-studies.over-blog.com/article-32639333.html>

<http://audience-studies.over-blog.com/article-32639333.html>

[http://fatenahh.blogspot.com.2013.blog-post\\_22.html](http://fatenahh.blogspot.com.2013.blog-post_22.html)

<https://mawdoo3.com>

[www.computerhope.com](http://www.computerhope.com)

- ⊗ JOHN RAACKE; JENNIFER BONDS-RAACKE(2008).:myspace and facebookapplying the uses and gratification theory to exploringfriend networking sites, CYBERPSYCHOLOGY &BEHAVIOR,vol 11.
- ⊗ marcelandesi dictionary of media and communication m.esharpe;newyork,p 117
- ⊗ "Flickrcom", www.britannica.com, Retrieved 25-11-2019. Edited



جامعة عمار ثلجي - الاغواط  
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية  
قسم علم الاجتماع و الديموغرافيا

# استمارة استبيان

يشرفنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة في إطار انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص علم اجتماع الاتصال بعنوان: "استخدامات جمهور الإعلام لمواقع التواصل في تحقيق الاشباع الاجتماعية ونحن في حاجة لمساهمتم لكي ننجز عملنا بنجاح، نرجو منكم الإجابة على أسئلتنا بكل مصداقية وصراحة كما نؤكد أن إجاباتكم ستحظى بالسرية ولن تستخدم إلا في إطار هذه المذكرة.

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

ملاحظة: تكون الإجابة بوضع (+) في الخانة المناسبة

تحت إشراف الأستاذ:

بن عزوزي محمد

إعداد الطلبة :

✓ رضوان رابحي

✓ مخلوف مخليل

السنة الجامعية 2019-2020

ملاحظة : ضع علامة (×) أمام الإجابة الملائمة

المعلومات المتعلقة بالبيانات الشخصية

1- الجنس : ذكر  أنثى

2- السن :

أقل من 18	18-25	25-32	32-39	39 فما فوق

3- الحالة العائلية:

أعزب(عزباء)  متزوج(ة)  مطلق (ة)

4- المستوى الدراسي:

جامعي  ثانوي  متوسط

الأسئلة المتعلقة بالمحور الأول: اعتماد جمهور الاعلام على مواقع التواصل في

الاشباعات الاجتماعية

5- ماذا تعني مواقع التواصل بالنسبة لك ؟

- ربط علاقات صداقة

- ربط علاقات مع الجنس الآخر

- إيجاد حلول لمشاكلك الاجتماعية

6- في ماذا يساعدك مواقع التواصل في الاشباعات الاجتماعية ؟

- متابعة العمل من المنزل

- المساعدة في الدراسة

7- ما هي الاشباعات المحققة من استخدامك لمواقع التواصل ؟

- تكوين الآراء عن القضاء و الأحداث التي تدور من حولك

- اكتساب مهارات جديدة تفيدك في التعامل مع محيطك

8- ما هي الاشباعات الاجتماعية التي تتيحها مواقع التواصل ؟

- تعزيز آراءك من خلال مناقشتك مع الآخرين

- جعلك تعبر عن آراءك و اتجاهاتك الفكرية بحرية

- جعلك اجتماعي أكثر

- سهل لك التواصل مع الأهل والأصدقاء

9- ما هي الاشباعات (الخاصة بالتسلية) التي يوفرها لها مواقع التواصل؟

- ساعدك على ملء أوقات الفراغ
- أشبع لك حب الاستمتاع

10- ما هي الاشباعات (الخاصة بالمنفعة) التي يوفرها لها مواقع التواصل؟

- ساعدك زيادة المعرفة و الاطلاع على احدث التطورات
- ساعدك في البحث عن قواعد للمناقشة والتفاعل الاجتماعي

11- هي الاشباعات (الخاصة بالتفاعل الاجتماعي) التي يوفرها لها مواقع التواصل؟

- جعلك اجتماعي أكثر
- سهل لك التواصل مع الأهل والأصدقاء
- جعلك تعيد الاتصال بالأصدقاء القدامى الذين فقدت الاتصال بهم

12- ما هي طبيعة المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل؟

- هادفة
- متنوعة
- مسلية
- حديثة

13- هل تثق بما تقدمه لك مواقع التواصل؟

- نعم
- لا

الأسئلة المتعلقة بالمحور الثاني: تأثير مواقع التواصل على جمهور الاعلام -----

14- الحرص على متابعة الاعلام عن طريق مواقع التواصل ؟

- دائما
- أحيانا
- أبدا

15- اسعي إلى معرفة آخر الأخبار الاعلام من طرف مواقع التواصل ؟

-دائما

-أحيانا

-أبدا

16- ما الذي تحققه من وراء استخدام مواقع التواصل ؟

- التسلية والترفيه

- الهروب من الواقع

- التواصل مع الأفراد

17- ما هي عوامل التي تحدد علاقتك بالآخرين في مواقع التواصل؟

- العمل

- شخصي

- تعارفي

18- هل تستعمل مواقع التواصل من أجل ؟

- توسيع علاقات الصداقات

- التواصل مع العائلة والأقارب

- متابعة ما يتعلق بالعمل أو الدراسة

19- على أي أساس تختار الذين يتعاملون معك عبر مواقع التواصل ؟

- علاقة القرابة

- علاقة الصداقة

- على أساس العمل

20- هل ترى أن مواقع التواصل أصبحت بديلة عن الاعلام التقليدي ؟

-لا

-نعم

21- أجد مواقع التواصل أخبار حصرية لم تتداولها وسائل الاعلام ؟

- لا

- نعم