

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

جامعة عمار ثليجي الأغواط

قسم علوم الإعلام والاتصال



واقع استخدام الطلبة للغة العربية في الفيسبوك

دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي
بالأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

الجودي بن قيط

من إعداد الطالبتين:

✓ بن صحراوي مروى

✓ حمديني اكرام

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
طريف عطاء الله	جامعة عمار ثليجي	رئيسا
الجودي بن قيط	جامعة عمار ثليجي	مشرفا
شريف داودي	جامعة عمار ثليجي	مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





شكر وعرفان:

في البداية الشكر والحمد لله عز وجل في علاه فإليه ينسب
الفضل كله في اكمال والكمال يبقى لله وحده
لا يسعنا ان نضع هذه اللمسات الأخيرة في هذه الدراسة إلى
أن نتقدم بالشكر لكل من كانت له مساهمة ولو بسيطة
ونختص بالشكر استاذنا المشرف بن قيط الجودي الذي كان
له الفضل بعد الله عز وجل في ادارة طريق البحث من خلال
توجيهاته وارشاداته جعلها الله في ميزان حسناته
كما نتقدم بجزيل الشكر الى كل أساتذة قسم علوم الإعلام
والاتصال والطاخم الإداري نتيجة عطائهم اللامحدود





الإهداء:

بداية احمد الله العظيم الذي وفقني إلى طلب العلم، وإنجاز هذا
العمل وسدد خطاي، أسأله أن يتقبله مني
أهدي هذا العمل المتواضع إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أبي
الغالي الذي علمني العطاء بدون انتظار والصبر في مواجهة
الصعاب

إلى معنى الحنان والتفاني إلى من كان دعائها سر نجاحي أمي الحبيبة
إلى كل العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال من أخي وأخواتي
إلى أصدقائي وصديقاتي
إلى كل من علمني حرفا
إلى استاذي ومشرفي بن قيط جودي على دعمه وتشجيعه الدائم
وتقديم يد العون

إلى زميلتي التي كان لها لمساعدة دائما حمديني إكرام



مروى



الإهداء:

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد
نحمد الله الذي وفقني لثمين هذه الخطوة في مسيرتي الدراسية بمذكرتي،
هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلى والديا الكريمين أمي التي
أبصرت بها طريق حياتي واستمدت منها قوتي واعتزازي بذاتي
إلى أبي الغالي الذي علمني معنى الكفاح والإصرار وأن لا شيء مستحيل
في الحياة مع قوة الإيمان أمد الله في عمرهما وجزاهما عني خير الجزاء
إلى زوجي الكريم محمد غراب كان لي خير عون في مسيرتي

إلى مولودي الجديد ريان وسيم

إلى أختي أروى وأخي ريان حفظهم الله

إلى ابنة خالي العزيزة زينب حمديني التي كانت أكثر إصرارا وتحفيزا
لإكمال هذا المشوار

إلى صديقتي مروى بن صحراوي والتي كان لها كل العون والعتاء
والبحث

إلى كل من كان لهم أثر على حياتي وإلى كل من أحبهم قلبي



اكرام

فهرس

المحتويات:

رقم الصفحة	العنوان
	شكر وعرهان
	اهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	ملخص الدراسة بالعربية
	ملخص الدراسة بالإنجليزية
أ-ب	مقدمة
الإطار المنهجي	
20	أولا: إشكالية الدراسة
21	ثانيا: أسئلة الدراسة
21	ثالثا: فرضيات الدراسة
21	رابعا: أهمية الدراسة
21-22	خامسا: أهداف الدراسة
22	سادسا: أسباب اختيار الموضوع
22	سابعا: حدود الدراسة
22-23	ثامنا: منهج الدراسة
23-25	تاسعا: مجتمع الدراسة وعينته
25-26	عاشرا: أدوات جمع البيانات
26-28	احدى عشر: مصطلحات الدراسة
29-33	اثنا عشر: دراسات السابقة

34	الإطار النظري
35	الفصل الأول: مدخل إلى نظرية الاستخدامات والشبكات
35	المبحث الأول: نشأة وتطور نظرية الاستخدامات والشبكات
36-35	المطلب الأول: التعريف بنظرية الاستخدامات والشبكات
38-36	المطلب الثاني: أهداف نظرية الاستخدامات والشبكات
39-38	المطلب الثالث: فروض نظرية الاستخدامات والشبكات
39	المبحث الثاني: نماذج وعناصر نظرية الاستخدامات والشبكات والانتقادات الموجهة لها والرد عليها
41-39	المطلب الأول: نماذج نظرية الاستخدامات والشبكات
45-41	المطلب الثاني: عناصر نظرية الاستخدامات والشبكات
48-46	المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة لها والرد عليها
49	الفصل الثاني: الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك)
50	المبحث الأول: ماهية الانترنت
51-50	المطلب الأول: مفهوم الانترنت
53-51	المطلب الثاني: نشأة وتطور الانترنت
55-53	المطلب الثالث: خصائص الانترنت
55	المبحث الثاني: ماهية الفييس بوك
57-55	المطلب الأول: مفهوم الفييس بوك
58-57	المطلب الثاني: نشأة وتطور الفييس بوك
61-58	المطلب الثالث: خدمات ومميزات الفييس بوك

62	الإطار التطبيقي:
85-63	المبحث الأول: تحليل النتائج
86	المبحث الثاني: نتائج عامة للدراسة
87	المبحث الثالث: مناقشة الفرضيات
89-88	خاتمة
95-90	مراجع
102-96	ملاحق

رقم الصفحة	فهرس الجداول	رقم الجدول
63	يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس	الجدول رقم (01)
64	يوضح توزيع العينة حسب متغير السن	الجدول رقم (02)
65	يوضح توزيع العينة حسب المستوى الدراسي	الجدول رقم (03)
66	يوضح توزيع العينة حسب مدى استخدام الفيس بوك	الجدول رقم (04)
67	يوضح توزيع العينة حسب الوسيلة المستعملة في التواصل بالفيس بوك	الجدول رقم (05)
69	يوضح توزيع العينة حسب مستوى الخبرة في التعامل مع الفيس بوك	الجدول رقم (06)
70	يوضح توزيع العينة حسب كم من الوقت يقضي الطلبة في تصفح الفيس بوك	الجدول رقم (07)
71	يوضح توزيع العينة حسب الوقت المفضل لتصفح الفيس بوك	الجدول رقم (08)
73	يوضح توزيع العينة حسب ما المستفاد منه من استخدام الفيس بوك	الجدول رقم (09)
74	يوضح توزيع العينة حسب الاشباعات المحققة من استخدام الفيس بوك	الجدول رقم (10)
75	يوضح توزيع العينة حسب درجة استخدام الفيس بوك	الجدول رقم (11)
76	يوضح توزيع العينة حسب استخدام اللّغة العربية في الفيس بوك	الجدول رقم (12)
77	يوضح توزيع العينة حسب استخدام لغة اخرى	الجدول رقم (13)
78	يوضح توزيع العينة حسب شكل اللّغة المستخدمة في الفيس بوك	الجدول رقم (14)

80	يوضح توزيع العينة حسب شكل اللّغة العربية المستخدمة في الفيس بوك	الجدول رقم (15)
81	يوضح توزيع العينة حسب اللّغة المستخدمة في الفيس بوك	الجدول رقم (16)
82	يوضح توزيع العينة حسب تقييم الطلبة لاستخدام اللّغة العربية الفصحى	الجدول رقم (17)
83	يوضح توزيع العينة حسب سبب اهمال اللّغة العربية الفصحى	الجدول رقم (18)
84	يوضح توزيع العينة حسب كيفية جعل اللّغة العربية الفصحى أكثر استخداما	الجدول رقم (19)

رقم الصفحة	فهرس الاشكال	رقم الشكل
63	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير الجنس	الشكل رقم (01)
65	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير السن	الشكل رقم (02)
66	دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب المستوى الدراسي	الشكل رقم (03)
67	دائرة نسبية توضح مدى استخدام الفيس بوك	الشكل رقم (04)
68	دائرة نسبية توضح الوسيلة المستعملة في التواصل بالفيس بوك	الشكل رقم (05)
70	دائرة نسبية توضح مستوى الخبرة في التعامل مع الفيس بوك	الشكل رقم (06)
71	دائرة نسبية توضح كم من الوقت يقضي الطلبة في تصفح الفيس بوك	الشكل رقم (07)
72	دائرة نسبية توضح الوقت المفضل لتصفح الفيس بوك	الشكل رقم (08)
74	دائرة نسبية توضح ما المستفاد منه من استخدام الفيس بوك	الشكل رقم (09)
75	دائرة نسبية توضح الاشباعات المحققة من استخدام الفيس بوك	الشكل رقم (10)
76	دائرة نسبية توضح درجة استخدام الفيس بوك	الشكل رقم (11)
77	دائرة نسبية توضح استخدام اللّغة العربية في الفيس بوك	الشكل رقم (12)
78	دائرة نسبية توضح استخدام لغة أخرى	الشكل رقم (13)
79	دائرة نسبية توضح شكل اللّغة المستخدمة في الفيس بوك	الشكل رقم (14)
81	دائرة نسبية توضح شكل اللّغة العربية المستخدمة في الفيس بوك	الشكل رقم (15)
82	دائرة نسبية توضح اللّغة المستخدمة في الفيس بوك	الشكل رقم (16)
84	دائرة نسبية توضح تقييم الطلبة لاستخدام اللّغة العربية الفصحى	الشكل رقم (17)

84	دائرة نسبية توضح سبب اهمال اللّغة العربية الفصحى	الشكل رقم (18)
85	دائرة نسبية توضح كيفية جعل اللّغة العربية الفصحى أكثر استخداماً	الشكل رقم (19)

ملخص الدراسة بالعربية:

تندرج هذه الدراسة تحت عنوان "واقع استخدام الطلبة للغة العربية في الفيس بوك" دراسة لعينة من الطلبة الجامعيين بقسم الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي الأغواط، وتمحورت إشكالية الدراسة حول "ما هو واقع استخدام الطلبة للغة العربية في الفيس بوك؟ وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة للفيس بوك وتحديد اللغة المستخدمة وطبيعتها، واعتمدنا في الدراسة على العينة القصدية قوامها 80 مفردة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي الاغواط، حيث اعتمدنا في جمع المعلومات والبيانات أداة الاستبيان التي تم تقسيمها إلى 5 محاور، وإلى الملاحظة بالمشاركة، أظهرت النتائج أن الطلبة يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من 3 سنوات، ويحقق طلبة الإعلام والاتصال اشباع الترفيه والتسلية، ويرى الأغلبية أن اللغة العربية واسعة الاستخدام

This study falls under the title “The Reality of Students’ Use of the Arabic Language on Facebook,” a study of a sample of university students in the Department of sciences of information and Communication at Ammar Thilji University, Laghouat. The problematic of the study revolved around “What is the reality of students’ use of the Arabic language on Facebook?” Habits and patterns of students’ use of Facebook, specifically the language used and its nature. In the study, we relied on an intentional sample of 80 students from the Department of Media and Communication Sciences at Ammar Thaleji University, Laghouat. In collecting information and data, we adopted a questionnaire tool that was divided into 5 axes and to observation by participation, the results showed Students have been using Facebook for more than 3 years, media and communication students achieve the satisfaction of entertainment and entertainment, and the majority believes that the Arabic language is widely used

مقدمة

مقدمة:

إن العصر الذي نعيشه هو بالحق عصر التقنية، حيث ساد العالم السنوات الأخيرة موجة من النشاط التقني القائم على نشاط علمي مكثف وصلت تلك الموجة إلى حد الثورة التي شملت جميع ميادين الحياة يتناسى الإنسان في انبهاره بما حققته له تطبيقات تلك التقنية من رفاهية وقد يسى استعمالها في غير موضعها ولغير الهدف الذي صممت من أجله و كان انتشار الوسائل التكنولوجية المتعددة من حاسوب إلى جوال إلى قنوات فضائية وغير ذلك من وسائل تقنية حديثة أثرها في انتشار ما يعرف بلغة "الشات" هذه اللغة ذات مصطلحات خاصة التي تختلط فيها اللغات الأجنبية باللغة العربية ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا الفيس بوك و هناك من أطلق عليها لقب "العريزي" اي العربية السهلة و لعل الطلبة الجامعيين من أكثر فئات المجتمع استخداما لأنهم يتصدرون الميدان التعليمي و التدرج الأكاديمي فهم يمثلون نخبة المجتمع، فقد تطورت وسائل التواصل الإلكتروني عبر العقود الماضية بشكل بطيء مع فئة الشباب والمراهقين وصولا لفئات أكبر سنا وأكثر تنوعا سواء من حيث المستوى العلمي والثقافي أو من حيث التوجهات السياسية وأن كانت هذه الشبكات قد أنشأت مجتمعنا افتراضيا بأخذ ساعات من وقت أبنائنا وفتح نافذة على العالم

بدأت تظهر اللغة العربية وتداعياتها المكونة لهويتنا والتي تعتبر أساس أمتنا ووحدها وهي وسيلة للتفاهم والتعبير عن مشارعنا وأفكارنا فنظرا لتطور المعلومات والتطورات التكنولوجية وتأثيراتها عللا تطورات الحياة عامة انطلاقا ن اقبال الطلبة والشباب على التكنولوجيا الحديثة التي تحتاج إلى قدر كبير من الذكاء بدلا من الاستهلاك فهي تقدم العون للبشر فمن خلالها ندير أعمالنا ونكتشف ثقافات جديدة

من هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى كشف واقع استخدام الطلبة اللغة العربية في الفيس بوك من أجل فهم هذه العلاقة قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاث جوانب:

أولاً: الجانب المنهجي قمنا فيه بتحديد الإشكالية وأسباب اختيار الموضوع ووضحنا أهمية الدراسة وأهدافها صياغة التساؤلات بالإضافة إلى منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات والدراسات السابقة

ثانياً: الجانب النظري تكلمنا فيه حول فصلين الفصل الأول مدخل إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات التعريف بالنظرية وأهدافها فروضها نماذج النظرية عناصرها الانتقادات الموجهة لها والرد عليها الفصل الثاني تحدث على الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) ومفهوم الانترنت نشأتها وتطورها وماهية الفيس بوك خدماته ومميزاته

ثالثاً: الجانب التطبيقي قمنا فيه بتحليل واستعراض النتائج الدراسة ومناقشة الفرضيات وأخيراً الخاتمة

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: أسئلة الدراسة

ثالثاً: فرضيات الدراسة

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: أهداف الدراسة

سادساً: أسباب اختيار الموضوع

سابعاً: حدود الدراسة

ثامناً: منهج الدراسة

تاسعاً: مجتمع الدراسة وعينته

عاشراً: أدوات جمع البيانات

أحدي عشر: مصطلحات الدراسة

اثنا عشر: الدراسات السابقة

أولاً: إشكالية الدراسة

تعتبر تكنولوجيا الاتصال الحديثة من أهم التغييرات التي حدثت في مختلف المجالات لاسيما في مجال الاعلام والاتصال، وكان أهمها ظهور الشبكة العالمية للإنترنت أو ما يعرف بالإنترنت، فظهورها ساعد على تقريب المسافات وأصبحت نافذة مفتوحة على العالم وفتح العديد من الخدمات من خلال وسائله المتنوعة، الذي يأتي في مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي، وهي ظاهرة برزت خلال السنوات الماضية وتطورت منذ بدايتها الى يومنا هذا لتصبح أكثر المواقع استخداما عبر الإنترنت

ويأتي في مقدمة هذه المواقع "الفييس بوك" فهو يعتبر أحد اهم هذه المواقع نظرا لنجاحه الكبير في تقريب المسافات، فهو يحتوي على الدردشة إضافة الى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد ان يعبر عن نفسه بشتى الطرق فهو يدعم فكرة التواصل والحفاظ على العلاقات خصوصا بين الطلبة، كما يتيح الفييس بوك الفرصة للاشتراك في العديد من المجموعات والتي يجتمع أفرادها على فكرة ما أو هدف معين، فأصبح رواده لا يستطيعون الاستغناء عنه، كما أصبح الفييس بوك عالم كبير وجديد تعرض فيه الأفكار في أي وقت فهو يعتمد بالأخص على الكتابة وتنوع اللغات في التواصل وبأي لغة خصوصا اللغة العربية

وتعتبر اللغة العربية رمز للهوية والانتماء وهناك من يستخدم الفصحى وآخرون العامية حسب احتياجاتهم الخاصة، وقد اصبح المشتركون فيه يستخدمون مصطلحات جديدة وخاصة بهم وكذلك الاختصارات ويعتمدون على خلق ومزج الأحرف والرموز والأرقام وهذا من أجل بلوغ غايتهم الاتصالية بأكبر قدر ممكن، فقد لوحظ بعض التأثيرات التي أحدثتها هذه المواقع وبشكل خاص على الطلبة حيث نجد أن اللغة العربية هي أداة فاعلة بالنسبة للتواصل عبر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة الحديثة فأصبحت واحدة من أهم أدوات التواصل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ومن هنا نطرح التساؤل التالي: ما هو واقع استخدام الطلبة الجامعيين للغة العربية في الفييس بوك؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة

- 1) ماهي عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي للفيس بوك؟
- 2) ماهي الاشباع المحققة لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال من استخدام الفيس بوك؟
- 3) هل يستخدم طلبة قسم الإعلام والاتصال اللغة العربية في الفيس بوك؟
- 4) ماهي طبيعة اللغة المستخدمة في الفيس بوك من طرف طلبة قسم الإعلام والاتصال؟

ثالثا: فرضيات الدراسة

- 1) استخدام الطلبة بجامعة عمار ثليجي للفيس بوك من ساعة الى ساعتين في اليوم والفترة المسائية هي الوقت المفضل لديهم
- 2) يحقق طلبة قسم الاعلام والاتصال اشباع الترفيه والتسلية
- 3) يستخدم طلبة قسم الاعلام والاتصال اللغة العربية الفصحى في تواصلهم في الفيس بوك
- 4) يرى طلبة قسم الاعلام والاتصال اللّغة العربية الفصحى تستخدم بشكل واسع في الفيس بوك

رابعا: أهمية الدراسة

تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية كبيرة لما تعالجه من موضوع وهو واقع استخدام اللّغة العربية في الفيس بوك من طرف الطلبة الجامعيين ولكل دراسة أهمية وتتبع أهمية هذه الدراسة لما يتيح عنه من معرفة كيفية استخدام اللّغة العربية كما له أهمية في فتح الباب أمام المزيد من البحوث العلمية في مجال اللّغة العربية وتعالج هذه الدراسة واقعا بين الطلبة الجامعيين في استخداماتهم لوسائل التواصل الاجتماعي

خامسا: أهداف الدراسة

- 1) معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة للفيس بوك
- 2) معرفة كيفية استخدام اللّغة العربية من طرف الطلبة الجامعيين
- 3) تحديد اللّغة المستخدمة وطبيعتها في الفيس بوك
- 4) التعرف على رأي الطلبة حول استخدام اللّغة العربية الفصحى في الفيس بوك

سادسا: أسباب اختيار الموضوع

(أ) أسباب ذاتية:

- كوني طالبة اتصال أريد التعرف أكثر على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك خصوصا)
- الرغبة في دراسة الموضوع نظرا لأهميته في الوقت الحالي
- الميول الشخصي لشبكات التواصل الاجتماعي
- الاهتمام باللّغة العربية كونها اللّغة الأم

(ب) أسباب موضوعية:

- نظرا لسيطرة شبكات التواصل الاجتماعي على الطلبة
- التعرف على استخدامات الطلبة للفيس بوك
- محاولة التعرف على مدى استخدام الطلبة للّغة العربية

سابعا: حدود الدراسة

(أ) الحدود البشرية: طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي بالأغواط

(ب) الحدود الجغرافية: جامعة عمار ثليجي بالأغواط

(ج) الحدود الزمنية: انطلقت الدراسة بداية من موافقة اللّجنة العلمية على الموضوع في نهاية نوفمبر

2021 الى غاية ماي 2022

ثامنا: منهج الدراسة

بصفة عامة المنهج هو الطريقة المنظمة في التعامل مع الحقائق والمفاهيم أو التصورات أو المعاني، وهو البرنامج الذي يحدد السبيل للوصول إلى الحقيقة، أو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم وهو خطة منظمة لعدة عمليات ذهنية أو حسية بغية الوصول إلى الكشف عن الحقيقة أو البرهنة عليها، وهو مجموعة من الأسس والقواعد التي يستعين بها الباحث في تنظيم النشاط الذي يقوم به من أجل التفصي عن الحقائق العلمية أو الفحص الدقيق لها¹

¹ محمد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، (مكتبة نور، 2020)، ص10

والمنهج هو الطريقة التي يعتمد الباحث للوصول إلى هدف المنشود وأن وظيفته في العلوم الاجتماعية هي اكتشاف المبادئ التي تنظم الظواهر الاجتماعية والتربوية والإنسانية بصفة عامة وتؤدي إلى حدوثها حتى يمكن على ضوءها تفسيرها وضبط نتائجها والتحكم بها¹

● وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي

وهو يعرف بأنه طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها وهناك من يعرفه بأنه محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة، للوصول إلى فهم أفضل أدق، أو وضع السياسات والإجراءات المستقبلية الخاصة بها²

ويرى آخرون أن المنهج الوصفي عبارة عن طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة، وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها، وتعريف آخر انه وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكيفي فيعطينا وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى، وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة زمنية محددة أو تطورا يشمل عدة فترات زمنية³

● ومن هنا كان المنهج الوصفي هو المنهج الأنسب لدراستنا

تاسعا: مجتمع الدراسة وعينته

(أ) مجتمع الدراسة:

يشير مجتمع البحث إلى جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث بمعنى آخر إنه المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن لعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، فإذا كان الباحث يدرس مشكلات الأسرة الريفية في جمهورية مصر العربية فإن مجتمع بحثه هو الأسر الريفية في المجتمع المصري

¹ محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، الطبعة الأولى، (مؤسسة الأمن العربية للنشر والتوزيع، 2018) ص48

² محمد سرحان علي الحمودي، مناهج البحث العلمي، الطبعة الثانية، (اليمن، الصنعاء، دار الكتب، 2015م)، ص46

³ رجاء وحيد دويدي، البحث العلمي أساسياته وممارسته العلمية، (لبنان، دار الفكر المعاصر، 2000م) ص311

كافة، وإذا كان يدرس مشكلات طلاب المرحلة الثانوية، فإن مجتمع بحثه هو طلاب المدارس الثانوية وهكذا...¹

● ومجتمع دراستنا هو طلبة جامعة عمار ثليجي بالأغواط

(ب) العينة:

تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتغني الباحث عن مشتقات دراسة المجتمع الأصلي وهكذا نعرف أن العينة هي جزء من مجتمع البحث الأصلي، يختارها الباحث بأساليب مختلفة وتضم عددا من الأفراد في المجتمع الأصلي²

ويمكن تعريف العينة على أنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع³

● والعينة المعتمدة في دراستنا هذه هي العينة القصدية

(ج) العينة القصدية:

هي العينة التي يختارها الباحث عن قصد بسبب وجود دلائل على أنها تمثل المجتمع الأصلي، كما يختار الباحث مثلا عينة عمال التلفزيون الجزائري لأنهم يحققون له أهداف بحثه، وذلك من خلال توافر البيانات اللازمة للباحث في أفراد العينة، أي أن هذا النوع من العينات لا يكون ممثلا لأحد بل توفر للباحث البيانات اللازمة لدراسته⁴

¹ محمد علي السيد، موسوعة المصطلحات التربوية، الطبعة الأولى، (الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011م) ص 384-385

² ذوقان عبيدات، عبد الرحمان عدس، كايد عبد الحق، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، (دار الفكر، 1984م) ص 110

³ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، (مصر، عالم الكتاب، 2004م) ص 133

⁴ محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، دروس نظرية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017م) ص 107

وهي النوع الذي يختار فيه الوحدات أو المفردات بطريقة قصدية وذلك تبعاً لما يراه الباحث من صفات وسمات أو خصائص تتوفر لهذه الوحدات أو المفردات، وتخدم أهداف البحث¹

• واخترنا بالقصد عينة قوامها 80 مفردة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي

الأغواط

عاشراً: أدوات جمع البيانات

(أ) الاستبيان:

هو وسيلة الباحث لاستقراء المجتمع والعينة واستضاحهم كما يلمون به من معرفة عن الموضوع الذي يتعلق بمن لهم علاقة به، وذلك وفقاً لتبيان ما لم نعرفه ليكون حاضراً من خلال البرهنة ومشاهدة الآخرين أصحاب العلاقة، فالاستبيان* وسيلة استيضاح لمعرفة سبيل مجتمع الدراسة سواء كان مجتمعاً سوياً أو مجتمعاً غير سوي² فمصطلح الاستبانة يشير إلى أداة لجمع البيانات وهي عبارة عن استمارة بحث ويعرفها فاخر عاقل أنها أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي وهي مستعملة على نطاق واسع للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء³

• تم توزيع الاستبيان الكترونياً ولم يكتمل العدد ولهذا تم الاستعانة بالاستبيان الورقي

(ب) الملاحظة:

تدل الملاحظة على فحص السلوك مباشرة عن طريق باحث أو مجموعة أشخاص يقومون بدور الملاحظين، أو فحص الظواهر وتسجيلها، والمقصود هنا ليس الملاحظة العابرة التي يستخدمها عموم

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (مصر، عالم الكتب، 2004م)، ص 131

² محمد الفاتح حمدي، مرجع سابق، ص 112

³ فاخر عاقل، أسس البحث العلمي، (بيروت، دار العلم للملايين، 1979م) ص 225

*تم تحكيم الاستبيان من طرف:

–الأستاذ عطا الله طريف، أستاذ محاضر –أ– بقسم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة جامعة عمار ثليجي

الأغواط

–الأستاذ خير الدين حجار، أستاذ مساعد –أ– بقسم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة جامعة عمار

ثليجي الاغواط

أفراد المجتمع في كافة حياتهم ولكن الملاحظة العلمية المقصودة المحددة لنوعية السلوك أو البعد الاجتماعي المراد ملاحظته تمهيدا لدراسته¹

وتعد الملاحظة أداة من أدوات جمع المعطيات والمعلومات، حيث تسمح بالحصول على الكثير من البيانات وهي توجيه الحواس للمشاهدة والمراقبة لسلوك معين أو ظاهرة معينة وتسجيل ذلك السلوك وخصائصه ويمكن تعريف الملاحظة أنها طريقة مهمة من طرف تجميع البيانات يستخدمها الباحث للوصول إلى المعلومات المطلوبة والمتعلقة بموضوع الدراسة²

الملاحظة بالمشاركة: هي التي يصبح فيها الباحث أحد أعضاء المجتمع المدروس إما أن يكون مصرحا بذلك وإما أن تكون سرية ففي الحالة الأولى يصرح الباحث أنه يقوم بالملاحظة بغرض البحث العلمي³

احدى عشر: مصطلحات الدراسة

● الطلبة:

لغة:

طالب: (اسم)

- الجمع: طالبون وطلّبة وطلّاب، المؤنث: طالبة، والجمع للمؤنث: طالبات
- الطالب: الذي يطلب العلم، ويُطلقُ عُرفاً على التلميذ في مرحلتي التعليم الثانوية والعالية
- اسم فاعل من طلب
- اتّحاد الطلّبة: تنظيم في جامعة أو كليّة يُوفّر التسهيلات والمرافق للتّرويح، مبنى يشتمل على تلك المرافق

¹ محمد الفاتح حمدي، مرجع السابق، ص

² أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، (الكويت، وكالة المطبوعات، 1999م)، ص129

³ خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية الإنسانية، الطبعة الأولى، (جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008)، ص127

اصطلاحا:

إن الطلبة من وجهة النظر العلمية التقليدية يمثلون جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة إذ يتركز المئات أو الآلاف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية مما يضعف ويخفف إلى حد ما ارتباطهم الطبقي والعائلي و"الطلاب" ليسوا طبقة ولكنهم حالة وفتية تجمعهم وقت الدراسة ثم يصبحوا قوة إنتاجية ويصطدمون بالمجتمع القائم ولذلك فإنهم يحاولون تحقيق الذات وهم مجتمعون¹

اجرائيا:

هو ذلك الشخص المسجل في الجامعة وتتحقق بعد الحصول على شهادة البكالوريا ويمتاز بالحيوية والنشاط معارف جديدة علمية خلال المشوار الدراسي وتؤهله في الأخير يكتسب شهادة علمية

● الاستخدام:

لغة:

جاء في المعجم الوسيط أصل كلمة (خدم)، أخدمه، خدمه، أي قام بحاجته فهو خادم، وخدم وخدام: جعل له خادما، استخدمه اتخذه خادما وسأله أن يخدمه واستوهبه خادما²

اصطلاحا:

هو ذلك الفعل المتمثل في اختيار أفراد الجمهور لوسيلة إعلامية دون أخرى وهو ما يتخذ من الفرد فعليا من معلومات أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل إضافة إلى أن الاستخدام يرضي حاجيات المستخدم أو لا يرضيها عندما لا يجد معلومات التي يحتاجها بالفعل³

¹ سحر محمد وهي، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، الطبعة الأولى، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1996) ص238

² إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، معجم اللغة العربية، باب الفاء، مادة (خدم)، الطبعة الرابعة، (مكتبة الشروق الدولية، 2004) ص221

³ منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مجلد4، دار النشر والتوزيع، 2003، ص146

اجرائيا:

ويقصد بالاستخدام في هذه الدراسة هو الاستعمال الشخصي للطلبة الجامعيين للإنترنت والتعرف على طريقة استخدامه لها واللغة المستعملة في هذا الاستخدام (في الفيس بوك)

● اللغة

لغة:

اللغة: هي اللسان: وحدها أنها أصوات يعبر بها كل قوم من أغراضهم وهي فعلة من أي تكلمت، أصلها لغوة كثرة وقلة وثبة، وقيل أصلها لغى، أو لغو، أو الهاء عوض وفي الحكم جمعها لغات ولغوة¹

اصطلاحا:

هي نظام من الرموز الصوتية والاصطلاحية في اذهان الجماعة اللغوية يحقق التواصل بينهما، وذلك بدراسة تطور اللغة العربية وانقسامها إلى لهجات واستقلال هذه اللغات حتى تستوي كل واحدة منها لغة قائمة²

اجرائيا:

ونقصد باللغة العربية بأنها واحدة من أقدم اللغات في العالم يعتبر معجمها من أغنى معاجم اللغات في المفردات ومرادفاتها، وتحتوي على 28 حرف مكتوب

اثنا عشر: الدراسات السابقة

1- الدراسة الأولى: جدي نور الهدى، استخدام الطلبة الجامعيين للإنترنت، 2013

تناولت هذه الدراسة التساؤل الآتي: "كيف يستخدم الطلبة الجامعيين الإنترنت؟" وهدفت الدراسة إلى معرفة الدور الكبير الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة والتعرف على الخدمات التي توفرها شبكة الإنترنت وكذلك الكشف عن الاشباع التي تحققها وسيلة الإنترنت بالنسبة للطلبة، كما طبقت هذه الدراسة

¹ ابن منظور، لسان العرب المجلد 3، الطبعة الثالثة، (بيروت، دار صادر للطباعة والنشر، 2004) ص214

² عبد الرحمان خربوش، مصادر فقه اللغة العربية قراءة المادة والمنهج، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010) ص9

نوعين من العينات وهي العينة العشوائية "الاحتمالية" والعينة الغير عشوائية "غير احتمالية" وعددها 100 مفردة واستخدم الباحث أداة الاستبيان "استمارة"

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- الأنترنت تمثل فضاء معلومات لا متناهي
- لها أثر كبير في حياة الإنسان
- غيرت الإنترنت من سبل المعرفة والتواصل والتفاعل
- تعتبر نمودجا ووسطا معلوماتي متنوع يمكن الوصول إليه
- مكان للخبرات المتنوعة في كافة المجالات
- الانترنت فضاء لتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات¹

2- **الدراسة الثانية:** يوسف بن عمر، محمد تقي، دور الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي حول قضية الأقصى، 2018

تمثلت الإشكالية في "الى أي مدى يساهم الفيس بوك في تشكيل اتجاهات طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة الأغواط نحو قضية الأقصى؟"، تهدف الدراسة إلى على الوقوف على الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة في التفاعل مع القضية الفلسطينية، والتعرف على مدى تناول الفيس بوك لقضية الأقصى، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان، كما اعتمدت على العينة القصدية عددها 50 مفردة من المجتمع وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أكثر من نصف أفراد العينة يتعرضون بشكل دائم لمواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع الفيس بوك
- بث الحيوية والفعالية في النفس وزيادة الوعي السياسي واتضح التفاعلات بشأن قضية الأقصى هي أهم تأثيرات تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

¹ جدي نور الهدى، (استخدام الطلبة الجامعيين للإنترنت، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية)، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة مسيلة، 2013

- يوجد تأثيرات الاتجاهات السلبية والايجابية نحو قضية الأقصى ودرجة تفاعلية الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي¹

3-الدراسة الثالثة: خلدون اسمهان، واقع استخدام اللّغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، 2016

تناولت هذه الدراسة التساؤل الآتي "ما واقع اللّغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الماستر اعلام واتصال 2016؟"

وسعت الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- معرفة عادات وأنماط استخدام الفيس بوك لدى طلبة جامعة مسيلة

- التعرف على الأسباب التي ساعدت في انتشار هذه المواقع

- ابراز مدى استخدام اللّغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي

واعتمد الباحث على اعتماد العينة القصدية وقوامها 100 مفردة، وقد استخدم أداة الاستبيان

وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها:

- جميع أفراد العينة يمتلكون حساب على موقع الفيس بوك منذ أكثر من 3سنوات

- أن مستخدمي الفيس بوك يتصفحونه لأكثر من 3 ساعات يوميا وذلك لكثرة اهتمامهم به لكونه

يتيح التواصل مع الأصدقاء في أي مكان وزمان

- أن مستخدمي الفيس بوك كثيرا ما يقومون بنشر مضامين باللّغة العربية لأنها اللّغة الأكثر وضوحا

والأسهل في توصيل الرسالة بدقة²

4- الدراسة الرابعة: فناوي منال، استخدام اللّغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي، 2015

تمحورت إشكالية الطالبة في " ما واقع استخدام اللّغة العربية من طرف الجزائريين عبر موقع التواصل

الاجتماعي "فيس بوك؟"، وهدفت الدراسة إلى معرفة سمات اللّغة المستخدمة للتواصل بين المشتركين في

¹ يوسف بن عمر، محمد نحي، (دور الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي حول قضية الأقصى)، مذكرة ماستر غير

منشورة، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة، جامعة عمار ثليجي الاغواط، 2018

² خلدون اسمهان، (واقع استخدام اللّغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك نموذجاً)، مذكرة ماستر غير منشورة،

جامعة محمد بوضياف مسيلة، 2016

الفييس بوك والكشف على التأثيرات التواصلية الجديدة على عناصر العملية الاتصالية وتحديد مدى تأثير الجزائري بواقعه اللغوي وانعكاس ذلك في الفييس بوك، ومعرفة اتجاهات الجزائريين نحو اللغة العربية الفصحى واستخدام الباحث نوعين من العينة، العينة العشوائية البسيطة والعينة القصدية الطبقية واعتمد على الملاحظة والاستبيان وتحليل المضمون وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها:

● نتائج الدراسة الميدانية

- بالنسبة لعادات استخدام الفييس بوك: فقد تبين أن أغلب أفراد العي أكثر من 70% شباب تتراوح أعمارهم بين 14-42 سنة جامعون 40% ويستخدم أغلبهم الفييس بوك منذ أكثر من ثالث سنوات 70% فيما يستخدمه 40% منذ سنة إلى ثالث سنوات. حيث يقضي أكثر من 20% منهم أكثر من ثالث ساعات في الفييس بوك. و42% يقضون وقتا بين ساعة إلى ثالث ساعات.

- بالنسبة لاستخدام العامية في الفييس بوك ال يشكل تهديدا لوجود اللغة العربية الفصحى " وافق أكثر من 16% على العبارة بينما عارضها حوالي 40% بينهم حوالي 49% عارضوا الامر بشدة، في حين وقف 2% على الحياد. فمعظم المبحوثين يجمعون على الخطر الذي يشكله استخدام العامية في الفييس بوك على العربية الفصحى. حيث اتجه الأغلبية سلبا نحو هذه العبارة. ما يعني أنهم يعتقدون بتهديد العامية في شبكة الفييس اللغة الفصحى

● نتائج تحليل المضمون:

- توظف اللغة العربية الفصحى البسيطة الخالية عموما من التركيبات المعقدة، بجمل بسيطة

- تتخلل العربية في كثير من الأحيان مصطلحات أجنبية بالحرف اللاتيني أو بالحرف العربي، أو عبارات عامية كأدوات الربط مثال أو التعقيب لغة عامية أو أجنبية سواء من باب التعليق المصاحب للمعلومة أو السخرية أو غير ذلك¹

¹ قناوي منال، (استخدام اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي - الفييس بوك أمودجا-)، مذكرة ماستر غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم بواقي، 2015

5-الدراسة الخامسة: صفاء بوقلول، مريم بوحملة، دور الفيس بوك في التحصيل الدراسي للطلبة

الجامعيين، 2016تناولت الدراسة التساؤل الآتي ما الدور الذي يلعبه موقع الفيس بوك في التحصيل

الدراسي للطلبة الجامعيين؟ وهدفت الدراسة إلى:

- إبراز الدور الذي يؤديه موقع الفيس بوك في التحصيل الدراسي على الطلبة
 - الوقوف على كفاءات وانماط استخدام موقع الفيس بوك من قبل الطلبة
 - الكشف على مدى تفاعل الطلبة مع ما ينشر من مضامين تعليمية عبر موقع الفيس بوك
- أما مجتمع الدراسة فكان يشمل الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون موقع الفيس بوك في التحصيل الدراسي وطبقت العينة العشوائية الطبقية واعتمد على اداتي الملاحظة والاستبيان
- أما النتائج المتحصل عليها فكانت كالآتي:

- توصلت الدراسة إلى أن اغلب الطلبة يستخدمون الفاسبوك دائما ولمدة أكثر من ثالث ساعات
- غلب الطلبة قل ما يستخدمون الفاسبوك لأغراض دراسية، وأحيانا ما يساعدهم الفيس بوك في تبادل المعارف مع زملاء الدراسة ومتابعة مختلف التطورات في مجال التخصص
- اغلب الطلبة أحيانا ما يحقق لهم الفيس بوك ما يبحثون عنه، وأن أهم الاشباعات التي يحققها لهم موقع الفيس بوك في تحصيلهم الدراسي هو التواصل مع الأساتذة
- وأخيرا كشفت الدراسة أن اغلب الطلبة قل ما يثقون في المضامين العلمية عبر موقع الفيس بوك، ويرون في تفاعل الطلبة عبر الموقع مع الجوانب الدراسية تفاعل متوسط¹

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

- صياغة إشكالية البحث والاستفادة من الإجراءات المنهجية
- الاستفادة من هذه الدراسات لوضع تساؤلات الدراسة وفروضها
- تعميق الإطار النظري وتوسع معلومات الباحث من هذه الدراسات

¹ صفاء بوقلول، مريم بوحملة، (دور الفيس بوك في التحصيل الدراسي للطلبة للجامعيين)، مذكرة ماستر غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم بواقي، 2016

الإطار النظري للدراسة

❖ **الفصل الأول:** مدخل الى نظرية الاستخدامات والاشباعات

➤ **المبحث الأول:** نشأة وتطور نظرية الاستخدامات والاشباعات

● **المطلب الأول:** التعريف بنظرية الاستخدامات والاشباعات

● **المطلب الثاني:** أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات

● **المطلب الثالث:** فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات

➤ **المبحث الثاني:** نماذج وعناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات والانتقادات الموجهة لها والرد

عليها

● **المطلب الأول:** نماذج نظرية الاستخدامات والاشباعات

● **المطلب الثاني:** عناصر نظرية الاستخدامات والاشباعات

● **المطلب الثالث:** الانتقادات الموجهة لها والرد عليها

الفصل الأول: مدخل الى نظرية الاستخدامات والاشباعات

المبحث الأول: نشأة وتطور مدخل الاستخدامات والإشباع

المطلب الأول: التعريف ونشأة نظرية الاستخدامات والإشباع

1) التعريف بنظرية الاستخدامات والإشباعات:

تعتبر نظرية او مدخل الاستخدامات والإشباعات احدى المداخل الوظيفية التي تنظر في العلاقة بين مضمون أجهزة الاعلام والجمهور بنظرة جديدة تفترض أن قيم الناس واهتماماتهم ومصالحهم وميولهم, وادوارهم الاجتماعية وهي الأكثر تأثيرا وفعالية على سلوكهم الاتصالي فهو يهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منتظمة مركزة على الوظائف الأساسية التي تقوم بها وسائل الاعلام من وجهة نظر الافراد المستخدمين لها ويعد المدخل من المداخل الهامة والعريقة التي اعتمدت عليها بحوث الاعلام وساعدت على توفير معلومات قيمة عن الجمهور ونتائج عملية الاتصال ويعتبر مدخلا خاصا بالجمهور وقد حدثت عليه تطورات كثيرة البداية وحتى الان فالتطوير فيه مستمر ولا يتوقف عند حد معين¹

2) النشأة والتطور:

يعد الياهو كاتز اول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات والإشباعات عندما كتب مقالا عن هذا المدخل عام 1959م وتمثل المدخل تحولا في الرؤية في مجال الدراسات الإعلامية حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية الى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة وبدلك انتفى مفهوم قوة وسائل الاعلام الطاغية التي كانت تنادي به النظريات المبتكرة. وتعد عملية استخدام افراد الجمهور لوسائل الاعلام عملية معقدة وترجع الى عدة عوامل متشابكة منها خلفيات أفراد الجمهور الثقافية، الذوق الشخصي، العوامل الشخصية منها أسلوب الحياة، السن²

¹ عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، الطبعة العربية، (عمان، دار البيزوري للنشر والتوزيع، 2016م) ص 249.

² نهي عاطف عبد، أطفالنا والقنوات العربية، دار الإيمان للطباعة، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2005م) ص 13.

وقد افترض كاتز ان قيم الافراد واهتماماتهم ومشاكلهم وأدوارهم الاجتماعية تسيطر على عملية التعرض والتوجه الناس إلى ما يرونه أو يشاهدونه كما وجد ما كويل في استعداته للعديد من هذه الدراسات أن هناك قدرا من الاتفاق بين مختلف الباحثين فيما يتعلق بطبيعة ومستويات التعرض والإشباع في استخدام وسائل الإعلام ويظهر عند الأفراد فيما تحققه هذه الوسائل من حاجات مرتبطة بالظروف الإعلامية والنفسية للأفراد مثل اكتساب الأخبار والمعلومات عن البيئة المحيطة بالفرد وقد استمر الاهتمام بهذه النظرية عند الباحثين أمثال لازرسفيلد وريفيز وشرام في القرن العشرين ولكنها لم تكن مخصصة لدراسة إشباع وسائل الإعلام للفرد بقدر ماهي استهداف للعلاقة بين متغيرات اجتماعية معينة واستخدام وسائل الاتصال ومع تزايد الاهتمام بالإشباع التي تزود بها ووسائل الإعلام جمهورها أصبح واضحا ان هذه الدراسات لم تستطع الوصول الى تحديد الإشباع التي توضح عناصر هذه النظرية، ذلك ان أصحابها لم يحاولوا الكشف عن مدى الارتباط بين ما انتهوا الى اشباع¹

ولقد مر مدخل الاستخدامات والإشباع بثلاث مراحل متميزة في تطوره وهي:

1-مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية): واهتمت بتقديم وصف لتوجيهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال، وقد امتدت المرحلة خلال عقدي الأربعينيات والخمسينيات

2-مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية): وهي مرحلة ذات توجه ميداني، حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية والتي الى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام

3-مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية): وكان التركيز فيها على الإشباع المحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال وتم اعداد قوائم الاستخدامات والإشباع وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينات من القرن الماضي وحتى الآن²

المطلب الثاني: أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع

¹ منال هلال المزهرة، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، (عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011م) ص ص، 174-175.

² نحى عاطف العبد، مرجع سابق، ص ص. 14-15.

1. السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار وسائل الاتصال التي تشبع حاجاته

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

3. التأكد من نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري ويربط "آلان روبن" الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل وتكون العلاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء ويكون ملاحظة سلوك الأفراد عند استخدامهم لوسائل الاتصال هو الأنشطة وتكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كل من وسائل الاتصال، المحتوى، الاهتمامات العامة للجماهيري هي الوظائف

ويعرض رونجرين مجموعة العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والإشباع والتب تبدأ من تولد بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدتها، وحلول لتلك المشكلات وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو اشباع الحاجات ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى، ويؤدي ذلك إلى اشباع أو عدم إشباع ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة¹

● الأهداف التي حققها مدخل الاستخدامات والإشباع:

- 1- إيجاد تفسير لكيفية استخدام المتلقين للوسائل الإعلامية على اختلافها بهدف اشباع حاجات معينة لهم
- 2- فهم دوافع المتلقين في التعرض للوسائل الاتصالية وأنماط التعرض المختلفة
- 3- الوقوف على ما يترتب من نتائج على مشاهدة وسائل الاتصال
- 4- يمكن أن تعطي استخدامات المتلقين للوسيلة الاتصالية دلالة واضحة على المستوى الثقافي للمجتمع في يعيش فيه هؤلاء المتلقين

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة 12، (دار المصرية اللبنانية، 2016م) ص 241-242.

5- يعبر استخدام الجمهور (النشيط) لوسيلة إعلامية معينة عن ادراكه لإمكانية هذه الوسيلة في تلبية احتياجاته

6- تتنوع الحاجات بتنوع واختلاف الأفراد من حيث الحس والإدراك والمستوى الثقافي والاجتماعي والسياسي¹

المطلب الثالث: فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات

يهتم مدخل الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفة منتظمة وفي عام 1968م قدم باحثان سويديان بحثا يتعلق بوضع أسس علمية لمدخل الاستخدامات والإشباعات، اشتمل البحث على عدة فروض أساسية هي:

1. يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات

2. ينظر إلى جمهور وسائل الإعلام باعتباره جمهور إيجابي ونشط يشارك بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الإعلام استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة وتلبية حاجات مقصودة وبالنظر إلى هذا الفرض نجد أن الشباب المستمعين للأغاني يستخدمون وسائل الإعلام بغرض معين إما الإيجابية في الاستخدام أو السلبية وهذا ما نود الإشارة إليه في تلك الدراسة توجيه الاستخدام

3. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال من خلال محتوى الرسالة فقط

4. الفروق الفردية للأفراد هي التي تتحكم في حاجاتهم واختيارهم لوسائل الإعلام ووسائلها

5. التأكيد على ان الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الافراد

وما إذا أردنا تطبيق هذه الفروض على موضوع الدراسة فنجد أن الشباب جمهور نشط يسعى أفراده إلى التعرض إلى الإعلام المرئية والمسموعة

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص ص. 188-189.

وكذلك اختياريهم لنوع المضمون المقدم من هذه الوسيلة سواء كان تثقيفي أو ترفيهي أو ديني أو سياسي، فالشباب في مركز قوة الاتصال إذ يختارون الوسائل والمضامين التي يرون أنها تشبع احتياجاتهم وتلبي رغباتهم¹ ويرى كاتز وزملائه ان المواقف الاجتماعية التي يجد الأفراد أنفسهم فيها، وهي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام واشباع الحاجات والمواقف الاجتماعية والتي يمكن أن تتسبب في التوتر والصراع الذي يشكل ضغطا على الفرد يجعله يتجه إلى استخدام وسائل الإعلام وهي نفسها التي يمكن أن تشكل أدراك الفرد لبعض المشكلات التي تحتاج إلى المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام، والمواقف الاجتماعية يمكن أن تحد من الفرص الحقيقية التي ترضي حاجات معينة بالتالي فإن وسائل الإعلام تقدم بديلا لهذه الفرص المحدودة وكذلك تظهر المواقف الاجتماعية قيما معينة يمكن أن يتم دعمها لدى الفرد من خلال التعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها كما يمكن للمواقف الاجتماعية أن تمد للفرد العديد من التوقعات حوا التعامل مع وسائل الإعلام للاستفادة في عضوية الفرد في جماعات معينة

كما يحدد روزنجرين من خلال النموذج الذي وضعه بيناء نموذج للاستخدام والإشباع يحدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم ماسلو مثل الحاجة إلى الصحة، الحب، القبول، تحقيق الذات، في ارتباطها أكثر بنموذج الاستخدامات والإشباع مقارنة بالحاجات العضوية والحاجات النفسية الأساسية مثل تحقيق الأمن²

المبحث الثاني: نماذج وعناصر مدخل الاستخدامات والإشباع والانتقادات الموجهة لها

المطلب الأول: نماذج مدخل الاستخدامات والإشباع

أولا: نموذج كاتز

يعد نموذج كاتز وزملائه أول نموذج تم استخلاصه من الدراسات التي أجريت في مجال الاستخدامات والإشباع، حيث توجد جذور هذا النموذج في دراسات الإشباع التي أجريت في حقبة الأربعينيات من القرن العشرين فقد اهتم كاتز بدراسة العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية والإشباع التي يسعى للحصول عليها من بين البائل الوظيفية المختلفة بما فيه وسائل الإعلام وبناء على نتائج العديد من البحوث

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص ص. 25-256.

² منال هلال المزاهرة، مرجع سابق ص ص. 181-182.

صاغ كاتز وزملائه نموذجا للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وما يمكن أن تشعبه من حاجات لدى هؤلاء الافراد مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي قد يتجه إليها لتلبية الحاجات مثل الأنشطة الثقافية الأخرى

ويرى أن لكل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد ومن خلال خبرة الفرد يبدأ برسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بين اختيار وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى ونتيجة للتعرض تتم اشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كامنة وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات تبدأ في التفاعل الاجتماعي مع العناصر الاجتماعية والنفسية وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض لوسائل الإعلام أملا في إشباعها وتتمثل العناصر الأساسية لنموذج كاتز وزملائه فيما يلي:

1-الأصول النفسية والاجتماعية

2-الاحتياجات الناشئة عنها

3-التوقعات الناتجة عن الاحتياجات، وهي اما توقعات من وسائل الإعلام أو من مصادر أخرى

4-ينتج من التوقعات السابقة أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام والاندماج في أنشطة

أخرى

5-اشباع الاحتياجات، نتيجة التعرض والاندماج السابقين

6-نتائج غير مقصودة غالبا ما تنتج عن التعرض والاندماج السابقين

ويعكس النموذج الفروض الأساسية التي يقوم عليها مدخل الاستخدامات والإشباعات من وجهة نظر كاتز وزملائه¹

ثانيا: نموذج بالمجرين وروبن يطلق على هذا النموذج "توقع الفائدة" اذ يهتم هذا النموذج بالربط بين استخدام الفرد لوسائل الإعلام والاشباعات المتوقعة من هذا الاستخدام حيث يتم مقارنة الاشباعات المتوقعة بالاشباعات المحققة فعليا ويقسم هذا النموذج إيجابية وفاعلية مدخل الاستخدامات والإشباعات الى 3 مستويات:

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص ص. 256-257

- الانتقائية: وهي سابقة التعرض لوسائل الاتصال
- الاستغراق: ويحدث أثناء التعرض لوسائل الاتصال
- الإيجابية: وتحدث بعض التعرض لوسائل الاتصال وتتمثل في تعليقات ومناقشات الفرد بعد التعرض للرسالة، كما تتمثل في إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض¹

ثالثا: نموذج روزنجرين

يعرض هذا النموذج مجموعة العوامل التي تشكل المخل والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية اجتماعية لدى الإنسان وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حدتها وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو اشباع الحاجات ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى تحقق الاشباع المطلوبة²

رابعا: نموذج ويندال

يعرض هذا النموذج العلاقة بين الاستخدامات والتأثيرات والربط بينهما فقرار استخدام وسائل الإعلام يأتي نتيجة عدة مراحل في الآتي:

- تفاعل العلاقات الخارجية والذاتية بما فيها الاهتمامات والاحتياجات
- رسم التوقعات وإدراك مضمون الرسالة الإعلامية
- قرار استخدام الوسيلة الإعلامية بعد المفاضلة بينها وبين وسائل شغل وقت الفراغ الأخرى

المطلب الثاني: عناصر مدخل الاستخدامات والإشباع

(1) افتراض الجمهور النشط:

كانت النظريات القديمة كنظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد تعتبر أن الجمهور مجرد ملقح سلبى، لكن مع ظهور مدخل الاستخدامات والإشباع ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الإعلامى المناسب له ويتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى، ويعرف ذلك بالانتقاء النسبي أو

¹ المرجع السابق، ص 258.

² عاطف عدلي العبد، نعى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية (القاهرة، دار الفكر العربي، 2010م) ص 301.

توقع المكافأة وهو الموازنة بين قدر الاشباع الذي سيحصل عليه الفرد في مقابل الجهود المبذول للحصول على هذا الاشباع

ويحدد هذا مفهوم نشاط الجمهور في عدة أبعاد من أهمها:

- الانتقائية: ويتمثل في اختيار وسيلة اتصال معينة واختيار التعرض لمضمون معين بها، ويمتد مفهوم الانتقائية يشمل مفهوم مرحلي الإدراك والتذكر
- النفعية: فجمهور وسائل الاتصال يختارون المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة
- العمدية: يعتمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة معينة لإشباع حاجة ما ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة
- الاستغراق: ويحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، فإن استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون يعتمد على مدى توحيد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية
- مناعة التأثير: هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه، فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء، أو أحد¹

(2) الأصول النفسية والاجتماعية:

ان شخصية الفرد تؤثر في نوعية ودرجة تقبله لمادة الاتصال وقد كان البعض يظن ان القابلية لتأثر الاتصال هي نفسها سمات شخصية

1. الأصول الاجتماعية: تؤكد معظم الدراسات على وجود علاقة وثيقة بين الظروف الاجتماعية للفرد وبين استخدامه لوسائل الإعلام فأعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الإعلام باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وقد توصل ريو إلى أن الاحتياجات الاجتماعية والتوقعات يمكن أن تسيير استخدام وسائل الإعلام لدعم التكامل الاجتماعي وقدمت دراسات أخرى دليلاً على أن كثير من استخدامات وسائل الإعلام تكمن أصولها في البناء المجتمعي والعمليات الاجتماعية

¹ المرجع السابق، ص302.

2. الأصول النفسية: بجانب الأصول الاجتماعية التي يمكن أن تؤدي إلى استخدام الأفراد لوسائل الإعلام توجد الأصول النفسية والتي يمكن أن تؤدي إلى وجود دوافع وتحدد أصول كثيرة من استخدامات وسائل الإعلام

وقد أكدت دراسة لجوزيف كونواي وروبين (1991م) دور العوامل والمتغيرات النفسية كدوافع لاستخدام الوسيلة الإعلامية، وظهرت دور هذه المتغيرات في المساعدة على تحديد دوافع التعرض للوسيلة بشكل عام، وجاء من أهمها المتغير النسبي الخاص بالحصول على تفاعل شبه اجتماعي، والذي يعد من أقوى المتغيرات النفسية التي يمكن في

إطارها تفسير معظم دوافع المشاهدة باستثناء دافع الهرب، واعتبرت

الدافع النفسي مكونا داخليا يدفع الفرد لاختيار ما يشاهده ويساعد على ارتباط الفرد بالوسيلة¹

(3) دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام :

توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ويمكن تلخيص هذه الآراء على النحو التالي:

● ينظر البعض إلى الدوافع باعتبارها حالات داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من جانب أفراد الجمهور، وترتبط هذه الرؤية بنظرية القيمة المتوقعة وتفترض هذه النظرية أ، دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام يعكس سلوكا إيجابيا ذا قيمة أو اتجاهات إيجابية نحو وسائل الإعلام، وأن المتلقي لديه الوعي والقدرة في التعبير عن اتجاهاته بشكل مباشر يسعى إلى إشباع دوافعه من خلال التعرض لوسائل الإعلام وتقدم هذه النظرية الأساس للبحوث التي تقيس التماس الإشباع من خلال دوافع الجمهور

● ترى وجهة النظر الثانية أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر ولكن يمكن إدراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والترفيه

وبوجه عام، فإن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين هما:

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص ص. 261-263.

1. **دوافع منفعية:** وتستهدف التعريف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع

أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والتثقيفية

2. **دوافع طقوسية:** تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والهروب من المشكلات وتنعكس هذه الفئة

في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام¹

(4) التوقعات من وسائل الإعلام:

تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والاجتماعية، وتعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الاعلام، وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات، ويشير ادلستين وزملاؤه في دراستهم المقارنة لتوقعات طلاب الجامعة من وسائل الإعلام في مجتمعات الولايات المتحدة وألمانيا، واليابان وهونج كونج الى زيادة توقع الاشباع من استخدام الصحف والتلفزيون، في قلة الاشباع من الأفلام الروائية والتقارير الرسمية وتشير النتائج الى اختلافات في توقعات الطلاب تعكس الثقافة السائدة في المجتمع، فالطلاب الألمان على سبيل المثال يستخدمون الراديو والمصادر التعليمية والتقارير الرسمية بنسبة أكبر من طلاب الجامعات في المجتمعات الكبرى محل الدراسة كذلك يستخدمون الكتب والملاحظات الشخصية بشكل أكبر، وكذلك عند مواجهة مشكلة ما، وتوقعات الطلاب لحل هذه المشكلة من مصادر الاتصال المختلفة²

(5) التعرض لوسائل الإعلام:

توجد علاقة ارتباط بين بحث الجمهور عن اشباع معين لحاجاته المختلفة وتعرضه لوسائل الاتصال وتعتبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الاتصال عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المضامين التي تلبي حاجاته

وتتغير استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وتتطور باستمرار مع تطور التكنولوجيا التفاعلية الحديثة والتي تدفع الجمهور لتعرض أكثر وعيا وتنظيما للوسيلة خاصة أن معظمها تتطلب اتفاقا مستمرا للحصول على خدماتها أو لمضامينها بعكس أفراد الجمهور اللذين يكونون محددين بقناة

¹ حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، (القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2006م) ص ص. 369-368.

² المرجع السابق، ص 370.

تلفزيونية واحدة فلا يكون هناك مجال واسع للاختيار، ولا تعبر مشاهدتهم للمضامين المقدمة في هذه القناة عن ضرورة اشباعها لبعض الحاجات لديهم

6) اشباعات وسائل الإعلام:

يتم وفقا لمدخل الاستخدامات والإشباعات وصف جمهور يختار من بين وسائل الاتصال ومن المضامين التي تقدمها ما يشبع حاجاته ويلبي رغباته، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الاشباعات ويرى سوانسون إمكانية ربط محتوى الرسالة بالاشباعات المتحققة في برامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن ان تحقق اشباع التنفيس والتخلص من الملل والقلق والهروب من المشكلات اليومية اما برامج الاخبار والمعلومات والشؤون الجارية تحقق اشباع مراقبة البيئة الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات

وتتبع الاشباعات (المطلوبة او المتحققة) من وسائل الاتصال من ثلاثة مصادر رئيسية:

- محتوى او مضمون الرسالة: والذي يعكس من خلال تفضيلات الأفراد لبرامج أو مضامين محددة، أو من خلال التعرض المخطط والمقصود لبرامج معينة
- التعرض للوسيلة: فالتعرض لبعض وسائل الاتصال في حد ذاته يمكن أن يشبع احتياجات معينة مثل الترفيه، الاسترخاء والهروب
- السياق أو الإطار الاجتماعي والبيئة الاجتماعية المحيطة باستخدام الوسيلة: مثل وجود أو غياب الأفراد الآخرين أثناء التعرض للوسيلة مثل أفراد الأسرة أو الأصدقاء ويكون دور وسيلة الاحلال

محل

هؤلاء الأفراد أو تكميل أدوارهم على أقل تقدير¹

¹ عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد، مرجع سابق، ص ص. 310-311.

المطلب الثالث: الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات والرد عليها

(أ) الانتقادات:

شن بعض الباحثين والمنظرين الإعلاميين على هذه النظرية ومنظريها من منطلق أو منطلقات مزعومة بقدرة النظرية بأن لها قدرة على إدارة الجمهور والرأي العام من باب أي الوسائل والمضامين التي يتم اختيارها، ومن أبرز الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والاشباعات هي:

- 1- أنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين حول الاشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام
- 2- اشتركت في استخدام المنهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الاشباع من الجمهور في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكراريا وتدرجيا تبعا لكثافتها
- 3- لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الاشباعات التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم اشباعها
- 4- فشلت هذه الدراسات في بحث العلاقات المتداخلة فيما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضا كميًا أو مفاهيميًا¹

- ويشير مدخل الاستخدامات والاشباعات بعض الانتقادات خاصة فيما يتعلق بكونه لا يشكل إطارا مستقلا من جانب ويسبب غموض مفاهيمه الرئيسية مثل مفهوم الحاجات بالإضافة الى كونه ليس أكثر من استراتيجية لجمع البيانات، ويشير ديفلير وروكيتش الى ان هذا المدخل ليس سوى إعادة صياغة لجوانب محددة من نظريات التأثير الانتقائي، على أساس أ، فرضيته الأساسية التي تقول ان احتياجات الفرد والاشباعات التي يحصل عليها تؤثر على أنماط استخدامه لمحتوى وسائل الإعلام، ليست سوى نسخة مبسطة من نظرية الاختلافات الفردية
- وتركز الانتقادات في ان الحاجات التي يسعى الناس الى اشباعها من خلال استخدام وسائل الإعلام يتم تحديثها من خلال سؤالهم عن أسباب استخدامهم لهذه الوسائل وهو ما يثير شكوكا تتصل

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، (الأردن عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014م) ص 85-86.

بان وسائل الإعلام وبسبب تعقد وغموض الدوافع البشرية فإن الشكوك أيضا تحيط باستخلاص هذه الدوافع من خلال سؤال الناس عنها¹

(ب) الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباع:

بالرغم من الانتقادات الكثيرة التي وجهت لمدخل الاستخدامات والاشباع إلا اننا نجد مجموعة من الحجج والبراهين قدمت للرد على هذه الانتقادات في النقاط التالية:

- بالنسبة للمبالغة في وصف نشاط الجمهور وغموض مفهوم الجمهور النشط فيمكن التغلب عليه إذا تم تعريفه اجرائيا وقياسه على أسس بنائية سليمة ام بالنسبة للشك في ان تعرض افراد الجمهور لوسائل الإعلام يتم بشكل معتمد وهادف فان هذا الدخل يعتمد على مبدا إيجابية الجمهور ونشاطه بمعنى ان افراد الجمهور يتعرضون لمضامين ووسائل الإعلام بناء على تخطيط كسبق لتحقيق أهداف معينة سبق تحديدها أي أن الجمهور يتميز بانتقائية للمضامين التي يتعرض لها
- بالنسبة لكون المدخل استراتيجي بحثية لجمع البيانات من خلال اعتماده على مجموعة من الفئات التي وضعت بطريقة عفوية او تعسفية فعلى العكس من ذلك فإن هذه الفئات قد بينت من خلال أبحاث امريقية عديدة استغرق اجراءها وتطويرها سنوات عدة حتى استقرت على نحوها الحالي، كما أن دور هذه الفئات لا يعدو ان يكون مساعدة للمبشرين اما على تذكر أسباب استخدامهم لوسائل الإعلام أو في التعبير عن دوافعهم إلى حد كبير
- بالنسبة لصعوبة قياس استخدام الجمهور لوسائل الإعلام فان هناك تطوير مستمر للإجراءات البحثية مثل مشكلات الصدق عن طريق استخدام أكثر من أسلوب أو منهج للدراسة للوصول لاحتياجات واشباعات الجمهور، وهو ما يطلق عليه "الأسلوب التعددي" حتى تضمن الاستفادة من مميزات هذه الأساليب مجتمعة
- ولكون المدخل ذهني أو عقلاي لاعتماده على التقارير الذاتية التي يدلي بها أفراد الجمهور فإن مشكلة السلوكيات والاتجاهات هي مشكلة منهجية وفي مشكلة ملازمة لمناهج البحث

¹ حسني محمد نصر، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، (دار الكتاب الجامعي، 2015م) ص266.

الاجتماعية، ولكن هذا التلازم يمكن حله من خلال تحقيق متطلبات الصدق والثبات في بحوث الاستخدامات والاشباعات

- ومن العرض السابق يتضح لنا أن مدخل الاستخدامات والاشباعات يفترض أن الأفراد ليسوا ضحايا لتأثيرات وسائل الإعلام وإنما هم يختارون بوعي واتقان وسائل الإعلام التي يرغبون في التعرض لها ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات المتاحة في المجتمع ومن ثم فإن الأفراد يقومون بدور إيجابي في عملية الاتصال¹

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص ص. 271-272.

❖ الفصل الثاني: الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك)

➤ المبحث الأول: ماهية الانترنت

- المطلب الأول: مفهوم الانترنت
- المطلب الثاني: نشأة وتطور الانترنت
- المطلب الثالث: خصائص الانترنت

➤ المبحث الثاني: ماهية الفييس بوك

- المطلب الأول: مفهوم الفييس بوك
- المطلب الثاني: نشأة وتطور الفييس بوك
- المطلب الثالث: خدمات ومميزات الفييس بوك

الفصل الثاني: الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك)

المبحث الأول: ماهية الانترنت

المطلب الأول: مفهوم الانترنت

لا يوجد تعريف واحد محدد للانترنت يتفق عليه الجميع، وذلك ببساطة لأن الإنترنت تعني أشياء مختلفة بالنسبة لكل من يستخدمها فالبعض يقول انها مجموعة من أجهزة الكمبيوتر التي تتحاور مع بعضها البعض من خلال اتصالها معا عبر كوابل الالياف الضوئية والخطوط التلفزيونية والاقمار الصناعية وغيرها من وسائل الربط الشبكي، ويقول البعض الآخر انها الوسيلة الكمبيوترية التي تمكنك من التحدث والتحاور مع اصدقائك واسرتك في أي مكان في العالم، او انها كنز هائل من المواد المعلوماتية التي تنتظر منا التنقيب عنها واستخراجها، او انها مجموعة من الفرص التجارية والصفقات غير المحدودة التي تنتظر الاستفادة منها، وثمة آخرون يرون أنها بمثابة منجم ذهب بالنسبة للباحثين والمهنيين حيث تضم جميع المعارف والمعلومات في كافة المجالات وحقول المعرفة، فهي تضم آلاف المكتبات وقواعد البيانات والسجلات المتاحة طوع بئائك، ويرى فيها البعض الآخر مجرد وسيلة لتمضية الوقت والتسلية وانها تمثل تكنولوجيا المستقبل التي ستجعل حياتنا وأساليب عيش أطفالنا واحفادنا أكثر اشراقا ويسرا ورفاهية

والواقع ان جميع هذه التعريفات او بالأحرى الآراء صحيحة وتعبر الى حد ما عن ماهية الانترنت ولكن الانترنت في الحقيقة أكبر من ذلك كله، وتعرف الانترنت تقنيا بأنها شبكة واسعة تكونت بفعل الترابط التعاوني بين العديد من الشبكات الكمبيوترية وقد تم ابتكار كلمة "انترنت internet" من كلمة interconnection بمعنى ترابط، وكلمة network التي تعني شبكة، ومن ثم فان هذه الكلمة الجديدة internet تعني ترابط مئات او آلاف الشبكات معا بأية وسيلة من وسائل الربط أو الاتصال الشبكي وهذه الشبكات تضم أنواعا مختلفة من أجهزة الكمبيوتر واشكالا عديدة من التكنولوجيا¹

وتستخدم هذه الشبكات المتصلة معا أسلوب الاتصال او الربط المعروف باسم تي سي بي / آي بي ip / tcp أو بروتوكول التحكم في نقل المعلومات والبيانات الخاصة بالإنترنت (transmission)

¹ بماء شاهين، المرجع العملي لاستخدام الانترنت، الطبعة الأولى، (القاهرة، كمبيو ساينس العربي لعلوم الحاسب، 1997م) ص 13-14.

(control protocol /internet protocol) والبروتوكولات أو الاتفاقات هي القواعد التي تستخدمها جميع الشبكات المتصلة لفهم بعضها البعض والبروتوكولات المختلفة ان هي إلا مجموعة او سلسلة من المواصفات التقنية التي تسمح لأجهزة الكمبيوتر بتبادل المعلومات مهما كانت أنواع هذه الأجهزة ومهما كانت اشكال التكنولوجيا التي تربطهم معا¹

ويمكن تعريف الانترنت بأنها شبكة الشبكات واضخم شبكة حاسوب في العالم، حيث تتصل الحواسيب ببعضها بعضا عن طريق خطوط الهاتف والكابلات البحرية، إضافة الى تكنولوجيا الاتصالات القادرة على ربط الأنظمة المختلفة ببعضها بعضا وتجدر الإشارة الى توسع انتشار هذه الشبكة وازدياد أهميتها يوما بعد يوم، ونظرا لهذا التوسع دخلت الانترنت في كافة القطاعات والمجالات وتطور معها الويب وصولا الى الجيل الثالث، مروراً بتقنيات الجيل الثاني المتمثلة بأدوات التواصل الاجتماعي، التي باتت تستخدم في القطاعات التربوية والتعليمية لتخدم التعليم وهي بذلك توسع آفاق الطالب والأستاذ لأنها تمكنهم من التواصل مع نظرائهم حول العالم وتبادل الثقافات والخبرات

كما انها خدمات كثيرة لأنها مستودع رقمي كبير يتم تحديثه باستمرار، ولكن على الفرد أن يتقن مهارة البحث عن المعلومات في ظل هذه الطفرة الهائلة وفي يومنا هذا تسعى كافة المؤسسات التربوية والتعليمية للقيام بأنشطتها التعليمية من خلال الانترنت وذلك بهدف تحفيز وتطوير أداء الطلاب والأساتذة والتفاعل مع ثقافات الدول الأخرى وتبادلها²

المطلب الثاني: نشأة وتطور الفيس بوك

تأسست الانترنت في بداياتها في الولايات المتحدة الامريكية لأهداف عسكرية عام 1964م، كأحد المشاريع التي أشرفت عليها وكالة مشاريع البحوث المتقدمة التابعة لوزارة الدفاع الامريكية في بدايتها كانت الحواسيب المرتبطة بها قليلا نسبيا، وفي بداية التسعينات اتسعت الشبكة خارج نطاق الولايات المتحدة

¹ مرجع سابق، ص14.

² سوزان محمد بدر زهر، مهارات البحث على الانترنت لطلاب القرن الحادي والعشرين، الطبعة الأولى (بيروت، لبنان، دار العلوم العربية، 2016م) ص ص. 89-90.

الامريكية، لتكون تغطيتها عالمية إذا انضمت إليها آلاف الشبكات التابعة للمؤسسات العامة والخاصة لتتحول أهدافها من عسكرية إلى علمية¹

بدأ التفكير في انشاء أول شبكة للاتصال فيما بينها وتبادل الآراء والمعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية بينها وبين ما كان يعرف بالاتحاد السوفياتي من أيّ خلل يصيبها لوقاية من جراء مفاجئة من أي خصم لأحد مراكزها العلمية "الحاسوبية" وفي عام 1969م أنشأت ذلك باسم "ARPANET" وبدأت الفكرة بتوصيل 04 حاسبات في 04 جامعات في الولايات المتحدة الأمريكية لتفادي أي خطر يدهمها ونجحت الفكرة في امتصاص أي امر مفاجئ بحيث تعطل جزء عملت أجزاء أخرى وفي 1972م كنوع من التطور للفكرة العسكرية السابقة تم توصيل 72 جامعة مركز أبحاث على تلك الشبكة

ولمدة عقد من الزمن تقريبا كانت "الأربانت" تنمو بمعدل حاسب جديد كل 20 يوما حيث توصلت الى حوالي 254 حاسبا في النهاية ذلك العقد وانقسمت الاربانت الى قسمين وظهرت شبكات بجانبيهما وبمسميات مختلفة وتطورت شبكة الاربانت حتى أصبحت شبكة اتصالات دولية تحت اسم "INTERNET" وبذلك تطورت من خدمة المنشأة العسكرية والجامعات ومنذ تكوين تلك الشبكة في عام 1972م صارت الاتصالات التجارية بين المستخدمين والباحثين في العالم، وفرضت نفسها تلك الشبكة في أرض الواقع حتى صار أكثر من ألف حاسب ينضم اليها يوميا وهكذا اصبح لتلك الشبكة مريدون من الجميع أنحاء العالم ويتزايد أعدادها بمعدل 50% كل ستة اشهر وتطورت تلك الشبكة منذ انشائها من حيث عدد المستخدمين وخدمات التي تقدمها لهم ففي عام 1972م ظهرت خدمة البريد الإلكتروني "EMAIL"، وفي عام 1992م بدأت خدمة البحث بواسطة شبكة "WWW"، وفي عام 1993م توفرت إمكانية نقل الصور عالية الجودة، والصوت عبد مسارات اتصالية عالية السرعة، وفي عام 1994م بدأ الاستخدام الشخصي للإنترنت بشكل واسع وتزايد عدد المراكز المرتبطة به الى ثلاثة ملايين مركز، وفي عام 1996م أصبحت الانترنت والويب كلمات متداولة عبر العالم في الشرق الأوسط

¹ المرجع السابق، ص90.

أصبحت الانترنت من المواضيع الساخنة، ابتداء من التصميم الأول للشبكة وحتى اليوم، أصبح هناك عدد من مزودي خدمة الانترنت يقدمون خدماتهم¹

اما في الجزائر فقد تم ربط الانترنت بالجزائر عن طريق مركز البحث في الاعلام والعلمي والتقني في إطار التعاون مع اليونسكو، بهدف إقامة الشبكة الافريقية للمعلومات "RINAF" وتكون الجزائر النقطة المحورية للشبكة في شمال افريقيا²

وفي عام 2001م انطلق تشييد شبكة علمية على المستوى الوطني، يتم الولوج إليها من خلال الشبكة الدولية للمعلومات، والتي أطلق عليها اسم الشبكة الاكاديمية للبحث ARN، التي كان هدفها ربط جميع الجامعات الجزائرية وتزويدها بحاسبات موزعة لاحتواء موقع الويب، والذي يضم مجموعة من البحوث العلمية والمذكرات والكتب والدوريات... إلخ، وبالرغم من تحرر قطاع الاتصالات بشكل كبير الا أن الوضع لا يزال دون المستوى المطلوب مقارنة بدول الجوار³

المطلب الثالث: خصائص الانترنت

لم يشهد عالم الاتصالات والمعلومات ظاهرة بحجم الانترنت وقوتها ولهذا تعد بحق ثورة هائلة بسبب ما أحدثته من تغييرات في ظرف قصير، وربما يكمن سر قوتها في كونها الاكتشاف الذي تجتمع فيه مختلف قدرات وامكانيات الاختراعات السابقة وفي تاريخ تطورها نكتشف جهود العلماء والباحثين والتكنولوجيين وجهود الحكومات ورجال الصناعة التي تضافرت فربطتها في هذه الوسيلة بين الفائدة العلمية والامتاع والقدرة على الابداع والاتصال وغيرها حتى اصبحت السمة المميزة لما يطلق عليه العصر الرقمي يمكن من غير شك القول ان هذا كله راجع الى ما يميز الانترنت من خصائص يمكن ذكر بعضها:⁴

¹ عبد الفاتح عارف التميمي، شبكات الحاسوب والاتصالات، (الأردن، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2010م) ص12.

² احمد عبدلي، مستخدمو الانترنت، مذكرة الماجستير غير مستوردة، (جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة)، 2003، ص ص. 88-88.

³ إبراهيم بختي، الانترنت في الجزائر، مجلة الباحث، ال عدد1، ورقة، 2011م، ص32.

⁴ محمد محمود ميدلي، الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية، (المكتب الجامعي الحديث للنشر، الإسكندرية، مصر)، ص161.

الانترنت عالم غير محدود: فكل شيء موجود على الانترنت بالأشكال والصور هو ملف توثيق وارشيف للمعلومة فيمكن ادخال واخذ اي معلومة بأقل تكلفه ممكنه فمثلا شركة (AMAZON) لا توجد في الواقع الا انها موجودة على الانترنت

الانترنت متجددة باستمرار: فالانترنت مبنية على المعلومات والمعلومات تتجدد وتتقدم بمرور الزمن علما ان تجدد الانترنت أسرع بكثير من تجدد الصحف والكتب لذلك فالمعلومات الموجودة على الانترنت أكثر حداته من تلك الموجودة في الكتب

الانترنت لا تفرق بين مستخدميها: فنفس الموقع الذي يستطيع استاذ في الجامعة دخوله يستطيع طفل عمره خمس سنوات ان يدخله وهذا ناجم عن انفتاح الانترنت دون قيود وبذلك تكون الانترنت من الاماكن القليلة جدا هل يمكن فيها المساواة بين الجميع وهنا يجب ان نذكر ان المساواة في التعليم بين الجميع قضية مطروحة منذ قرون وهذا يدل على مدن النقلة النوعية التي بإمكان الانترنت احداثها¹

غزارة المعلومات: حيث تعطي الانترنت للمتصفح فرصه اطلاق أكبر من الناحية الكمية ففي جلسة واحده امام الكمبيوتر يستطيع ان يطالع عشرات المصادر الإعلامية من جميع انحاء العالم بتكلفه قليله كما ان المتصفح له امكانيه الانتقاء والمقارنة من خلال الاطلاع السريع على المصادر المختلفة²

اللامكان: إذ تتخطى الانترنت كل الحواجز الجغرافية التي ما فتئت عبر الزمان تحول دون انتشار الأفكار وتمازج الناس وتبادل المعارف والخبرات، فالحواجز الجغرافية منها ما هو اقتصادي (تكاليف الشحن) ومنها ما هم سياسي (الحيلولة دون دخول أفكار وثقافات معينة)، أما اليوم وبوجود الانترنت أصبحت المعلومات تمر بصفة هائلة على شكل إشارات إلكترونية لا يقف في وجهها هذا العائق الجغرافي مهما بعدت مسافته **الالزمان**: إذ ان الانترنت تجعل المعلومات تصل الى المستعملين مباشرة بعد صدورها وتسوي بين كل أبناء البشر الحصول على المعلومات بطريقة متزامنة

¹ مضر عدنان زهران، التعليم عن طريق الانترنت، (دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008م) ص101.

² احمد جوهر احمد، الاعلام الالكتروني واقع وآفاق، الطبعة الأولى، (دار الكلمة للنشر والتوزيع، مصر، 2004م) ص43.

التفاعلية: تعودت وسائل الإعلام التقليدية على أن تتعامل مع المتلقين لبثها كجهة مرسله فقط، ولا تعطي اية فرصة لإمكانية الرد سواء بالقبول أو الرفض، أما من خلال الانترنت يمكن التحول والانتقال بين طرفي عملية الاتصال، من مستقبل للرسالة الى مرسل لها، وخاصة من خلال منتديات التفاعل والحوار

المجانية: او بصورة أدق شبه مجانية وهو أمر لم يحدث تماما بعد، لكنه قد يحدث خلال السنوات القادمة، إذ أن الكثير من الأنماط التجارية بدأت تتبلور لتمكن المجتمع من اعتبار خدمة الانترنت من الخدمات الأساسية في الحياة، والتي من الضروري توفيقها للمجتمع بشكل مجاني أو شبه مجاني.

الربط الدائم: إذ أنه ومع التطور المذهل الحاصل في تقنيات الاتصال بالانترنت لم تعد تقتصر فقط على الاتصال من خلال الحاسب الشخصي في العمل أو الدول، بل أصبح من الممكن أن يتم الاتصال بالشبكة من طرف طائفة كبيرة ومتنوعة من الأدوات كحسابات الجيب، الهواتف النقالة...، وبذلك سيكون هناك اتصال دائم على مدار ال 24 ساعة ومن أي مكان

تنوع التطبيقات: إن الاستخدامات العديدة والفوائد الجمة التي ذكرناها عن الانترنت ما هي إلا غيض من فيض، إذ أن الخدمات والتطبيقات التي تقدمها الشبكة لتبلغ سعة كبيرة جدا فمن التطبيقات التعليمية والتربوية الى الخدمات التي تسهل الاتصال بين الافراد، كالبريد الإلكتروني وغرف الدردشة والحوار، الى التطبيقات التجارية التي تحول العالم بأسره الى سوق صغيرة وصولا الى المواقع لإخبارية الأكاديمية والمرجعية التي تخدم الباحثين والمتخصصين في شت المجالات والميادين

السهولة واليسر: اذ ان المرء لا يحتاج الى أن يكون خبيرا معلومانيا أو مبرمجا أو مهندسا حتى يتمكن من استخدام الانترنت فبإمكان طفل صغير أو شيخ مسن أن يستخدمها بكل سهولة ويسر، إذ تكفي جلسة لمدة ساعة أو أقل مع أحد الذين يعرفون كيفية الانجاز على الانترنت من أجل التعرف على الميادين الأساسية للاستخدام، ثم بعد ذلك سيجد المستخدم نفسه يكشف مدى سهولة الإنجاز في هذه الشبكة¹

المبحث الثاني: ماهية الفيس بوك

¹ منال البلقاسي، شبكات وامن المعلومات، الشبكات، الانترنت، بروتوكولات الشبكات، التجارة الالكترونية، فيروسات الحاسب، أمن المعلومات، (دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2019م) ص ص. 59-60.

المطلب الأول: مفهوم الفيس بوك

يسعى الناس اليوم من أي وقت مضى الى إيجاد طرق للتواصل مع الأصدقاء وافراد العائلة وزملاء الدراسة ويعد الفيس بوك أكثر تلك المواقع استخداما من بين شبكات التواصل الاجتماعي حيث كان يرتاده أكثر من 800 مليون مستخدم نشط حسب احصائيات عام 2011 وهو الموقع الأكثر استخداما على الاطلاق

أصبح مارك زوكربيرغ، مؤسس موقع الفيس بوك واحدا من أشهر الرجال في العالم واغناهم، حيث قام بإنشاء موقع الفيس بوك ونشره على شبكة الانترنت ليلقى استحسانا من جميع مستخدمي شبكة الانترنت حول العالم، ويصل خلال فترة قصيرة الى كثير من الناس

والفيس بوك كلمة اعجمية مكونة من جزأين: فيس face وبوك book وهي تعني كتاب الوجوه مثلما أراد بها مؤسس الموقع¹

وهو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس، خصوصا من الشباب في انحاء العالم وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية وتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الامريكية المختلفة وظلت مقتصرة على اعداد من الزوار حتى عام 2007م، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها اتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الامريكية الى كافة دول العالم وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من تموز 2010 النصف مليار شخص يزورونها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة وجديدة يضاف الى ذلك المشاركة الفعالة وغالبا ما تكون في المحادثات والدرشات²

وعرف شري كنتكوف كيونت الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بانه واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية يمثل مجتمع دولي على الانترنت وهو مكان يجتمع فيه افراد المجتمع للتفاعل مع

¹ محمد حسان احمد قميحة، الفيس بوك تحت المجهر، الطبعة الأولى، (النخبة للنشر والتوزيع، 2017م) ص ص. 57-58.

² عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، الطبعة الأولى، (عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2015م) ص 63.

بعضهم من خلال تبادل الصور وشرطة الفيديو وغيرها من المعلومات والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة وغيرهم ويربط الافراد داخل المدن او المناطق والعمل او المنزل او المدرسة او أي مكان آخر، تبنى هذه العلاقات على سطح صفحات الملف الشخصي التي تسمح للمستخدمين بتبادل المعلومات والتواصل مع الآخرين

الفييس بوك يسعى لخلق بيئة يمكن فيها الافراد الدخول بانتظام لتتبع ما يفعل الأصدقاء والزملاء وتبادل الأنشطة الخاصة بهم، والتفاعل حول المصالح المشتركة او الهوايات، ارسال الرسائل والانضمام الى الجماعات والشبكات الاخرى¹

المطلب الثاني: نشأة وتطور الفييس بوك

موقع فييس بوك تم إنشاؤه في شباط عام 2004م بواسطة ابن التاسعة عشر من العمر مارك زوكربيرغ وهو طالب في جامعة هارفارد، وقد الموقع في البداية متاحا فقط لطلاب جامعة هارفارد ثم فتح لطلبة الجامعات، بعدها لطلبة الثانوية ولعدد محدود من الشركات ثم أخيرا تم فتحه لأي شخص يرغب في فتح حساب ويذكر الموقع الرسمي للفييس بوك بأنه موقع يعطي الناس القدرة على المشاركة والتواصل مع الأصدقاء والاهل ويجعل العالم أكثر انفتاحا

ويشير اسم الموقع الي دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس في الولايات المتحدة الامريكية الى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد ويتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعارف بينهم²

أنشأ مارك زوكربيرغ وهو طالب جامعي موقع الفييس بوك وسرعان ما لاقى هذا الموقع اقبالا هائلا من قبل المشتركين، حيث بلغ عدد مشتركيه في ديسمبر من عام 2004م، مليون مشترك، وبعد مرور عام واحد على ذلك، وصل العدد الى اكثر من 5 ملايين ونصف المليون مشترك، ليرتفع في ديسمبر عام 2006م الى 12 مليون مشترك، وسجل في عام 2007م وجود اكثر من 70 مليون شخص وفي أبريل من عام 2008م، كان عدد مشتركى (الفييس بوك) يفوق 120 مليون مشترك وقد لجأ زوكربيرغ الى اختراق المناطق

¹ حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015م)، ص89.

² المرجع السابق، ص ص. 88،89.

المحمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقد قام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي كي يتمكن من الحصول على تلك الصور التي وضعها في الموقع، ثم قام بتوجيه الموقع الى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي لكن ونتيجة لذلك الاختراق الذي قام فيه زوكريغ، قامت ادارة الجامعة بإغلاق الموقع بعد بضعة أيام من انطلاقه، واتهمت زوكريغ بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الافراد¹

كانت هذه التهم كافية لطرده من الجامعة، ولكن تم اسقاط جميع التهم الموجهة اليه في نهاية الامر، 4 نوفمبر من عام 2004م، قام زوكريغ بتأسيس موقع (الفييس بوك) على نطاق جامعة هارفارد تحت مسمى Thefacebook.com وفي شهر مارس من عام 2004م، فتح الفييس بوك ابوابه امام جامعات ستانفورد وكولومبيا وبييل، بعد ذلك، اتسع الموقع وفتح ابوابه امام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ، وشيئا فشيئا ان اصبحت متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الامريكية وفي يونيو من عام 2004م، تم نقل مقر الفييس بوك الى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا وقامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النقاط facebook.com عام 2004م نظير مبلغ 200000 دولار امريكي، كما قام بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005م بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين في العديد من الشركات ومن بينها شركة آبل المندمجة وشركة مايكروسوفت²

المطلب الثالث: خدمات ومميزات الفييس بوك

استطاع موقع فييس بوك أحد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت، ان يحقق انتشارا منقطع النظير فقد وصل معدل الاشتراكات الجديدة فيه الى أكثر من 150 ألف مستخدم جديد في اليوم الواحد يتواصلون معا عبر صفحة شخصية خاصة بكل منهم، ويتشابكون بشكل يكاد يبدو وكأنه مجتمع آخر مقابل للمجتمع الحقيقي، ويبدو ان أكثر مستخدمي الموقع من الشباب وطلبة الجامعات والمراحل الدراسية

¹ ليلي احمد جرار، الفييس بوك والشباب العربي، الطبعة الأولى، (مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2012م)، ص ص 51-52.

² المرجع السابق، ص ص. 52-53.

المختلفة الذين يسعون الى التعارف وتكوين المجموعات والتجمعات التي تعبر عن آرائهم في الحياة، او المشاركة في مجموعات خاصة منهم أصدقاء، حلقة دراسية، زملاء، رحلة صيف، محبي الطرب وعلى حائط (الفييس بوك)، يمكن للأصدقاء أن يعلقوا ما يريدون ويمكنهم أن يستمعوا الى أيضا لصاحب الصفحة، يستمعوا الى موسيقاه المفضلة، فيلمه المفضل، صورته الخاصة التي تحكي تفاصيل حياته، مذكراته، مواعيده، ماذا فعل بالأمس، صور أفضل أصدقائه، ومن الملاحظ ان (الفييس بوك) يلعب بشكل كبير على الحنين الى الماضي، والبحث عن أصدقاء قدامى ربما فقدوا والبحث عن ذكريات الطفولة، وتكوين مجموعات لفترات مرحلة المراهقة¹

يلجأ الكثير من مستخدمي الفييس بوك الى الاستفادة منها في تطوير مهاراتهم ومعرفتهم، كما هو الامر في المجموعات الشعرية والأدبية حيث يستثمر الأعضاء في هذه المجموعات وجودهم مع اشخاص آخرين عارفين بالأدب والشعر في تنمية معلوماتهم وتداولها والتحقق منها وطرح الآراء وتجاذب اطراف الحديث، وينطبق مثل ذلك على المجموعات الأخرى الثقافية والعلمية والهندسية والدينية... إلخ، وقد دأبت بعض صفحات الفييس بوك على فتح منصات للاستشارات الطبية وتداول التشخيص المرضي، والهندسية والثقافية والعلمية مما كان له الأثر المفيد البالغ في إغناء المعرفة ورفد الوعي بكل جديد ونافع²

ويوفر الفييس بوك للمعلن قياس أداء الإعلان فهناك ما يعرف بمدير الإعلانات، يمنع المعلن معلومات حول مدى تفاعل الجمهور إزاء الإعلان فضلا عن معرفة آراء الجمهور فعندما يتعرض للإعلان يسجل الفييس بوك كل تفاعل يصدر من المستخدم إزاء الإعلان كما يعمل الفييس بوك على احترام رغبات الجمهور بالتعرض للإعلان ويتيح له إمكانية اخفائه وذلك بالضغط على علامة (X) ثم تظهر للمستخدم قائمة باختيارات عدة لمعرفة سبب رفضه للإعلان ويعد اختيار المستخدم بطلب الفييس بوك اقتراحات المستخدم التي يفضلها للإعلان الذي يرغبه ذلك كله يكاد يقترب من دراسات السوق التي كانت تقوم بها الشركات المعلنة لمعرفة رغبات الجمهور وآراءها إزاء الشركات وخدماتها³

¹ المرجع السابق، ص ص، 73-74.

² حسان احمد قميحة، مرجع سابق، ص 60.

³ حسين محمود هتيمي، مرجع سابق، ص ص، 93-94.

أهم مميزات الفيس بوك من الناحية التقنية:

الملف الشخصي: فعندما 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 عن سلعتها بالتحديد

إضافة صديق: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني

إنشاء مجموعة: نستطيع من خلال خاصية انشاء مجموعة الكترونية على الإنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة سياسية كانت أم اجتماعية ام رياضية وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها¹

لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء ارسال الرسائل المختلفة الى هذا المستخدم

النكزة: منها يتاح للمستخدمين ارسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم الى بعض وهي عبارة عن اشعار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به

الصور: وهي الخاصية التي يمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية الى الموقع وعرضها

الحالة: التي تتيح للمستخدمين إمكانية ابلاغ اصدقائهم بأماكنهم وما يقدمون به من أعمال في الوقت الحالي

التغذية الإخبارية: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، الطبعة الأولى، (الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013م) ص

السوق: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية التي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبهوبة مجانية¹

¹ المرجع السابق، ص36.

الإطار التطبيقي

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

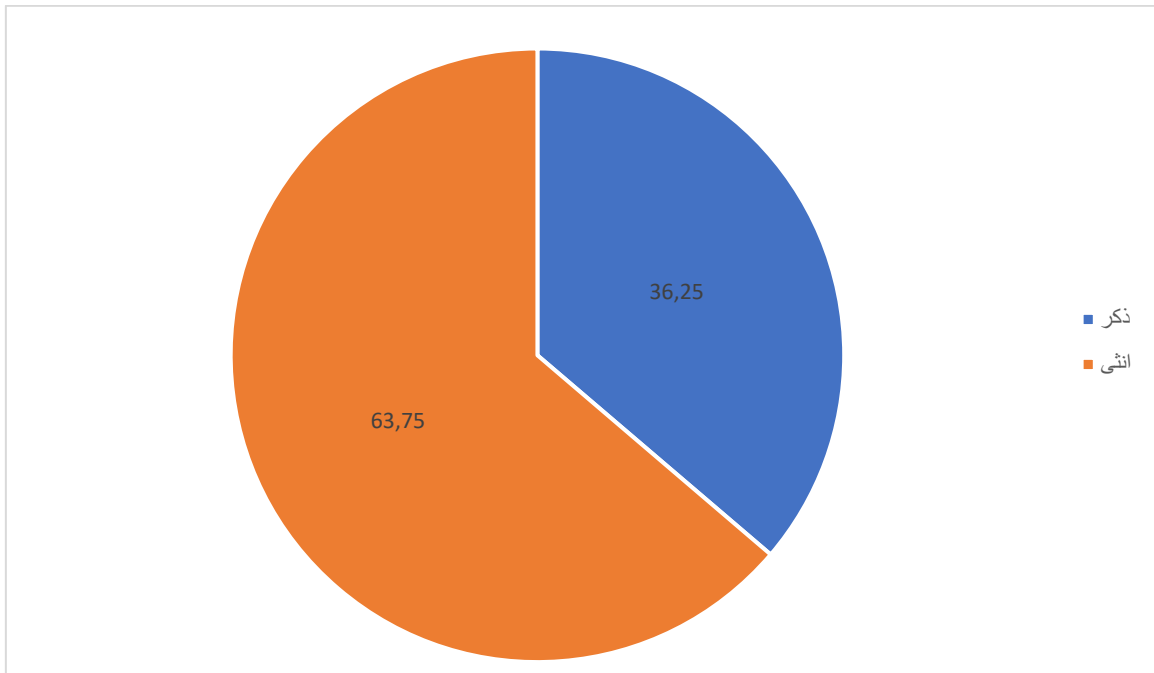
المبحث الأول: تحليل نتائج الجدول

الجدول رقم (01): جدول يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
36,25%	29	ذكر
63,75%	51	انثى
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التعليق: تبين نتائج الجدول رقم "01" توزيع العينة حسب متغير الجنس، حيث نجد أ، النسبة الأعلى وهي بنسبة 63,75% للإناث ونسبة الذكور بنسبة 36,25% وهذا لأن عدد الطلبة الإناث هم اغلبية الحضور في القسم وكذلك تواجد الطالبات في الكلية كان أكثر في فترة توزيع الاستبيان وكان ذلك في شهر رمضان الكريم وهذا لأن الطالبات في الغالب هن الأكثر تواجدا واهتماما بالدراسة



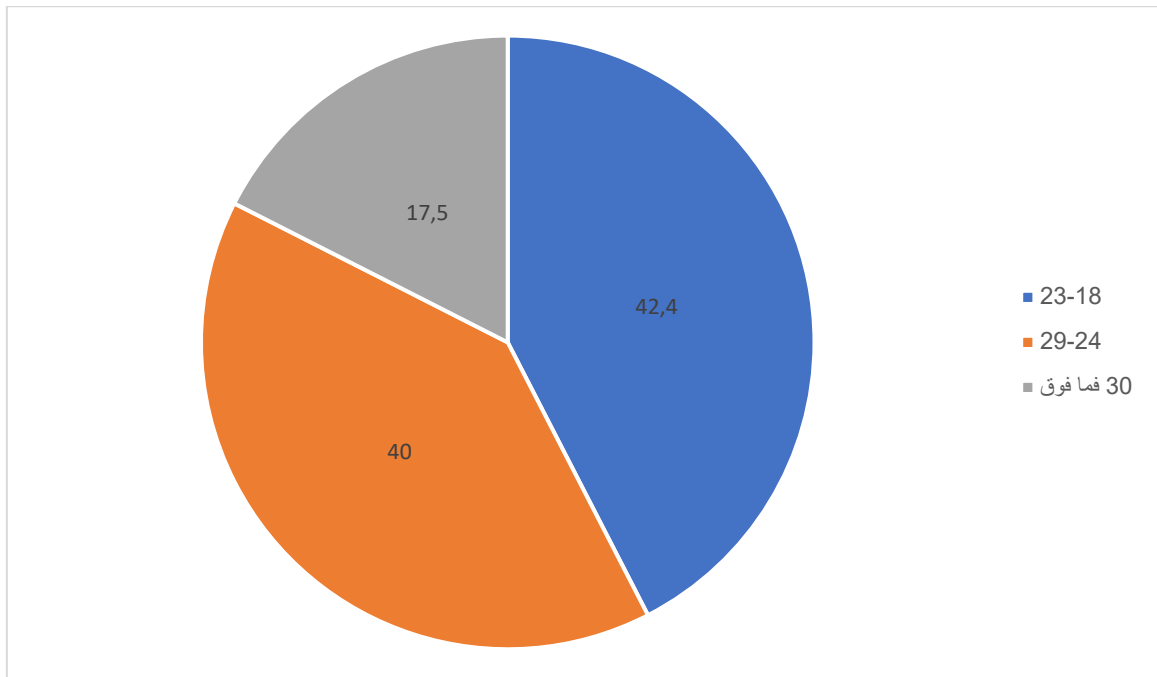
الشكل رقم (01): رسم بياني للجدول رقم "01" يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (02): جدول يبين توزيع العينة حسب متغير السن

النسبة %	التكرار	السن
42,5%	34	من 18-23 سنة
40%	32	من 24-29 سنة
17,5%	14	من 30 سنة فما فوق
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التعليق: تبين نتائج الجدول رقم "02" توزيع العينة حسب متغير السن، حيث ان النسبة الأعلى كانت للفئة من 18 إلى 23 سنة بنسبة 42,5% وهذا راجع إلى هذا السن هو السن الطبيعي للطلبة العاديين بحيث يكون سن دخول الجامعة بداية من هذا السن وكذلك لأن غالبية العينة من الليسانس وبالتالي فهذه الفئة هي الأكثر لأن طلبة الليسانس غالبا ما يكون هذا سنهم، وتليها النسبة التالية ب 40% للطلبة ما بين 24 إلى 29 سنة وهذا لأنه أيضا السن الطبيعي للطلبة في مرحلة الماستر وجاءت الفئة الأخيرة بنسبة 17,5% للطلبة ما فوق 30 سنة وهذا لأن هذا السن في الغالب ما يكون قد أكمل دراسته وتكون نسبة وجودهم ضئيلة مقارنة بالفئات الأخرى، وتصر هذه الفئة من الطلبة في هذا السن على اكمال الدراسة وربما يكون عامل ويحرص على مواصلة الدراسة



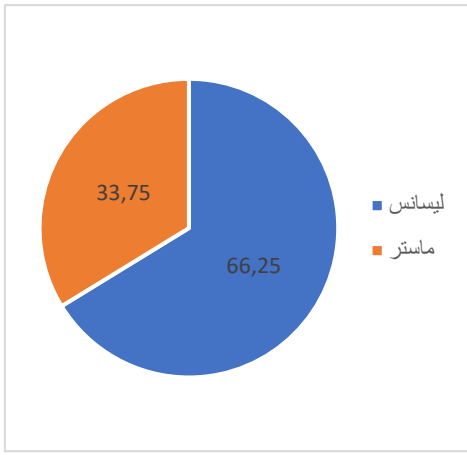
الشكل رقم (02): رسم بياني للجدول "02" يبين توزيع العينة حسب متغير السن

الجدول رقم (03): جدول يبين توزيع العينة حسب المستوى الدراسي

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
66,25%	53	ليسانس
33,75%	27	ماستر
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التعليق: تبين نتائج الجدول رقم "03" توزيع العينة حسب المستوى الدراسي، حيث تبين لنا ان اغلبية افراد العينة هم من طلبة الليسانس حيث بلغ عددهم 53 طالب بنسبة 66,25%، أما طلبة الماستر بلغ عددهم 27 طالبا بنسبة 33,75% وهذا راجع إلى أن عدد طلبة الليسانس في العادة يفوق طلبة الماستر لان مرحلة الماستر تعتبر مرحلة اختيارية لمن يريد اكمالها



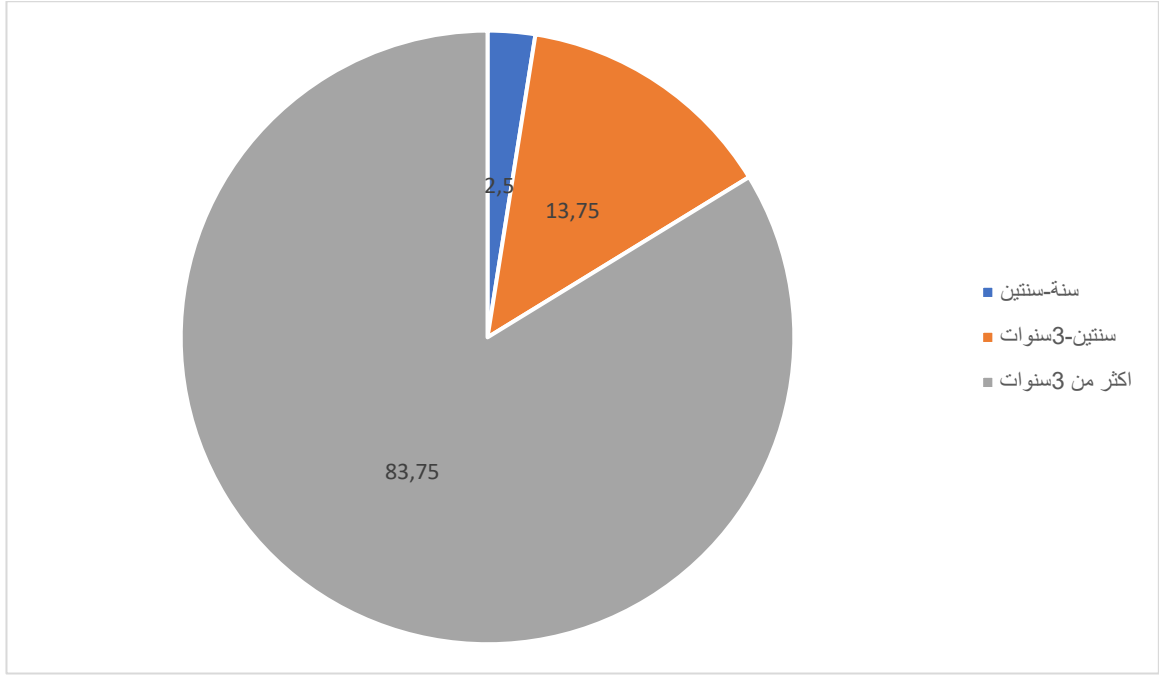
النسبة %	التكرار	مدة استخدام الفيس بوك
2,5%	2	سنة - سنتين
13,75%	11	سنتين - 3 سنوات
83,75%	67	أكثر من 3 سنوات
100%	80	المجموع

الشكل رقم (03): رسم بياني للجدول رقم "03" يبين توزيع العينة حسب المستوى الدراسي

الجدول رقم (04): جدول يبين توزيع العينة حسب مدة استخدام الفيس بوك

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير : تبين نتائج الجدول رقم "04" توزيع العينة حسب مدة استخدام الفيس بوك، حيث نجد أن النسبة الأعلى كانت لمستخدمي الفيس بوك لأكثر من 3 سنوات بنسبة 83,75% ب 67 مفردة وتعتبر هذه النسبة منطقية نتيجة لميول الطلبة وتأثرهم بهذا الموقع وهو الأكثر استخداما من طرفهم نظرا لسهولة استعماله، وتليها بنسبة 13,75% لفئة من سنتين ل 3 سنوات ب 11 مفردة ويبدو ذلك أنه بدافع الاكتشاف والفضول حول هذه التكنولوجيا الحديثة والرغبة في معرفتها وتعلمها أكثر، وتليها بنسبة 2,5% لأنه أيضا غالبية الطلبة يستخدمون الانترنت أكثر من سنتين وبالتالي نجد أن نسبة قليلة منهم لهم مدة سنة أو سنتين فقط فعاليبتهم شباب ويستخدمون الانترنت منذ مرحلة التعليم الثانوي



الشكل رقم (04): رسم بياني للجدول رقم "04" يبين توزيع العينة حسب مدة استخدام الفيس بوك

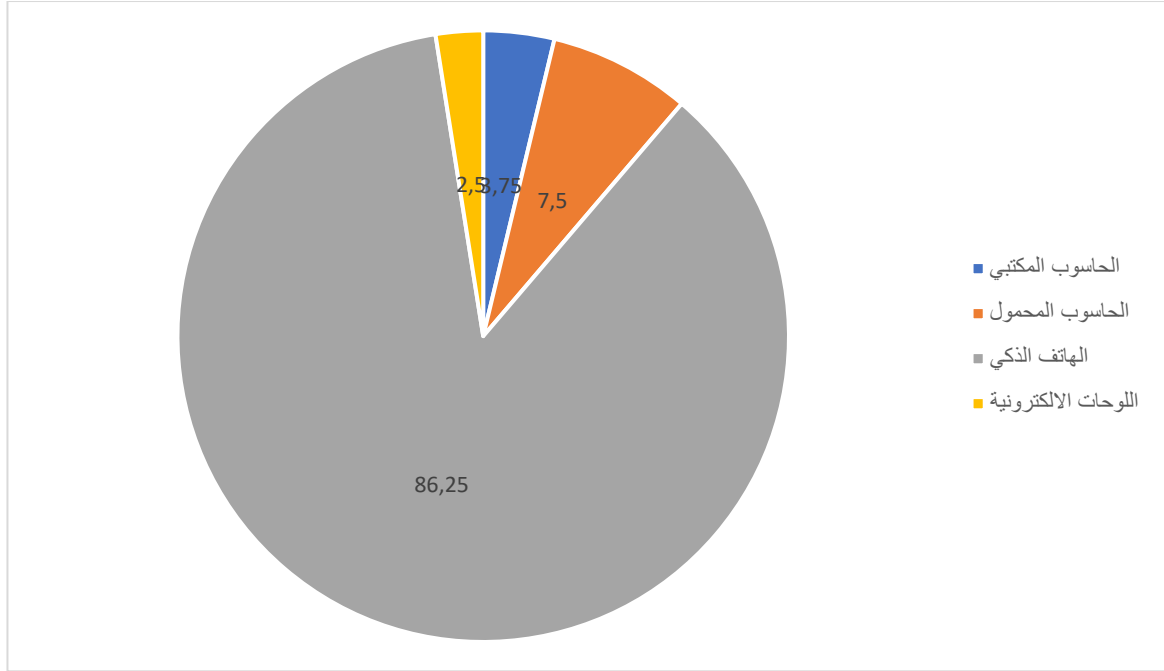
الجدول رقم (05): جدول يبين توزيع العينة حسب الوسيلة المستعملة في التواصل بالفيس بوك

النسبة %	التكرار	الوسيلة المستعملة
3,75%	3	الحاسوب المكتبي
7%	6	الحاسوب المحمول
86,25%	69	الهاتف الذكي
2,5%	2	اللوحات الالكترونية
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "05" توزيع العينة حسب الوسيلة المستعملة للتواصل بالفيس بوك، حيث يتضح لنا أن، النسبة الأكبر للوسيلة المستعملة هي الهاتف الذكي بنسبة 86,25% لـ 69 مفردة ويترجم هذا الاستعمال الكبير لهذه الوسيلة إلى أنه واسع الانتشار ومتوفر عند أغلبية الطلبة، بالإضافة

إلى سهولة استخدامه ويسمح بالاتصال به في أي زمان ومكان، وتليها الحاسوب المحمول بنسبة 7,5% ل 6 مفردات ويرجع لأن الحاسوب تتوفر فيه إمكانيات وخدمات مختلفة والقدرة عللا التنقل به، أما بالنسبة للحاسوب المكتبي واللوحات الإلكترونية تأتي بنسب قليلة ب 3,7% ل 3 مفردات و 2,5% لمفردتين ويعود هذا لعدم كثرة الاستخدام بهم في وقتنا الحالي نظرا للاستعمال الكبير للهواتف الذكية



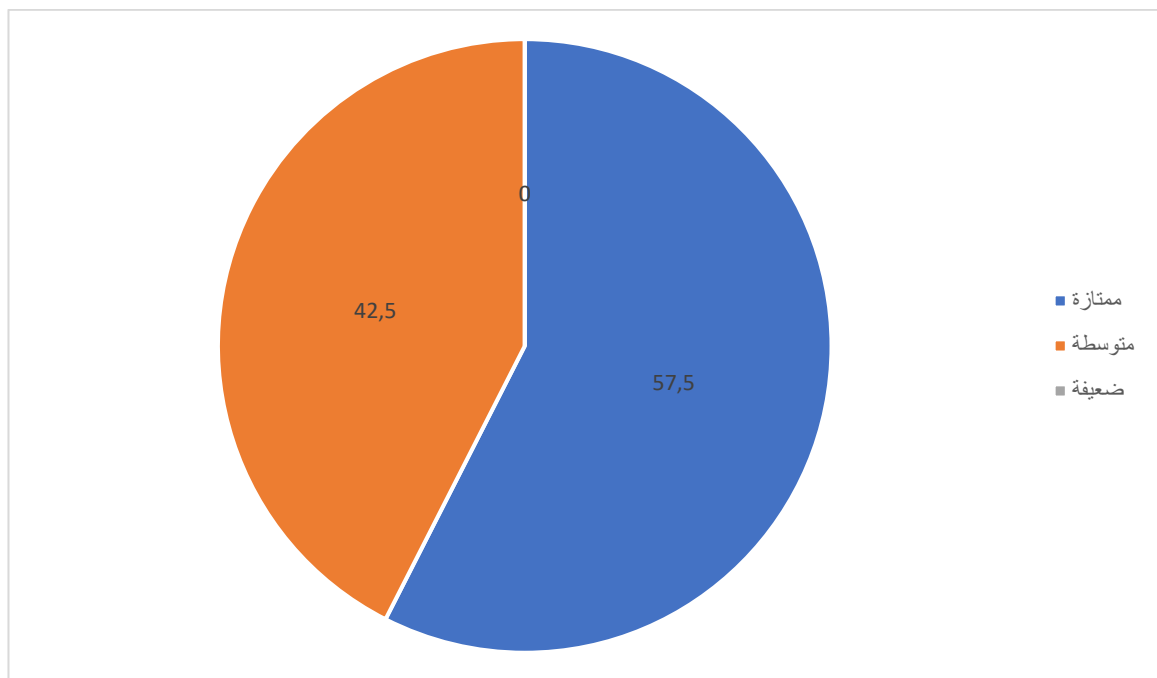
الشكل رقم (05): رسم بياني للجدول رقم "05" يبين توزيع العينة حسب الوسيلة المستعملة للتواصل بالفيس بوك

الجدول رقم (06): جدول يبين توزيع العينة حسب مستوى الخبرة في التعامل مع الفيس بوك

النسبة %	التكرار	مستوى الخبرة
57,5%	46	ممتازة
42,5%	34	متوسطة
0%	0	ضعيفة
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "06" توزيع العينة حسب مستوى الخبرة في التعامل مع الفيس بوك، حيث نرى مستوى الخبرة الممتازة بنسبة 57,5% وتعتبر هذه النسبة منطقية لأن الطلبة يستعملون الفيس بوك بنسبة كبيرة ولمدة أكثر من 3 سنوات وتعتبر هذه المدة كافية لتعلمه ومعرفة طريقة استخدامه ليصبح مستوى خبرته ممتازة، أما النسبة المئوية فكانت للمستوى المتوسط بنسبة 42,5% ويرجع هذا أن هناك فئة من الطلبة لا يستخدمونه كثيرا ومستوى تعاملهم مع هذا التطبيق بنسبة متوسطة ليست بممتازة نظرا لعدم معرفتهم الكبيرة بالتكنولوجيا الحديثة، أما بالنسبة للمستوى الضعيف كان بنسبة 0% لأن الطلبة في وقتنا الحالي من يتعامل مع الفيس بوك كان ولا بد ان يكون له مستوى على الأقل متوسط في تعامله واستخدامه مع هذا التطبيق



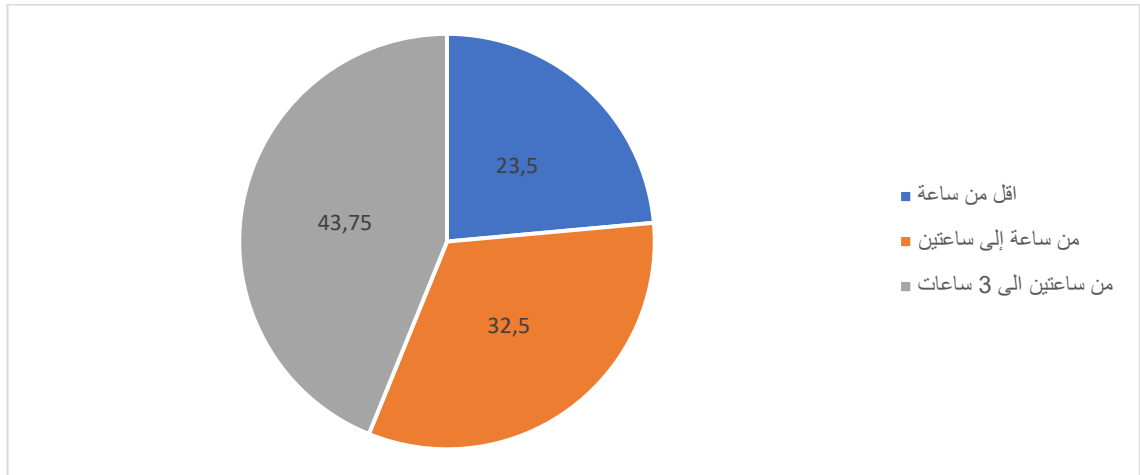
الشكل رقم (06): رسم بياني للجدول رقم "06" يبين توزيع العينة حسب مستوى الخبرة في التعامل مع الفيس بوك

جدول رقم (07): يبين كم من الوقت يقضي الطلبة في تصفح الفيس بوك

النسبة %	التكرار	الوقت
23,75%	19	أقل من ساعة
32,5%	26	من ساعة إلى ساعتين
43,75%	35	من ساعتين إلى 3 ساعات
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج جدول رقم "07" توزيع العينة حسب كم من الوقت يقضي الطلبة في تصفح الفيس بوك، حيث نجد أن نسبة 43,75% كانت لفئة من ساعتين إلى 3 ساعات هو أكثر وقت يقضي فيه معظم الطلبة في استخدامهم للفيس بوك، ويرجع هذا إلى مدى الاهتمام الكبير بالفيس بوك الذي يجعل من الطلبة أكثر استخداما له لفترات طويلة، تليها المدة يقضيها الطلبة في استخدامهم له من ساعة إلى ساعتين بنسبة 32,5% و نسبة استخدامهم له لأقل من ساعة 23,75% لهم نسب متقاربة وهذا راجع لوقت الفراغ الخاص بهم خاصة وانهم طلبة ولديهم واجبات والتزامات خاصة بحياتهم الدراسية والعلمية



شكل رقم (07): رسم بياني للجدول "07" يبين توزيع العينة حسب كم من الوقت يقضي الطلبة في

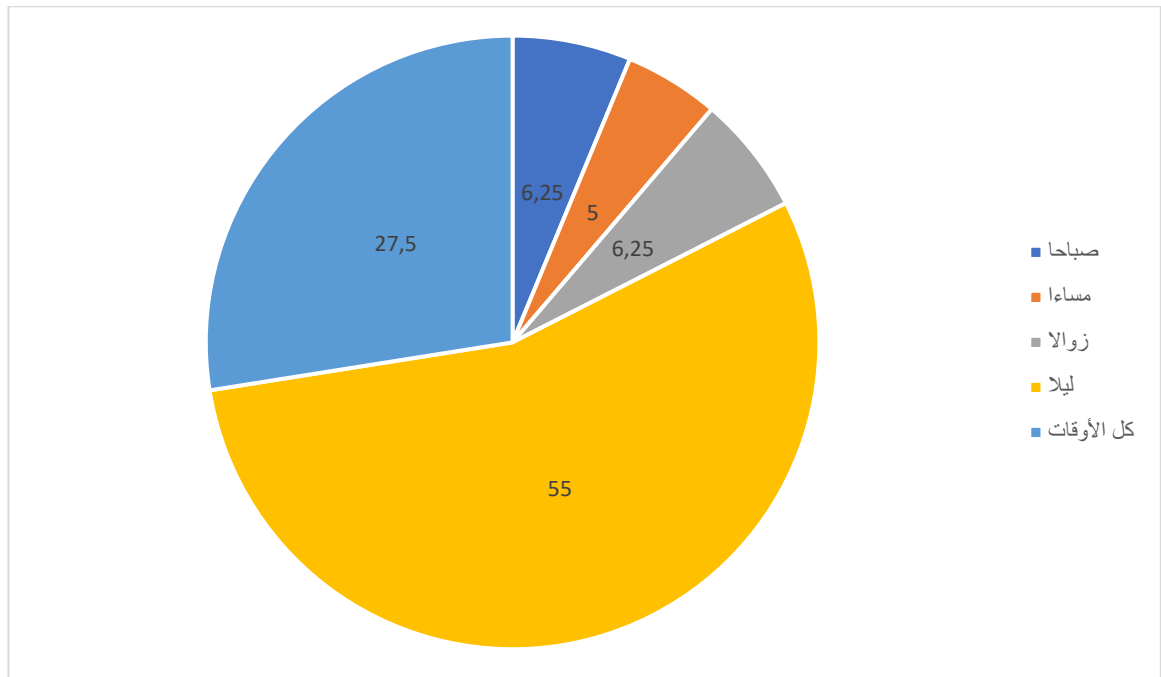
تصفح الفيس بوك

الجدول رقم (08): جدول يبين توزيع العينة حسب الوقت المفضل لتصفح الفيس بوك

النسبة %	التكرار	الوقت المفضل
6,25%	5	صباحا
5%	4	مساء
6,25%	5	زوالا
55%	44	ليلا
27,5%	22	كل الأوقات
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "08" توزيع العينة حسب الوقت المفضل لتصفح الفيس بوك، فيتضح لنا أن الغالبية يستخدمون الفيس بوك ليلا بنسبة 55%، ونرجع ذلك إلى أن الفترة الليلية هي الفترة التي يتفرغ فيها الأغلبية لاستخدامهم للفيس بوك والنشاط اليومي كذلك لا يسمح لهم باستخدامه من اجل مزاولة الدراسة، أما بنسبة 27,5% كانت لمن اجابوا بأنهم يستخدمونه في كل الأوقات ونفسر هذا بأن للتكنولوجيا الحديثة وتطبيق الفيس بوك لهم دور كبير في حياة الطلبة وأصبحت جزء لا يتجزأ من حياتهم اليومية، تليها بنسب متقاربة ب 6,25% و 5% لكل من فترة الزوال والصباحية والمسائية لان هذه الفترات تعتبر الوقت الذي يقضي فيه الطلبة في الغالب في مزاولة الدراسة أو العمل



الشكل رقم (08): رسم بياني للجدول رقم "08" يبين توزيع العينة حسب الوقت المفضل لتصفح الفيس بوك

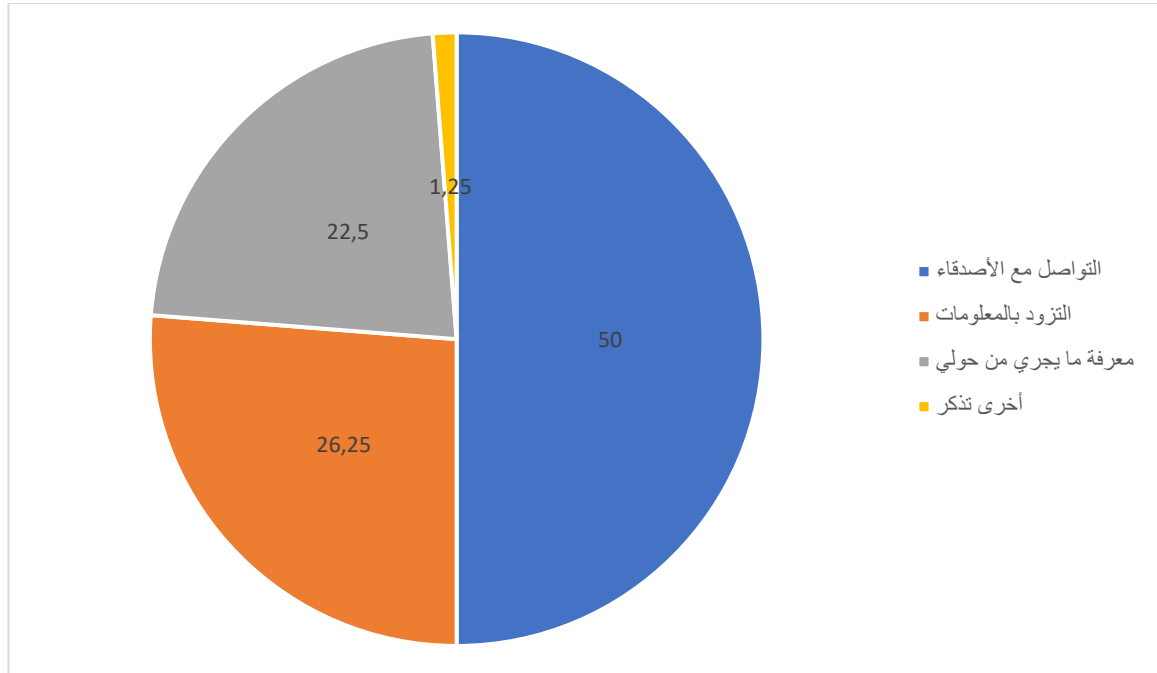
الجدول رقم (09): جدول يبين توزيع العينة حسب ما المستفاد منه من استخدام الفيس بوك

النسبة %	التكرار	الاستفادة من استخدام الفيس بوك
50%	40	التواصل مع الأصدقاء
26,25%	21	التزود بالمعلومات
22,5%	18	معرفة ما يجري من حولي
1,25%	1	أخرى تذكر
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "09" توزيع العينة حسب ما المستفاد منه من استخدام الفيس بوك، نجد أن أغلبية عينة البحث تستخدم الفيس بوك بنسبة 40% فهو يعتبر وسيلة لتكوين الصداقات والبقاء على اتصال دائم مع العالم الخارجي وتكوين صداقات جديدة من مختلف المدن وهذا ما جاء التطبيق

لأجله منذ البداية، وتأتي بنسب متقاربة لغرض التزود بالمعلومات بنسبة 26,25% ومعرفة ما يجري من حولهم بنسبة 22,5% ويعود هذا إلى فضولهم وميولهم للمعرفة والتزود بمعلومات جديدة ومتنوعة ومعرفة كل ما هو جديد وفي جميع المجالات، وذكر أحد الطلبة بنسبة 1,25% أنه يستفيد من استخدام الفيس بوك من خلال معرفة ثقافات أخرى



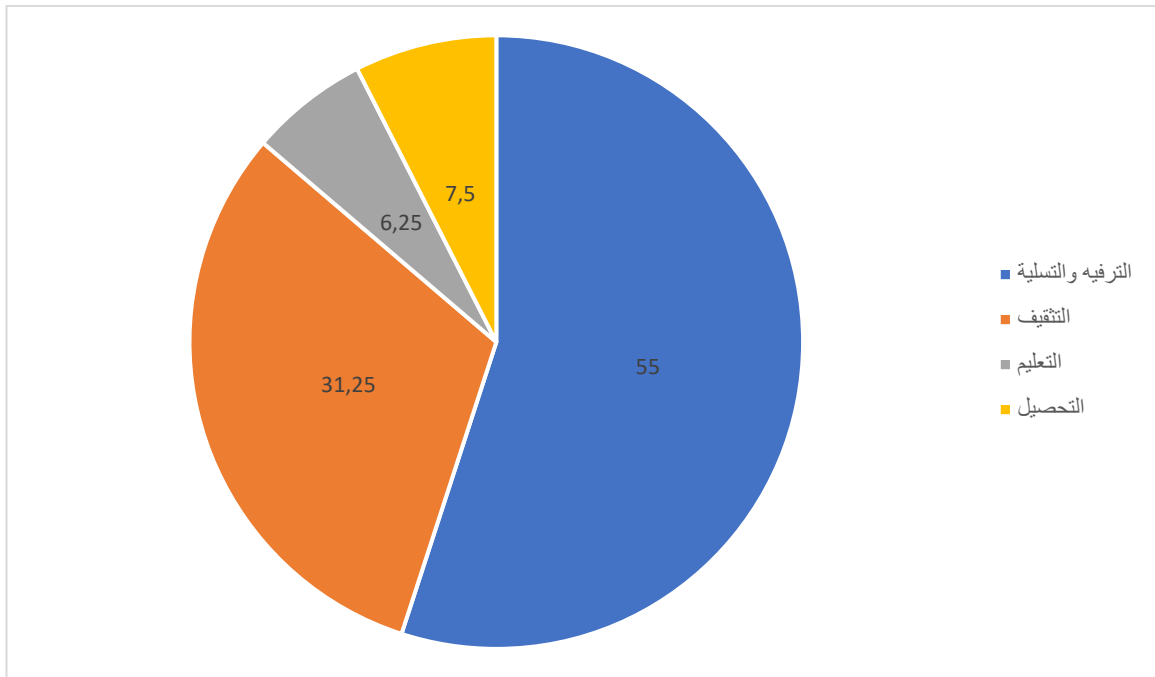
الشكل رقم (09): رسم بياني للجدول رقم "09" يبين توزيع العينة حسب ما المستفاد منه من استخدام الفيس بوك

الجدول رقم (10): جدول يبين توزيع العينة حسب الاشباكات المحققة

النسبة %	التكرار	الاشباكات المحققة
55%	44	الترفيه والتسلية
31,25%	25	الثقيف
6,25%	5	التعليم
7,5%	6	التحصيل
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "10" توزيع العينة حسب الاشباعات المحققة من استخدام الفيس بوك، حيث نجد أن الترفيه والتسلية اشبعت 44 مفردة بنسبة 55% وتترجم هذه النسبة لأن غالبية الطلبة يرغبون في تمضية وقتهم عبر الترفيه عن أنفسهم وبنسبة 31,25% يأتي التثقيف الذي يرى الطالب أن الفيس بوك وسيلة ليكمل رغبته في تثقيف نفسه نظرا اتنوع محتوياته، وتأتي بنسب متقاربة التعليم 6,25% أما التحصيل بنسبة 7,5% ويبدو ذلك لأن الطالب يعتمد عليهم عبر وسائل أخرى غير الفيس بوك



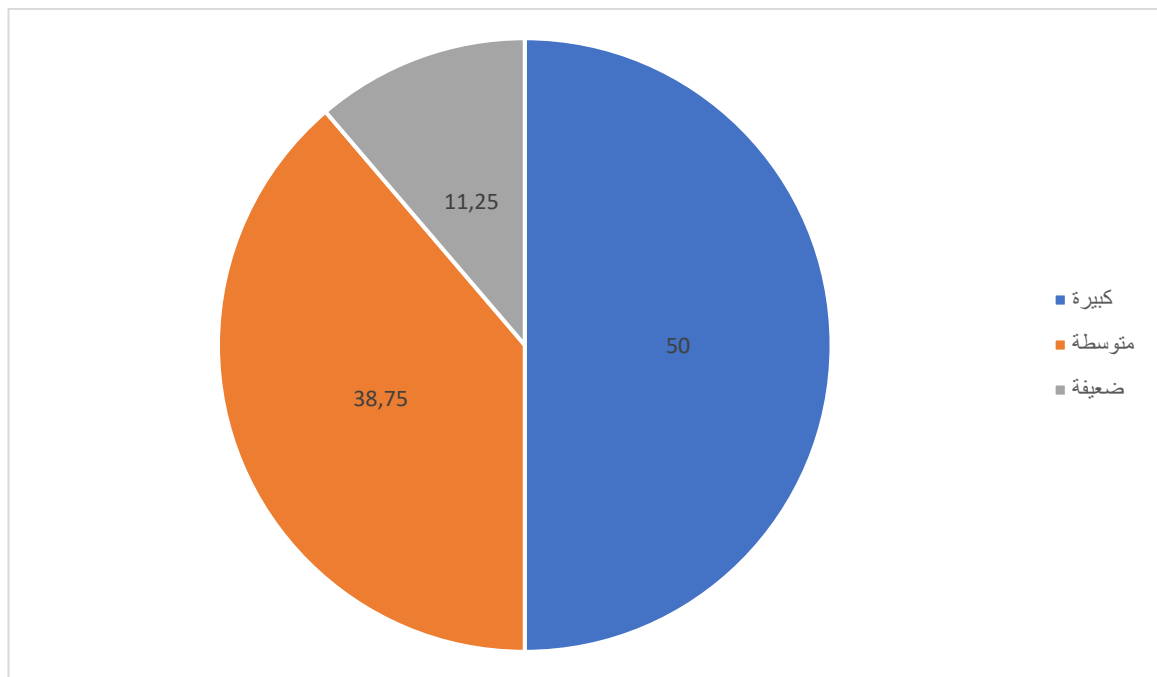
الشكل (10): رسم بياني للجدول رقم "10" توزيع العينة حسب الاشباعات المحققة

الجدول (11): جدول يبين توزيع العينة حسب درجة استخدام الفيس بوك

النسبة	التكرار	درجة استخدام الفيس بوك
50%	40	كبيرة
38,75%	31	متوسطة
11,25%	9	ضعيفة
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "11" توزيع العينة حسب درجة استخدام الفيس بوك، لوحظ أن استخدام الطلبة للغة العربية كانت بدرجة كبيرة بنسبة 50% لأن اللغة العربية تعتبر اللغة الأم وهي التي لا بد من النهوض بها وتعزيزها من خلال الاستخدام المكثف لها، تليها بنسبة 38,75% لدرجة استخدام اللغة العربية بدرجة متوسطة، ويرجع هذا إلى أن هناك فئة من عينة البحث يستعملون اللغة العربية بشكل متوسط لأن هناك من يطغى عليه استعمال لغات أخرى أو يفضلون استخدامها، تليها الدرجة الضعيفة بنسبة 11,25%، ويرجع هذا إلى أن هذه الفئة يفضلون استخدام لغات أخرى أكثر من استعمالهم للغة العربية



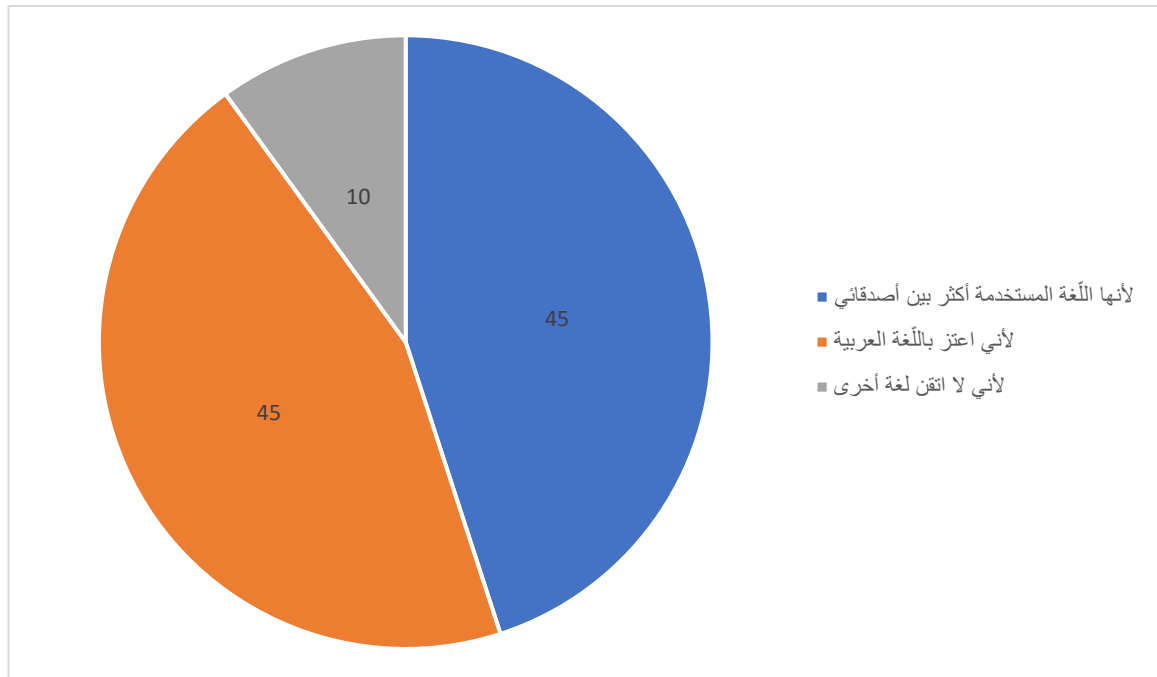
الشكل (11): رسم بياني للجدول رقم "11" توزيع العينة حسب درجة استخدام الفيس بوك

الجدول (12): جدول يبين توزيع العينة حسب سبب استخدام اللغة العربية في الفيس بوك

النسبة %	التكرار	سبب استخدام اللغة العربية في الفيس بوك
45%	36	لأنها اللغة المستخدمة أكثر بين أصدقائي
45%	36	لأني أعتز باللغة العربية
10%	8	لأني لا اتقن لغة أخرى
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "12" توزيع العينة حسب سبب استخدام اللغة العربية في الفيس بوك، تأتي بنسب متساوية لأنها اللغة المستخدمة أكثر بين الأصدقاء والاعتزاز باللغة العربية بنسبة 45% لأن فعلا اللغة العربية تستخدم بين الأصدقاء بنسبة كبيرة ويعود هذا لسهولة تواصل عبرها وفهم بعضهم لبعض أكثر وأكثر، وكذلك الاعتزاز بها لأنها اللغة الأم ويدي النهوض بها دائما، أما بنسبة قليلة وهي 10% يبدو أن هذه الفئة من الطلبة لا يعرفون أو لا يتقنون لغات أخرى ولذا فهم مجبرون على استخدام اللغة العربية في تواصلهم في الفيس بوك



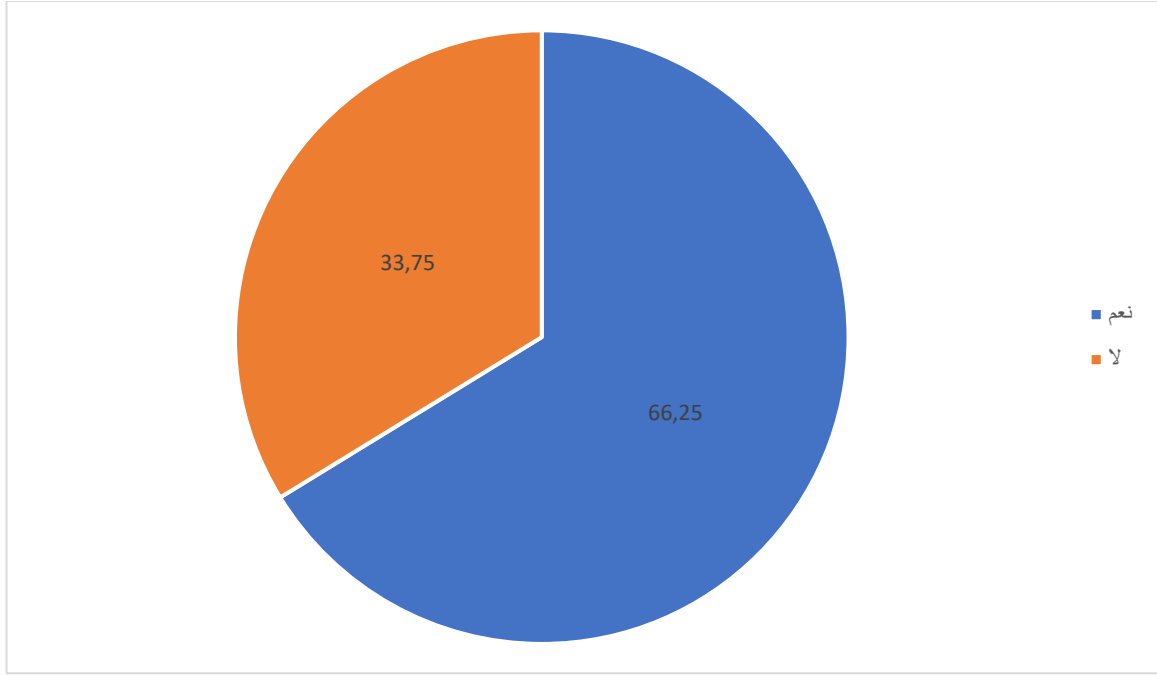
الشكل رقم (12): رسم بياني للجدول رقم "12" يبين توزيع العينة حسب سبب استخدام اللغة العربية في الفيس بوك

الجدول رقم (13): جدول يبين توزيع العينة حسب استخدام لغة اخرى

الخيارات	التكرار	النسبة %
نعم	53	66,24%
لا	27	33,75%
المجموع	80	100%

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول "13" توزيع العينة حسب استخدام لغة أخرى، حيث نجد أن النسبة الأعلى 66,25% لوجود لغة أخرى تستخدم من طرف الطلبة إلى جانب اللغة العربية، ويرجع هذا لتنوع اللغات لدى الطالب على غرار اللغة العربية ويفضل استخدامها كذلك، وهناك من أجاب ب لا لوجود لغة أخرى مستخدمة غير اللغة العربية بنسبة 33,75% فهذا لأنهم يفضلون استخدام اللغة العربية أكثر من اللغات الأخرى لأنها اللغة الأكثر استخداما بين العائلة والأصدقاء



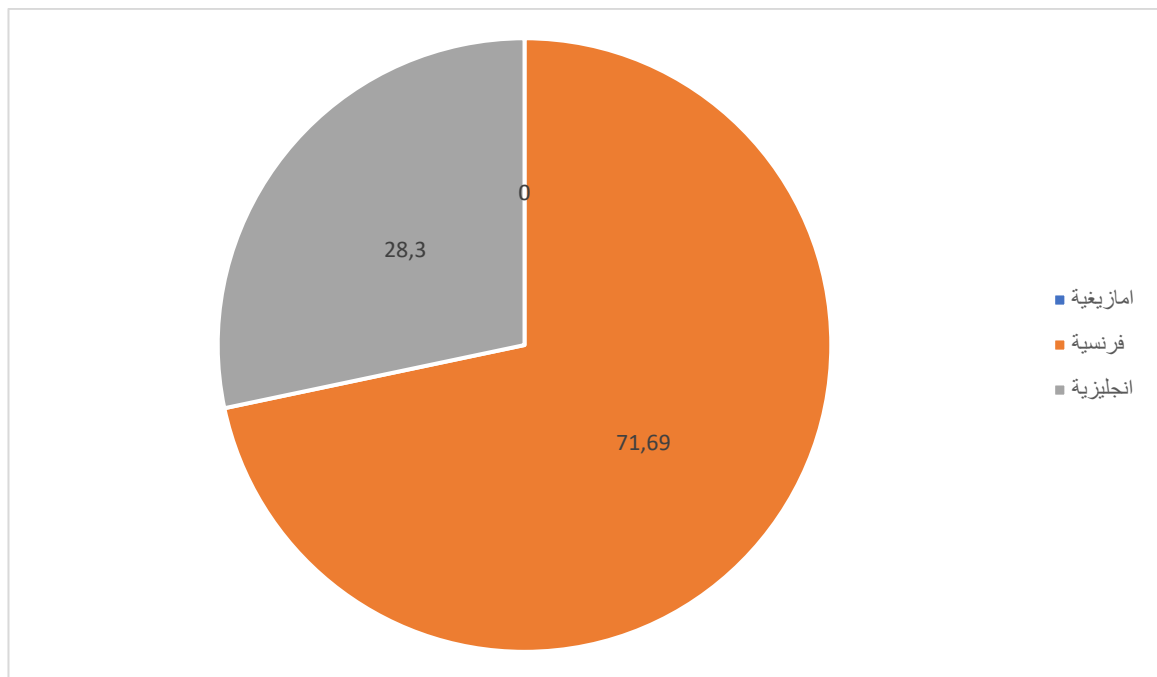
الشكل رقم (13): رسم بياني للجدول رقم "13" يبين توزيع العينة حسب استخدام لغة اخرى

الجدول رقم (14): جدول يبين توزيع العينة حسب شكل اللغة المستخدمة في الفيس بوك

النسبة %	التكرار	شكل اللغة المستخدمة
0%	0	امازيغية
71,69%	38	فرنسية
28,30%	15	انجليزية
100%	53	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الجدول

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "14" توزيع العينة حسب شكل اللّغة المستخدمة في الفيس بوك، تأتي بنسب عالية وهي 71,69% لاستخدام الفرنسية إلى جانب العربية لأن الفرنسية هي لغة لديها اقبال كبير مقارنة باللّغات الأخرى فهي تستعمل بكثرة في المجتمع الجزائري نظرا لكونها لغة المستعمر هي تعتبر اللّغة الثانية، على غرار اللّغة الإنجليزية التي جاءت بنسبة قليلة وهي 28,30% فهي قليلة الاستخدام مقارنة باللّغة الفرنسية فالأغلبية لا يتقنونها ولا يفضلون استخدامها إلا من يجد أنها اللّغة المفضلة له بعد اللّغة العربية



الشكل رقم (14): رسم بياني للجدول رقم "14" يبين توزيع العينة حسب شكل اللّغة المستخدمة في

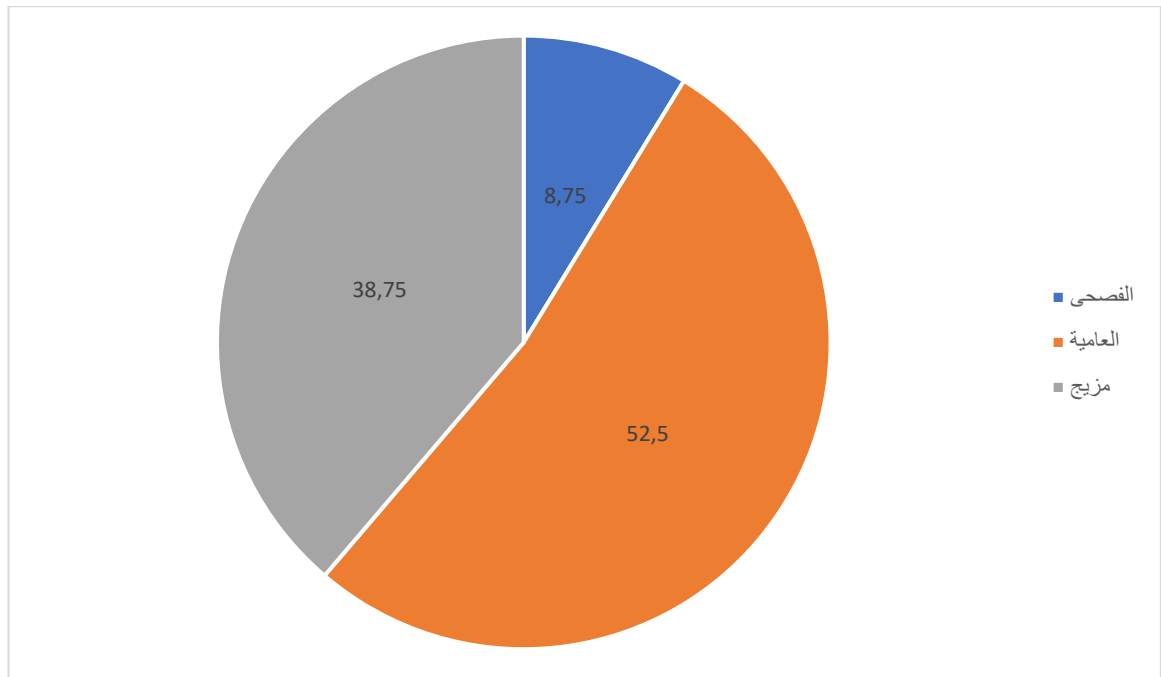
الفيس بوك

الجدول رقم (15): جدول يبين توزيع العينة حسب توزيع العينة حسب شكل اللغة العربية المستخدمة في الفيس بوك

النسبة %	التكرار	شكل اللغة العربية المستخدمة
8,75%	7	الفصحى
52,5%	42	العامية
38,75%	31	مزيج
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "15" توزيع العينة حسب شكل اللغة العربية المستخدمة في الفيس بوك، حيث نجد أن النسبة الأعلى كانت العامية وهي نسبة متوقعة بنسبة 52,5% لسهولة استخدامها في التعبير والتواصل بين بعضهم البعض وهي أكثر شكل يتواصل به حياتنا اليومية والعامية خصوصا بين العائلة والأصدقاء، تليها بنسبة 38,75% لمن يستخدم مزيج بين اللغات فهناك من يفضل المزيج بينهم للتعبير عما يري ايصاله للطرف الآخر، أما بنسبة ضئيلة 8,75% وهي لمن يستخدم الفصحى في استخدامه للفيس بوك وهذا كذلك متوقع فهي تستخدم في العموم في التعاملات الرسمية وأوقات العمل



الشكل رقم (15): رسم بياني للجدول رقم "15" يبين توزيع العينة حسب شكل اللغة العربية المستخدمة في الفيس بوك

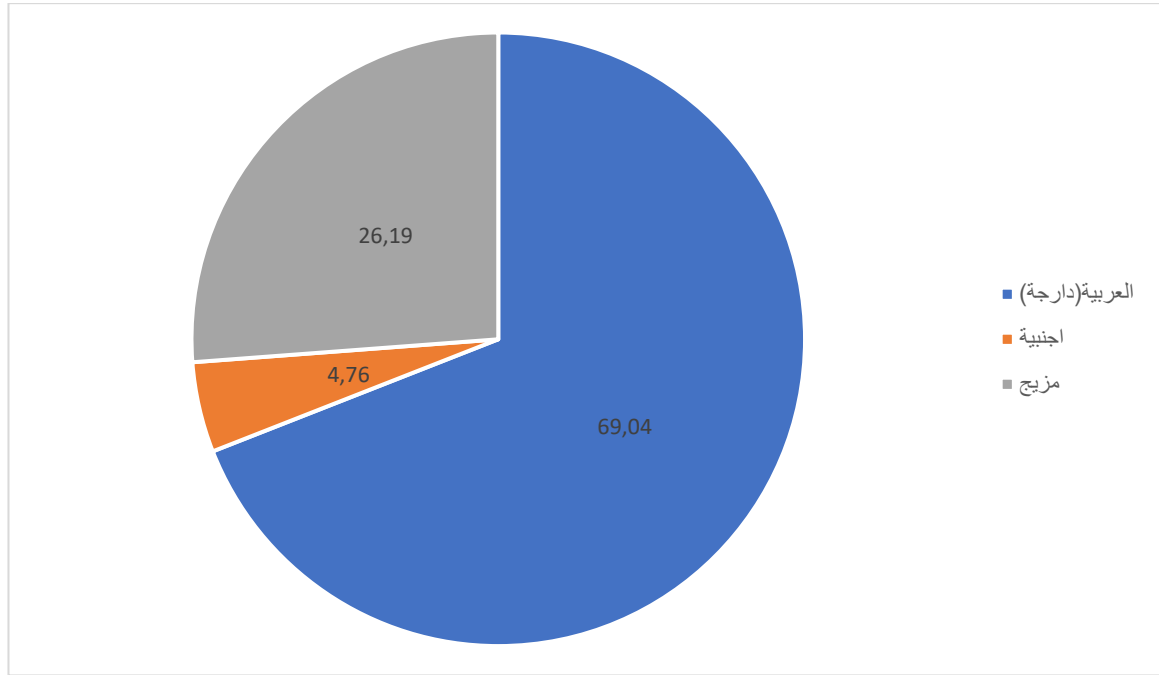
الجدول رقم (16): جدول يبين توزيع العينة حسب اللغة المستخدمة

النسبة %	التكرار	اللغة المستخدمة
69,04%	29	العربية (الدارجة)
4,76%	2	اجنبية
26,19%	11	مزيج
100%	42	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "16" توزيع العينة حسب اللغة المستخدمة، تأتي بنسبة عالية 60,04% للغة العربية (الدارجة) وهذا متوقع لأن الدارجة بصفة عامة هي الأكثر شيوعا بين الناس عموما والطلبة الجامعيين خاصة الذين يستخدمونها بكثرة وبشكل كبير في تواصلهم وتعاملاتهم اليومية، فهو الأسهل نظرا لشيوعه فهو جزء من حياتهم اليومية واللغة الأساسية في المجتمع كافة، تليها بنسبة قليلة للمزيج بين اللغات بنسبة 26,19%، وبنسبة أقل للغة الأجنبية بنسبة 4,76% ويعود هذا لندرة

استخدامهم بين الطلبة فهي لغة لا يستطيع الطالب توصيل مراده للطرف الآخر وكذلك لاستخدام العربية (الدارجة) بدرجة أكبر منهم



الشكل رقم (16): رسم بياني للجدول رقم "16" يبين توزيع العينة حسب اللغة المستخدمة

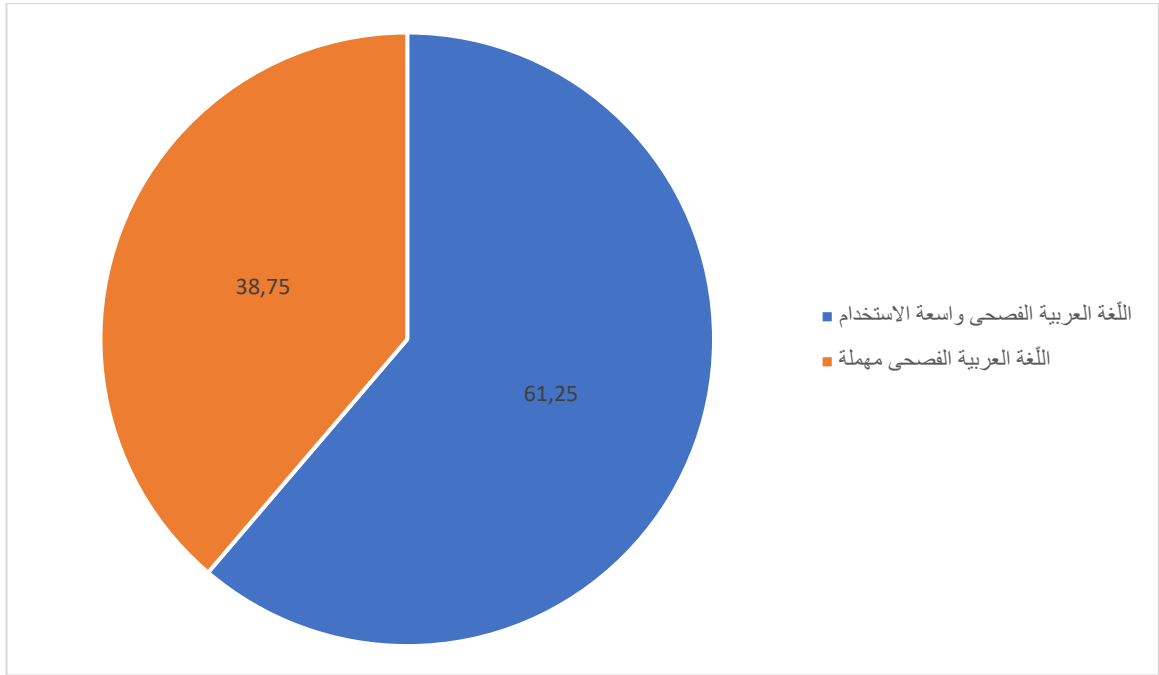
الجدول رقم (17): جدول يبين توزيع العينة حسب تقييم الطلبة لاستخدام اللغة العربية الفصحى

النسبة %	التكرار	تقييم الطلبة
61,25%	49	اللغة العربية الفصحى واسعة الاستخدام
38,75%	31	اللغة العربية مهملة
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "17" توزيع العينة حسب تقييم الطلبة لاستخدام اللغة العربية الفصحى، تأتي بنسبة 61,25% بأن اللغة العربية واسعة الاستخدام فالطلبة الجامعيين يرون أن استخدامها واسع وشامل ومهم كذلك في التواصل اليومي فاللغة العربية هي الأولى استعمالاً وانتشاراً، وهناك من يقيم اللغة العربية على أنها لغة مهملة بنسبة 38,75%، ويرجح هذا إلى أن هناك من يرى

أنها لغة ليست لها نطاق واسع وليست كثيرة الانتشار أو لأنه يستخدم لغة أخرى وهو بنفسه أهمل اللغة العربية الفصحى



الشكل رقم (17): رسم بياني للجدول رقم "17" يبين توزيع العينة حسب تقييم الطلبة للغة العربية الفصحى

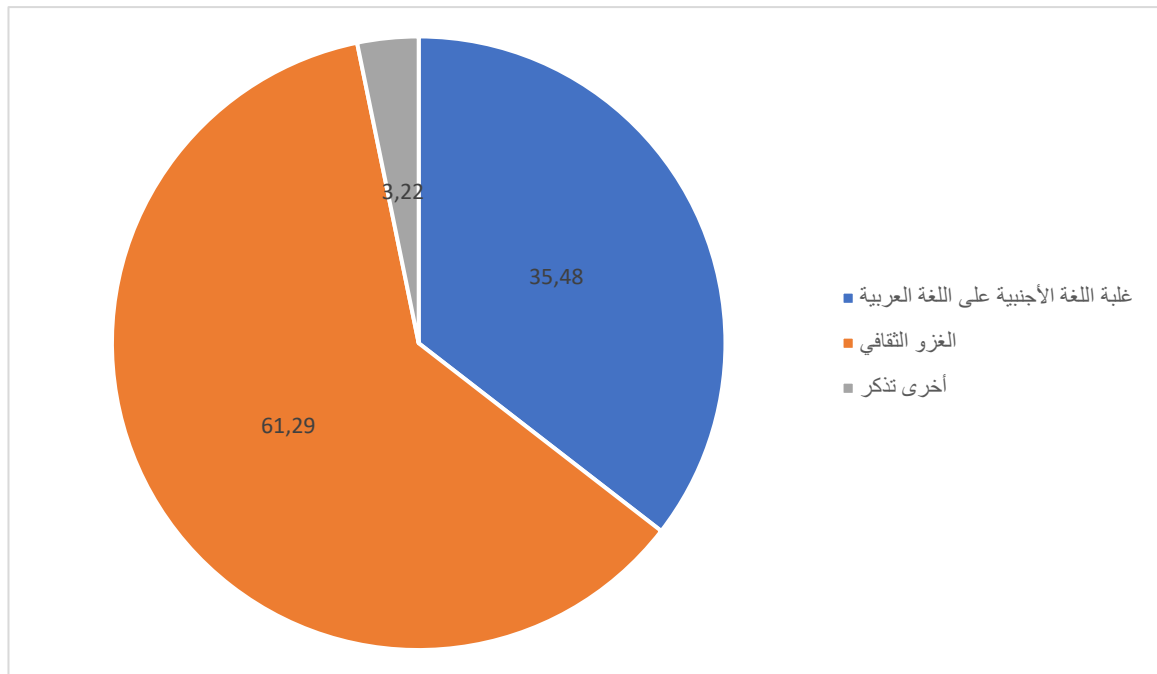
الجدول رقم (18): جدول يبين توزيع العينة حسب سبب اهمال اللغة العربية الفصحى

النسبة %	التكرار	سبب الإهمال
35,48%	11	غلبة اللغة الأجنبية على اللغة العربية
61,29%	19	الغزو الثقافي
3,22%	1	أخرى تذكر
100%	31	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "18" توزيع العينة حسب سبب اهمال اللغة العربية الفصحى، جاءت بنسبة 61,29% لمن يرى أن سبب اهمال اللغة العربية الفصحى هو الغزو الثقافي، فاختلاف الثقافات وتنوعها يجعل من اللغة العربية مهملة، ويأتي سبب اهمالها كذلك هو غلبة اللغة الأجنبية على

اللغة العربية بنسبة 35,48% بسبب أن البعض يرون أن اللغة الأجنبية لغة واسعة الانتشار والاستخدام وبفضل هذا تكون قد تغلبت على اللغة العربية، وذكر أحد الطلبة سببا آخر تحت نسبة 3,22% يرى أن هناك خلل من المنظومة التربوية الذي جعل من اللغة العربية أكثر اهمالا



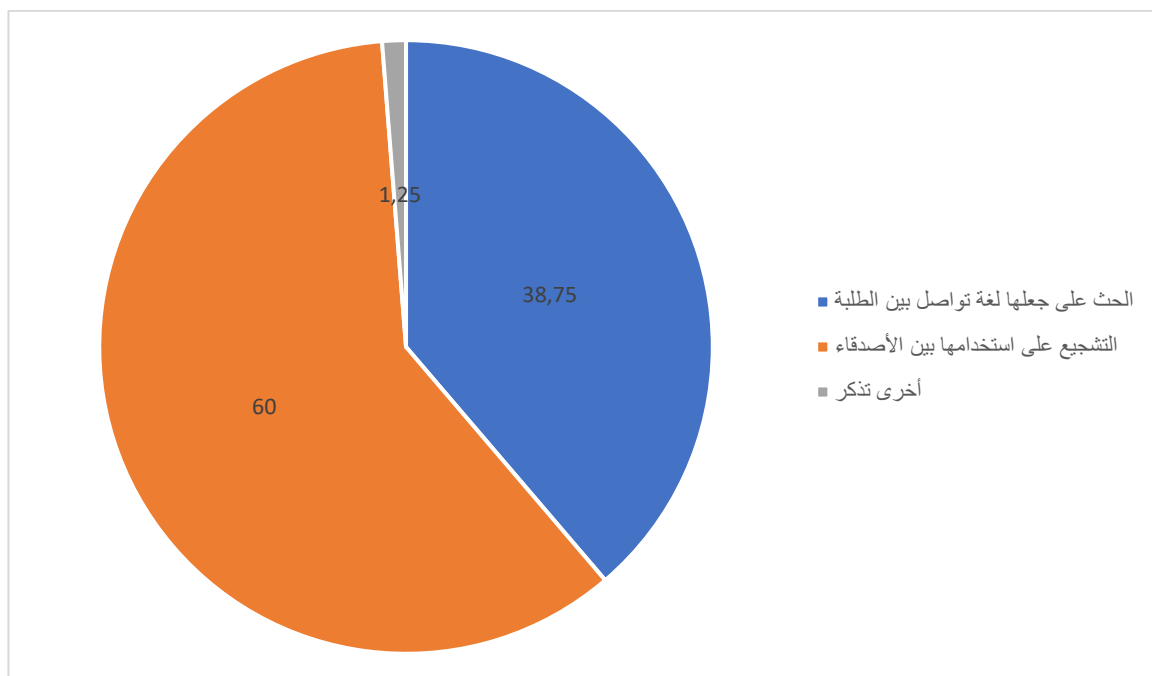
الشكل رقم (18): رسم بياني للجدول رقم "18" يبين توزيع العينة حسب سبب اهمال اللغة العربية الفصحى

الجدول رقم (19): جدول يبين توزيع العينة حسب كيفية جعل اللغة العربية الفصحى أكثر استخداما

النسبة %	التكرار	الكيفية
38,75%	31	الحث على جعلها لغة تواصل بين الطلبة
60%	48	التشجيع على استخدامها بين الأصدقاء
1,25%	1	أخرى تذكر
100%	80	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

التحليل والتفسير: تبين نتائج الجدول رقم "19" توزيع العينة حسب كيفية جعل اللغة العربية الفصحى أكثر استخداماً، جاءت النسبة الأعلى للتشجيع على استخدام اللغة العربية الفصحى بين الأصدقاء هو حل لجعلها لغة أكثر استخداماً بنسبة 60% لأن فئة الأصدقاء من شأنها رفع مستوى استخدام اللغة العربية الفصحى وجعلها أكثر انتشاراً عن طريق كثرة استخدامها والتواصل بها، تليها بنسبة 38,75% الحث على جعلها لغة تواصل بين الطلبة هو حل كذلك الذي يجعل من اللغة العربية الفصحى تستخدم بكثرة فالطلبة يستخدمونها يومياً وفي تعاملاتهم العلمية، فعن طريق الحث تجعل منها لغة أكثر استخداماً مع مرور الوقت، تليها بنسبة 1,25% وهي لطالب رأى أن حل مشكلة ازدواجية اللغة بشكل أولي هي كذلك حل من الحلول التي قد تجعل من اللغة العربية الفصحى تستخدم أكثر



الشكل رقم (19): رسم بياني للجدول رقم "19" يبين توزيع العينة حسب كيفية جعل اللغة العربية الفصحى أكثر استخداماً

المبحث الثاني: نتائج عامة للدراسة

- (1) اثبتت الدراسة أن معظم الطلبة يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من 3 سنوات
- (2) اكدت الدراسة أن غالبية الطلبة يستعملون الهاتف في تواصلهم بالفيس بوك
- (3) بنيت الدراسة أن اغلب الطلبة كان مستوى تعاملهم مع الفيس بوك ممتاز
- (4) بينت الدراسة أن مستخدمي الفيس بوك يتصفحونه لأكثر من 3 ساعات يوميا
- (5) توضح لنا أن الغالب يستخدم الفيس بوك أكثر في الفترة الليلة
- (6) يستفيد الطلبة من الفيس بوك من خلال التواصل مع الأصدقاء
- (7) وجدت الدراسة أن الفيس بوك يحقق أكثر اشباع الترفيه والتسلية للطلبة
- (8) توضح الدراسة أن الطلبة يستخدمون اللغة العربية بدرجة كبيرة في التواصل على الفيس بوك
- (9) كما أن هذه الدراسة أثبتت أن سبب استخدام الطلبة للغة العربية في الفيس بوك كان بنسبة متساوية لأنها اللغة المستخدمة أكثر بين الأصدقاء ولأن الطالب يعتر باللغة العربية
- (10) تبين نتائج الدراسة أن غالبية الطلبة يستخدمون لغة أخرى على غرار اللغة العربية
- (11) توضح لنا من خلال هذه الدراسة أن غالبية الطلبة يستخدمون بشكل كبير اللغة الفرنسية بعد اللغة العربية
- (12) اتضح لنا من خلال هذه الدراسة أن مستخدمي الفيس بوك يفضلون التواصل باللغة العربية العامية أكثر من اللغة العربية الفصحى
- (13) ثبتت الدراسة أن اللغة العامية المستخدمة أكثر هي العربية (الدارجة)
- قيم أغلبية الطلبة استخدام اللغة العربية الفصحى في الفيس بوك أنها واسعة الاستخدام
- (14) وضح الطلبة أن سبب اهمها اللغة العربية الفصحى هو الغزو الثقافي
- (15) اتضح لنا من خلال هذه الدراسة كيفية جعل اللغة العربية أكثر استخداما من خلال التشجيع على استخدامها بين الأصدقاء

(1) نفي الفرضية الأولى:

وذلك لأن نتائج الدراسة بينت أن الطلبة يستخدمون أكثر من ساعتين الى 3 ساعات، كما أنهم يتصفحون حسابهم ليلا، وظهرت هذه النتائج عكس افتراضنا لأن هذا الموقع لاقى اهتمام كبير من طرف الطلبة وهم يستخدمونه بكثرة نظرا لانتشاره الواسع في العالم، وكذلك بينت النتائج أنهم يتصفحونه ليلا ويرجع ذلك لأن هذا الوقت الذي يكون فيه الطالب متفرغ ويكون قد أكمل نشاطاته اليومية

(2) اثبات الفرضية الثانية:

أظهرت نتائج الدراسة أن الفيس بوك يحقق اشباع الطالب من خلال الترفيه والتسلية، وهذا هو المتوقع لأن الغالبية يرغبون في التسلية وتمضية الوقت والترفيه عن أنفسهم

(3) نفي الفرضية الثالثة:

واتضح لنا ذلك من خلال ان نتائج الدراسة أظهرت بأن الطلبة يستخدمون اللّغة العربية العامية في تصفحهم للفيس بوك، ويعود هذا لسهولةها في التعبير وتوصيل الفكرة للطرف الآخر فهي تستخدم في حياتنا اليومية

(4) اثبات النظرية الرابعة:

بينت نتائج الدراسة أن الطلبة يرون أن اللّغة العربية الفصحى تستخدم بشكل واسع في الفيس بوك، وهذا ما كان متوقعا لأنها اللّغة الأساسية ويعتبر استخدامها واسع وشامل

خاتمة

خاتمة:

أمر جميل أن يتقن الفرد أكثر من لغة فعولمة القرن الواحد والعشرين تحتم علينا أن نكون ملمين بلغة ثانية لكن دون المساس بلغتنا العربية الأم والتي تعتبر عنصر ثقافي فاعل و مؤثر في عملية الاتصال و كيفية توظيف وسائل التواصل في تعلم اللغة التي أسست لحضارة العالم بأسره وهي اللغة التي نعتز بها و نتمسك بحروفها ما من شك ان اللغة بشكل عام هي أداة و عصب عملية التواصل وفي وقتنا الحاضر تعد اللغة العربية وسيلة الإبداع اللغوي و أداة الكتابة الإبداعية و إتقانها ضرورة لازمة كما تعتبر أيضا وسيلة التعبير من حيث ما تحمله من قيم إنسانية و مفاهيم إسلامية و مناهج أساسية لتفكير بالإضافة إلى سهولة استخدامها في التقنيات الحديثة و عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيها يفيد المجتمع في حياتهم الاجتماعية و في إقامة العلاقات جيدة و زيادة معارفهم و إثراء رصيدهم اللغوي وختاما نستنتج من موضوعنا المتواضع أن اللغة العربية قد أصبحت الآن مهمة و الأكثر استعمالا لدى المجتمع الجزائري خاصة الطلبة الجامعيين بحيث ينشأ الشاب لا يعرف من لغته إلا كلمات محدودة فمن الممكن أن تأثر عليه وسائل الاتصال الحديثة كالفيديو بوك و من ثم عدت اللغة العربية أكثر قربا في توجيه الطالب و تعبئتهم و تشكيل ثقافتهم و اتجاهاتهم

قائمة المصادر والمراجع

1. احمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، (الكويت، وكالة المطبوعات، 1999)
2. احمد جوهر احمد، الإعلام الالكتروني واقع وآفاق، الطبعة الأولى، (دار الكلمة للنشر والتوزيع، مصر، 2004)
3. بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، (الأردن عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)
4. بهاء شاهين، المرجع العلمي لاستخدام الانترنت، الطبعة الأولى، (كمبيوساينس العربي لعلوم الحاسب، 1997)
5. حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، (القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2006)
6. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة 12، (دار المصرية اللبنانية، 2010)
7. حسني محمد نصر، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، (دار الكتاب الجامعي، 2015)
8. حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015م)،
9. خالد غسان، يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، الطبعة الأولى، (الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013م)
10. ذوقان عبيدات، عبد الرحمان عدس، كايد عبد الحق، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، (دار الفكر، 1984م)
11. رجاء وحيد الدويدي، البحث العلمي أساسياته وممارسته العلمية، (لبنان، دار الفكر المعاصر، 2000م)
12. سحر محمد وهبي، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، الطبعة الأولى، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1996)

13. سوزان محمد بدر، مهارات البحث على الانترنت لطلاب القرن الحادي والعشرين، الطبعة الأولى (بيروت، لبنان، دار العلوم العربية، 2016م)
14. عاطف عدلي العبد، نهي عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية (القاهرة، دار الفكر العربي، 2010م)
15. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، الطبعة الأولى، (عمان، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2015م)
16. عبد الرحمان خربوش، مصادر فقه اللغة العربية قراءة المادة والمنهج، (الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010)
17. عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، الطبعة العربية، (عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2016م)
18. فاخر عاقل، أسس البحث العلمي، (بيروت، دار العلم للملايين، 1979م)
19. ليلى احمد جرار، الفيس بوك والشباب العربي، الطبعة الأولى، (مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2012م)،
20. محمد احمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، الطبعة الأولى، (مؤسسة الامن العربية للنشر والتوزيع، 2018)
21. محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الاعلام والاتصال، دروس نظرية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017)
22. محمد الفاتح عارف تميمي، شبكات الحاسوب والاتصالات، (الأردن عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2010)
23. محمد حسان احمد قميحة، الفيس بوك تحت المجهر، الطبعة الأولى، (النخبة للنشر والتوزيع، 2017م)
24. محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، الطبعة الثانية، (اليمن، الصنعاء، دار الكتب، 2015م)،

25. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (مصر، عالم الكتب، 2004م)،
26. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، (مصر، عالم الكتاب، 2004م)
27. محمد عبد السلام، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، (مكتبة نور، 2020)،
28. محمد علي السيد، موسوعة المصطلحات التربوية، الطبعة الأولى، (الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011م)
29. محمد محمود ميدلي، الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية، (المكتب الجامعي الحديث للنشر، الإسكندرية، مصر)،
30. مضر عدنان زهران، التعليم عن طريق الانترنت، (دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008م)
31. منال البلقاسي، شبكات وامن المعلومات، الشبكات، الانترنت، بروتوكولات الشبكات، التجارة الالكترونية، فيروسات الحاسب، أمن المعلومات، (دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2019م)
32. منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، (عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011م)
33. نهي عاطف عبد، أطفالنا والقنوات العربية، دار الإيمان للطباعة، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2005م)
- (أ) قائمة المذكرات:
34. احمد عبدلي، مستخدمو الانترنت، مذكرة الماجستير غير مستوردة، (جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة)، 2003
35. خلدون اسمهان، (واقع استخدام اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك نموذجاً)، مذكرة ماستر غير منشورة، جامعة محمد بوضياف مسيلة، 2016

36. صفاء بوقلول، مريم بوحلمة، (دور الفيس بوك في التحصيل الدراسي للطلبة للجامعيين)،
مذكرة ماستر غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم
بواقي، 2016

37. قناوي منال، (استخدام اللّغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي -الفيس بوك
أمؤذجا-)، مذكرة ماستر غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن
مهيدي أم بواقي، 2015

38. نور الهدى، (استخدام الطلبة الجامعيين للإنترنت، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية)،
مذكرة جدي ماستر غير منشورة، جامعة مسيلة، 2013

39. يوسف بن عمر، محمد تقي، (دور الفيس بوك في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي حول
قضية الأقصى)، مذكرة ماستر غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة،
جامعة عمار ثليجي الاغواط، 2018

ب) القواميس:

40. إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، معجم اللّغة العربية، باب الفاء، مادة (خدم)،
الطبعة الرابعة، (مكتبة الشروق الدولية، 2004)

41. ابن منظور، لسان العرب المجلد 3، الطبعة الثالثة، (بيروت، دار صادر للطباعة
والنشر، 2004)

ج) المجلات:

42. إبراهيم بختي، الانترنت في الجزائر، مجلة الباحث، ال عدد1، ورقة، 2011

43. منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مجلد4، دار النشر والتوزيع، 2003

د) المواقع الالكترونية:

44. قاموس المعاني الفوري، <http://www.almaany.com/> بتاريخ

14/05/2022، على الساعة 11:00

الملاحق

استمارة الاستبيان

جامعة عمار ثليجي الاغواط

كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة حول:

واقع استخدام الطلبة للغة العربية في الفيس بوك
دراسة ميدانية بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي
الأغواط

في إطار إعداد مذكرة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة تحت عنوان "واقع استخدام الطلبة للغة العربية في الفيس بوك دراسة لعينة من الطلبة الجامعيين بقسم الإعلام والاتصال بولاية الأغواط" 2022/2021 نطلب من سيادتكم ملئ هذه الاستمارة بعناية ونحيطكم علما بأن كل المعلومات التي ستدلون بها ستستغل فقط في إطار هذه الدراسة شكرا على مساعدتكم لنا.

ملاحظة: ضع علامة (X) في إطار الإجابة المناسبة

إشراف الدكتور:

بن قيط الجودي

إعداد الطالبتين:

بن صحراوي مروى

حمديني أكرام

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر أنثى

2. السن:

18 – 23 سنة

24 – 29 سنة

من 30 سنة فما فوق

3. المستوى الدراسي: ليسانس ماستر

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال الفيس بوك بجامعة عمار تليجي الأغواط

4. منذ متى تستخدم الفيس بوك؟

من سنة إلى سنتين

من سنتين إلى 3 سنوات

أكثر من 3 سنوات

5. ماهي الوسيلة التي تستعملها في اتصالك بالفيس بوك؟

الحاسوب المكتبي

الحاسوب المحمول

الهاتف الذكي

اللوحات الإلكترونية

6. ما مستوى خبرتك في تعاملك مع الفيس بوك؟

ضعيفة

متوسطة

ممتازة

7. كم من الوقت تقضي في اليوم في استخدام الفيس بوك؟

أقل من ساعة

من ساعة إلى ساعتين

من ساعتين إلى 3 ساعات

8. ماهو الوقت المفضل لديك لاستخدام الفيس بوك؟

زوالا

مساء

صباحا

كل الاوقات

ليلا

المحور الثالث: الإشباعات المحققة لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي الأغواط

9. ما الذي تستفيده من استخدام الفيس بوك؟

التواصل مع الأصدقاء

التزود بالمعلومات

معرفة ما يجري من حولي

أخرى تذكر.....

10. ماهي الإشباعات التي تحصل عليها من استخدام الفيس بوك

التعليم

الترفيه والتسلية

التحصيل

التثقيف

أخرى تذكر.....

المحور الرابع: اللغة المستخدمة وطبيعتها في الفيس بوك من طرف طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة

عمار ثليجي الأغواط

11. ماهي درجة استخدامك للغة العربية في الفيس بوك؟

درجة كبيرة درجة متوسطة درجة ضعيفة

12. لماذا تستخدم اللّغة العربية في اتصالك بالفيس بوك؟

لأنها اللّغة المستخدمة أكثر بين أصدقائي

لأنني لا اتقن لغة أخرى

لأنني اعتر باللّغة العربية

13. إلى جانب اللّغة العربية هل تستخدم لغة أخرى

نعم لا

14. إذا كانت الإجابة " نعم "، ماهي اللّغة المستخدمة؟

الأمازيغية الفرنسية الإنجليزية

أخرى تذكر.....

15. ما هو شكل اللّغة العربية المستخدمة؟

الفصحى العامية مزيج

16. إذا كانت اللّغة العامية ماهي اللّغة التي تستخدمها؟

العربية (الدارجة) الأجنبية مزيج

المحور الخامس: رأي طلبة قسم الإعلام والاتصال في واقع استخدام اللّغة العربية في الفيس بوك

17. كيف تقيم استخدام اللّغة العربية الفصحى في الفيس بوك؟

اللّغة العربية واسعة الاستخدام اللّغة العربية مهملة

18. إذا كانت مهملة ما سبب ذلك؟

غلبة اللّغة الأجنبية على اللّغة العربية

الغزو الثقافي

أخرى تذكر.....

19. كيف يمكن جعل اللغة العربية الفصحى أكثر استخداماً؟

الحث على جعلها لغة للتواصل بين الطلبة

التشجيع على استخدام اللغة العربية بين الأصدقاء